

Birinci Dünya Savaşı'nda Zulüm Propagandasının Kullanılması: İtilaf Devletleri'nin Alman Karşısı Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme

Caner ÇAKI

Araştırma Görevlisi

İnönü Üniversitesi

İletişim Fakültesi

İletişim Bilimleri Bölümü

caner.caki@inonu.edu.tr

Mehmet Ozan GÜLADA

Öğretim Görevlisi

Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Akçadağ Meslek Yüksekokulu

Yönetim ve Organizasyon Bölümü

mehmet.gulada@inonu.edu.tr

Özet

Zulüm propagandası (atrocitiy propaganda), düşmanın işlediği veya işlediği iddia edilen suçlarla ilgili bilginin kitle iletişim araçları vasıtasıyla aktarılmasını amaçlayan bir propaganda türüdür. Zulüm propagandasının tarihte en etkili kullanıldığı dönemlerin başında Birinci Dünya Savaşı gelmektedir. Bu dönemde İtilaf Devletleri, kamuoyundan destek alabilmek amacıyla Almanya'ya karşı sık sık zulüm propagandasına yönelmiştir. Özellikle propaganda amaçlı kullanılan posterler, Almanlara karşı inşa edilen nefret söyleminde zulüm propagandası bağlamında önemli bir rol oynamıştır. Bu çalışmada, Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri tarafından Almanya'ya karşı kullanılan propaganda posterleri zulüm propagandası bağlamında ele alınmıştır. Çalışmada, Historyhit sitesince belirlenen Alman karşıtı posterler içerisinde amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen 8 propaganda posterleri (Belçika, Kızılhaç, Yıkım, Katliam, Kasap, Alman Askeri, Donanma, Canavar), nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Posterler, Fransız Antropolog Claude Lévi-Strauss'un Karşıtlıklar Modeli üzerinden yorumlanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular ışığında, posterlerde Almanların Avrupa'yı yıkıma sürükledikleri ve sivillere yönelik katliamlara yöneldikleri iddia edilerek Almanlara yönelik nefret söylemi inşasına girildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Zulüm Propagandası, poster, Almanya, Birinci Dünya Savaşı, İtilaf Devletleri.

•••••

Makale geliş tarihi: 8.09.2018 • Makale kabul tarihi: 31.01.2019

Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi • © 2019 • 5 (2) • kış/winter: 238-260

The Use of the Atrocity Propaganda in The First World War: The Examination on The Anti-German Propaganda Posters of The Entente States

Caner ÇAKI

Research Assistant

İnönü University

The Faculty of Communication

Communication Sciences Department

caner.caki@inonu.edu.tr

Mehmet Ozan GÜLADA

Instructor

Malatya Turgut zal University

Akadağ Vocational School

The Department of Administration and Organization

mehmet.gulada@inonu.edu.tr

Abstract

Atrocity propaganda is a type of propaganda aimed at transmitting information about crimes allegedly committed or committed by the enemy through mass media tools. One of the most effective periods of the history of atrocity propaganda is the First World War. In this period, the Entente States often benefited from atrocity propaganda against Germany in order to obtain public opinion support. In particular, posters used for propaganda played an important role in the context of the atrocity propaganda in the hate speech built against the Germans. In this study, propaganda posters used against Germans by the Entente States in the First World War were analyzed in the context of the atrocity propaganda. In the study, 8 propaganda posters (Belgium, Red Cross, Demolition, Massacre, Butcher, German Military, Navy, Monster) selected using the objective sampling method in anti-German posters determined at the site of Historyhit were examined using semiotical analysis method included qualitative research methods. Posters are analyzed via Contradiction Model of the French Anthropologist Claude Lévi-Strauss. In the light of the findings in the study, it was seen that it was tried to construct the hate speech for the Germans, claiming that the Germans destroyed Europe and leading to massacres against civilians in the posters.

Keywords: Atrocity Propaganda, poster, Germany, World War I, Entente States

•••••

Article arrival date: 8.09.2018 • Article acceptance date: 31.01.2019

Maltepe University Journal of Faculty of Communication • © 2019 • 5 (2) • kış/winter: 238-260

Giriş

Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri, İttifak Devletleri'ne karşı yürüttükleri mücadelede kamuoylarında destek alabilmek için Almanya ve müttefiklerine karşı yoğun bir propaganda savaşına yönelmişti. Özellikle İtilaf Devletleri'nin propagandasının hedefinde Almanya bulunmaktaydı. Bu süreçte İtilaf Devletleri, Almanya'ya karşı nefret söylemi inşasında, zulüm propagandasından (acrocitivity propaganda) etkili bir şekilde yararlanmıştı. İtilaf Devletleri, Almanya tarafından gerçekleştirilen en ufak bir olumsuz durumu zulüm propagandası olarak kitlelere aktarmaktaydı. Örneğin, Almanya'nın 1914 yılında Belçika'yı işgali ve 1915 yılında Lusitania gemisini batırması İtilaf Devletleri'nin zulüm propagandasına konu edinilmişti. Birinci Dünya Savaşı, zulüm propagandasının tarihteki en başarılı örneklerinin gerçekleştirildiği bir dönem olmuştur. Bu açıdan Birinci Dünya Savaşı'ndaki zulüm propagandasının ortaya konulması büyük önem taşımaktadır. Bu amaçla çalışmada, Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri tarafından Almanya karşıtı olarak kullanılan propaganda amaçlı posterler, zulüm propagandası bağlamında göstergebilimsel analize tabi tutularak incelenmiştir.

Alanda yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda, zulüm propagandası üzerine alanda sınırlı çalışmanın yapıldığı görülmüştür. Bunlar içerisinde, Çetinkaya (2014a), "Zulüm Propagandası ve Balkan Savaşlarında Osmanlı İmparatorluğu'ndaki Halkların Millileştirilmesi" adlı çalışmada Balkan Savaşları'nda yapılan zulüm propagandasını ele almıştır. Çalışma sonucunda, zulüm propaganda faaliyetlerinin Osmanlı İmparatorluğu'nun sonlarında milliyetçiliğin radikalleşmesine katkı sunduğunu bulunmuştur. Çetinkaya (2014b), "Resimleştirilen Zulüm: Balkan Savaşları Sırasında Osmanlı İmparatorluğu'ndaki İmgelerle Gayrimüslimlerin Damgalanması" adlı çalışmada yine Balkan Savaşları döneminde uygulanan zulüm propagandasını ele almıştır. Çalışmada elde edilen bulgularda, yapılan propaganda faaliyetlerinde Müslümanların Yunan ve Bulgar yönetimleri altında nasıl acı çektiğinin yansıtıldığı ortaya konmuştur.

Göstergebilimsel analiz yöntemi, resim, müzik, film, reklam vb. pek çok alanın farklı modeller üzerinden incelenmesinde kullanılmaktadır. Örneğin, Arpa (2018), "İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması" adlı çalışmada Roland Barthes'ın Göstergebilim Modeli bağlamında korku çekiciliği boyutunda iş güvenliği kavramını kamu spotu reklamları üzerinden, yine Tanyeri Mazıcı ve Çakı (2018), "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada Barthes'ın göstergebilim modeli bağlamında korku çekiciliği boyutunda Alman

Devlet Başkanı Adolf Hitler'i kamu spotu afişleri üzerinden; akı (2018), "Sovyetler Sonrası Rus Sinemasında Komünizm İdeolojisi: Amiral Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Algirdas Julien Greimas'ın Eyleyenler rnekesi'ne göre 21. yüzyılda Komünizm ideolojisinin Rus sinemasında ne yönde sunulduğunu *Amiral* filmi üzerinden; Zorlu (2017), "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Ferdinand de Saussure'n Göstergeler Modeli bağlamında Nazizm ideolojisini Kırımlı filmi üzerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelemiştir.

