

ANTİSEMİSTİT MİTLERİN İNŞASINDA NAZİ PROPAGANDASININ ROLÜ*

THE ROLE OF NAZI PROPAGANDA IN ANTISEMITIST MYTH CONSTRUCTION

Araştırma Makalesi
Research Paper

Caner ÇAKI**

Öz:

Antisemitizm, Yahudilik dinine, ırkına, kültürüne veya milletine karşı duyulan düşmanlığı ifade eden bir kavramdır. Naziler, Almanya'da iktidara geldiklerinde Alman halkının zihninde güçlü bir antisemitist algının oluşması için yoğun bir propaganda faaliyeti yürütmüştür. Nitekim, Alman halkı içerisinde Yahudilere yönelik nefret söylemi gelişmiştir. Nazi propagandasının Antisemitizm inşasındaki başarısı; Yahudilerin Alman toplumundan tecrit edilmesine, çalışma kamplarına gönderebilmesine ve hatta ilerleyen süreçte insanlık dışı muamele görmelerine giden süreci hızlandırmıştır. Bu çalışmada Nazilerin propagandayı antisemitizm inşasında nasıl ve ne yönde kullandığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla çalışmada ilk olarak Nazizm ideolojisinin Antisemitizm'e bakışı açıklanmaya çalışılmıştır. Ardından Nazi Almanyası Dönemi'nde (1933-1945) basılan propaganda görselleri içerisinde amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen dört propaganda görseli (Savaş Suçlusu, İşbirlikçi, Komünizm, Yahudi Irkı) Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın mit olgusu ışığında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında, Nazi propaganda görsellerinde; Yahudilerin 2. Dünya Savaşı'nı başlattıkları, Almanya'nın düşmanları ile işbirliği yaptıkları, Alman halkının yalnızca kötülüğü için çalıştıkları, tehlike olarak görülen Komünizm'i Almanya'ya getirmeye çalıştıkları ve Alman ırkının saflığını bozdukları şeklinde mitler inşa edilerek Antisemitizm'in Almanya'da güçlenmesinin sağlandığı ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Antisemitizm, Propaganda, Nazizm, Göstergibilim, Mit.

Abstract:

Antisemitism is a concept that expresses the enmity of against religion, race, culture or nation of Judaism. When the Nazis came to power in Germany, they made propaganda campaign to create a strong antisemitist image in the minds of the German people. As a matter of fact, the hate speech towards Jews developed in the German people. The success of Nazi propaganda in the construction of Antisemitism accelerated; the process of isolating the Jews from the German society, sending them to the labor camps, and even the inhuman treatment in the following years. In this study, it was tried to show how and in what way the Nazis used propaganda in antisemitism. For this purpose, the first attempt was made to explain the view of the ideology of Nazism to Antisemitism. Four propaganda images (War Criminals, Collaborators, Communism, Jewish Race) were analyzed from the mythical light of the French Language Scientist Roland Barthes using propaganda images from the Nazi Germany period (1933-1945) using the objective sampling method. In the light of the findings obtained, in the Nazi propaganda images; It was found that the myths that the Jews caused World War II, cooperated with the enemies, worked only the detriment of the German people, tried to bring Communism, which is regarded as danger, to Germany were constructed to strengthen the anti-Semitism in Germany.

Keywords: Antisemitism, Propaganda, Nazism, Semiotic, Myth.

* Makale Geliş Tarihi: 30.04.2018

Makale Kabul Tarihi: 15.05.2019

** Arş. Gör., İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, caner.caki@inonu.edu.tr, orcid.org/0000-0002-1523-4649

GİRİŞ

Antisemitizm'in geçmişi Roma İmparatorluğu Dönemi'ne kadar uzanmaktadır. 11. yüzyılda 1. Haçlı Seferi'nde, 13. yüzyılda İngiltere'de ve 15. yüzyılda İspanya'da da antisemitist hareketlerin yaşandığı görülmüştür. Buna karşın yakın tarihte Antisemitizm'in en fazla yaşandığı ülke Nazi Almanyası olmuştur. 20. yüzyılda, Nazizm ideolojisinin temelinde yer alan Antisemitizm, Nazilerin 1933'de Almanya'da iktidara gelmesinden sonra etkili bir şekilde yaşanmıştır. Antisemitizm'in oluşması için Naziler Almanya'da yoğun bir propaganda faaliyetine girişmiştir. Nitekim zaman içerisinde Nazi propagandası başarıya ulaşmış ve Almanya'da güçlü bir Antisemitizm'in inşası sağlanmıştır. Bu süreçte, Naziler oluşan antisemitist ortamdan yararlanarak, Yahudilerin haklarını sınırlayan yasalar çıkarmış, ilerleyen süreçte de Yahudileri Alman toplumundan tecrit ederek gettolara yerleştirmiştir. Tüm bu yaşananlarda propagandanın büyük rolü olmuştur. Nitekim Nazi propagandası inşa ettiği mitler ile Yahudileri Alman toplumu için büyük bir tehlike olarak göstermiş, Yahudiler Büyük Alman İmparatorluğu'nun (Großdeutsches Reich) kurulmasında en büyük engel olarak sunulmuştur.

Son yıllarda Türkiye'de Nazi propagandasını inceleyen alanda çok sayıda akademik çalışmanın yapıldığı görülmüştür. Bu çalışmalar içerisinde; Çakı (2018a) Nazi propagandasının Adolf Hitler'in kült liderlik inşasını; Çakı (2018b), Nazi Almanyası'nda basılan posta pullarının propaganda amaçlı kullanımını; Nazi Almanyası'nda çizgi filmin ABD karşıtı propaganda aracı olarak kullanımını; Çakı ve Gazi (2018a), Nazi propagandasında mizah çekiciliğini; Çakı ve Gazi (2018b) Nazi propagandasında siyahilerin sunumunu; Çakı ve Gazi (2018c) Nazi Almanyası'ndaki Todt Teşkilatı'nın İtalya'da yürüttüğü propaganda faaliyetlerini; Çakı ve Gülada (2018) Nazi propagandasında Alman kadınlarının sunumunu; Çakı ve Gülada (2018), Nazi işgali altındaki Vichy Fransa'sında yürütülen propaganda faaliyetlerini; Çakı vd. (2019), Nazilerin işgal altında tuttıkları Balkanlar'daki propaganda faaliyetlerini incelemiştir.

