

İRAN İSLAM DEVRİMİ'NDE DİNSEL SÖYLEMLERİN PROPAGANDA AMAÇLI KULLANILAN POSTERLERE YANSIMASI

Murat Başarır* - Mehmet Ozan Gülada**

ÖZET

İran İslam Devrimi, 1979 yılında İran'da Şah yönetiminin yıkılmasına ve Ayetullah Ruhullah Humeyni önderliğinde İran İslam Cumhuriyeti'nin kurulmasına yol açan süreci ifade etmektedir. Devrimle birlikte, İran'da İslam hukuku ve Şî mezhebi görüşlerini esas alan bir yönetim kurulmuş, Şah döneminde uygulanan Batı yanlısı politikaların hepsi ortadan kaldırılmıştır. Şah'ın devrilmesinden sonra ülkedeki kitle iletişim araçlarını ele geçiren Humeyni yönetimi, İran halkına yönelik dini söylemlerin ağırlıklı olduğu yoğun bir propaganda faaliyetine yönelmiştir. Özellikle bu süreçte posterler yeni yönetim tarafından propaganda amaçlı etkin bir şekilde kullanmıştır. Bu çalışmada, Humeyni yönetimi tarafından dinsel söylemlerin İran İslam Devrimi'nde İran halkına yönelik propaganda amaçlı oluşturulan posterlerde nasıl ve ne yönde kullanıldığı incelenmiştir. Bu amaçla Chicago Üniversitesi tarafından belirlenen propaganda amaçlı posterler içerinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak seçilen 8 poster nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak ele alınmıştır. Çalışma kapsamında elde edilen bulgularda, propaganda amaçlı posterlerde yeni kurulan rejim tarafından kullanılan dini söylemlerin İran İslam Devrimi'nin kutsallaştırılarak, devrimin ve yeni rejimin meşrulaştırılmaya çalışıldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İran, Propaganda, İran İslam Devrimi, Din, Poster

* Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8714-539X>

** Öğr. Gör., Malatya Turgut Özal Üniversitesi Akçadağ Meslek Yüksekokulu, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8233-2321>

Makale Gönderim Tarihi: 04.10.2018- Makale Kabul Tarihi: 06.04.2019

THE REFLECTION OF RELIGIOUS DISCOURSES IN THE POSTERS USED FOR PURPOSE OF PROPAGANDA IN IRANIAN ISLAMIC REVOLUTION

ABSTRACT

The Iranian Islamic Revolution refers to the process leading to demolition of Shah administration in Iran and establishment of Islamic Republic of Iran under the leadership of Ayatollah Ruhullah Khomeini in 1979. With the revolution, a government based on Islamic law and Shiah views was established in Iran, and pro-Western policies applied in Shah era were all abolished. After the overthrow of Shah, the Khomeini administration, which seized the mass media in the country, turned to an intense propaganda activity, in which religious rhetoric for Iranian people was predominant. Especially in this process, the posters were effectively used by the new administration for propaganda purposes. In this study, it was examined how religious discourses were used by Khomeini's administration to Iranian people in Islamic Revolution in propaganda posters. For this purpose, 8 posters selected using the purposeful sampling method from propaganda posters determined by University of Chicago were analyzed using the semiotical analysis method in qualitative research methods. In the findings obtained within the scope of the study, it was seen that the religious discourses of newly established regime in propaganda posters tried to legitimize the revolution and the new regime by sanctifying Iranian Islamic Revolution.

Keywords: Iran, Propaganda, Iranian Islamic Revolution, Religion, Poster

GİRİŞ

Propaganda disiplininin tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Dini, siyasi, ekonomik, toplumsal pek çok konunun tarih boyunca propagandası yapılmıştır (Çakı 2018a: 40). Buna karşın en etkili kullanıldığı dönemler Birinci ve İkinci Dünya Savaşları olmuştur. Birinci Dünya Savaşı'nda propaganda genel olarak siyasi amaçlı yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Bu tarihten itibaren propaganda kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler ile birlikte tarafların birbirlerine karşı

kullandıkları etkili bir iletişim silahı haline gelmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nda Nazizm, Faşizm ve Komünizm ideolojilerinin birbirlerine karşı yürüttükleri üstünlük mücadelesinde propagandanın siyasal söylemlerdeki rolü daha da etkili bir şekilde devam etmiştir.

1979 yılında İran'da meydana gelen İslam Devrimi, propagandanın kelime anlamının dini bir içerik kazanmasına yol açmıştır. Devrimin lideri Ruhullah Humeyni, İran halkını İran Şahı Muhammed Rıza Pehlevi'ye karşı ayaklandırmak amacıyla dini söylemleri propaganda aracı olarak kullanmaya başlamıştır (Çakı 2018b: 13). Muhalifler, İran şahına karşı yürütülen devrime katılanları "İslam mücahidi", ölenleri ise "şehit" olarak adlandırmıştır. Devrimden sonra kurulan yeni yönetim dini söylemleri propaganda aracı olarak kullanmaya devam etmiştir (Çetin ve ark. 2018: 32). Bu çalışmada İran İslam Cumhuriyeti'nde dini söylemlerin propaganda aracı olarak nasıl ve ne yönde kullanıldığı Barthes'ın göstergebilimsel anlayışı ışığında ele alınmıştır.

Son yıllarda Barthes'ın göstergebilimsel analiz yönteminin propaganda posterlerinin analizinde sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar içerisinde; "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı döneminde kurulan İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nde dost ve düşman inşasında propaganda posterlerinin ne yönde kullanıldığı incelenmiştir (Çakı 2018c: 252). Elde edilen bulgularda, İtalyan propagandasının Müttefik Devletleri'ni yücelten propaganda mitlerini inşa ettiği sonucuna ulaşılmıştır. "Vichy Fransı'nda İşgal Propagandası" adlı çalışmada Nazi Almanyası'nın Fransa'yı 1940 yılında işgalinden sonra kurulan Vichy Fransı'nda işgal propagandası kavramı, inşa edilen propaganda mitleri üzerinden ele alınmıştır (Çakı ve Gülada 2018: 53). Çalışma sonucunda Fransız propaganda posterlerinde Müttefik Devletleri'ne yönelik nefret söylemi oluşturulmaya çalışıldığı ortaya çıkarılmıştır. "İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin İş Gücü Elde Etmek Amacıyla Yürüttüğü Propaganda

Faaliyetleri" adlı çalışmada İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nde propaganda amaçlı oluşturulan mitler ile İtalyan halkının Almanya'daki fabrikalarda nasıl çalıştırılmaya teşvik edildiği açıklanmaya çalışılmıştır (Karaca 2018: 119). Elde edilen bulgularda, İtalyan propagandasında Almanya'da çalışmanın İtalyan halkı için refah ve huzuru getireceğine yönelik propaganda mitleri inşa edildiği ortaya çıkarılmıştır.

Dini söylemlerin propaganda amaçlı kullanımını inceleyen alanda sınırlı çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Bunlar içerisinde Taşğın'ın (2009), "Safevî-Osmanlı Savaşı'ndan İtibaren Dinî Söylemin Siyasal Propaganda Aracı Olarak Kullanılması: Dede Kargın Örneği" adlı çalışması ön plana çıkmaktadır. Çalışmada, Osmanlı Devleti ve İran'daki Safevî Hanedanlığı arasında yaşanan siyasal çekişmelerde karşılıklı dini söylemlerin propaganda amaçlı nasıl kullanıldığı incelenmiştir. Çalışma sonucunda, iki ülke arasındaki mezhepsel farklılıkların dini söylemler üzerinden propaganda faaliyetlerine yansıtıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda 1979 yılında gerçekleşen İran İslam Devrimi'ne yönelik dini söylemlerin propaganda amaçlı kullanımını inceleyen alanda herhangi bir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Bu açıdan çalışma incelediği konu bakımından özgün olma niteliği taşımaktadır.

