



Caner ÇAKI

Arş. Gör.

İnönü Üniversitesi
İletişim Fakültesi
İletişim Bilimleri Anabilim
Dalı

İletişim:

caner.caki@inonu.edu.tr

NAZİZM İDEOLOJİSİ ALTINDA HİTLER GENÇLİĞİ: NAZİ ALMANYASI PROPAGANDA AFİŞLERİ ÜZERİNE İNCELEME

Özet

Naziler, Nazizm ideolojisinin gençlik yıllarından itibaren Alman halkına kazandırılmasını istemekteydi. Bu amaçla, 1922 yılında Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin (NSDAP) bünyesinde Hitler Gençliği (Hitlerjugend) adında bir birim meydana getirmekteydi. Birime Nazizm ideolojisine göre "ari ırk" özelliği taşıyan her Alman genci katılabilmekteydi. Wehrmacht'ın (Alman Ordusu) asker sıkıntısı çektiği 2. Dünya Savaşı'nın son yıllarında, Hitler Gençliği cephelere gönderilmiş, savaşın son günlerine kadar da inatçı bir direniş sergilemişti. Bu aşamada Hitler Gençliği, yoğun bir şekilde Nazi propagandasına maruz kalmaktaydı. Bu çalışmada, Nazizm ideolojisi altında Hitler Gençliği'nin nasıl ve ne yönde yetiştirildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda Nazi propagandasının Hitler Gençliği üzerinde Nazizm ideolojisini inşasındaki rolü de açıklanmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında Naziler tarafından kullanılan Hitler Gençliği propaganda afişleri içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen beş propaganda afişi (Führer, Asker, Vatan, Yardım, Üstünlük), nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Afişler, Roland Barthes'in düzenlam ve yananlam, mit, metafor ve metonimi boyutunda ele alınmıştır. Elde edilen bulgular ışığında; Adolf Hitler'in emirleri doğrultusunda Hitler Gençliği'nin militarist bir eğitime tabi tutularak, topyekün bir savaşa hazır hale getirildikleri ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gençlik, Hitler Gençliği, Afiş, Propaganda, Nazizm

HITLER YOUTH UNDER THE NAZISM IDEOLOGY AN EXAMINATION ON NAZI GERMANY PROPAGANDA POSTERS

Abstract

The Nazis wanted that the German people learnt the Nazism ideology in their youth. For this purpose, the National Socialist German Workers' Party (NSDAP) founded a unit called as the Hitler Youth (Hitlerjugend) in 1922. Every young German citizen who had "free race" qualification according to the Nazism ideology could participate in the unit. In the latter years of the Second World War, when the Wehrmacht (German Army) suffered military difficulties, the Hitler Youth was sent to the front, and persisted until the last days of the war. At this stage, Hitler Youth was exposed to intense Nazi propaganda. In this study, it was tried to show how Hitler Youth was raised under the ideology of Nazism. At the same time, the role of Nazi propaganda in the construction of the Nazism ideology on the Hitler Youth was also explained. For this purpose, five propaganda posters (Führer, Soldier, Homeland, Aid, Superiority) determined by using the purposeful sampling method from the Hitler Youth propaganda posters used by the Nazis were examined using the semiotical analysis method in qualitative research methods. The posters were analyzed in the dimension of Roland Barthes' dénotation, connotation myth, metaphors and metonym. In the light of findings; in the direction of Adolf Hitler's orders, the Hitler Youth was subjected to a militarist training and was made ready for a total war.