Ulusal alanda yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda, propagandanın Antisemitizm inşasında Nazi Almanyası'ndaki rolünü ele alan kapsamlı bir çalışmanın yapılmadığı gözlemlenmiştir. Bu amaçla bu çalışmada Nazi Almanyası Dönemi'nde kullanılan propaganda görselleri üzerinden Alman toplumunda antisemitist mitlerin nasıl ve ne yönde inşa edildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma kapsamında, propaganda amaçlı inşa edilen mitlerin toplumların sosyolojik yapılarının şekillenmesinde nasıl bir rol oynadığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1. NAZİZİM İDEOLOJİSİNDE ANTİSEMITİZM

Nazizm, 1920'li yılların başında Almanya'daki NSDAP (Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi) tarafından ortaya atılmış, 1933'den 1945 yılına kadar Almanya'nın yönetiminin merkezini oluşturmuş bir dünya görüşüdür. Nazizm, etnik milliyetçilik ve sosyalizm kavramlarının bir araya geldiği, ırkçılığın savunulduğu, antikapitalist, anti-Marksist ve antise-

mitik bir ideolojidir (Macit, 2007: 30). Nazizm'i diğer ideolojilerden farklı tutan en önemli özelliği, ideolojinin sahip olduğu aşırı antisemitik düşünceleridir. Yahudi nefreti üzerine odaklanan Nazizm, Almanya'nın ve dünyanın Yahudiler tarafından ele geçirilmeye çalışıldığına inanmaktadır. 19. yüzyılda Almanya'da Antisemitizm'in ilk belirtilerinin ortaya çıkmaya başladığı görülmüştür. Buna karşın, Antisemitizm Nazi Almanyası Dönemi'ndeki gibi büyük kitlesel eylemlere dönüşecek güce ulaşamamıştır (Canşen, 1997: 85).

Antisemitizm, Alman Yazar Wilhelm Marr tarafından 19. yüzyılda ortaya atılmıştır. Marr, Yahudilerin Alman toplumuna zarar verdiğini ileri sürerek, Yahudilerin yegane amacının dünyayı ele geçirmek olduğunu iddia etmiştir (Caplan, 2017: 30). Antisemitizmde Yahudilere karşı nefret ön plana çıkabilmektedir (Arlow, 1992: 1122). Aslında Antisemitizm'in temelinde yalnızca Yahudiler yoktur. Antisemitizm, tüm Sami halkını kapsayan bir kavramdır. Yani, Antisemitizm, Araplar, İbraniler, Aramiler, Süryaniler gibi pek çok farklı halkı ifade etmektedir. Nitekim Nazizm ideolojisine göre dünya tarihi "Aryan ırkı" ve "Sami ırkı" arasındaki bir çatışma olarak yorumlanmaktadır (Yavuzoğlu, 2003: 109). Naziler, Alman toplumunu "ari ırk" olarak nitelendirmiştir. Buna karşın Naziler, Antisemitizm'i Yahudiler üzerine kurgulamış ve Alman toplumunda Yahudilere karşı nefret söyleminin gelişmesi için çalışmışlardır.

Birinci Dünya Savaşı'nda Antisemitizm etkisini arttırmaya başlamıştır. Nitekim Almanya, 1918'de patlak veren isyan neticesinde, savaştan ayrılmak zorunda kalmış, ardından imzalanan Versay Antlaşması ile birlikte Almanya, İtilaf Devletleri'ne karşı ağır yükümlülükler içine girmiştir. Bu süreçte Alman halkının bir kısmı Almanya'nın savaşı kaybetmediğini, aksine ihanete uğrayarak Yahudiler tarafından arkadan bıçaklandıklarını (Die Dolchstoßlegende) iddia etmişlerdir. Zaman içerisinde, Almanya'nın yenilgisinden Yahudiler sorumlu tutulmuş ve Yahudilere yönelik nefret söylemi gün geçtikçe artmıştır (Voigtländer ve Voth, 2012: 1351). Bu süreçte Almanya'da Adolf Hitler önderliğindeki NSDAP, antisemitist söylemleri ile Alman siyasi arenasında ön plana çıkmıştır. Antisemitizm temelli Nazizm ideolojisi de Almanya'da geniş kitlelerce benimsenmeye başlamıştır.

Nazizm, Alman ırkının üstünlüğüne inanmaktaydı. İdeolojiye göre Almanlar "ari" bir ırka mensuptu. Buna karşın Yahudiler ari ırkın özelliklerini taşıyorlardı. Nitekim Hitler, Kavgam (Mein Kampf) kitabında Yahudilerin ari ırk olmadığını söylemektedir (2004: 260). Nazizm'e göre ari ırkın gücünü sürdürebilmesi için ırkın hijyenine ihtiyaç vardı. Bu amaçla ari ırkın kirlenmesine yol açan Yahudilerin, Alman toplumunda izole edilmesi isteniyordu (Aşma, 2017: 321). Diğer yandan Naziler, Yahudileri her türlü kötülüğün kaynağı olarak addetmekteydi (Langer, 2005: 243). Nazilere göre Yahudiler yalnızca kendilerini düşünmekteydi. Nitekim, Nazizm ideolojisinde Yahudiler başarısız bile olsa sırf Yahudi olduğu için kendi dininden olanı desteklemekte ve onu ön plana çıkarmaktaydı (Çebi, 2016: 149). Bu süreçte Naziler, Yahudilerin sosyal, siyasi ve ekonomik olarak tüm Almanya'yı tahakkümü altına aldığını iddia etmekteydi.

¹ Naziler tarafından özellikle Kuzey Avrupa halkları üzerine odaklanan bir kavramdır.

Nazizm Yahudileri değersiz addetmekle kalmıyor, Yahudilerin gerek Almanya gerekse tüm dünyaya tehlikeden başka bir şey getirmediğini savunuyordu. Nazizm'e göre Yahudiler, buldukları ülkeye sıkıntı veren, ekonomik olarak darlık ve yokluk getiren bir toplumdur (Çelen, 2015: 33). Hitler, Yahudilerin uluslararası siyasette etkin olduğuna inanmaktaydı. Nitekim Yahudilerin ülkeleri birbirine düşürdüğüne ve savaş çıkardığına inanmaktaydı (Hitler, 2005: 58). Bu süreçte Naziler ideolojilerinin gerektirdiği şekilde hareket ederek, Yahudi toplumuna karşı savaş açtı. Yahudilerden alış veriş yapılmadı, evlerine ve dükkanlarına zarar verildi.

Naziler, 30 Ocak 1933 yılında iktidara gelir gelmez, Almanya'da antisemitist hareketlerini resmi olarak yürütme şansı buldu. 1935 yılında Nürnberg Yasaları adında antisemitist kanunlar çıkarıldı. Yasaya göre Yahudilerin ari ırk olarak kabul edilen Almanlar ile evlenmesi yasaklandı. Yahudilerin, doktorluk, askerlik gibi pek çok mesleği yapması yasaklandı. Naziler, Nürnberg Yasaları ile Yahudileri alt sınıf ilan ederek pek çok haklarını elinden aldı (Kershaw, 2007: 579). İkinci Dünya Savaşı'nda Yahudilere karşı nefret artarak devam etti. Hatta Naziler savaş esnasında işgal ettikleri ülkelerde de antisemitist hareketlerini sürdürdü (Mazower, 2014: 553). Savaş döneminde Yahudiler, getto adı verilen ve Naziler tarafından sıkı denetime tabi tutulan mahallelere yerleştirildiler. Naziler ilerleyen süreçte toplama kampları kurarak, Yahudileri burada çalıştırmaya başladı (Dalerue, 2013: 162). 1945 yılında savaşın bitimine doğru toplama kamplarını ele geçiren Müttefik Devletler, kamplardaki insanlık dışı muameleleri kayda geçerek, Nazi Almanyası'ndaki Antisemitizm'in vardığı korkunç boyutu tüm dünyanın gözleri önüne serdi.