1. İRAN İSLAM DEVRİMİ'NE GENEL BİR BAKIŞ

Rıza Han'ın Kaçar Hanedanlığı'na son vermesiyle, Pehlevi Hanedanlığı 1921 yılında İran'da iktidara gelmişti. Rıza Han, 1925 yılında kendisini İran'ın yeni şahı olarak ilan ettirmeyi başarmıştı. Rıza Han, ülkede laik, milliyetçi ve anti-komünist bir yönetimin kurulması için yoğun çaba sarf etmişti. Rıza Han, 1933 yılında Almanya'da iktidara gelen Nazilere yakın bir politika izlemesi nedeniyle 1941 yılında İran, İngiltere ve Rusya tarafından işgal edilmişti. İran'ın işgal edilmesinden sonra İran tahtına Rıza Han'ın oğlu Muhammed Rıza Pehlevi geçmişti. Muhammed Rıza Pehlevi, 1941 yılında tahta oturduğu günden, ülkesini

bir daha geri dönmek üzere terk ettiği 1979 yılına kadar İran'ı yönetmişti (Abrahamian 2011: 85-86).

Pehlevi iktidarı döneminde, İran'ın Batı ile ilişkileri güçlenmişti. 1951 yılında Muhammed Musaddık'ın başbakan olarak görevlendirilmesi ile şahın Batı'ya olan yakın tutumu, İran'da ağır eleştirilere uğramaya başlamıştı. Şah'ın Musaddık'ı başbakanlıktan alması İran'da ortaya çıkan ayaklanmaları durduramamış, bu nedenle 1953 yılında şah ülkeyi terk etmişti. Musaddık liderliğinde İran milliyetçilerinin ülkede iktidarı ele geçirmesi beklenirken, şah İran'a dönmüş ve ülkede kontrolü tekrar ele geçirmişti. Yaşanan tüm bu süreçte şahın ABD'nin desteğiyle iktidara geldiği düşüncesi İran'da şah karşıtı büyük bir milliyetçi kamuoyunun oluşmasına neden olmuştu. Oluşan milliyetçi kamuoyu 1978 yılına kadar sürmüş ve nihayetinde devrime zemin hazırlamıştır. Nitekim şah ülkesine döner dönmez, Musaddık'ın İran petrollerini millileştirme politikasını yürürlükten kaldırmış, İran'ın Batı ile olan ilişkilerinin tekrar eskisi gibi dostane şekilde devam etmesini sağlamıştı (Güzel 2018: 51).

Şah, ABD'den aldığı destek ile 1963 yılında Beyaz Devrim adını verdiği kalkınma hamlesini başlatmıştı. Şah, Beyaz Devrim ile birlikte İran'da Şii dini adamlarının nüfuzu kırmayı amaçlamıştı. Şahın Şii din adamları ile girdiği otorite mücadelesi İslam Devrimi'ne kadar devam etmişti. Şii din adamları ve milliyetçi grupların haricinde şahın mücadele halinde olduğu bir diğer önemli grupta sol görüşlü öğrenci hareketleri olmuştu. Özellikle marksist-leninist gruplar, şahın ABD'ye yakın politikalarına doğrudan karşı çıkmıştı. Tüm bu yaşanan gelişmeler ile birlikte 1970'li yıllarda ortaya çıkan ekonomik kriz ve petrol gelirlerinin adil dağıtılmadığı düşüncesi 1978 yılında şah yönetimine karşı eylemlerin başlamasına yol açmıştı. Bu süreçte Ayetullah Ruhullah Humeyni, yurt dışından İran karşıtı harekete liderlik etmekteydi (Garthwaite 2018: 232). Şah yönetiminin gösterileri sert bir şekilde bastırması nedeniyle yüzlerce eylemci hayatını kaybetmişti. Gösterilerin sert bir şekilde bastırılmasından sonra ülkede Şii din adamlarının

önderliğinde milliyetçi ve sol fraksiyonlar bir araya gelerek şahı karşı eylemlerini şiddetlendirmeye başlamıştı. Şahın gösterilerin durdurulmasına yönelik gerçekleştirdiği tüm çabalar başarısız olunca, 16 Ocak 1979 tarihinde şah İran'ı terk etmişti. Şahın ülkeyi terk etmesinden sonra 1 Şubat 1979 tarihinde Humeyni İran'a gelmişti. Humeyni'nin İran'a gelmesi ile ülkenin kontrolü tamamen Şii din adamlarının eline geçmişti. 1 Nisan 1979 yılında yapılan referandum sonucunda, İran'da yüzyıllar boyu süren monarşik idare ortadan kalkmış ve İran İslam Cumhuriyeti kurulmuştu (Khosrokhavar 2004: 70). İran İslam Cumhuriyeti'nin ilanı ile ülkede radikal değişiklikler yaşanmış, Batı yanlısı politikalardan tamamen uzaklaşmış, teokratik bir yönetim tarzı benimsenmiştir. Humeyni yönetimi, İran'ın eski müttefiği ABD'ye karşı nefret söyleminine yönelmiştir (Sarı 2015: 98). Devrim sonrasında yeni yönetiminin merkezi otoritesini kuvvetlendirmek amacıyla her türlü muhalefet ağır bir şekilde bastırılmıştır (Milani 2018: 3).

2. DİNİ SÖYLEMLERİN PROPAGANDA AMAÇLI KULLANIMI

Propaganda belirli bir düşünce veya ideolojinin kitle iletişim araçları yoluyla tek yönlü olarak kitlelere kabul ettirilmesini amaçlayan ikna odaklı bir iletişim türüdür (Tarhan 2010: 36). Propagandada söylemler otoriter bir üslup ile karşı tarafa aktarılmaya çalışılmaktadır. Diğer bir deyişle propaganda eleştiri ve tartışmaya izin verilmemektedir (Aziz 2007: 15). Propagandacı mesajın kitleler tarafından hiç bir değişikliğe uğramadan kabul edilmesini amaçlamaktadır (Kuruoğlu 2006: 7). Bu açıdan kimilerine göre dini söylemlerin kitlelere kabul ettirilmesi bir tür propaganda faaliyetidir. Nitekim, dinsel söylemlerde propagandanın amaçladığı yorumlama ve eleştiriye asla izin verilmemektedir.

Buna karşın propaganda kelimesinin kökeni, 17. yüzyılda Katolik Kilisesi'nin misyonerlik faaliyetlerinde kullandığı "yaymak" anlamına gelen Latincedeki "propagare" kelimesinden gelmektedir. Propaganda kelimesi bu dönemde Hıristiyanlık dini ile bütünleştirilmiştir. Propaganda yapmak, Hıristiyanlığı yaymak ile aynı manada kullanılmıştır (Öymen 2014: 111). 20. yüzyılda

propaganda siyasal alanda etkin bir şekilde kullanılmıştır (Gazi ve ark. 2018a: 28). Özellikle ideolojik söylemlerin aktarılmasında propaganda ön plana çıkmıştır (Gülada ve Çakı 2019: 127-128). 20. yüzyılın ilk yarısından günümüze kadar propagandanın siyasal anlamda etkin kullanılması, kitlelerde propagandanın dinsel bir iknadan ziyade siyasal bir ikna yöntemi olduğuna yönelik algının oluşmasına neden olmuştur (Çankaya 2008: 22). Bu süreç, propaganda üzerine atfedilen dinsel algının, yerini siyasal algıya bırakmasına yol açmıştır.