Key words: Youth, Hitler Youth, Poster, Propaganda, Nazism

Giriş

20.yüzyılda Avrupa'yı etkisi altına alan Nazizm, Faşizm ve Komünizm gibi ideolojiler, egemen oldukları ülkelerde gençlik örgütleri teşkil etmişlerdi. Kurulan gençlik örgütleri, gençleri ideolojik temelli olarak geleceğin savaşçıları olarak yetiştirmektedir. Bu süreçte Faşist İtalya'da İtalyan Gençlik Örgütü (Opera Nazionale Balilla, ONB), Komünist Rusya'da Lenin Gençlik Örgütü Komsomol (Комсомол) ve Nazi Almanyası'nda da Hitler Gençliği (Hitlerjugend, HJ) adında gençlik örgütleri kurulmuştu. Özellikle HJ, Nazizm ideolojisinin Alman gençlerine aktarılmasında önemli bir görev üstlenmekteydi. HJ'de gençler, Nazizm ideolojisinin "ari ırk" temelindeki dersler ile eğitilmekte, Alman Devlet Başkanı Hitler'e kayıtsız şartsız itaat etmeleri öğretilmekte ve sıkı bir askeri eğitimden geçirilmekteydi. Bu süreçte Nazi propagandası, Nazizm öğretilerinin Alman gençlerine aktarılmasında önemli bir silah olarak kullanılmaktaydı. 2. Dünya Savaşı patlak verdiğinde HJ üyesi gençler, savaşın en kritik cephelerinde görev almaktaydı ve Nazi Almanyası'nın kayıtsız şartsız teslim olduğu 7 Mayıs 1945 tarihine kadar da Müttefik Kuvvetler'e karşı son ana kadar savaşmaktaydı.

HJ, gençlerin ideolojik temeller ışığında militarist amaçlar ile nasıl yetiştirilebileceğinin tarihteki önemli örneklerinden birini oluşturmaktadır. Yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda, HJ'yi ele alan alanda herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Alandaki mevcut eksiklik üzerine, çalışma kapsamında Nazi Almanyası döneminde HJ'yi konu alan propaganda afişleri göstergebilimsel analiz yöntemine tabi tutularak Nazizm ideolojisinin HJ üzerinde kurduğu tahakküm ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Son yıllarda Nazi Almanyası ve Nazizm ideolojisini konu alan alanda önemli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda; Çakı (2018d), "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada Nazi Almanyası etkisinde İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin propaganda faaliyetlerini, Çakı ve Gülada (2018), "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası" adlı çalışmada Nazi Almanyası'nın Vichy Fransası üzerindeki işgal propagandasını, Erol ve arkadaşları (2017), "Hitler Dönemi Eğitim

Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme" adlı çalışmada Nazi Almanyası dönemi eğitim yapısını, Tanyeri Mazıcı ve Çakı, "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada eski Alman Devlet Başkan Adolf Hitler'i, Zorlu ve arkadaşları (2017), "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada da Nazizm ideolojisini Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz yöntemi ışığında incelemiştir.

Çalışma kapsamında HJ üyelerinin Nazizm ideolojisi altında nasıl bir eğitim aldığı ve gençlerin Nazi propagandası ile nasıl etki altına alındığı dönemin HJ'yi konu alan Nazi propaganda afişleri üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Böylece HJ'den günümüze gençlik örgütlerinin ne gibi bir değişim geçirdiği de ortaya koyulabilecektir. Bu açıdan çalışma gerek alanda özgün olması gerekse incelediği konu bakımından önem taşımaktadır.

1. Nazizm İdeolojisinde Alman Gençliği

20. yüzyılın ilk yarısında Almanya'da ortaya çıkan Nazizm ideolojisi, ırkçı, anti-komünist, anti-semitist ve anti-kapitalist bir dünya görüşüydü. Nazizm, 1933-1945 yılları arasında Almanya'da iktidarda bulunan NSDAP'nin (Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi) tarafından Almanya'nın resmi ideolojisi haline getirilmişti. Nazizm ideolojisini benimseyenlere ve NSDAP üyelerine kısaca "Naziler" denilmekteydi. Naziler, Alman halkının küçük yaşlardan itibaren Nazizm ideolojisi altında yetiştirilmelerini istemekteydi. Bu açıdan Naziler, Alman gençliğinin eğitimine büyük önem atfetmekteydi. Nazizm ideolojisi temelinde verilen eğitimlerde gençlerin ilk olarak düzenli spor yapmaları teşvik edilmekteydi. Bu amaçla Naziler, gençleri devlet tarafından zorunlu spor etkinliklerine tabi tutmaktaydı. Alman gençlerine erken yaşlarda spor yapma alışkanlığının kazandırılması istenmekteydi. Böylece, gençlerin her daim sağlıklı ve zinde bir yapıda olması amaçlanmaktaydı. Spor yoluyla güçlü bir fiziğe sahip olan Alman gençler, Nazizm'in iddia ettiği "ari ırk"a layık bireyler olabilmekteydi (Aşma, 2017:127). Bu açıdan Nazi rejimi altında

verilen eğitimlerin önemli bir kısmını sportif etkinlikler oluşturmaktaydı.