2. ANTİSEMİTİST NAZİ PROPAGANDASI

Propaganda, kamuoyunu belirli bir ideoloji veya fikir yönünde etkilemeyi ve bu fikirler doğrultusunda kitlelerin hareket etmesini amaçlayan ikna odaklı bir iletişim yöntemidir (Çankaya, 2008: 38). Propaganda, ortaya atılan fikirlerin toplum tarafından kabul görmesini ister. Bunun için kitle iletişim araçlarını seferber ederek insanları istediği yönde ikna etmek için uğraşır. Nitekim Naziler propaganda yardımıyla Alman toplumunun zihninde bazı algıların inşasını sağlamıştır (Domenach, 2003: 95). Bu algıların en başında da Antisemitizm gelmektedir. Nitekim Naziler, Yahudi nefretini kullanarak Alman toplumunu bir araya getirebileceğine inanmaktaydı.

Naziler iktidara geldikten sonra antisemitik propagandalarını daha da yoğunlaştırdı (McDonough, 2016: 197). Hitler, Almanya'da propagandanın etkisini arttırabilmek ve tüm medya organlarını bir çatı altında toplayabilmek için Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nı (Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda) kurdu. Bakanlığın başına da NSDAP'nin önemli isimlerinden biri olan Dr. Joseph Goebbels getirildi (Kuruoğlu, 2006: 21). Goebbels, propagandanın tek elden yürütülmesi gerektiğine inanmaktaydı (Yücel, 2017: 158). Bu açıdan Almanya'daki tüm yayınları, kitle iletişim araçlarını ve basını denetimi altına aldı. Bakanlığın Almanya'da propagandanın merkezi haline getirdi.

Tüm muhalif yayınları ortadan kaldırdı. Böylece, Nazilerin dikte ettiği düşünceler haricinde Almanya'da hiç bir fikrin yaşamasına izin verilmedi.

Goebbels, propaganda yoluyla Hitler'i yüceltmek için çalışmaktaydı. Hitler propaganda ile tabulaştırılmakta ve her dediği haklı olarak lanse edilmekteydi (Langer, 2004: 43). Bundaki temel amaç Almanların Hitler'in her dediğine inanmalarını sağlamaktı. Böylece Hitler'in antisemitist söylemleri de Alman toplumu tarafından doğru kabul edilebilecek ve Yahudilere karşı alınan sert kararlarda ülkede muhalefet gerçekleştirilemeyecekti.

Antisemitizm, Nazi okullarına kadar girdi (Wegner, 2014: 2). Hitler Gençliği'nde (Hitlerjugend, NSDAP'ye bağlı Nazi gençlik örgütü) bulunan Alman gençleri de antisemitist propagandanın gölgesinde eğitim görmekteydi. Diğer yandan 1933-1945 yılları arasında Alman gençler de, okullarda antisemitist ideolojiye maruz kalmıştır. Gençler, antisemitist olarak yetiştirilmekte, Yahudilere karşı büyük bir nefret beslemeleri için çalışılmaktaydı (Voigtländer ve Voth, 2015: 7931). Nitekim Antisemitizm Yahudilere karşı ön yargıların meydana gelmesine yol açabilmektedir (Marin, 1979: 545). Naziler, Yahudilere karşı sert söylemlere yönelebilmekteydi (Friedman ve Koch, 1989: 26).

Nazi propagandası, Yahudilere yapılan sert muameleleri haklı çıkarmak için Yahudilerin Alman toplumunu yok edeceğini iddia etmekteydi. Bu açıdan Naziler hızlı hareket ederek Yahudi tehlikesini bir an evvel ortan kaldırması için Alman toplumundan destek görmeliydi. Bu amaçla Nazi retorik uzmanları halk toplantılarında başarılı bir şekilde kullanılarak halkın ikna edilmesi için çalışıldı (Bytwerk, 2005: 37). Diğer yandan NSDAP'nin parti gazetesi *Völkischer Beobachter*'da antisemitist söylemlere yer verilerek kitlelerin etkilenmesi amaçlanmıştı (Herf, 2005: 58). Yapılan telkinlerde Alman halkının Yahudilere karşı merhamet duymaması, onlara yardım etmemesi ve Yahudilere karşı alınan kararlara karşı gelmemesi istenmekteydi.

Naziler, İkinci Dünya Savaşı'nın Yahudiler ile mücadele savaşı olduğuna dair yoğun bir propaganda faaliyeti yürütmekteydi (Kershaw, 2009: 362). Nazi propagandası Yahudileri savaşın yegane sorumlusu olarak göstermekte, İngiltere, ABD ve Sovyetler Birliği'ni Almanlara karşı kışkırtanların Yahudiler olduğu yönünde propaganda faaliyetleri yürütmekteydi. Nitekim bu süreçte Yahudiler Alman toplumundan tamamen izole edilerek, toplama kamplarına gönderildiler.

Goebbels, Komünizm'in Yahudiler tarafından ortaya atılan bir ideoloji olduğunu, Sovyetler Birliği'nin de neredeyse tamamen Yahudiler tarafından kurulduğuna inanmaktaydı (2016: 67). Nazilerin komünizme olan nefreti Nazi propagandası ile Yahudilere doğru kaydırılmak isteniyordu. Nitekim, Almanya ve Sovyetler Birliği arasında savaş patlak verdiğinde, Yahudiler, Almanya'nın Sovyetler ile savaşından sorumlu tutuldu (Öymen, 2014: 193). Nazi propagandası, Yahudilerin Sovyetler ile iş birliği yaptığını, Alman halkına ihanet ettiğini vurgulamaktaydı.

Naziler döneminde sinemaya propaganda amaçlı büyük önem verilmiştir (Keskin Yılmaz, 2007: 64). Nitekim, Nazilerin antisemitist propagandalarında sinema filmlerinin

büyük rol oynadığı görülmüştür. Bu dönemde pek çok antisemitist film ve belgesel çekilmiştir. Örneğin, Naziler tarafından çekilen Jud Süß (1940) bunlardan biridir (Akarcalı, 2003: 105). Film, tüm zamanların en antisemitist filmlerinden biri olarak kabul görmüştür. Filmde Nazilerin ırk söylemleri ön plana çıkarılmaktadır (Hansen, 2009: 80). Çekilen filmlerde Yahudiler ağır bir şekilde eleştirilmiş, Yahudilere karşı Almanların nefreti kazanılmaya çalışılmıştır (Rentschler, 1996: 153). Filmler özellikle, Goebbels tarafından teşvik edilmişti. Nitekim, Goebbels, sinemanın ideolojik söylemlerin yayılmasındaki etkisinin bilincindeydi.