Dinsel söylemlerin propaganda amaçlı kullanılması ise geçmişten günümüze sürekli olarak devam eden bir olguyu meydana getirmektedir. Kitlelerin belirli bir konuda ikna edilebilmesi amacıyla dini öğretilere atıf yapılmaktadır. Haçlı seferlerinde, Katolik Kilisesi'ne bağlı din görevlileri, Avrupa'daki Hıristiyanları Doğu'daki Müslüman akınlara karşı harekete geçirebilmek için propaganda faaliyetlerinde dini söylemlere sıkça yer vermiştir. Kilise tarafından yürütülen propaganda faaliyetlerinde, Müslümanlara karşı savaşarak ölenlerin cennete gidecekleri ve Hıristiyanlığı düşmüş olduğu tehlikeden kurtaracakları söylenmiştir. Benzer dönemde Müslümanların gerçekleştirdiği akınlarda da, kitlelere İslam uğruna savaşmaları telkin edilmiş, Hıristiyan ülkeleri fethederken hayatlarını kaybedenlerin cennete gideceği söylenmiştir (Karaburun Doğan 2018: 256). Nitekim, dinsel söylemlerin propaganda amaçlı kullanılmasında en etkili araç olarak cennet vurgusu ön plana çıkarılmaktadır.

Ortaçağ'da Katolik Kilisesi'nin krallıklar ve derebeylikler üzerinde elde ettiği güçlü nüfuz sayesinde propandada dinsel söylemlere sıklıkla yer verilmekteydi. Buna karşı Avrupa'da 15. yüzyılda başlayan Rönesans hareketleri, ardından Katolik Kilisesi'ne karşı yürütülen Reform döneminin etkisiyle kilisenin siyasal alandaki nüfusunun kırılması, propaganda disiplini içerisinde dinsel söylemlerin daha nadir olarak kullanılmasına yol açmıştır. Buna karşın Müslüman ülkelerde propandada dinsel söylemlerin kullanımı 20. yüzyılın başına kadar etkili bir şekilde devam etmiştir (Domenach 2003: 9). 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren

etkili olan laiklik kavramı, dinin yönetim erglerinden tamamen soyutlanmasına yol açmıştır. Özellikle Komünizm ideolojisinin hakim olduğu ülkelerde dini yönetimler tamamen ortadan kaldırılmıştır.

20. yüzyılın ikinci yarısında, bazı Müslüman ülkelerde teokratik idareler iktidara gelmeyi başarmıştı. Bunlar içerisinde en göze çarpanlardan biri İran olmuştur. İran'da 1979 yılında gerçekleşen İran İslam Devrimi'nden sonra ülke İslami temellere dayalı bir yönetim altına girmişti. Dinsel söylemlerin kitleler tarafından tartışılmasına izin verilmemesi, gerçekleşen propaganda faaliyetlerinin kitleler üzerinde doğrudan etki kurmasını sağlayabilmektedir (Jowett ve O'donnell 2014: 58). Günümüzde dinsel söylemlerin propaganda amaçlı kullanıldığı en etkili mecra sosyal medya platformları olmaktadır. Bu platformlar üzerinden radikal dini grupların propaganda faaliyetleri yürüttükleri görülmektedir.

3. YÖNTEM

3.1. Çalışmanın Amacı

İran İslam Devrimi esnasında dini söylemlerin propaganda amaçlı oluşturulan posterlerde nasıl ve ne yönde kullanıldığını ortaya koymak çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Böylece çalışma kapsamında İran İslam Cumhuriyeti'nin ilanı öncesi ve sonrası süreçte yeni İran rejiminin uyguladığı propaganda faaliyetlerine ışık tutulması amaçlanmıştır.

3.2. Çalışmanın Önemi

Çalışma;

- Dini söylemlerin propaganda faaliyetlerinde nasıl ve ne yönde kullanıldığını ortaya koyması,
- İran İslam Devrimi'nin propaganda faaliyetlerine ışık tutması,
- Alanda özgün olması ve gelecek çalışmalar için öncü nitelik taşıması gibi nedenlerden dolayı önem arz etmektedir.

3. 3. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

İran İslam Devrimi öncesi ve sonrası Şah rejiminin karşıtları tarafından kullanılan tüm propaganda amaçlı posterler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın çalışma kapsamında tüm posterlere ulaşmanın güçlüğünden dolayı çalışmada örneklem kullanılması yoluna gidilmiştir. Çalışmada Chicago Üniversitesi tarafından belirlenen İran İslam Devrimi'ni konu alan propaganda amaçlı posterlerden, dini söylemler içeren 8 propaganda amaçlı poster çalışma kapsamında incelenmiştir¹.

3. 4. Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışma kapsamında yalnızca 8 propaganda amaçlı posterin göstergebilimsel analize tabi tutulması ve elde edilen bulgular ışığında genellemelerde bulunulması çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer yandan çalışmada İran rejiminin dini söylemleri propaganda amaçlı kullanmasının yalnızca posterler üzerinden ele alınması da çalışmanın bir diğer önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

3. 5. Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorular sorulmuştur;

- İran İslam Devrimi'nde kullanılan propaganda amaçlı posterlerde hangi dini söylemler kullanılmaktadır?
- İran İslam Devrimi'nde kullanılan propaganda amaçlı posterlerde hangi kişi veya konular ön plana çıkarılmaktadır?
- İran İslam Devrimi'nde kullanılan propaganda amaçlı posterlerde İran halkı üzerinde hangi mitler inşa edilmeye çalışılmaktadır?

¹ Propaganda posterlerine, <https://www.lib.uchicago.edu> linkinden 29. 09. 2018 tarihinde ulaşılmıştır.

- İran İslam Devrimi'nde kullanılan propaganda amaçlı posterlerde kime/kimlere karşı nefret söylemi inşa edilmektedir?

3. 6. Çalışmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak propaganda amaçlı posterler incelenmiştir. Posterler, Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düzenlam, yananlam ve kavramları üzerinden ele alınmıştır. Özellikle İran rejimi tarafından dini söylemler kullanılarak inşa edilmek istenen mitler çalışma kapsamında açıklanmaya çalışılmaktadır.