NSDAP lideri Adolf Hitler, Alman gençlerinin sağlıklı ve düzgün bir fiziğe sahip olmaları ve yoğun bir şekilde spora yönelmeleri gerektiğini savunmaktaydı (2004:247). Hitler, sürekli olarak sağlıklı bir Alman gençliğinin yetişmesi için tüm güçleri ile çalıştıklarını belirtmekteydi. Hitler sağlık yönünden sağlam yetişmeyen bir gençlik ile bir ulusun uzun bir müddet yönetilemeyeceğini inanmaktaydı (2016:74). Bunun temel nedeni, Nazizm'in dayadığı "ari ırk" görüşü olmaktadır. Nazilere göre, Alman gençleri, sağlıklı bir yapıya sahip olmadıkları müddetçe, üstün Alman ırkı fikrinin Almanya'da inşası da mümkün olamamaktaydı.

Naziler, daha doğumdan itibaren Alman gençlerinin sağlıklı bir vücuda sahip olmasını istemekteydi. Bu amaçla Naziler, zihinsel engelli çocukların "ırkın hijyeni" politikaları gereği ötenazi programları ile yok edilmelerini desteklemekteydi. Naziler bu düşüncelerini resmiyete dökerek, 1933 yılında iktidara geldikten sonra "ırksal sterilizasyon" kanunlarını yürürlüğe koydu. Kanun kapsamında Naziler, sağlık merkezlerinde on binlerce zihinsel ve bedensel özürlü yurttaş kısırlaştırmaktaydı (Yavuzoğlu, 2003:93-94). Nazizm ideolojisi "üstün ırk" fikirleri doğrultusunda sağlıklı Alman gençlerine yaşam olanağı tanımamaktaydı.

Nazi Almanyası'nda gençler orta öğrenimlerini bitirdikten hemen sonra çalışma kamplarına sokulmaktaydı. Kamplara katılmak zorunluydu. Gençler burada Nazizm ideolojisi hakkında bilgilendirilmekte ve ideolojiyi içselleştirmeleri sağlanmaktaydı. Diğer yandan gençlerin çalışma kamplarına katılmasıyla birlikte, Almanya'daki işsizlik oranlarının azaltılması amaçlanmaktaydı. Kamplarda ayrıca gençlere askerlik duygusu kazandırılarak, geleceğin Wehrmacht askerlerinin yetiştirilmesi planlanmaktaydı (Macit, 2007:131). Nazizm ideolojisinin "güçlünün zayıfı ezerek var olacağı" görüşü, Alman gençliğine empoze edilmekteydi. Böylece Alman gençliği mücadeleciler ve saldırgan bir hale sokulmaya çalışılmaktaydı. Nazizm ideolojisi, gençlerin üstlerine karşı her daim itaatkar davranmasını istemekteydi. Bu açıdan, gençlerin terbiyeli ve kişilik sahibi olmalarının yanında kayıtsız şartsız

itaatkar olmaları da sağlanmaktaydı. Eski Prusya dönemindeki askeri eğitimlerde olduğu gibi Alman gençliğinde itaat, disiplinin en önemli adımlarından biri olarak değerlendirilmekteydi.

2. Nazi Propagandası Altında Hitler Gençliği'ne Genel Bir Bakış

Propaganda, belirli bir fikir veya ideolojinin kitle iletişim araçları kanalıyla kitlelere kabul ettirilmesini amaçlayan ikna odaklı bir iletişim türüdür (Çakı, 2018a:14). Propaganda kitlelerin düşünce ve tavırlarını etki altına almayı amaçlamaktadır (Tarhan, 2010:36). Propaganda ideolojilerin kitlelere aktarılmasında önemli bir araç işlevi görmektedir (Karaburun Doğan, Sayan ve Çakı, 2017:179). Bu yüzden Nazizm ideolojisinin kitleler üzerinde tahakküm kurmasını amaçlayan Naziler, propaganda disiplinini, 2. Dünya Savaşı öncesi ve sonrasında Nazi Almanyası'nda yoğun bir şekilde kullanılmıştı (Aziz, 2007:15). Diğer yandan propaganda, 20. yüzyılda kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler ile doğru orantılı olarak altın çağını yaşamıştı (Çakı, 2018c:79). Naziler, propagandalarının etkisini arttırabilmek için de dönemin en etkili kitle iletişim araçlarını kullanmaktaydı. Bu yolla Nazi propagandası, Alman halkı üzerinde güçlü bir nüfuz elde etmekteydi. Özellikle, Naziler fikirleri ile Alman gençliğini etkilemeyi başarmaktaydı.