Naziler işgal ettikleri ülkelerde de yoğun bir antisemitist propaganda faaliyetine girişmiş, kimi zaman siyasi kimi zamanda dini argümanları ön plana çıkararak, Antisemitizm'i güçlendirmeye çalışmıştır. Bu suretle Nazi propagandası Antisemitizm olgusundan yararlanarak, işgal altındaki insanların kendileri ile iş birliğine girmesini istemiştir.

3. YÖNTEM

3.1. Çalışmanın Amacı

Nazi Almanyası tarafından kullanılan propaganda görsellerinde antisemitist mitlerin nasıl inşa edildiğinin açıklanması çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Böylece kitlelerin tutumları üzerinde etki etmede propaganda amaçlı mitlerin nasıl inşa edildiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

3.2. Çalışmanın Önemi

Çalışma,

- Alanında özgün olması ve gelecek çalışmalar için öncü olması,
- Nazi Almanyası Dönemi'ndeki Antisemitizm'e ışık tutması,
- Propaganda görsellerinin antisemitist mitlerin inşasında nasıl ve ne yönde kullanıldığını ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

3.3. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Nazi Almanyası Dönemi'nde (1933-1945) basılan propaganda görselleri içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen dört propaganda görseli, Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın mit olgusu ışığında analiz edilmiştir.

Göstergebilim, herhangi bir anlatının, metnin, görselin, filmin vd. göstergeler yoluyla ortaya koymaya çalıştığı anlamı inceler (Sığırcı, 2016: 11). Yani, gösterge dizelerinde oluşturulan anlamı ortaya koymaya çalışır (Guiraud, 2016: 17). 20. yüzyılda göstergebilim, Charles Sanders Peirce ve Ferdinand de Saussure'ün çalışmaları ile bilim olarak ön plana çıkmaya başladı. Buna karşın göstergebilimin yaygınlık kazanmasında Fransız dilbilimci Roland Barthes büyük rol oynamıştır. Barthes, göstergebilimin daha basit ve anlaşılır bir

hal almasını sağlamanın yanında, kullanım alanlarının da genişlemesini sağlamıştır. Barthes, göstergebilimin düzanlam ve yananlam temelinde oluştuğunu söylemektedir (Barthes, 2016a: 84). Düzanlam, insanların ortak bir paydada buluşarak göstergelere yükledikleri anlamları içerirken; yananlam kişiler arasında farklılık gösterebilen, kültüre özgü olan anlamı içermektedir (Kalkan Kocabay, 2008: 34-35). Diğer bir deyişle, yananlam öznel ifadelerin bütünüdür (Rifat, 2013: 233). Yananlam çok geniş bir anlam yapısını içerir (Barthes, 2017: 35). Gösterge dizgesinde görülen anlam ile verilmek istenen anlam farklıdır (Barthes, 2014: 184). Barthes, göstergelerin, verilmek istenen mesaj doğrultusunda kodlandığını söyler (2015a: 57). Mesajlar kodlanarak izleyiciye/okuyucuya sunulur (Barthes, 2016b: 44). Nitekim, Barthes' a göre anlamlandırmada etkin konumda olan okur/izleyicidir (Tekinalp ve Uzun, 2013: 122). Okuyucu/izleyici metinde veya görselde verilmek istenen mesajı çözümler (Barthes, 2015b: 94).

Barthes, göstergeler yoluyla kodlanan mesajlarda mitlerin önemi üzerinde durur. Barthes'a göre mit oluşturduğu anlamların doğalmış gibi sunulmasını sağlar (Fiske, 2017: 243). Mit kendini doğanın bir parçasıymış gibi gösterir. Tarihsel kökenlerini açıklamaz. Böylece evrensel bir özellik kazanır (Geray, 2014: 167). Mitin doğru bir şekilde ortaya konulabilmesi için miti oluşturan yapıların hepsinin bir bütün olarak incelenmesi gerekir (Strauss, 2018: 64).

Barthes'a göre mitin doğru bir şekilde okunabilmesi için, mitin ortaya çıktığı kültürün ve bağlamın iyi analiz edilmesi gerekir. Çalışma kapsamında Barthes'ın düzanlam ve yananlam boyutunda Naziler tarafından inşa edilen antisemitist propaganda mitlerinin açıklanması amaçlanmıştır. Göstergelerin analizi yapılırken, bulunduğu dönem hakkında da ana hatları ile bilgi verilmiştir.

3.4. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Nazi Almanyası döneminde basılan antisemitist tüm görseller çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın tüm görsellere ulaşmanın mümkün olmadığı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Çalışma kapsamında Nazi Almanyası Dönemi'nde (1933-1945) basılan propaganda görselleri içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen dört propaganda görseli (Savaş Suçlusu, İşbirlikçi, Komünizm, Yahudi Irkı) çalışmanın örneklemi olarak belirlenmiştir. Naziler tarafından kullanılan görsellerin Antisemitizm inşasında dört ana başlık altında toplandığı görülmüştür. Nitekim incelenen tüm görsellerin benzer özellikler taşıması, çalışmanın yalnızca dört görsel ile sınırlandırılmasına yol açmıştır.

3.5. Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorular meydana getirilmiştir;

Nazi Almanyası Dönemi'nde Antisemitizm inşasında;

- hangi unsurlar ön plana çıkarılmıştır?

- hangi mit/mitler inşa edilmiştir?
- hangi metonimlere yer verilmiştir?
- hangi metaforlar kullanılmıştır?

3.6. Çalışmanın Sınırlılıkları

Nazi Almanyası Dönemi'ndeki Antisemitizm inşasının yalnızca Naziler tarafından kullanılan görseller üzerinden incelenmesi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmanın yalnızca dört görsel örnekleme üzerinden yürütülmesi de çalışmanın bir diğer önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

3.7. Nazi Almanyası'nda Kullanılan Antisemitist Görsellerin Göstergibilimsel Analiz Yöntemine Göre İncelenmesi

Çalışmanın bu bölümünde Nazi Almanyası Dönemi'nde (1933-1945) basılan propaganda görselleri içerisinde amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen 4 propaganda görseli (Savaş Suçlusunu, İşbirlikçi, Komünizm, Yahudi Irkı) Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın mit olgusu ışığında analiz edilmiştir.