Göstergebilimde temel amaç göstergenin herkes tarafından ilk etapta anlaşılmasını, gizli anlamlarını ortaya çıkarmaktır (Arpa ve Çakı 2018a: 78). Göstergebilim, 20. yüzyılın başlarında İsviçreli Dil Bilimci Ferdinand de Saussure ve ABD'li Dil Bilimci Charles Sanders Peirce'in birbirlerinden habersiz olarak yürüttükleri dil bilimi alanındaki çalışmalar ile ortaya çıkmıştır (Gazi ve ark. 2018b: 16). Saussure ve Peirce'in dilbilimi kavramları günümüzdeki boyutuyla gerçek manada bir göstergebilim yapılmasına izin vermemekteydi (Çakı 2018d: 30). Nitekim sosyal bilimler alanında önemli bir araştırma yöntemi olan göstergebilim, ilk başlarda dil bilimi içerisinde sınırlı bir alanda etkili olmaktaydı (Sığırcı 2016: 30). İlerleyen süreçte Saussure'ün etkisinde kalan Fransız Dil Bilimci Roland Barthes, göstergebilimi dil biliminin dar sınırları içerisinde çıkarmayı başarmıştır. Barthes, insan hayatında bulunan hemen hemen her şeyin bir gösterge değeri olduğunu ve bu göstergelerin anlamlı bir dizge içerisinde neyi ifade ettiğini göstergebilimin ortaya koyabileceğini ifade etmiştir. Göstergebilim dil biliminin bir parçası olmadığını, aksine dil bilimin göstergebilimin bir parçası olduğunu ileri süren Barthes, göstergebilimsel analiz yöntemini film, müzik, reklam, resim vb. pek çok alan üzerinden yürütmüştür

Saussure'ün göstergebilim analizinde gösteren ve gösterilen kavramları yer almaktadır (Zorlu ve ark. 2017: 70). Barthes bu iki kavramın yanında, göstergelerin

anlamlandırılmasında düzanlam ve yananlam olmak üzere iki bütünü olduğunu ileri sürmüştür (Barthes 2016: 85). Düzanlam, göstergelerin herkes tarafından kabul edilen, genel, değişmeyen, evrensel anlamını içermektedir (Rifat 2013: 72). Yananlam ise göstergelerin kültürden kültüre farklılaşan, öznel ikinci anlamını oluşturmaktadır (Kalkan Kocabay 2008: 35). Örneğin, siyah bir kedi düzanlam boyutunda bir hayvanı, yananlam boyutunda bulunduğu kültür bağlamında şanssızlığı temsil edebilmektedir (Gazi ve Çakı 2018: 53). Barthes, yananlamın kültür içerisinde şekillendiğini ileri sürmektedir. Yananlamın doğru okunabilmesi için yananlamın inşa edildiği kültürün özelliklerinin iyi bilinmesi gerektiğinin üzerinde durmaktadır (Tanyeri Mazıcı ve Çakı 2018: 295). Nitekim, yananlamlar kültürden kültüre farklılık gösterebilmektedir.

Barthes, yananlamların oluşmasında mitlerin önemli bir rolü olduğunu söylemektedir. Mitler, bir kültür içerisinde yaşanan gerçekliklerin anlamlandırılması çabası sonucu ortaya çıkan öyküleri ifade etmektedir (Fiske 2017: 185). Örneğin, bir topluma yönelik olumlu veya olumsuz algılar mitler üzerinden inşa edilmektedir. Barthes, bir kültür içerisinde mitlerin egemen güçler tarafında kontrol edilebildiğini ve mitler yoluyla kitlelerin düşünce ve davranışları üzerinde etki oluşturulabileceğini ileri sürmektedir. Mitler yoluyla iktidarda bulunan gruplar, kitlelerin neyi yapıp neyi yapmamaları, kimi destekleyip kime düşman olmaları gerektiğine kadar geniş bir yelpazede söz sahibi olabilmektedir (Yaylagül 2017: 123). Egemen güçler, bir toplumda inşa ettiği mitler üzerinden oluşan yapay gerçeklikleri, toplumun kendi doğal gerçeklikleri olarak algılanmasını amaçlamaktadır (Barthes 2014: 25). Bu süreçte, kitle iletişim araçları hem egemen güçlerin mitlerinin inşa edilmesini, hem de inşa edilen bu mitlerin toplumun doğal gerçeklikleri olarak sunulmasını sağlamaktadır (Güngör 2018: 243). Bu açıdan bir ülkede medyanın kontrolünü elinde bulunduran güçler, toplum içindeki mitlerin de kontrolü elinde bulundurabilmektedir. Barthes, özetle göstergebilimi iktidarın işlediği dil olarak adlandırmaktadır (Barthes 2015: 57).

Barthes'ın göstergebilimsel anlayışı üzerinden yapılan bazı akademik çalışmalarda metafor, metonimi, kod ve simge kavramları da ön plana çıkabilmektedir (Arpa ve Çakı 2018b: 159).

Çalışma kapsamında, İran propagandasında inşa edilen propaganda mitleri Barthes'ın göstergebilimsel anlayışı üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Böylece İran İslam Devrimi'nde oluşan yeni yönetimin meşrulaştırılmasında dini söylemlerin propaganda mitlerinin inşasında nasıl ve ne yönde kullanıldıkları da ortaya koyulmuştur. Çalışmanın amacı propaganda disiplini içerisinde dini söylemlerin kullanımı olduğu için Barthes'ın göstergebilimsel anlayışı hakkında ayrıntılı bilgi verilmemiştir.

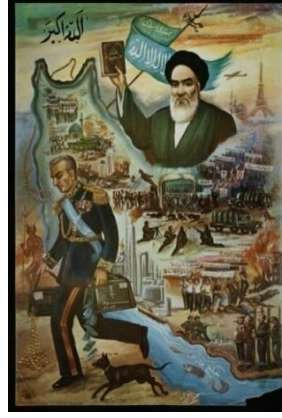
4. ANALİZ

Çalışmanın bu bölümünde propaganda amaçlı oluşturulan 8 posterin ("Şah'ın Sürgünü", "Yaralı Protestocu", "Muharrem'in İlk Gecesi", "Devrim'in Birinci Yılı", "Kara Cuma", "Kalabalık Silüeti", "Şeytanların Taşlanması", "Şehit") göstergebilimsel analizi yapılmıştır.

4. 1. "Şah'ın Sürgünü" Başlıklı Propaganda Posteri

"Şah'ın Sürgünü" başlıklı propaganda posterini düzenlem boyutunda ele alındığında, posterde İran haritası üzerinde Humeyni ve İran Şahı'nın görselleri yer almaktadır. Humeyni'nin elinde Kur'an-ı Kerim resmedilmektedir. İran Şahı elinde altın ve paraların döküldüğü çantalar ile İran'ı terk ederken sunulmaktadır. Çantaların üzerinde ABD ve İngiltere'yi simgeleyen bayrak görselleri bulunmaktadır. İran haritası üzerinde, İran Devrimi esnasında yaşanan, eylemler, çatışmalar ve ölümler resmedilmektedir.