Nazi propagandası, Weimar Cumhuriyeti'nin gündelik hayatının monotonluğundan sıkılmış olan Alman gençlerinin ilgisini Hitler Gençliği (Hitlerjugend, HJ) üzerine çekmeye çalışmaktaydı. HJ 'e ait kostümler, flamalar, sancaklar, bandolar vb. her türlü öge, Alman gençleri üzerinde önemli bir etki bırakmaktaydı (Akarcalı, 2003:108). Nazi propagandası gençlerin coşku ve heyecan gibi temel duygularını başarılı bir şekilde yönlendirebilmekteydi (Domenach, 2003:48). Kitlelerin duyguları, oluşturulan kahramanlık mitleri ile daha da kontrol edilebilir hale gelmekteydi (Çankaya, 2008:32). Nazi propagandası, HJ'yi Alman gençliği gözünde çekici hale getirebilmek için her türlü yöntemi kullanmaktaydı.

HJ'nin ilk temelleri 1922 yılında atılmıştı. HJ, ilk olarak NSDAP'nin paramiliter kolu olan SA'nın (Sturmabteilung) gençlik kolları mahiyetinde örgütlendi. Üyeler, SA'lar gibi kahverengi bir üniforma giymekte, sol kollarına

gamalı haç kol bandını takmaktaydı (Mcnab, 2015:379-380). HJ üyeleri, SA'lar gibi Hitler'e bağlılık yemini etmekte ve Nazizm'in öğretileri doğrultusunda hareket etmekteydi.

HJ'nin haricinde Almanya'da pek çok farklı görüşte gençlik örgütlenmesi bulunmaktaydı. HJ, kendisi dışındaki tüm gençlik örgütleri ile mücadele halindeydi. HJ'nin tahakküm kurmada en çok zorlandığı gençlik örgütü Katolik Gençlik olmaktaydı. Katolik Kilisesi ve Nazi Partisi arasında yaşanan rekabet, her iki gençlik örgütüne de yansımaktaydı (Caplan, 2017:139). Naziler, Almanya'da mutlak kontrolü elde edinceye kadar Katolik Gençlik'in etkinliklerine izin vermişlerdi.

1933 yılında Nazilerin Almanya'da iktidara gelmesi, HJ için de bir dönem noktası olmuştu. Hitler, aynı yıl Baldur von Schirach'ı HJ'nin lideri olarak atamıştı. Schirach, Almanya'da bulunan tüm gençlik örgütlerini kendi çatısı altında toplamıştı ve HJ Almanya'nın tek resmi gençlik örgütü olarak ilan edilmişti (Eberle ve Uhl, 2017:602). 1939 yılında, daha radikal bir karar alınmıştı. Almanya'daki ari ırka mensup Alman gençlerinin tümünün HJ 'e katılması zorunlu hale getirilmekteydi. Gençlerin, HJ'e katılması yükümlülüğü ebeveynlere verilmekteydi. Çocuklarını HJ'e yazdırmayan ailelere para cezası, hatta kimi zaman hapis cezası uygulanabilmekteydi (Caplan, 2017:101). Böylece HJ, Almanya'daki tüm gençlerin katılmak zorunda olduğu bir nevi devlet okulu halini almaktaydı.

Nazi propagandasının HJ üyelerini etkilemede en sık kullandığı propaganda yöntemlerinden biri her yıl NSDAP tarafından yapılan Nürnberg Mitingleri olmuştu. Hitler, Nürnberg Mitingleri'nde HJ üyelerine hitap etmekte ve HJ üyelerinin Nazizm öğretileri ışığında hareket etmelerini telkin etmekteydi (Çakı, 2018b:64). Mitinglerde Nazi propagandası, HJ üyelerinin tamamen Hitler'in etkisi altına girmesi için yoğun bir çaba sarf etmekteydi.