Son dönemde posterlerin propaganda amaçlı kullanımlarını inceleyen alanda önemli çalışmalar yapılmıştır. Örneğin; akı (2018a), "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri zerine İnceleme" adlı çalışmada İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin dost ve düşman algısı inşasında kullandığı propaganda amaçlı posterlerini incelemiştir. Çalışma sonucunda İtalyan propagandasının İtalyan kamuoyunda Müttefik Devletleri'ne yönelik "tehlike", "düşman" ve "lm" metaforları üzerinden nefret söylemi inşa etmeye çalıştığı ortaya çıkarılmıştır. akı ve Gülada (2018), "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası" adlı çalışmada işgal propagandası kavramını 2. Dünya Savaşı'nda kurulan Vichy Fransası'nın propaganda amaçlı posterleri üzerinden ele almıştır. Elde edilen bulgularda, propaganda posterlerinde Fransız halkının işgal glerine karşı isyan etmelerini önleyici propaganda faaliyetlerinin yürütüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Karaca (2018), "Waffen SS Askere ağırma Propagandası" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı'nda Almanya'da kurulan *Waffen SS* askeri birlikleri özeline, askere alma propagandasını posterler üzerinden incelemiştir. Çalışma sonucunda Nazilerin Alman halkını Waffen SS katılmalarına ikna etmek için tarihi dşmanlıklardan yararlandığı ortaya çıkarılmıştır.

Yapılan literatür taraması sonucunda, Birinci Dünya Savaşı'nda propaganda posterleri üzerinden Almanya'ya yönelik yürütülen zulüm propagandasını ele alan herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu açıdan çalışmanın alanda önemli bir boşluğu dolduracağı düşünmektedir.

Birinci Dünya Savaşı ncesinde İtilaf Devletleri'nde Alman Karşıtlığının Oluşması

Almanya, şansölye Otto von Bismarck önderliğinde 1871 yılında siyasi birliğini sağlamıştı. Bu tarihten itibaren Almanya, uluslararası siyasette önemli bir rol oynamaya başlamış, İngiltere ve Fransa'ya karşı Asya ve Afrika kıtalarında sömürge yarışına katılmıştı. Almanya, Afrika kıtasında Alman Doğu Afrikası, Alman Kuzey-Batı Afrikası, Togo ve Kamerun bölgelerinde sömürge yönetimi kurmuştu. Diğer yanda Almanya, Pasifik'te de Alman Yeni Ginesi ve Alman Samoası adında iki sömürge bölgesi elde etmişti. Almanya, Avrupa'da

nüfuzunu arttırabilmek için güney komşusu Avusturya-Macaristan İmparatorluğu ve kendisi gibi siyasi birliğini geç tamamlayan İtalya ile 1882 yılında "Üçlü İttifak" adında bir birlik meydana getirmişti (Gülboy, 2004: 21). Almanya'nın Avrupa'da hızla güçlenmesinden çekinen İngiltere, Fransa ve Rusya 1907 yılında "Üçlü İtilaf" adında bir ittifak oluşturmuştu.

1870-1871 Fransa-Prusya Savaşı'nda, Fransa, Almanya'ya karşı büyük bir yenilgi almış ve her iki ülke için tarihi önem sahip olan Alsas-Loren Bölgesi, Almanya'nın eline geçmişti. Bu tarihten itibaren Fransa, Alman karşı söylemler içerisine girmiş ve Almanya'yı kendisi için büyük bir tehdit olarak görmüştü. Almanya, Fransa'nın haricinde, İngiltere ile de büyük bir ekonomik rekabet içerisine girmişti. Nitekim, Almanya'nın Asya ve Afrika kıtalarında elde ettiği sömürgeler, İngiltere'nin sömürgeleri için büyük bir tehdit teşkil etmekteydi. Aynı zamanda Alman donanmasının hızla güçlenmesi, bir ada ülkesi olan İngiltere'nin deniz yolları güvenliğini kontrol altında tutması için önemli bir sorun oluşturmaktaydı. Diğer yandan, 1888 yılında II. Wilhelm'in Alman İmparatoru olmasıyla Almanya, İtilaf Devletleri tarafından daha da büyük bir tehdit olarak algılanmaya başlanmıştı. II. Wilhelm, 1890 yılında görevden aldığı Bismarck'ın aksine, Almanya'nın uluslararası siyasette daha fazla etkili olmasını planlamaktaydı. Özellikle II. Wilhelm, Almanya'nın Avrupa güç politikasında lider ülke konumuna yükselmesini istemekteydi (Gülboy, 2004: 27). Bu süreç, Bismarck'ın Avrupa'da kurduğu denge politikasının aksine, Almanya'nın saldırgan bir dış siyaset izlemesine yol açmıştı.

II. Wilhelm'in İngiltere ve Fransa'ya karşı politikaları kimi zaman uluslararası krizlerin doğmasına neden olmaktadır. II. Wilhelm'in 1898 yılında gerçekleştirdiği Osmanlı Devleti'ndeki resmi ziyareti esnasında "300 milyon Müslüman'ın dostuyum" sözleri (Salih, 2017: 500), İngiltere ve Fransa için doğrudan büyük bir tehdit olarak algılanmıştı. Nitekim, her iki ülkenin de sahip olduğu sömürgelerde hatırı sayılır bir Müslüman nüfus bulunmaktaydı. Almanya'nın Müslümanlar üzerinde elde edeceği nüfuz, İngiltere ve Fransa'nın çıkarlarını zedelemekteydi. Diğer yandan, 1905 yılında II. Wilhelm'in Fransa'nın nüfuz bölgesi içerisinde yer alan Fas'a gerçekleştirdiği ziyaret ve Fas Sultan'ını Fransa'ya karşı destekleme vaatleri üzerine 1. Fas Krizi adıyla anılan uluslararası bir krizin patlak vermesine yol açmıştı. Almanya'nın müdahalesine rağmen kriz, 1906 yılında düzenlenen Algeciras Konferansı'nda Fransa'nın lehine sonuçlanmıştı ve Fas üzerindeki Fransız denetimi devam etmişti (Ortaylı, 2006: 16). İtilaf Devletleri için Almanya'nın siyasi yönden meydana getirdiği bir diğer tehlike, Almanya ve Osmanlı Devleti arasında yaşanan siyasi, ekonomik ve askeri yakınlaşmaydı. Almanya'nın, stratejik olarak İtilaf Devletleri'nin sömürgelerinin tam

merkezinde bulunan Osmanlı Devleti üzerinde kurduğu nüfuz, İtilaf Devletleri'ni tedirgin etmekteydi. Almanya, Osmanlı Devleti'ne 19. yüzyılın sonlarından itibaren ordusunu güçlendirmek amacıyla askeri heyetler göndermişti (Mhlman, 2009: 15). Birinci Dünya Savaşı'na kısa bir süre kala Osmanlı Ordusu'nda yapılacak olan reform çalışmalarına katılmak üzere başka bir Alman askeri heyeti de Osmanlı Devleti'ne gönderildi (Von Sanders, 2006:14).