Resim 1: "Şah'ın Sürgünü" Başlıklı Propaganda Poster



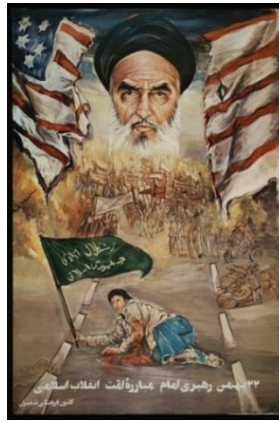
İran Şahı Pehlevi, devrimin önüne geçemediğinin farkına vararak, 16 Ocak 1979'da ülkeyi terk etmişti. Pehlevi'nin ülkeyi terk etmesinden sonra 1 Şubat 1979 tarihinde Humeyni İran'a geri dönmüştü. Humeyni'nin ülkeye dönmesiyle birlikte şah rejimi fiili olarak ortadan kalmıştı. Poster yananlam boyutunda incelendiğinde, posterde Pehlevi'nin ülkeyi terk etmesi İran için bir kurtuluş olarak yansıtılmaktadır (Keddie ve Richard 2006: 242). Humeyni'nin sağ elinde Kur'an-ı Kerim'in olması, Humeyni ve taraftarlarının İslami yönetimi iktidara getirdikleri mesajını vermektedir. Aynı zamanda devrimin İslam adına olduğu, İslamiyet'in İran'da hakim kılınması için savaşıldığı mesajı da kitlelere aktarılmaya çalışmıştır. Diğer yandan Pehlevi'nin üzerinde ABD ve İngiltere'nin bayrakları bulunan, içi altın ve para dolu çantalar ile ülkeyi terk etmesi, Pehlevi'nin Amerikan kapitalizminin bir temsilcisi olduğu algısını oluşturmaktadır. Diğer yandan Pehlevi'nin yanında resmedilen iblis görseli, Pehlevi'nin "kötülük" metaforu olarak ön plana çıkarılmasına neden olmaktadır. Posterde İran haritasının üzerinde Humeyni'nin resmedilmesi, İran'da kurulan yeni yönetimin liderliğinin Humeyni tarafından yapılacağı mesajını kitlelere aktarmaktadır. İran haritası üzerinde, devrim sırasında hayatını kaybedenlerin resmedilmesi ile İran şahına karşı doğrudan nefret söyleminin inşa edilemesine çalışılmaktadır. Görsel kodlarda Pehlevi'nin önüne atılan ip ile, şahın yaptıklarından dolayı idam edilmesi gerektiği aktarılmaktadır. Humeyni ve devrimciler, "kahraman" ve

"kurtarıcı" metaforları olarak posterde yansıtılmaktadır. Posterde devrimin İslamiyet'in ülkedeki etkisinin arttırabilmesi için yapıldığına yönelik propaganda miti inşa edilerek, devrimin dini temeller üzerinden meşrulaştırılması amaçlanmıştır. Böylece devrim karşıtlarının ve şah yanlılarının yürüttükleri propaganda faaliyetlerinin doğrudan marjinalleştirilerek ortadan kaldırılması amaçlanılmıştır.

4. 2. "Yaralı Protestocu" Başlıklı Propaganda Posteri

"Yaralı Protestocu" başlıklı propaganda posterini düzenleme açısından değerlendirildiğinde, sunum kodları içerisinde görselin merkezinde Humeyni'nin konumlandırıldığı görülmektedir. Humeyni iki yanında parçalara ayrılmış bir ABD bayrağı resmedilmektedir. Eylemcilerin bulunduğu yolun başında da, gösteriler esnasında yaralanan bir gösterici yansıtılmaktadır. Posterin altında görsel kodlar içerisinde eylemcilerin yaralı gencin arkasından gelmekte olduğu aktarılmaktadır. Posterdeki yazılı kodlarda "Bağımsız, Özgürlük, İslam Cumhuriyeti" mesajı iletilmektedir.

Resim 2: "Yaralı Protestocu" Başlıklı Propaganda Posteri



İran'da devrimin gerçekleştirildiği ilk günlerde Pehlevi'ye bağlı rejim kuvvetleri, eylemcilere doğrudan müdahale de bulunmuştur. Bu süreçte yüzlerce kişi hayatını kaybetmiş, pek çok kişi de yaralanmıştı. Buna karşı rejim kuvvetleri eylemcileri durduramamış, ülke genelinde şaha karşı yürütülen gösterilerin

sürekli olarak artmasını engelleyememiştir. Poster yananlam açısından incelendiğinde, görsel kodlar içerisinde posterde elinde yeşil bayrak taşıyan bir İranlı'nın kanlar içerisinde olduğu aktarılmaktadır. Elinde taşıdığı bayrakta yer alan yazılı kodlar ile devrimin; İran'ın ABD'den bağımsız şekilde hareket etmesi, ülkedeki sıkı denetimin ortadan kaldırılarak özgür bir yönetimin gelmesi ve İran'da İslami esaslara dayalı bir yönetimin kurulması gerektiği için gerçekleştirildiğine vurgu yapılmaktadır. Böylece devrimin temel amacının yalnızca şahın istibdat yönetimini ortadan kaldırmak olmadığı, bunun yanında İran'daki ABD yanlısı yönetimin de yok edilmesinin amaçlandığı posterde aktarılmaktadır. Posterdeki görsel kodlarda Humeyni'nin ABD bayrağını parçalayarak ortaya çıkması, İran'da ABD kapitalizminin son bulduğu mesajını ortaya çıkarmaktadır. Sunum kodlarında devrim için hayatını kaybedenler yine "kahraman" metaforu olarak anlatılmaktadır. Posterdeki görsel ve yazılı kodlar bir bütün olarak ele alındığında da, bu posterde de Humeyni yönetiminin İslam adına savaştığı propaganda mitinin inşa edilmeye çalışıldığı ortaya çıkmaktadır. Böylece devrimin yalnızca şahın totaliter uygulamalarının son bulması amacıyla yapılmadığı, aynı zamanda İslamiyet'in İran'da hakim kılınmak için yapıldığı şeklinde bir algının İran halkına aktarılması amaçlanmıştır.

4. 3. "Muharrem'in İlk Gecesi" Başlıklı Propaganda Posterleri

"Muharrem'in İlk Gecesi" başlıklı propaganda posterleri düzenlam açısından değerlendirildiğinde, posterde Kerbelâ Olayı'nın yıl dönümünü üzüntü içerisinde anan İran halkı gösterilmektedir. İranlılar, Kerbalâ Olayı'nda öldürülenleri ağıt yakarak anmaktadır.

Resim 3: "Muharrem'in İlk Gecesi" Başlıklı Propaganda Posteri



680 yılında, Hz. Muhammed'in torunu Hz. Hüseyin, Irak'ın Kerbela bölgesinde Emeviler tarafından öldürülmüştü. Hz. Hüseyin'in öldürülmesi Müslüman aleminde metam günü olarak anılmaktadır. Poster yananlam açısından incelendiğinde, posterde eylemler sırasında yaşananlar olaylar ile Hz. Hüseyin'in Kerbela'da şehit edilmesine atıf yapıldığı görülmektedir. Posterdeki görsel kodlarda İran halkının büyük bir coşku içerisinde şaha karşı ayaklanması, Kerbela Olayı'nı anan İranlıların feryatlarındaki coşku ile bir bütün olarak temsil edilmektedir. Nitekim, Kerbela Olayı'na duyulan üzüntü, devrim propagandası ile şaha karşı neferete dönüştürülmüştür. Devrim propagandası, Şiilerin Kerbela Olayı'nın mateminde Hz. Hüseyin'i şehit edenleri nasıl düşman olarak görüyorsa, şahı da aynı şekilde düşman olarak görmesi için çalışmaktadır. Kitlelerin Kerbela Olayı'nı anma etkinliklerindeki enerjisinin doğrudan şaha karşı yürütülen eylemlere yönelmesini istemiştir. Posterde Şiilerin şaha karşı nefretinin, Hz. Hüseyin'i şehit edenlere karşı duyulan nefret ile aynı olduğu şeklinde propaganda miti inşa edilmeye çalışılmıştır. Böylece dini argümanlardan yararlanılarak şaha yönelik nefret propagandası inşa edilmesi amaçlanmıştır.