3.7.1. "Savaş Suçlusunu" Konulu Propaganda Görseli

Nazilerin iktidarı ile ülkede antisemitist politikalar etkili olmaya başlamıştı (Mieder, 1982: 435). Bu süreçte Antisemitizm Almanya'da daha etkili bir şekilde hissedilmeye başlanmıştı. "Savaş Suçlusunu" konulu propaganda görseli Barthes'ın yananlam boyutunda ele alındığında, posterde sunum kodları içerisinde sol üst yakasında sarı renkte "Jude/Yahudi" yazan bir adamın yer aldığı görülmektedir. Görselin sağ üstünde yer alan el, işaret parmağı ile adamı vurgulamaktadır. Görselin üzerinde Almanca "Der ist schuld am Kriege!/Savaşta ki suçlu!" yazısı görülmektedir.



Şekil 1: "Savaş Suçlusunu" Konulu Propaganda Görseli

Kaynak: Ushmm Propaganda, 2018.

Barthes'ın göstergebilim anlayışına göre, göstergeler yoluyla kodlanan mesaj dizgesinin, okuyucu/izleyici tarafından doğru bir şekilde açıklanabilmesi için, mesajı oluşturan kültürün ve bağlamın çok iyi bilinmesi gerekmektedir. Nitekim, propaganda görselinde yer alan göstergeler, Nazi Almanyası dönemindeki Antisemitizm'e vâkıf olunmadan çözümlenemeyecektir. Barthes'ın yananlam boyutunda görselde yer alan kişinin göğsünün sol üstüne yerleştirilmiş olan altıgen şeklindeki yıldız, kişinin Yahudi olduğunu gösteren bir metomini olarak konumlandırılmıştır. Görselin sağ üstünde işaret parmağını gösteren el, NSDAP'yi (Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi) temsil etmektedir. Görselde yer alan "Savaşta Suçlu" anlam örgüsü doğru bir şekilde açıklandığında, Yahudilerin 2. Dünya Savaşı'nın çıkmasına neden olduğu mitinin inşa edilmeye çalışıldığı gözlemlenmektedir. Yahudiler görselde "savaş suçlusunu" metaforu olarak kullanılmıştır. Böylece Almanların 2. Dünya Savaşı'nda çektiği tüm sıkıntıların Yahudiler yüzünden yaşandığı vurgulanarak, Alman toplumunda Antisemitizm'in güçlenmesi sağlanmaktadır.

Tablo 1: "Savaş Suçlusunu" Konulu Propaganda Görseli

Düzanlam	Yananlam	İnşa Edilmek İstenen Antisemitist Mit	Yahudilerin Kullanıldığı Metafor	Yahudiler için kullanılan Metonimi
*İşaret parmağını gösteren bir el, *Bir adam, **"Savaşta Suçlu" yazısı	Yahudiler, 2. Dünya Savaşı'nı başlatmıştır. Mutlaka Almanlar tarafından cezalandırılmalıdır.	"2. Dünya Savaşı'nı başlatan Yahudilerdir"	"Savaş Suçlusunu"	Üzerinde Yahudi yazan altıgen yıldız metonimi olarak kullanılmıştır. Diğer yandan "Savaşta Suçlu" yazısı görseldeki kişinin Yahudi olduğunu ifade etmektedir.

3.7.2. "İşbirlikçi" Konulu Propaganda Görseli

Naziler, Yahudileri yalnızca Alman toplumu için değil dünya halkları için de bir tehdit olarak değerlendirmişti. Bu amaçla Yahudi karşıtı gruplar ile iş birliği içerisinde bulunmuştu (Herf, 2011: 359). Yahudileri ise Müttefik Devletleri ile iş birliği içerisinde olduğu savunulmuştu. "İşbirlikçi" konulu propaganda görselinde, düzanlam boyutunda İngiliz, ABD, ve Sovyetler Birliği bayrakları arkasında bir adam görülmektedir. Görselin üzerinde Almanca "Hinter den Feindmächten der Jude/ Düşman güçlerinin arkasındaki Yahudi" yazısı yer almaktadır. Özellikle sarı puntolarda "Yahudi" kelimesinin vurgulu olduğu görülmektedir.



Şekil 2: "İşbirlikçi" Konulu Propaganda Görseli

Kaynak: Ushmm Information, 2018.

Tablo 2: "İşbirlikçi" Konulu Propaganda Görseli

Düzanlam	Yananlam	İnşa Edilmek İstenen Antisemitist Mit	Yahudilerin Kullanıldığı Metafor	Yahudiler için kullanılan Metonimi
*İngiliz, ABD ve Sovyetler Birliği bayrakları, *Bir adam **"Düşman güçlerinin arkasındaki Yahudi" yazısı	Yahudiler, Almanya'ya ihanet ederek Müttefikler ile işbirliği içine girmiştir. Mutlaka cezalandırılmalıdırlar.	"Yahudiler, Müttefik Devletler ile işbirliği yapmaktadır", "Müttefik Devletler'in arkasındaki güç Yahudilerdir"	"Vatan haini", "İşbirlikçi"	Altıgen yıldız Yahudileri temsil eden metonimi olarak kullanılmıştır. Diğer yandan "Düşman güçlerinin arkasındaki Yahudi" yazısı görseldeki kişinin Yahudi olduğunu ifade etmektedir.

2. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası, ABD, İngiltere ve Sovyetler Birliği ile savaş halindeydi. Nazilerin savaş dönemindeki genel kanısı, Yahudilerin Müttefik Devletler ile işbirliği içinde olduğuydu. Bu yüzden, Naziler tarafından Almanya'ya karşı Müttefik saldırılarının (özellikle hava saldırılarının) Yahudiler tarafından düzenlendiğine yönelik yaygın bir görüş hakimdi. Görselde, bu görüş Nazi propagandası tarafından etkin bir şekilde sunulmaya çalışılmıştır.

Propaganda görselinde yer alan bayraklar, ABD, İngiltere ve Sovyetler Birliği'ni, görselde yer alan adamın hemen sol tarafında bulunan altıgen yıldız figürü de Yahudileri temsil eden bir metonimi olarak sunulmuştur. Yananlam boyutunda adamın bayrakların altında yer alması; Yahudilerin Müttefikler'in arkasında oldukları ve onlarla işbirliğine girdikleri mesajını vermektedir. Nitekim görselde yer alan yanamları kuvvetlendirmek için görselin hemen altında "Düşman kuvvetlerin arkasındaki Yahudi" yazısı yer almıştır. Diğer yandan sunum kodları içerisinde adamın yüzünde beliren nefret, Yahudilerin görselde "işbirlikçi" ve "vatan haini" metaforu içerisinde gösterilmesine neden olmaktadır. Görselde, Yahudilerin Müttefikler

ile işbirliğine giren hainler olduğu miti, Alman toplumunda inşa edilmeye çalışılan bir Nazi propagandası olduğu görselin genelinde verilen anlam örgüleri içerisinde okunabilmektedir.