Almanya, İngiltere ve Fransa ile ekonomik olarak da büyük bir rekabet içerisine girmişti. Alman sanayisi eski hantal yapısından sıyrılarak, yeni teknoloji ağrılıklı sanayilere odaklanmayı başarmıştı. Almanya, her iki rakibinden çok daha modern bir sanayi yapısı geliştirmişti. 1890-1913 yılları arasında, Almanya'daki demir-elik üretimi benzeri görülmemiş bir hızla  katından fazla artmıştı. Diğer bir deyişle Almanya, İngiltere'den iki kat, Fransa'dan da üç katından fazla elik üretmekteydi (Berend, 2011: 34). İtilaf Devletleri ve Almanya arasında yaşanan bu rekabet, Birinci Dünya Savaşı'nda her iki tarafın da propaganda faaliyetlerinde karşılıklı nefret söylemi içerisine girmesine yol açmıştı. Nitekim, İtilaf Devletleri, Almanya'nın Avrupa'daki nüfuzunu kırabilmek ve lkelerinde Alman karştı kamuoyu inşa edebilmek için sıklıkla zulüm propagandasından yararlanmıştır.

İtilaf Devletleri'nin Almanya'ya Karşı Zulüm Propagandasını Kullanması

Propaganda, belirli bir düşünce veya ideolojinin kitle iletişim araçları yoluyla aktarılmasını amaçlayan ikna odaklı bir iletişim türüdür (akı, 2018c: 14). Bir eylemin propaganda olarak adlandırılabilmesi için belirli bir düşüncenin, belirli bir kitlenin ve bu ikisini buluşturacak bir propagandacının olması gerekmektedir (Domenach, 2003: 18). Propaganda disiplini içerisinde, beyaz propaganda, gri propaganda, kara propaganda, silahlı propaganda, karşı propaganda gibi farklı propaganda türleri bulunmaktadır (Tarhan, 2010: 37). Bunlardan biri de zulüm (atrocitiy) propagandasıdır. Zulüm propagandası, bir düşmanın işlediği ya da işlediği iddia edilen suçlarla ilgili bilginin kitle iletişim araçları yoluyla aktarılmasını ifade etmektedir. Özellikle, zulüm propagandasında fotoğraflar ve röportajlar etkili bir şekilde sunulabilmektedir. Zulüm propagandasının tarihte en etkili kullanıldığı dönemlerin başında Birinci Dünya Savaşı gelmektedir. Bu dönemde, yayınlanan korkutucu haberler ile yoğun bir şekilde zulüm propagandası gerçekleştirilmiştir (Read, 1938: 229). Özellikle, İtilaf Devletleri Almanya'nın Avrupa'daki saldırılarını durdurabilmek için zulüm propagandasına sıklıkla yönelmiştir.

Avusturya-Macaristan İmparatorluğu veliahdı Franz Ferdinand'ın 28 Haziran 1914 yılında Saraybosna'da bir Sırp milliyetçi tarafından öldürülmesinin ardında, 28 Temmuz 1914

yılında Avusturya-Macaristan, Sırbistan'ı işgal ederek Birinci Dünya Savaşı'nı başlatmıştı. Rusya'nın seferberlik ilan etmesi üzerine, 1 Ağustos 1914 yılında Almanya, Rusya'ya savaş ilan etti. Bunun üzerine Almanya resmi olarak savaşa katılmış oldu (Wilke, 2007: 16). Almanya, İtilaf Devletleri'ne karşı Schlieffen Planı adı verilen bir saldırı plan hazırlamıştı. Plan çerçevesinde, Alman Ordusu ilk olarak güçlerinin büyük bir kısmı ile Fransa'ya saldırarak, Fransız Ordusu'nu mağlup ettikten sonra da hızlı bir şekilde doğuya yönelerek Rusya ile mücadele edecekti. Plan çerçevesinde Almanya, 1914 yılının Ağustos ayında, Belçika'dan Fransa'ya karşı yürüteceği saldırı için Alman Ordusu'nun topraklarından geçmesini istemişti. Belçika'dan olumsuz yanıt alan Almanya, 4 Ağustos 1914 tarihinde Belçika'ya saldırmıştı.

Almanya'nın Belçika'yı işgali, Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri tarafından yürütülen zulüm propagandalarının başlangıcı olmuştu. Nitekim, Belçika'ya yönelik yapılan Alman saldırıları, Birinci Dünya Savaşı'nda Almanya'ya yönelik yürütülen zulüm propagandalarının en önemli konusu haline gelmişti (Jowett ve O'donnell, 2014: 217). İtilaf Devletleri'nin propaganda amaçlı kullandığı posterlerde, Almanya'nın Belçika'da gerçekleştirdiği ya da gerçekleştirdiği iddia edilen tüm insanlık suçları yansıtılmaktaydı.

İngiltere, daha savaşın başında "Wellington House" olarak anılan Savaş Propaganda Bürosu adında bir propaganda birimi oluşturmuştu. Wellington House, Almanya'ya karşı yürütülen zulüm propagandasında kilit bir rol üstlenmekteydi. Bu süreçte, İngiliz basını doğrudan Almanya'ya karşı nefret söylemi inşa etmek için kullanılmıştı. Basında çıkan haberler Almanya'nın savaşta işlediği iddia edilen insanlık suçlarına yer vermekteydi. Örneğin, yayınlanan başlıklarından biri "Almanlar, Belçikalı çocukların elini kesti", diğeri "Kanadalı subay Almanlar tarafından çarpmaya gerildi" şeklindeydi (Öymen, 2014: 118).

Fransa, İngiltere gibi Almanya'ya karşı propagandasını daha profesyonel olarak yürütebilmek amacıyla 1916 yılında Fransa Dışişleri Bakanlığı'na bağlı "La Maison de Presse" adında bir propaganda birimi oluşturmuştu. Alman karşıtı Fransız propagandasının temelinde, savaşın dini önemi, 1871 Prusya-Fransa Savaşı'nın öcünün alınması ve Alman İmparatorluğu'nun despot yönetiminin sonlandırılması gelmekteydi. Fransa propagandası da, İngiltere gibi savaşta Almanya'ya karşı zulüm propagandasından sıklıkla yararlanmaktaydı (Messinger, 1992: 20).