4. 4. "Devrim'in Birinci Yılı" Başlıklı Propaganda Posteri

"Devrim'in Birinci Yılı" başlıklı propaganda posteri düzenlam açısından incelendiğinde, posterin merkezinde büyük bir yumruğun sıkılı olduğu görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde yumruğun içerisinde, yumruklarını sıkmış İran halkı resmedilmektedir. Posterin üst kısmında, Kur'an-ı Kerim'in 'Hak

geldi batıl yok oldu. Şüphesiz batıl yok olucudur" şeklindeki İsrâ Suresi'nin 81. ayetine; yumruk görselinin hemen üstünde ise "İran İslam Devrimi'nin birinci yılında, bütün İranlı erkek ve kadın kardeşlerimize, dünyanın bütün Müslümanlarına ve ezilen insanlarına tebrikler, 11 Şubat 1980" yazılı koduna yer verilmiştir.

Resim 4: "Devrim'in Birinci Yılı" Başlıklı Propaganda Posterini



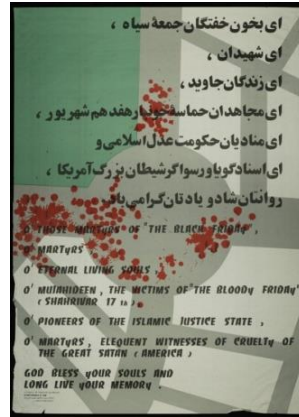
İran'da, Pehlevi'nin 1941 yılında iktidara geldiği günden itibaren yönetime karşı pek çok isyan ve muhalefet hareketi meydana gelmişti. Şaha yönelik muhalefet hareketi içerisinde en güçlü olanı, 1951 yılında Muhammed Musaddık'ın başbakan olması ile gerçekleşmişti. Musaddık'ın başbakan olması ile şaha yönelik büyük bir kamuoyu oluşmuş, nihayetinde 1953 yılında şah ülkeyi terk etmek zorunda kalmıştı. Daha sonra gerçekleşen müdahaleler ile şah tekrar ülkesine dönerek otoritesini kurmayı başarmıştı (Abrahamian 2011: 160-161). Bu süreçte ABD'nin İran şahını desteklediği yönünde iddialar ortaya atılmıştı. Bu iddialar şahın muhaliflerinde, ABD'ye yönelik olumsuz bir imajın oluşmasına neden olmuştu. Posterde yananlam boyutunda, İran halkının bir araya gelerek devrimi gerçekleştirdiği vurgusu yapılmaktadır. Devrimin birinci yılını anmak amacıyla basılan posterde, İran halkının tek bir yumruk gibi bir arada olduğu, elini yumruk yapmış insan görselleri üzerinden aktarılmaktadır. Posterde, doğrudan Kur'an-ı Kerim'in referans gösterilmesi, devrimin İslam dininin belirttiği gibi batılı yok ettiğini açıklamaktadır. Posterde, Şah rejimi ve rejimin destekçisi ABD batıl olarak

sunulmaktadır. Posterdeki görsel ve yazılı kodlarda devrimin, İslam dininin belirttiği hakkın galibiyeti olduğu yönünde propaganda miti inşa edilmektedir. Bu yolla devrim kutlaştırılmakta, ölenler şehit olarak lanse edilmektedir. Devrimin kutlaştırılması ile, devrime yönelik eleştiri ve muhalefetlerin doğrudan susturulması amaçlanmaktadır.

4. 5. "Kara Cuma" Başlıklı Propaganda Posterleri

"Kara Cuma" başlıklı propaganda posterleri düzenlem boyutunda incelendiğinde, posterde doğrudan yazılı kodlar üzerinden propaganda mesajının verildiği görülmektedir. Posterde, "Kara Cuma'nın şehitleri, şehitler, ebedi yaşayan ruhlar, kanlı Cuma'nın kurbanları, mücahidiler, İslam adalet devletinin öncülleri, büyük iblis Amerika'nın zulmünün yüce tanıkları, şehitler, Allah ruhlarınızı korusun, hatıralarınız daim olsun" şeklindeki yazılı kodlar yer almaktadır. Görsel kodlarda ise posterdeki yazıların hemen arkasında kan lekeleri resmedilmektedir.

Resim 5: "Kara Cuma" Başlıklı Propaganda Posterleri



Humeyni yönetimi, devrimden sonra ölenlerin sürekli anılması ve devrimde yaşananların İran halkının zihinlerinde taze kalması için yoğun bir şekilde devrim yanlısı propaganda faaliyeti yürütmüştür. Bu propaganda faaliyetlerinde ön plana geçen en önemli olay, 8 Eylül 1978 tarihinde devrimcilerin şaha yönelik gerçekleştirdikleri, tarihe "Kanlı Cuma" olarak geçen eylem olmuştur. Eylem şaha bağlı kuvvetler tarafından şiddet yoluyla bastırılmıştır. Eylemlerde yüzlerde

gösterici hayatını kaybetmişti. Buna karşın Kanlı Cuma, İran'da şaha karşı yürütülen eylemlerin güçlenmesine zemin hazırlamıştı (Garthwaite 2018: 233-23). Propaganda posterini yananlam boyutunda ele alındığında İran propagandasının, Kanlı Cuma'da hayatını kaybedenlere kutsiyet atfettiği bu yolla devrimin İran halkının hafızalarından silinmesinin önlediği ortaya çıkmaktadır. Eylemlerde hayatını kaybedenler İslam uğruna şehit olmuş kişiler olarak aktarılmaktadır. İran propagandası, Müslümanların nezdinde şehitliğin büyük saygı görmesinden yararlanmakta ve devrimin batıla karşı bir İslam mücadelesi olduğuna vurgu yapmaktadır. Batıl olarak nitelenen ABD, posterdeki yazılı kodlarda doğrudan "kötülük" metaforu olarak ön plana çıkarılmaktadır. Posterde görsel kodlar içerisinde kan lekelerinin resmedilmesi, İran'daki devrimin şehit kanıyla kutsandığı şeklinde propaganda mitinin inşa edilmesini sağlamaktadır. Böylece İran Devrimi'ne yüklenen kutsiyet neticesinde, devrimin sürekli olarak anılması ve İran halkı nezdinde saygın bir konuma yükselmesi amaçlanmıştır.

4. 6. "Kalabalık Silüeti" Başlıklı Propaganda Posterini

"Kalabalık Silüeti" başlıklı propaganda posterini düzenlem boyutunda değerlendirildiğinde, posterde kırmızı bir zemin üzerinde elleri yukarı doğru kalkmış insanlar resmedilmektedir. Sunum kodlarında resmedilen insanların siyah bir gölge üzerinden aktarıldıkları ve insan görsellerinin hemen üzerinde de "Allah'tan başka ilah yoktur" şeklinde beyaz fon içerisinde yazılı koda yer verildiği görülmektedir.