3.7.3. "Komünizm" Konulu Propaganda Görseli

"Komünizm" konulu propaganda görselinde düzenlam boyutunda bir elinde altın paralar, diğer elinde kırbaç tutan bir adam bulunmaktadır. Diğer yandan adamın sol kolunun altında, üstünde orak ve çekiç ambleminin bulunduğu Almanya haritasının (Drittes Reich Dönemi sınırları ile) olduğu göze çarpmaktadır. Görselin altında Almanca "Der ewige Jude/ Ölümsüz Yahudi" yazısı bulunmaktadır.



Şekil 3: "Komünizm" Konulu Propaganda Görseli

Kaynak: Facing History, 2018.

Hitler, 22 Haziran 1941'de Sovyetler Birliği'ne saldırdığında, Nazi Almanyası'nda Komünizm ideolojisine yönelik var olan nefret daha da gün yüzüne çıkarıldı. Bu süreçte Naziler, Almanya'da Antikomünizm'e yönelik söylemleri, antisemitizm ile bir arada kullanmaya başladı. Naziler tarafından Komünizm'in Yahudilerce dünyanın başına bela edilen ideolojik bir tiran olduğuna yönelik propaganda yürütüldü. Naziler yaptıkları propagandalarda Komünizm'in Yahudilerin çıkarlarına hizmet ettiğini, Alman toplumunu da sömürdüğünü iddia etmekteydi.

Görselde konumlandırılan adamın elinde yer alan tüm göstergelerin, inşa edilen propaganda da ayrı bir anlam içerdiği görülmektedir. Adamın sol kolunun altında konumlandırılan Alman haritası ve üzerinde Komünizmin metonimi olarak gösterilen orak ve çekiç amblemi, Almanya'nın Yahudiler tarafından Komünizm'in tahakkümü altına sokulmaya çalışıldığını ifade etmektedir. Adamın elinde yer alan altın paralar, yananlam boyutunda Yahudilerin paraya önem verdiğini ve Almanya'yı para karşılığında komünistlere sattığını göstermektedir. Adamın diğer elinde bulunan kırbaç ile görseldeki yananlam boyutunda; Almanya'nın Yahudilerin tahakkümü altına sokulmaya çalışıldığını, Yahudilerin yönetimi altında olan Almanların da baskı ve şiddet içerisinde yönetileceğini anlatılmak istenmiştir.

Görselde yazan "Ölümsüz Yahudi" yazısı ile, Yahudilerin her dönem Almanya için bir tehlikeye neden oldukları vurgulanmaya çalışılmıştır. Görselde Yahudiler, "kötülük" ve "tehlike" metaforları olarak temsil edilmiştir. Görselde, Yahudilerin -Naziler için tehlike olarak kabul edilen- Komünizm'i Almanya'da etkin kılmak için uğraştığı şeklinde mitin inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Tablo 3: "Komünizm" Konulu Propaganda Görseli

Düzanlam	Yananlam	İnşa Edilmek İstenen Antisemitist Mit	Yahudilerin Kullanıldığı Metafor	Yahudiler için kullanılan Metonimi
*Elinde kırbaç, harita ve para tutan bir adam **"Ölümsüz Yahudi" yazısı	Yahudiler, daha çok para kazanmak için Komünizm'i Almanya'ya getirmeye çalışmaktadır. Komünizm'in Almanya'ya gelmesi ile Almanlar Yahudilerin tahakkümü altına girecektir.	"Komünizmi Yahudiler oluşturmuştur", "Yahudilik, Komünizm ile Almanya'yı tahakküm altına alacaktır", "Yahudiler için hayatın tüm anlamı paradır"	"Kötülük", "Tehlikeli"	Sunum kodlarında kullanılan sakal ve kıyafetler Yahudiliği temsil eden metonimlerdir. Diğer yandan "Ölümsüz Yahudi" yazısı görseldeki kişinin Yahudi olduğunu ifade etmektedir.

3.7.4. "Yahudi Irkı" Konulu Propaganda Görseli

"Yahudi Irkı" konulu propaganda görseli düzenlem boyutunda ele alındığında görselde, farklı yaş gruplarında 10 erkek ve 1 kadın fotoğrafının olduğu görülmektedir. Sunum kodları içerisinde görselin merkezine Almanca "Wenn Juden lachen/Yahudiler gülerken" yazısı yerleştirilmiştir.



Şekil 4: "Yahudi Irkı" Konulu Propaganda Görseli

Kaynak: Chdhu, 2018.

Naziler, Yahudilerin Alman ırkının saflığını bozduğuna inanmaktaydı. Nitekim iktidara geldiklerinde "ari ırk" olarak tanımladıkları Alman vatandaşlarının Yahudiler ile evlenmesini yasaklamış, "ırkın hijyenini korumak" adı altında Yahudilere karşı sert önlemler almıştı. Yahudilerin "ari ırk" olmadığını, kendilerince ortaya atılan "alt insan (Untermensch)" olduklarını temellendirmeye yönelik propaganda faaliyetleri yürütülmekteydi.

Görseldeki sunum kodlarında yer alan kişilerin Yahudi olduğu, görselin hemen merkezinde konumlandırılan "Yahudiler gülerken" yazısından anlaşılmaktadır. Görselde yer alan kişilerin zayıf bir fiziğe sahip olmasına dikkat edilmiştir. Kişilerin güldükleri anların dikkatli bir şekilde fotoğraflandığı görülmektedir. Yananlam boyutunda sunum kodları içerisinde görselde kullanılan kişilerin Almanların iddia ettikleri "ari ırkın" özelliklerini taşınmadıklarına vurgu yapılmaktadır. Görselde Yahudileri ifade eden altıgen yıldız, yedi tane mumun olduğu şamdan vb. simge veya metonimiye yer verilmediği gözlemlenmiştir. Yahudilerin üstün ırk olmadıkları, görselde inşa edilmek istenen ana miti oluşturmaktadır. Nitekim Yahudiler görselin genelinde "alt insan" metaforu olarak sunulmaktadır. Yahudilerin gülmesi üzerinden Alman toplumunun ekonomik, siyasal ve toplumsal olarak içinde bulunduğu zor durumdan Yahudilerin sorumlu olduğu ve aynı zamanda bu durumdan da memnun oldukları posterde ön plana çıkarılmaya çalışılmaktadır. Nazi propagandası, Alman halkı zor durumda iken Yahudilerin refah içerisinde yaşadığı mesajını da kitlelere aktarmayı hedeflemektedir. Böylece Yahudilerin gülmesi üzerinden Alman toplumunda Yahudilere karşı nefret söylemi inşa edilmek istenmektedir.