ABD kamuoyu, İngiltere ve Fransa gibi Alman karşıtı bir yapı içerisinde bulunmamakta ve savaşta tarafsız kalmayı seçmekteydi. ABD'nin İtilaf Devletleri'nin yanında savaşa katılması ve Alman karşıtı propaganda faaliyetlerine yönelmesi için 1917 yılına kadar

beklenilmesi gerekmişti. Bu süreçte, Almanya'nın İngiltere'nin gücünü kırmak için denizaltı savaşına yönelmesi, ABD'nin dış ticaretini olumsuz yönde etkilemişti. Ayrıca Almanya'nın, ABD'ye karşı Meksika ile iş birliği içine girmesi zerine 6 Nisan 1917 tarihinde ABD, Almanya'ya savaş ilan etmişti. ABD, Almanya'ya karşı yürütülen zulüm propagandasında en etkili silah olarak 7 Mayıs 1915 tarihinde Almanya tarafından batırılan Lusitania gemisini kullanmaktaydı. Lusitania'nın Almanlar tarafından batırılması ile 1198 kişinin yaşamını yitirmesi, Almanları acımasız göstermek amacıyla sıklıkla ABD posterlerine konu edinilmekteydi (nl Kurt, 2018: 188).

Yöntem

Çalışmanın Amacı

Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri'nin Almanya'ya karşı zulüm propagandası bağlamında kullandığı propaganda amaçlı posterler üzerinden Almanların nasıl ve ne yönde sunulduklarının ortaya konulması çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu yolla, propaganda disiplininin en sık kullanıldığı dönemlerin başında gelen Birinci Dünya Savaşı zeline, zulüm propagandası kavramının nefret söylemi inşasındaki rolü açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın nemi

Çalışma;

- Birinci Dünya Savaşı'nda zulüm propagandasının İtilaf Devletleri tarafından ne yönde kullanıldığını ortaya koyması,
- Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri'nin propaganda faaliyetlerine ışık tutması,
- Alanda zgn olmasından dolayı önem taşımaktadır.

Çalışmanın Evreni ve rnekleme

Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri tarafından zulüm propagandası bağlamında Almanya'ya yönelik kullanılan tüm propaganda amaçlı posterler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın çalışma kapsamında tüm posterlere ulaşmanın güçlüğünden dolayı, çalışmada da örnekleme kullanılması yoluna gidilmiştir. Bu amaçla, Historyhit adlı site tarafından belirlenen Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri tarafından Almanya'ya yönelik kullanılan propaganda amaçlı posterler içerisinden, amaçlı örnekleme metodu kullanılarak seçilen 8 propaganda posterleri çalışmanın örnekleme olarak incelenmiştir. Diğer posterlerin çalışma dışında tutulmasının temel nedeni, posterlerin konu bakımından birbirleri ile benzer

özellik taşımasıdır. Çalışmada, üç İngiliz, bir Avustralya, iki Fransız ve iki ABD propaganda posterleri üzerinden incelemede bulunulmuştur.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri tarafından yürütülen zulüm propagandasının yalnızca posterler üzerinden incelenmesi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu dönemde başta gazete, dergi ve sinema olmak üzere farklı iletişim araçları üzerinden Almanya'ya yönelik zulüm propagandası uygulanmıştır. Diğer yandan çalışma kapsamında yalnızca 8 posterin incelenmesi ve elde edilen bulgular üzerinden genellemelerde bulunulması da çalışmanın diğer sınırlılığıdır. Son olarak posterlerin Lévi-Strauss'un Karşıtlıklar Modeli üzerinden incelenmesi de bir diğer önemli sınırlılığı meydana getirmektedir. Nitekim, alanda Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, Roland Barthes ve Algirdas Julien Greimas gibi uzmanların farklı göstergebilimsel çözümleme yöntemleri bulunmaktadır.

Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır;

- Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri zulüm propagandası bağlamında Almanya'yı propaganda amaçlı posterlerde nasıl yansıtmıştır?

- Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri tarafından kullanılan propaganda amaçlı posterlerde zulüm propagandası bağlamında hangi karşıtlıklar üzerinden Almanya hedef alınmıştır?

- Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri tarafından kullanılan propaganda amaçlı posterlerde hangi soyut kavramlar Almanlar üzerinden somutlaştırılmıştır?

Çalışmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında seçilen propaganda amaçlı posterler, nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Göstergebilim, göstergeler yoluyla oluşturulan anlamları inceleyen bir bilim dalıdır. 20. yüzyılın ilk yarısında Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce'in çalışmaları ile ortaya çıkan ve bilim haline gelen göstergebilim (Sığırcı, 2016: 30), daha sonra Roland Barthes, Claude Lévi-Strauss, Vladimir Propp ve Algirdas Julien Greimas gibi uzmanlar tarafından geliştirilerek, günümüzde sosyal bilimler alanında kullanılan bir araştırma yöntemi haline gelmiştir.

Çalışma, kapsamında kullanılan Lévi-Strauss'un Karşıtlıklar Modeli, göstergebilimsel çözümlemeye büyük katkı sağlamıştır. İkili karşıtlık, birbirleri ile ilişki içerisinde olan iki

kavramı ifade etmek için kullanılmaktadır. Bir kavramın var olması, onun karşıt anlamı ile mümkün olabilmektedir. Örneğin, güçlü soyut kavramı, zayıf kavramı olduğu müddetçe anlam kazanabilmektedir. Lévi-Strauss, kültürler içerisinde soyut kavramların somut kavramlar vasıtasıyla anlamlı hale getirilmeye çalışıldığını savunmaktadır. Bu süreç "somutlama mantığı" olarak ifade edilmektedir (Fiske, 2017: 222-223). Örneğin, bir kültürün özgürlük soyut kavramını, beyaz bir güvercin üzerinden somutlaştırılabilmektedir. Lévi-Strauss, ikili karşıtlıkların kültürler içerisinde de görüldüğünü söylemektedir. Bir kültür, başka bir kültürün alışkanlıklarının kendisine benzemediği için onu "bu bizden değil" şeklinde karşıtı bir grup olarak değerlendirebilmektedir. Günümüzde, Batı uygarlığının "yaban" olarak adlandırdığı kültürlerde, ikili karşıtlıklar içerisinde bölünmektedir. "Yaban" olarak adlandırılan kültürün temel özelliği, Batı uygarlığının kültür ve yaşayışından uzak yaşamasıdır (Lévi-Strauss, 2016: 26-27). Lévi-Strauss, günümüzde "yaban" olarak değendirilen yerel kabilelerin aslında Batılı uygarlıklardan pek de farklı olmadığını, hatta belirli özellikleri bakımından Batı uygarlığında yaşayan bir bireyden daha çok şey bilebileceği yönündedir. Örneğin, balıkçılıkla geçimini sağlayan bir kabilede yaşayan bir birey, Batılı birinin bilemeyeceği kadar balık türüne hakim olabilmekte ve bu balıkları pek çok farklı kategoride sınıflandırabilmektedir (Lévi-Strauss, 2014: 38).

Çalışma kapsamında, İtilaf Devletleri'nin zulüm propagandası bağlamında Almanya'yı ikili karşıtlıklar boyutunda nasıl farklılaştırdığı ve hangi olumsuz soyut kavramları Almanlar üzerinden somutlaştırarak kamuoyunda nefret söylemi inşa ettiği ortaya çıkarılmaktadır.

Analiz

Çalışmanın bu bölümünün zulüm propagandası bağlamında Büyük Britanya İmparatorluğu, Avustralya, Fransa ve ABD tarafından kullanılan 8 propaganda posterinin göstergebilimsel analizi yapılmıştır.