Resim 6: "Kalabalık Silüeti" Başlıklı Propaganda Posterini

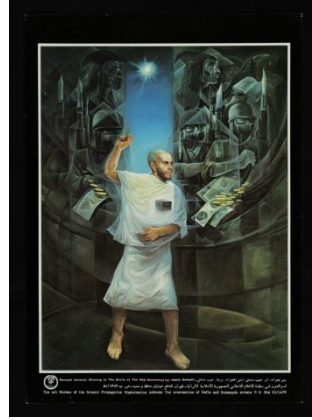


İran Devrimi'nin başlarında sıklıkla şahı lanetleyen sloganlar ön plana çıkmaktaydı. Buna karşın, devrimin İslami bir kimliğe bürünmeye başlamasıyla dini söylemlerin ağırlıklı olduğu sloganların da belirmeye başladığı görülmüştür. Propaganda posterleri yananlam boyutunda ele alındığında, posterde kırmızı zemin ile devrim esnasında yaşanan ölümler, siyah insan silüetleri ile de şahı karşı ayaklanan eylemciler temsil edilmektedir. Eylemcilerin şahı yönelik kalkan yumruklarının üzerinden beyaz fon ile "Allah'tan başka tanrı yoktur" yazısının belirmesi, devrimin dini söylemler ile kutsallaştırılmasını sağlamaktadır. Nitekim, yazının eylemcilerin silüetleri ile bütünleştirilmesi, devrim İslamiyet adına yapıldığı propaganda mitinin inşa edilmesine yol açmaktadır. Posterde, devrimin meşruiyetinin çalışma kapsamında incelenen diğer posterlerde olduğu gibi dini temeller üzerinden ortaya koyulmaya çalışıldığı görülmektedir.

7. "Şeytanların Taşlanması" Başlıklı Propaganda Posterleri

"Şeytanların Taşlanması" başlıklı propaganda posterleri düzenlem açısından incelendiğinde, posterde hacca gitmekte olan bir erkek görseline yer verilmektedir. Hacının kalbinde "Kabe" görseline yer verilmiştir. Görsel kodlarda hacının hemen arkasında siyah üniformalar içerisinde askerlerin olduğu aktarılmıştır. Diğer yandan askerlerin arkasında kapşonlu büyücü, önünde de para görselleri konumlandırılmıştır. Posterin sol üstünde de bir kuzgun resmine yer verilmiştir. Sunum kodlarında hacının elindeki taşı bir yöne doğru attığı aktarılmaktadır.

Resim 7: "Hacı" Başlıklı Propaganda Poster



Poster yananlam açısından incelendiğinde, posterde İranlı hacının emperyalist güçlere karşı vermiş olduğu mücadele konu alınmaktadır. Posterde yer alan büyücüler ve askerler kötülük metaforu olarak ön plana çıkarılmaktadır. Diğer yandan posterde yer alan paralar da dünya hayatının maddi olarak çekiciliğini yansıtmaktadır. Hacının elindeki taşı atması, İran halkının mücadelesini temsil etmektedir. Hacının kalbinde yer alan Kabe resmi de, İran halkının İslamiyet'in yolundan hareket ettiklerini aktarmaktadır. Böylece İslamiyet'in emirlerini uygulayan ve yasaklarından uzak duran İranlıların huzur ve barış içerisinde olacaklarına yönelik mit inşa edilmektedir. Hacının beyaz giymesi de saflığının bir temsili olarak aktarılmaktadır. Bu süreçte İslamiyet, Batılı devletlere karşı mücadele içerisine giren İran halkının bir kurtarıcısı olarak yansıtılmaktadır.

8. "Şehit" Başlıklı Propaganda Poster

"Şehit" başlıklı propaganda posterini düzenleme açısından ele alındığında, posterde öldürülen bir İran askerine yer verildiği görülmektedir. İran askerinin hemen arkasında yüzü kapalı Hz. Hüseyin ve başları olmayan üç imam görseli aktarılmıştır. Görsel kodlarda İranlı asker, Hz. Hüseyin ve üç imamın önünde ve kurşuna dizilirken resmedilmektedir.

Resim 8. "Şehit" Başlıklı Propaganda Poster



Poster yananlam açısından analiz edildiğinde, posterde İran askerlerinin Humeyni rejimi için hayatlarını kaybetmesi şehitlik mertebesine ulaşılmasının bir temsili olarak yansıtılmaktadır. Savaş ve devrimlerde propaganda kitleleri ikna etme sürecinde sıklıkla başvurulan bir yöntemdir (Karaburun Doğan ve Çakı 2019: 219). Posterde Kerbela Muharebesi'nde şehit edilen Hz. Hüseyin'in temsiline yer verilmesi, İran askerinin Allah yolunda savaştığının bir yansıması olarak ön plana çıkarılmaktadır. İran askeri, tüm İran ordusunun metonimi olarak kullanılmaktadır. Posterde üç imamın ilkinin Kur'an-ı Kerim'i tutması, İran halkını İslam yolundan ayrılmaması gerektiğini mesajını vermektedir. Posterdeki görsel kodlarda Humeyni'ye sadakat ile bağlı olan ve Humeyni'nin emirleri doğrultusunda savaşan İranlı askerlerin cennete gideceğine yönelik bir mit inşa edilmektedir. Bu yolla İranlı askerlerin Humeyni için savaşmaları teşvik edilmeye çalışılmıştır.

SONUÇ

Çalışma kapsamında incelenen propaganda posterlerinde kullanılan dini söylemlerin yardımıyla, 1979 yılında İran şahına karşı yürütülen devrimin, siyasi boyuttan dini bir boyuta taşındığı ortaya çıkarılmıştır. Posterlerde öne çıkan görsel ve yazılı kodlarda, dinsel söylemlerin propaganda amaçlı kullanılarak devrimin İran halkı nezdinde meşrulaştırılmasına çalışıldığı görülmüştür. Humeyni

tarafatları yapılan propaganda ile devrimin yalnızca şahın totaliter yönetimine son vermek için değil, aynı zamanda İran'da İslami temellere dayalı bir yönetimin inşası için yapıldığı mesajı verilmiştir.

Propaganda posterlerinde, devrimin lideri Humeyni ve devrime katılanlar "kahraman" ve "kurtarıcı" metaforları olarak ön plana çıkarılmışlardır. Buna karşın İran şahı ve ABD yönetimi posterlerde "kötülük" metaforu olarak sunulmuştur. Posterlerde doğrudan İran şahına ve ABD yönetimine karşı nefret söylemi inşa edilmeye çalışılmıştır. Sunum kodlarında, ABD'nin, İran'ın bağımsız bir ülke olmasının önüne geçtiği, şahında ülke içerisindeki özgürlükleri ortadan kaldırdığı iddia edilmiştir. Posterlerde, İran Devrimi'nin dini bir içerik kazanabilmesi için Kur'an-ı Kerim'e atıfta bulunulmuştur. Kur'an'da yer alan ayetlerdeki hakikat ve doğruluğun devrim ile gerçekleşeceği, batıl olarak görülen şah yönetiminin ve Amerikan kapitalizminin son bulacağı açıklanmaktadır. Bu amaçla kimi zaman doğrudan Kur'an-ı Kerim görsellerine, kimi zamanda Kur'an'dan ayetlere posterlerde yer verilerek devrimin İslami bir nitelik kazanması amaçlanmıştır. Devrim propagandası, şaha karşı devrim yapanları İslam uğrunda savaşan anlamına gelen mücahit olarak adlandırmaktadır. Diğer yandan devrim sırasında hayatını kaybedenler de şehit olarak anılmaktadır. Şehitlik, İslam dini için Allah yolunda ölmek anlamına geldiği için Müslümanlar tarafından büyük saygı gören bir kavramdır. Bu nedenle devrim propagandası, devrim sırasında ölenleri şehit olarak lanse ederek, devrimi kitlelerin gözünde kutsallaştırmaya çalışmaktadır. Böylece devrim sırasında ölenlerin saygı ile anılması sağlanırken, devrimde yaşananların muhalif kanat tarafından eleştirilmesinin de önüne geçilmiş olacaktır.