Tablo 4: "Yahudi İrki" Konulu Propaganda Görseli

Düzanlam	Yananlam	İnşa Edilmek İstenen Antisemitist Mit	Yahudilerin Kullanıldığı Metafor	Yahudiler için kullanılan Metonimi
*10 erkek ve 1 kadın **"Yahudiler gülerken" yazısı	Yahudiler gülerken, onların ari ırk olmadığı görülmektedir. Yahudiler ari ırk değildir, Almanya'dan uzaklaştırılmalıdır.	"Yahudiler ari ırk değildir", "Yahudiler ari ırkın saflığını bozmaktadır"	"Alt insan"	Metonimi kullanılmamıştır. "Yahudiler gülerken" yazısı görseldeki kişilerin Yahudiler olduğunu ifade etmektedir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Almanya'da Antisemitizm'in Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra yükselişe geçtiği görülmüştür. Alman toplumunun önemli bir kısmı tarafından Yahudiler, Almanya'nın Birinci Dünya Savaşı'ndaki yenilgisinden sorumlu tutulmaktaydı. Onlara göre Almanlar savaşı kaybetmemiş, Yahudiler tarafından "arkadan bıçaklama (Die Dolchstoßlegende)" olarak adlandırdıkları ihanete uğramışlardı. Bu süreçte ortaya çıkan Naziler, Almanya'da oluşan Antisemitizm'i yaptıkları propaganda faaliyetleri ile daha da körükleyerek Alman kamuoyundan siyasi arenada önemli bir destek kazanmayı başarmışlardı.

Çalışma kapsamında Nazi Almanyası'nda propaganda amaçlı kullanılan görsellerde Antisemitist mitlerin nasıl ve ne yönde inşa edilmeye çalışıldığı ortaya konulmaya çalışıl-

mıştır. Bu amaçla Nazi Almanyası Dönemi'nde (1933-1945) basılan propaganda görselleri içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen 4 propaganda görseli (Savaş Suçlusu, İşbirlikçi, Komünizm, Yahudi Irkı) Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın mit olgusu ışığından analiz edilmiştir. Görsellerdeki Antisemitizm inşasında, Müttefik Devletler'e ve Komünizm ideolojisine yönelik artan nefret ön plana çıkarılarak, Alman toplumunda beliren antisemitist duyguların daha da güçlenmesine çalışılmıştır.

Görsellerde, Yahudiler genel olarak altıgen yıldız metonimi ile temsil edilmektedir. Ayrıca görsellerin tümünde görseldeki kişilerin Yahudi olduğunu belirten yazılara yer verilmiştir. Yahudilerin görsellerde, "vatan haini", "alt insan", "işbirlikçi", "savaş suçlusu" ve "tehlike" gibi olumsuz metaforlar olarak sunulduğu gözlemlenmiştir. Elde edilen bulgular ışığında görsellerde Almanya'da Antisemitizm'in oluşmasında dört temel mitin inşa edildiği ortaya çıkarılmıştır. Bunlar;

Yahudiler, Müttefik Devletler ile işbirliği yapmaktadır. Görsellerde Naziler, Yahudilerin vatanlarına ihanet ederek, Müttefikler ile iş birliği yaptığını iddia etmiştir.

2. *Dünya Savaşı'nı başlatan Yahudilerdir.* Yine görsellerde, sözde Yahudilerin kendi istek ve hırsları yüzünden Almanya'yı dünya savaşına soktukları, yaşanan tüm acılardan Yahudilerin sorumlu olduğunu ileri sürmüştür.

Yahudilik, Komünizm ile Almanya'yı tahakküm altına alacaktır. Almanya'yı sözde sömürü düzeni altına sokacağına inandıkları Komünizm'in Yahudiler tarafından oluşturulan bir ideoloji olduğu vurgulanmıştır.

Yahudiler ari ırkın saflığını bozmaktadır. Nazilerin Almanya'da hakim kılmak istedikleri ari ırkın önündeki en büyük engel olarak Yahudiler gösterilmektedir. Nitekim, Yahudiler propaganda görsellerinde alt insan olarak sunulmuştur.

Görsellerdeki nefret söylemlerinin merkezinde Yahudilerin olduğu görülmektedir. Naziler Almanya'da patlak veren her türlü olumsuz durum ile ilgili olarak Yahudileri sorumlu tutmuştur. Böylece Almanya'da Antisemitizm'in daha da güçlenmesini sağlamışlardır.

Bu çalışmada Nazi Almanyası Dönemi'nde kullanılan propaganda görselleri üzerinden Alman toplumunda antisemitist mitlerin nasıl ve ne yönde inşa edildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma, alanda özgün olması bakımından önem taşımaktadır. Buna karşın çalışmanın yalnızca propaganda görselleri üzerinden yapılması çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Gelecek çalışmaların, Antisemitizm'in Alman toplumunda inşasında sinema, radyo, gazete, dergi gibi farklı iletişim araçlarının rolünü ele almasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akarcalı, S. (2003). *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*, Ankara: İmaj Yayınevi.
- Arlow, J. A. (1992). Aggression und Vorurteil: Psychoanalytische Betrachtungen zur Ritualmordbeschuldigung gegen die Juden, *Psyche*, 46(12), 1122-1132.
- Aşma, C. (2017). *Adolf Hitler*, İstanbul: Erasmus Yayınları.
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş söylenler*, Çev., Tahsin Yücel, 4. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları.
- ____ (2015a). *Bir Deneme Bir Ders: Eiffel Kulesi ve Açılış Ders*, Çev., Mehmet Rifat, Sema Rifat. 2. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ____ (2015b). *Yazı ve Yorum*, Çev., Tahsin Yücel. 4. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.
- ____ (2016a). *Göstergebilimsel Serüven*, Çev., Mehmet Rifat-Sema Rifat, 8. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ____ (2016b). *S/Z*, Çev., Sündüz Öztürk Kasar. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- ____ (2017). *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*, Çev., Ayşenaz Koş-Ömer Albayrak, 2. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bytwerk, R. L. (2005). The Argument for Genocide in Nazi Propaganda, *Quarterly Journal of Speech*, 91(1), 37-62.
- Çakı, C. (2018a). Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi, *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 24-38.
- ____ (2018b). Nazi Almanyası Döneminde Basılan Posta Pullarının Propaganda Amaçlı Kullanımı, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1568- 1595.
- ____ (2018c). İkinci Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Savaşlarında Çizgi Filmin Rolü: Nazi Almanyası ve Amerika Birleşik Devletleri Üzerine İnceleme, *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi*, 1(2), 51-63.
- Çakı, C., & Gazi, M. A. (2018a). Nazi Propagandasında Mizah Çekiciliğinin Kullanımı: "Lustige Blätter" Mizah Dergisi Üzerine İnceleme, *Atatürk İletişim Dergisi*, (16), 73-98.
- ____ (2018b). Nazi Almanyası'nda Basılan Propaganda Karikatürlerinde Siyahilerin Sunumu, *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 4(2), 23-48.
- ____ (2018c) Todt Teşkilatı'nın İtalya'da Yürüttüğü Propaganda Faaliyetlerine Genel Bakış, *International Journal of Labour Life and Social Policy*, 1(2), 37-47.
- Çakı, C., & Gülada, M. O. (2018). Nazizm İdeolojisinde Alman Kadınları: "NS-Frauen-Warte" Propaganda Dergisi Üzerine İnceleme, *Medeniyet ve Toplum Dergisi*, 2(2), 89-105.
- ____ (2018). Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 53-80.
- Çakı, C., Gülada, M. O., & Çakı, G. (2019). Balkanlarda Bir Nazi Ordusu: Nazi Propaganda Afişlerinde Hançer Tümeni, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 55-77.
- Canşen, E. (1997). *Hitler'den Torunlarına*, Almanya'da Eski ve Yeni Sağ, İstanbul: Göçebe Yayınları.
- Evans, R. J. (2017). *Nazi İdeolojisinin Ortaya Çıkışı*, Ed. Jane Caplan, *Hitler Almanyası 1933-1945*. İstanbul: İnkılap Yayınları.