"Belçika" Konulu Propaganda Posterleri

Büyük Britanya İmparatorluğu tarafından kullanılan "Belçika" konulu propaganda posterleri, iki farklı görselin karşılaştırılması üzerine kurgulanmıştır. Her iki görselde de farklı iki kasabanın resmedildiği görülmektedir. Birinci görseldeki kasabada açık bir hava içerisinde, sıradan insanların günlük yaşantısı konu edilmektedir. İkinci görseldeki kasabada ise, birincisinin aksine kapalı bir havada yıkıntılar içerisinde bir kasaba görseli ve evsiz kalan insanlara yer verilmiştir. Poster, "Hun ve Ev" başlığını taşımaktadır. Birinci görselde, "İngiltere'den bir bölüm"; ikinci görselde de "Belçika'dan bir bölüm" başlıkları bulunmaktadır. Birinci görselin

altında "Evlerimiz güvenli, annelerimiz ve eşlerimiz güvenli, çocuklarımız hala oyun oynuyor ve zarar görmekten korkmuyor" yazılı kod, ikinci görselin altında da "Evleri yıkıldı, kadınları öldürüldü, çocukları ölü veya esir durumda" şeklinde yazılı kodu yer almaktadır. Posterin en altında da "Seni kurtaran erkekleri destekle" yazılı kodu bulunmaktadır.

Resim 1. "Belçika" Konulu Propaganda Posterini



1914 yılında Belçika'nın Almanya tarafından işgali Birinci Dünya Savaşı'nda Almanya'ya yönelik gerçekleştirilen zulüm propagandasının en önemli konusu haline gelmişti. Poster üzerinden verilen iki farklı görselde, Alman işgaline uğrayan Belçika ve Alman işgaline uğramayan İngiltere arasındaki karşıtlıklar ortaya konulmuştur. Diğer yandan posterdeki yazılı kodlar ile de bu karşıtlığın güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Posterde görsel ve yazılı kodlar içerisinde doğrudan temsil edilmeyen Almanlar, "Hun" adıyla ifade edilerek 5. yüzyılda Avrupa'ya akınlar düzenleyen ve büyük bir yıkıma neden olan Hunlara benzetilmektedir. Somut kavram olarak yalnızca İngiliz ve Almanlar gösterilmektedir. İngilizler, düzen, yaşam ve özgürlük soyut kavramları; Almanlar ise yıkım, ölüm ve esaret soyut kavramları üzerinden somutlaştırılmaktadır. Posterde verilmek istenen temel propaganda mesajı, Alman işgalinin ölüm ve yıkım getirdiğidir. Bu tehlikeye karşı çözüm önerisi olarak posterde, İngilizlerin Alman işgaline karşı İngiliz askerlerini desteklemesi istenmektedir.

Tablo 1. "Belçika" Konulu Propaganda Posterinin Karşıtlıklar Modeli Bağlamında Değerlendirilmesi

Somut Kavramlar	
İngilizler	Hunlar (Almanlar)
Soyut Kavramlar	
Düzen	Yıkım
Yaşam	Ölüm
Özgürlük	Esaret

"Kızıl Haç" Konulu Propaganda Posterini

Büyük Britanya İmparatorluğu tarafından kullanılan "Kızıl Haç" konulu propaganda posterinde üç erkek ve bir kadın görseline yer verilmiştir. Sunum kodları içerisinde erkeklerden biri Alman İmparatoru II. Wilhelm, hemen yanında bulunan diğer erkek de bir Alman askeri olarak yansıtılmaktadır. Yaralı olan üçüncü erkek, İngiliz askeri olarak sunulmaktadır. Kadın ise bir Alman hemşiresi olarak gösterilmektedir. Kinetik göstergeler içerisinde yer alan beden dilleri incelendiğinde, hemşirenin yaralı İngiliz askerine su vermeyerek eziyet ettiği, bundan İmparator ve Alman askerinin zevk aldığı gösterilmektedir. Poster, "Kızıl Haç mı, Demir Haç mı?" başlığı taşımaktadır. Görselin altında, "Yaralı ve esir bir asker, askerimizin suya çok ihtiyacı var. Alman hemşire askerin gözlerine bakarak suyu yere döküyor. İngiltere'de bunu yapacak kadın yok. İngiltere'de bunu unutmayacak kadın yok" yazılı kodu yer almaktadır.

Resim 2. "Kızıl Haç" Konulu Propaganda Posterini



Birinci Dünya Savaşı'nda yaşanan çatışmalarda, İtilaf Devletleri Almanya karşısında büyük askeri kayıplara uğramıştı. Cephelerde yüz binlerce İtilaf Devletleri'nin askeri hayatını

kaybetmiş, yaralanmış veya Almanlara esir düşmüştü. Propaganda posterinde, doğrudan İngiliz esirlere yapıldığı iddia edilen kötü muamele üzerinden zulüm propagandası, Alman askeri, Alman hemşiresi ve Alman İmparatoru üzerine odaklanmaktadır. Posterin başlığında yer alan "Kızıl Haç mı, Demir Haç mı?" sorusunda Kızıl Haç İtilaf Devletleri'ni, Demir Haç ise Almanları simgelemektedir. Görsel ve yazılı kodlar içerisinde inşa edilen propaganda mesajında, özgürlük, dostluk ve yardım soyut kavramlarının İngilizler; esaret, düşmanlık ve işkence soyut kavramları ise Almanlar üzerinden somutlaştırılmaktadır. Posterdeki propaganda mesajında, İngilizlerin Almanlara esir düşmeleri halinde kötü muameleye maruz kalacakları vurgulanarak, Almanlara karşı daha hırslı savaşmaları istenmektedir.

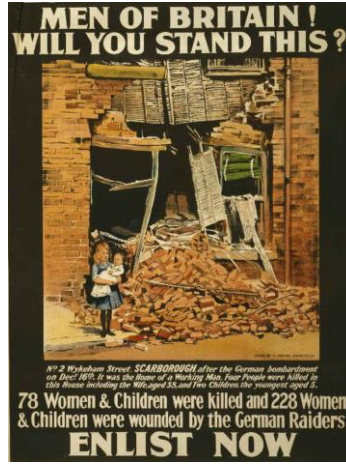
Tablo 2. "Kızıl Haç" Konulu Propaganda Posterinin Karşıtlıklar Modeli Bağlamında Değerlendirilmesi

Somut Kavramlar	
İngiliz Askeri	Alman Askeri
İngiliz Hemşireler	Alman Hemşireler
İngiliz Kralı	Alman İmparatoru
Kızıl Haç	Demir Haç
Soyut Kavramlar	
Özgürlük	Esaret
Dostluk	Düşmanlık
Yardım	İşkence

"Yıkım" Konulu Propaganda Posterini

Büyük Britanya İmparatorluğu tarafından kullanılan "Yıkım" konulu propaganda posterinde, bir evin yıkıntıları içerisinde elinde bebekle duran bir çocuk resmedilmektedir. Poster, "Britanya'nın Erkekleri! Buna katlanacak mısınız?" başlığını taşımaktadır. Görselin altında, "16 Aralık'taki Alman bombardımanından sonra, Wykeham Caddesi No:2, Scarborough. O bir işçi eviydi. 58 yaşındaki karısı, en küçüğü 5 yaşında olan iki çocuğu da dahil olmak üzere bu evde dört kişi öldü. Alman akınlarında, 78 kadın ve çocuk öldürüldü, 228 kadın ve çocuk yaralandı, Şimdi kayıt ol!" yazılı kodu bulunmaktadır.