Posterlerde, İran halkı nezdinde devrime dini bir nitelik kazandırabilmek için dinsel söylemler kullanılarak bazı propaganda mitleri inşa edilmeye çalışılmıştır. İran Devrimi'nin otoriter bir yönetimi sonlandırmanın ötesinde, İslam dinini ülkede egemen kılmak için yapıldığına yönelik mitin inşa edilmesi ile devrim

propagandası kendilerine karşı gelebilecek her türlü muhalefetin marjinalleştirilmesini ve ilerde kurulacak yeni yönetimin alacağı radikal kararların tartışmasız kabul edilmesini amaçlamıştır. Devrimin İslam dini adına yapıldığı mitinin kitle iletişim araçları vasıtasıyla kabul ettirilmesi ile devrimin meşrulaştırılması sağlanmaktadır. Dini söylemlerin tartışılmaması veya eleştirilmemesi ilkesinin, devrim içinde gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. İnşa edilen bir diğer propaganda miti, İran şahının batıl olduğu yönündedir. Böylece İran halkının şahıtan tamamen uzaklaşması ve şahın yurt dışından eski destekçilerine yönelik tekrar nüfuz elde etmesinin önüne geçilmesi amaçlanmıştır.

Çalışmada, İran İslam Devrimi özelinde dini söylemlerin propaganda amaçlı kullanılmaları açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışma gerek konu gerekse içerik bakımından özgün olma niteliği taşımaktadır. Gelecek çalışmaların, daha güncel örneklerle üzerinden dini söylemlerin propaganda amaçlı kullanımlarını mevcut çalışmada elde edilen bulgular ile karşılaştırmalı olarak incelemesi alana katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

Abrahamian E (2011) Modern İran Tarihi, Dilek Şendil (çev), 2. Baskı, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.

Arpa M & Çakı C (2018a) "İş Kazası Diye Bir Şey Yoktur": Kanada İş Güvenliği Reklamları Üzerine İnceleme, Çalışma İlişkileri Dergisi, 9(2), 75-87.

Arpa M & Çakı C (2018b) İş Kazalarını Konu Alan İş Güvenliği Reklamlarında Duygusal Çekiciliklerin Kullanımı: Avustralya ve Singapur İş Güvenliği Reklamları Üzerine İnceleme, SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi, 8(2), 153-172.

Aziz A (2007) Siyasal İletişim, 2. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Barthes R (2014) Çağdaş Söylenler, Tahsin Yücel (çev), 4. Baskı, Metis Yayınları, İstanbul.

Barthes R (2015) Bir Deneme Bir Ders: Eiffel Kulesi ve Açılış Dersi, Mehmet Rifat, Sema Rifat (çev), 2. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Barthes R (2016) Göstergebilimsel Serüven, Mehmet Rifat Sema Rifat (çev), 8. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Çakı C (2018a) Propaganda, M Karaca ve C Çakı (ed.), İletişim ve Propaganda, Eğitim Yayınevi, Konya,13-44.

Çakı C (2018b) İran-İrak Savaşı'nda Kullanılan İran Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi, İran Çalışmaları Dergisi, 2(1), 11-39.

Çakı C (2018c) Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 11(2), 252-272.

Çakı C (2018d) Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 3(6), 24-38.

Çakı C ve Gülada M O (2018) Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası, Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(1), 53-80.

Çankaya E (2008) İktidar Bu Kapağın Altındadır, Gösteri Demokrasisinde Siyasal Reklamcılık, Boyut Yayın Grubu, İstanbul.

Çetin M, Çakı C & Gazi, M (2018) The Examination of The Anti-Usa Propaganda Posters in The Iran Revolution According to Claude Lévi-Strauss' Binary Opposition, Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 1 (3), 31-51.

Domenach J M (2003) Politika ve Propaganda, Tahsin Yücel (çev), 2. Basım, Varlık Yayınları, İstanbul.

Fiske J (2017) İletişim Çalışmalarına Giriş, Süleyman İrvan (çev), 5. Basım, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Garthwaite R G (2018) İran Tarihi, Fethi Aytuna (çev), İnkılap Yayınları, İstanbul.

Gazi M A, Çakı C & Gülada M O (2018a) İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kültür Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu, Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi, 1 (2), 25-42.

Gazi M A, Çakı C, Gülada, M O (2018b) İspanya 2000 Partisi'nin Göçmen Karşıtı Propaganda Faaliyetleri Üzerine İnceleme, Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 1 (2), 11-22.

Gazi M A & Çakı C (2018) Siyahi Ayrımcılığa Karşı Hazırlanan Kamu Spotu Reklamları, International Journal of Labour Life and Social Policy, 1(2), 48-62.

Gülada M O & Çakı C (2019) İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Partizanlara Yönelik Hazırlanan Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme, Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 6 (17), 123-143.

Güngör N (2018) İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar, 2. Baskı, Siyasal Kitapevi, İstanbul.

Güzel S Ç (2018) 1979 İran İslam Devrimi'nin ABD'nin Ortadoğu Politikasına Etkisi, Electronic Journal of Social Sciences, 17(65), 50-61.

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

Kalkan Kocabay H (2008) Tiyatroda Göstergebilim, E Yayınları, İstanbul.

Karaburun Doğan D (2018) Propaganda, Din ve Müzik, M Karaca ve C Çakı (ed.), İletişim ve Propaganda, Eğitim Yayınevi, Konya, 255-282.

Karaburun Doğan D & Çakı C (2019) Kıbrıs Barış Harekâtı'nda Müziğin Milliyetçilik İnşasında Propaganda Amaçlı Kullanılması: Girne'den Yol Bağladık Anadolu'ya Şarkısı Üzerine İnceleme, Eurasian Journal of Music and Dance, (14), 214-229.

Karaca M (2018) İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin İş Gücü Elde Etmek Amacıyla Yürüttüğü Propaganda Faaliyetleri, European Journal of Managerial Research Dergisi/Cilt, 2(2), 119-136.

Keddie N R & Richard Y (2006). *Modern Iran: Roots and Results of Revolution*, Yale University Press, USA.

Khosrokhavar F (2004) *The Islamic Revolution in Iran: Retrospect After a Quarter of a Century*, Thesis Eleven, 76(1), 70-84.

Kuruoğlu H (2006) *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Milani M M (2018) *The Making of Iran's Islamic Revolution: From Monarchy to Islamic Republic*, Routledge, The Great Britain.

Öymen O (2014) *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın, Remzi Kitabevi*, İstanbul.

Rifat M (2013) *Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Sarı İ (2015) *1979 Devrimi Sonrası İran'ın Rejim Paradigması ve Dış Politika Yönelimleri*. *Turkish Journal of Middle Eastern Studies*, 2(1), 95-135.

Sığırcı İ (2016) *Göstergibilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

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, Timaş Yayınları, İstanbul.

Taşgın A (2009) *Safevî-Osmanlı Savaşı'ndan İtibaren Dinî Söylemin Siyasal Propaganda Aracı Olarak Kullanılması: Dede Kargın Örneği*, *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi*, (49), 209-224.

Yaylagül L (2017) *Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, 8. Baskı, Dipnot Yayınları, Ankara.

Zorlu Y, Çakı C & Karaca M (2017) *Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: "Kırımlı" Filmi ve Göstergibilimsel Analizi*, *Sosyoloji Konferansları*, (56), 67-95.