- Chdhu, (2018). Nazi Antisemitist Poster, <http://chdhu.org/collections/> (25.04.2018).
- Çankaya, E. (2008). *İktidar Bu Kapağın Altındadır: Gösteri Demokrasisinde Siyasal Reklamcılık*, İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- Çebi, S. (2016). *Hitler*, Ankara: Armada Yayınları.
- Çelen, K. (2015). *Adolf Hitler kimdir?*, İstanbul: Kastaş Yayınevi.
- Dalerue, J. (2013). *Gestapo, Doğuşu, Yükselişi ve Çöküşü*, Çev., Muzaffer Sever, 2. Baskı, İstanbul: Asur Yayınları.
- Domenach, J. M., (2003). *Politika ve Propaganda*, Çev., Tahsin Yücel, 2. Basım, İstanbul: Varlık Yayınları.
- Facing History, (2018). Nazi Antisemitist Poster, <https://www.facinghistory.org/resource-library/image/eternal-jew> (25.04.2018).
- Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Çev., Süleyman İrvan, 5. Basım, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Friedman, R. M., & Koch, G. (1989). Juden-Ratten-Von der rassistischen Metonymie zur tierischen Metapher in Fritz Hipplers Film Der ewige Jude, *Frauen und Film*, (47), 24-35.
- Geray, H. (2014). *İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Goebbels, J. (2016). *Gerçek Yüzyüyle Komünizm ve Teori ve Pratikte Bolşevizm*, Çev., Zehra Köroğlu, İstanbul: Bilge Karınca Yayınları.
- Guiraud, P. (2016). *Göstergebilim*. Çev., Mehmet Yalçın, 3. Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.
- Hansen, J. (2009). The Art and science of reading faces: strategies of racist cinema in the third reich, *Shofar*, 28(1), 80-103.
- Herf, J. (2005). The “Jewish war”: Goebbels and the antisemitic campaigns of the Nazi propaganda ministry, *Holocaust and Genocide Studies*, 19(1), 51-80.
- Herf, J. (2011). Arabischsprachige nationalsozialistische Propaganda während des Zweiten Weltkriegs und des Holocaust, *Geschichte und Gesellschaft*, 37(3), 359-384.
- Hitler, A. (2004). *Kavgam*, 2. Baskı, İstanbul: Beda Yayıncılık.
- _____(2005). *Siyasi Vasiyetim*, Çev., A. Naci Demirci, İstanbul: Okumuş Adam Yayınları.
- Kessler, K. (2007). Physicians and the Nazi euthanasia program, *International Journal of Mental Health*, 36(1), 4-16.
- _____(2007). *Hitler, 1889-1936: Hubris*. Çev., Zarife Biliz, Birinci Cilt. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kershaw, I. (2009). *Hitler, 1936-1945: Nemesis*, Çev., Zarife Biliz, 2. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kalkan Kocabay, H. (2008). *Tiyatroda Göstergebilim*. 1. Basım, İstanbul: E Yayınları.
- Keskin Yılmaz, Y. (2007). *Propaganda Aracı Olarak Sinema: 1990 Sonrası Amerikan Filmlerinde Propagandanın Kullanımı Üzerine Bir Çalışma*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Kuruoğlu, H. (2006). *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Langer, C. W. (2004). *Hitler'in Psikopatolojisi*, Çev., Kemal Bek ve Zeki Çakılalan, İstanbul: Donkişot Yayınları.
- _____(2005). *Öteki Hitler*, Çev., Haluk Gurulkan, İstanbul: Birharf Yayınları.
- Macit, M. H. (2007). *Faşizm ve Nazizm*, Ankara: Savaş Yayınevi.
- Marin, B. (1979). Ein historisch neuartiger 'Antisemitismus ohne Antisemiten'? Beobachtungen und Thesen am Beispiel Österreichs nach 1945, *Geschichte und Gesellschaft*, 5(4), 545-569.
- Mazower, M. (2014). *Hitler İmparatorluğu, İşgal Avrupa'sından Nazi Yönetimi*, Çev., Yavuz Alogan, 2. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Mcdonough, F. (2016). *The Gestapo, the myth and reality of Hitler's secret police*, Great Britain: Coronet.
- Mieder, W. (1982). Proverbs in Nazi Germany: The promulgation of anti-Semitism and stereotypes through folklore, *The Journal of American Folklore*, 95(378), 435-464.
- Öymen, O. (2014). *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Rentschler, E. (1996). *The ministry of illusion: Nazi cinema and its afterlife*, Harvard University Press.
- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sığırcı, İ. (2016). *Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Strauss, C. L. (2018). *Mit ve Anlam*, Çev., Gökhan Yavuz Demir, 4. Baskı, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*, 4. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- Ushmm Information, (2018). Nazi Antisemitist Poster, <https://www.ushmm.org/information/press/press-kits/traveling-exhibitions/state-of-deception/behind-the-enemy-powers-the-jew> (25.04.2018).
- Ushmm Propaganda, (2018). Nazi Antisemitist Poster, <https://www.ushmm.org/propaganda/archive/poster-guilty-war/> (25.04.2018).
- Voigtländer, N., & Voth, H. J. (2012). Persecution perpetuated: The medieval origins of anti-semitic violence in Nazi Germany, *The Quarterly Journal of Economics*, 127(3), 1339-1392.
- _____(2015). Nazi indoctrination and anti-semitic beliefs in Germany, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(26), 7931-7936.
- Wegner, G. (2014). *Anti-semitism and schooling under the third reich*, The Great Britain: Routledge.
- Yavuzoğlu, A. (2003). *20. yy.'da Faşist Paranoya*, İstanbul: Sayfa Yayınları.
- Yücel, E. (2017). *Propaganda, Hitler'in Müftüsünden Nazi Türklere/Bir Diktatörün Otopsi*, İstanbul: Karakarga Yayınları.