Resim 3. "Yıkım" Konulu Propaganda Posterleri



16 Aralık 1914 tarihinde Alman İmparatorluk Donanması, İngiltere'nin Scarborough, Hartlepool, Batı Hartlepool ve Whitby kentlerine saldırı düzenlemiştir. Saldırıları sonucu pek çok sivil hayatını kaybetmiş ve yaralanmıştır. İngiltere, yaşanan saldırıları Almanya'ya yönelik uyguladığı zulüm propagandasında kullanmıştır. Posterde yer alan yıkıntılar içerisindeki ev görseli, Scarborough'da zarar gören tüm ailelerin metonimi (temsili) olarak yansıtılmaktadır. Merhamet, düzen ve yaşam soyut kavramları İngiliz Donanması; gaddarlık, yıkım ve ölüm soyut kavramları da Alman Donanması üzerinde soyutlaştırılmıştır. Posterde verilmek istenen temel mesaj, Almanların kadın ve çocuk ayırımı yapmaksızın asker ve sivil tüm İngiliz halkına acımasızca saldırdığıdır. Bu yolla, İngiliz propagandası, kamuoyunda Alman karşıtı bir nefret söylemi inşa etmeye çalışmıştır.

Tablo 3. "Yıkım" Konulu Propaganda Posterleri'nin Karşıtlıklar Modeli Bağlamında Değerlendirilmesi

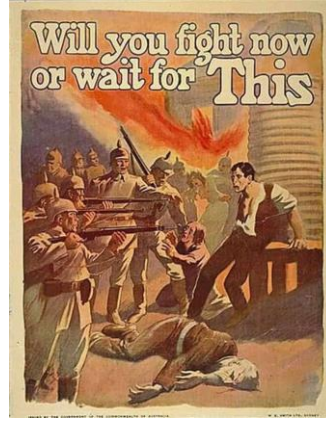
Somut Kavramlar	
İngiliz Donanması	Alman Donanması
Siviller	Alman Askerleri
Soyut Kavramlar	
Merhamet	Gaddarlık
Düzen	Yıkım
Yaşam	Ölüm

"Katliam" Konulu Propaganda Posterleri

Avustralya tarafından kullanılan "Katliam" konulu propaganda posterinde, Alman askerlerinin bir erkeği kurşuna dizme anı resmedilmektedir. Posterde, yaşlı bir adam ölü (veya yaralı) şekilde yerde yatmakta, kadınlardan biri ise askere yalvarmaktadır. Ayrıca posterde iki Alman

askerinin bir kadını zorla tuttukları görülmektedir. Posterin arkasındaki görsel kodlarda, büyük bir alevin etrafı kapladığı anlatılmaktadır. Poster, "Savaşacak mısın, yoksa bunu mu bekleyeceksin" başlığını taşımaktadır.

Resim 4. "Katliam" Konulu Propaganda Posterini



Avustralya, İngiliz Milletler Topluluğu üyesi olduğu için Birinci Dünya Savaşı'na İngiltere'nin yanında katılmıştı. Avustralya askerleri savaşın en kritik cephelerinde görev almış, Almanya ve müttefiklerine karşı savaşmıştı. Propaganda posterinde, Almanların Avustralya'yı işgal edip, toplu katliama yöneleceği üzerine zulüm propagandasının inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Posterde, düzen, bağımsızlık ve huzur, Avustralyalı siviller; zorbalık, işgal ve katliam ise Alman Ordusu üzerinden somutlaştırılmaktadır. Poster verilen propaganda mesajı, Almanya'nın Avustralya'yı işgal etmeden önce, Avustralyalıların Almanya'ya karşı yürütülen savaşa katılması yönündedir.

Tablo 4. "Katliam" Konulu Propaganda Posterini'nin Karşıtlıklar Modeli Bağlamında Değerlendirilmesi

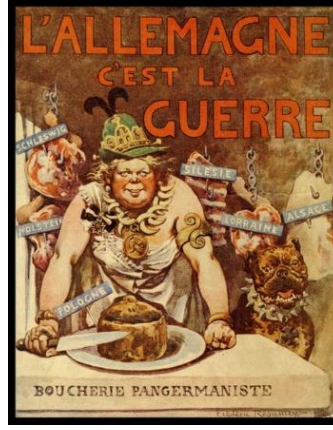
Somit Kavramlar	
Avustralyalı siviller	Alman Ordusu
Soyut Kavramlar	
Düzen	Zorbalık
Bağımsızlık	İşgal
Huzur	Katliam

"Kasap" Konulu Propaganda Posterini

Fransa tarafından kullanılan "Kasap" konulu propaganda posterinde elinde bıçak tutan ve görsel kodlar içerisinde Alman ulusal kıyafetleri içerisinde sunulan bir kadın, kasap dükkanında resmedilmektedir. Dükkanında bulunan etlerin üzerinde sırasıyla, Schleswig,

Holstein, Silezya, Loren, Alsas ve Polonya yazılı kodları bulunmaktadır. Poster, "Almanya, Bu Savaştır" başlığını taşımaktadır. Kadının iki elini koyduğu masanın üzerinde de, "Pan-Alman Kasap Dükkanı" yazılı kodu yer almaktadır.

Resim 5. "Kasap" Konulu Propaganda Posterini



Almanya, 1871 yılında birliğini sağladığında Fransa için tarihi öneme sahip olan Alsas-Loren Bölgesi de dahil olmak üzere Avrupa'da önemli yerleri topraklarına katmıştı. Postere konu edilen Alman işgal bölgeleri, zulüm propagandasının etkisini arttırabilmek için bir kasap dükkanı içerisinde temsil edilmektedir. Almanya'yı simgelemek için posterde resmedilen kadın, elindeki bıçakla işgal bölgelerini temsil eden etleri kesip askıya asmıştır. Bu yolla Fransız propagandası, Almanya tarafından işgal edilen bölgelerin büyük bir zulme uğradığını, fiktif bir anlatımla kamuoyuna yansıtmaktadır. zgrlk, güven ve demokrasi, Fransa; Almanlaştırma, vahşet ve monarşi de Almanya üzerinden somutlaştırılmaktadır. Posterde verilmek istenen propaganda mesajı, Almanya'nın zorla Avrupa'yı Almanlaştırmaya çalıştığı yönündedir. Bu yüzden Fransız halkının, Almanların yayılcı politikalarını önlemek için harekete geçmesi istenmektedir.

Tablo 5. "Kasap" Konulu Propaganda Posterini'nin Karşıtlıklar Modeli Bağlamında Değerlendirilmesi

Somut Kavramlar	
Fransız Halkı	Alman Halkı
Fransa	Almanya
Soyut Kavramlar	
zgrlk	Almanlaştırma
Güven	Vahşet
Demokrasi	Monarşi

"Alman Askeri" Konulu Propaganda Posterleri

Fransa tarafından kullanılan "Alman Askeri" konulu propaganda posterinde, ağzını sonuna kadar açmış ve bir eliyle karnını, diğer eliyle de göğsünü tutan bir Alman askeri resmedilmektedir. Posterin hemen üzerinde "Vahşi canavar aç hissediyor" yazılı kodu bulunmaktadır.

Resim 6. "Alman Askeri" Konulu Propaganda Posterleri



Fransız propaganda posterinde, Alman askeri yarı, insan yarı canavar olarak sunulmaktadır. Böylece Alman askerinin, işgal ettiği yerlerde uygulayacağı iddia edilen olumsuz eylemler işgal propagandası bağlamında daha etkili bir şekilde yansıtılmaya çalışılmıştır. Direniş, cesaret ve güven, Fransa askeri; işgal, korku ve tehlike, Alman askeri üzerinden somutlaştırılmaktadır. Posterin sağ üst tarafında yazılı olan "Vahşi canavar aç hissediyor" yazılı kodu, posterde verilmek istenen propaganda mesajını doğrudan yansıtmaktadır. Propaganda mesajı, Almanya'nın bir canavar gibi tüm Avrupa'yı ele geçirmeye çalıştığı ve sıranın Fransa'ya geldiği yönündedir. Posterde verilmek istenen karşıtlıklar doğrudan Alman askeri ve rakibi Fransız askeri üzerinden inşa edilmektedir. Bu yolla, Fransız halkının Almanların işgaline uğramamak için harekete geçmesi istenmektedir.

Tablo 6. "Alman Askeri" Konulu Propaganda Posterleri'nin Karşıtlıklar Modeli Bağlamında Değerlendirilmesi

Somut Kavramlar	
Fransız Askeri	Alman Askeri
Soyut Kavramlar	
Direniş	İşgal
Cesaret	Korku
Güven	Tehlike

"Donanma" Konulu Propaganda Posterleri

ABD tarafından kullanılan "Donanma" konulu propaganda posterinde, elinde kanlı bir kılıç olan erkek gösterilmektedir. Sunum kodları içerisinde erkek, Alman askeri olarak yansıtılmaktadır. Buna karşın başında bulunan miğferin üzerinde korsanları simgelemek için kullanılan kuru kafa ve kemik resimleri bulunmaktadır. Alman askerinin hemen önünde kadın ve ocuk cesetleri resmedilmektedir. Posterin altında "Yalnızca donanma bunu durdurabilir" yazılı kodu yer almaktadır.

Resim 7. "Donanma" Konulu Propaganda Posterleri



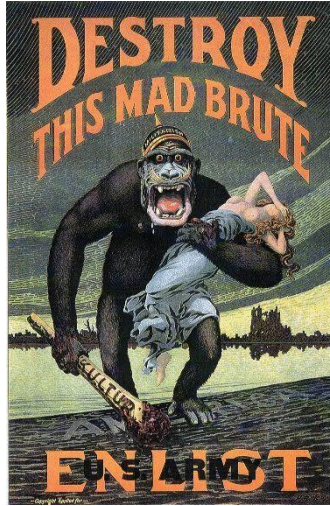
1917 yılında ABD, Almanya'ya karşı savaşa girdiğinde kamuoyundan destek alabilmek için Almanya'ya karşı yoğun bir şekilde zulüm propagandasına yönelmişti. Posterde elinde kanlı bir kılıç ile sivilleri hedef alan Alman askeri görseli, Almanya'nın acımasızca sivilleri katlettiğiyi propaganda mesajı vermektedir. Alman askerinin başında yer alan korsan simgesi, Alman askerlerine yönelik inşa edilen nefret söylemini kuvvetlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Huzur, yaşam ve düzen soyut kavramları, ABD; katliam, ölüm ve yağma soyut kavramları ise Almanya üzerinden somutlaştırılmaktadır. Posterde, Almanya'nın ABD üzerinde oluşturduğu tehlikenin yalnızca ABD Donanması ile durdurulabileceğiyi iddia edilmektedir.

Tablo 7. "Donanma" Konulu Propaganda Posterinin Karşıtlıklar Modeli Bağlamında Değerlendirilmesi

Somut Kavramlar	
ABD Donanması	Alman Donanması
ABD'li Siviller	Alman Askerleri
Soyut Kavramlar	
Huzur	Katliam
Yaşam	Ölüm
Düzen	Yağma

"Canavar" Konulu Propaganda Posterini

ABD tarafından kullanılan "Canavar" konulu propaganda posterinde başında Alman Ordusu'na ait miğfer bulunan bir canavarın, bir elinde bir kadını diğer elinde de büyük bir sopayı taşıdığı resmedilmektedir. Posterin arka fonunda yıkıntılar içerisinde bir şehir gösterilmektedir. Canavarın başında bulunan miğferde "militarizm" yazılı kodu yer almaktadır. Posterde "Bu çılgın canavarı yok et, Birleşik Devletler ordusuna kayıt ol" yazılı kodu bulunmaktadır.

Resim 8. "Canavar" Konulu Propaganda Posterini

Posterde, Almanya bir canavar görseli üzerinden temsil edilmektedir. Canavarın kolundan tuttuğu kadın ise ABD halkının metonimi olarak kullanılmaktadır. Canavarın hemen arkasındaki yıkıntılar ise ABD şehirlerinin metonimi olarak yansıtılmaktadır. Posterde, huzur, düzen ve özgürlük soyut kavramları ABD; vahşet, yıkım ve esaret soyut kavramları da Almanya üzerinden somutlaştırılmaktadır. Posterde verilmek istenen propaganda mesajı, Almanya'nın ABD'yi işgalinin büyük bir yıkıma yol açacağı ve sivilleri esir haline getireceği

yönündedir. ABD propagandası bunun önlenebilmesi için, Amerikalıların askere yazılmasını telkin etmektedir.

Tablo 8. "Canavar" Konulu Propaganda Posterinin Karşıtlıklar Modeli Bağlamında Değerlendirilmesi

Somut Kavramlar	
ABD Ordusu	Alman Ordusu
ABD'li Siviller	Alman Askerleri
Soyut Kavramlar	
Huzur	Vahşet
Düzen	Yıkım
Özgürlük	Esaret

Sonuç

Çalışma kapsamında zulüm propagandası bağlamında incelenen İtilaf Devletleri'nin posterleri arasında önemli farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. İngiliz propagandası, Almanların savaşta yaptığı (veya yaptığı iddia edilen) insanlık dışı uygulamalarını Belçika İşgali, Scarborough Bombardımanı gibi somut örnekler üzerinden inşa etmektedir. İngiliz propaganda posterlerinde, Belçika'nın savaşta nasıl zarar gördüğü vurgulanarak, aynı zararın İngiltere'nin başına gelmemesi için gerekli hazırlıkların yapılması gerektiği anlatılmaktadır. Aynı şekilde Almanların Scarborough Bombardımanı'nda yol açtığı ölüm ve yaralanmaların sayıları poster üzerinden aktarılmakta ve askerlerin yanında sivillerin de yaşamlarının kaybedildiği vurgulanmaktadır. Diğer yandan ABD ve Fransız posterleri, zulüm propagandası bağlamında değerlendirildiğinde İngiliz propagandasının aksine "canavar" metaforları üzerinden, gerçek dışı kurgular yoluyla Alman karşıtı propaganda faaliyetlerine yöneldikleri görülmüştür. ABD ve Fransız posterlerinde, kitleler üzerinde korku inşa edilerek, istenilen yönde ikna sağlanması amaçlanmaktadır.

Propaganda posterleri, Lévi-Strauss'un Karşıtlıklar Modeli üzerinden değerlendirildiğinde her dört ülkenin de benzer olumsuz soyut kavramları Almanlar üzerinden somutlaştırdığı bulunmuştur. Zulüm propagandası bağlamında, yıkım, vahşet, ölüm, yağma, esaret, korku, tehlike vb. olumsuz soyut kavramların Almanlar üzerinden; özgürlük, huzur, adalet, yaşam, düzen, cesaret, bağımsızlık vb. olumlu soyut kavramların da İtilaf Devletleri üzerinden somutlaştırıldığı görülmektedir. Propaganda posterlerinde inşa edilen karşıtlıklar da, genel olarak Alman askerleri üzerinden olumsuz kavramların temsil edildiği

görülmektedir. Sınırlı sayıda posterde, Almanya İmparatoru II. Wilhelm ve Alman sivillerin konu edildiği görülmektedir. Bu yolla, İtilaf Devletleri kamuoylarında zulüm propagandası bağlamında nefret söylemlerini doğrudan Alman Ordusu üzerinde oluşturmaya çalışmaktadır.

Zulüm propagandası bağlamında incelenen propaganda posterlerinde, İngiltere'nin sunduğu veriler yoluyla mantık üzerinden giderek, İngiliz kamuoyunda Almanların işgalinin ne gibi sonuçlar doğurabileceği üzerinde durmuştur. Buna karşın Fransa ve ABD'nin, fiktif bir şekilde inşa edilen Alman algısı ile duygusal yönden kamuoylarında etki kurmayı amaçladıkları görülmüştür. İncelenen tüm propaganda posterlerinde, Almanya'nın gerçekleştirdiği söylenen tüm insanlık dışı uygulamalarına son verilmesi için erkeklerin orduya yazılması, savaşa katılmayanların da mali yönden orduyu desteklemesi istenmiştir.

Çalışma, Birinci Dünya Savaşı'nda İtilaf Devletleri'nce Almanya'ya karşı yürütülen zulüm propagandasının nasıl ve ne yönde inşa edildiğini propaganda posterleri üzerinden ortaya koyması bakımında önem taşımaktadır. Gelecek çalışmaların zulüm propagandasını İkinci Dünya Savaşı, Kore Savaşı, Vietnam Savaşı vb. farklı dönemler üzerinden ele alması, kavramın geçmişten günümüzde kullanımına ışık tutması bakımından önem taşıyacaktır. Aynı zamanda zulüm propagandasının posterlerin haricinde, gazete, radyo, televizyon vb. farklı iletişim araçları üzerinden incelenmesi de alana katkı sağlayacaktır.

Kaynaklar

- Arpa, Murat (2018) "İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması", **Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 1, Sayı 2, 105-115.
- Berend, T. Ivan (2011) **20. Yüzyıl Avrupa İktisat Tarihi**, Çev. Serpil Çağlayan, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Çakı, Caner (2018a) "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme". **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, 11 (2), 252-272.
- Çakı, Caner (2018b) "Sovyetler Sonrası Rus Sinemasında Komünizm İdeolojisi Amiral Filmi ve Göstergibilimsel Analizi". **Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, 1(1), 53-68.
- Çakı, Caner (2018c) "Propaganda", **İletişim ve Propaganda**, Mustafa Karaca ve Caner Çakı (ed.), Konya: Eğitim Yayınevi, s.13-44.
- Çakı, Caner ve Gülada, Mehmet Ozan (2018) "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası". **Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 7 (1), 53-80.

- Çetinkaya, Y. Doğan (2014a) "Atrocity Propaganda and the Nationalization of the Masses in the Ottoman Empire During the Balkan Wars (1912–13)". **International Journal of Middle East Studies**, 46(4), 759-778.
- Çetinkaya, Y. Doğan (2014b) "Illustrated Atrocity: The Stigmatisation of Non-Muslims Through Images in The Ottoman Empire During the Balkan Wars". **Journal of Modern European History**, 12(4), 460-478.
- Domenach, Jean Marie (2003) **Politika ve Propaganda**, ev. Tahsin Yücel, 2. Basım. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Fiske, John (2017) **İletişim alışmalarına Giriş**. ev. Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gülboy, Burak (2004) **Birinci Dünya Savaşı Tarihi**. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Historyhit (2018) <https://www.historyhit.com/anti-german-propaganda-posters-from-world-war-one/>, 08.09.2018.
- Jowett, S. Garth & O'donnell, Victoria (2014). **Propaganda & Persuasion**. USA: Sage.
- Karaca, Mustafa (2018) "Waffen SS Askere ağırma Propagandası", **EUropean Journal of Managerial Research (EUJMR)**, 2 (2), 100-118.
- Messinger, S. Gary (1992) **British Propaganda and the State in the First World War**. The United Kingdom: Manchester University Press.
- Lvi-Strauss, Claude (2014) **Modern Dünyanın Sorunlarına Karşı Antropoloji**, ev. Akın Terzi, 2. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları.
- Lvi-Strauss, Claude (2016) **İrk, Tarih ve Kültür**, ev. H. Bayrı, R. Erdem, A. Oyacıoğlu, I. Ergüden, 7. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları.
- Mhlman, Carl (2009) **İmparatorluğun Sonu 1914, Osmanlı Savaşa Neden ve Nasıl Girdi?**. ev. Kadir Kon. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Ortaylı, İlber (2006) **Osmanlı İmparatorluğu'nda Alman Nüfuzu**. 9. Baskı. İstanbul: Alkım Yayınları.
- ymen, Onur (2014) **Bir Propaganda Silahı Olarak Basım**. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Read, James Morgan (1938) "Atrocity Propaganda and The Irish Rebellion". **Public Opinion Quarterly**, 2(2), 229-244.
- Salih, Kış (2017) "Alman İmparatoru II. Wilhelm'in Haçlı Rüyası ve 1898 Kudüs Seyahati/The Crusader Dream of Wilhelm II The German Emperor and His Journey to Jerusalem". **Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi**. 1(42). 487-506.

- Sığırcı, İlhami (2016) **Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma**. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tanyeri Mazıcı, Emel ve Çakı, Caner (2018) "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı". **Erciyes İletişim Dergisi**. 5 (3). 290-306.
- Tarhan, Nevzat (2010) **Psikolojik Savaş, Gri Propaganda**. 13. Baskı. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Ünlü Kurt, Simge (2018) Birinci Dünya Savaşı'nda Propaganda, (Ed. Mustafa Karaca, Caner Çakı). **İletişim ve Propaganda**, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Von Sanders, Liman (2006) **Türkiye'de Beş Yıl**. Çev. Resul Bozyel. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Wilke, Jürgen (2007) **Presseanweisungen im Zwanzigsten Jahrhundert: Erster Weltkrieg, Drittes Reich, DDR**. Deutschland: Böhlau Verlag Köln Weimar.
- Zorlu, Yaşar, Çakı, Caner, Karaca, Mustafa (2017) "Nazizm Ideology in Turkish Cinema: 'Kırımlı' Film and Semiotics Analysis". **Sosyoloji Konferansları**, (56), 67-95.