İkinci Dünya Savaşı patlak verdiğinde, HJ bünyesinde 10-14 yaşları arasındaki Alman erkek çocukları Alman Gençliği'ne (Deustches Jungvolk, DJV), 14-18 yaş aralığındaki Alman erkek çocukları da Hitlerjugend'a üye olmaktaydı. HJ bünyesinde Alman kız çocuklarının teşkilatlandığı birimlerde

bulunmaktaydı. Küçük Kızlar Birliği (Jungmädelbund, JM) ve Alman Kızlar Birliği (Bund Deutsche Mädel, BDM) de kızlar çocuklar için teşkil edilmekteydi. HJ üyeleri belli bir dönem Reich İşgücü Hizmeti'nde (Reichsarbeitsdienst, RAD) görev almakta, ardında da Wehrmacht'a (Alman Ordusu) veya Waffen-SS'e yazılmaktaydı (Mcnab, 2015:380). Naziler, HJ üyelerinin almış olduğu askeri eğitimlerden savaşın en kritik dönemlerinde istifade etmeye çalışmaktaydı.

HJ, Nazizm ideolojisinin tüm saldırgan düşüncelerinin somut bir göstergesi haline gelmişti. HJ, Yahudilerin iş yerlerine düzenlenen saldırı ve boykotlarda önemli rol oynamaktaydı (Caplan, 2017:128). HJ 'nin karıştığı şiddet eylemlerinde kimi hayatını kaybedenler bile olmaktaydı (Goebbels, 2016:33). HJ'nin şiddet eylemleri genel olarak Yahudilere ve komünist gençlik örgütlerine yönelik gerçekleşmekteydi.

Nazi propagandası, diğer yandan Hitler'i HJ üyeleri üzerinde kült lider olarak inşa etmeye çalışmaktaydı (Yücel, 2017:155). Nazi propagandası Hitler'i, Alman halkının kurtarıcısı olarak sunmaktaydı (Jowett ve O'donnell, 2014:241). Nazi propagandası HJ üyelerine, sürekli olarak Hitler'e kayıtsız şartsız itaat edilmesi gerektiğini vurgulamaktaydı. Hitler Geçliği'nin teşkilatlanması da, NSDAP'nin diğer birimlerine benzemekteydi. HJ'de aynı sokak ve mahalleden gelen çocukların bir araya getirilmesi amaçlanmaktaydı. HJ'de her on çocuk bir Kameradschaft'a yazılmaktaydı. Dört Kameradschaft'tan bir Schar, dört Schar da bir Gefolgschaft meydana getirmekteydi. Kimi zaman üç, kimi zamanda beş Gefolgschaft'ın bir araya getirilmesiyle de Stamm'lar teşkil edilmekteydi. Stamm'ların kontrol bölgesi ise Unterbann olarak adlandırılmaktaydı. Dört veya beş Unterbann'da bir Bann'ı oluşturmaktaydı. Hemen hemen 40 Bann ise NSDAP'nin Gebiet'ini teşkil etmekteydi. Gebiet, NSDAP'nin Gau'larına denk gelmekteydi (Mcnab, 2015:383). HJ üyeleri arasında sıkı bir hiyerarşi bulunmaktaydı. Belirli rütbe ve görevlere ayrılan HJ üyelerinde, alt rütbedeki üyenin üst rütbedeki üyeye kayıtsız itaat etmesi beklenmekteydi.

1943 yılında Nazi Almanyası için savaşın seyri olumsuz yönde değişmeye başlayınca, Naziler Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanı

Dr. Joseph Goebbels önderliğinde "Topyekün Savaş"ı (Totaler Krieg) başlatmıştı. Buna göre Almanya'da eli silah tutan herkes cepheye gönderilmekteydi. Bu süreçte HJ üyeleri de cephelerde görevlendirildi. HJ üyesi binlerce Alman genci Wehrmacht'ı desteklemek amacıyla savaşın en kritik yerlerinde görev almaktaydı. Gençleri savaşa sürükleyen Goebbels'e göre Nazi Almanyası'nın mutlak zaferi bir halk savaşı ile kazanabilmekti (Öymen, 2014:199). HJ üyeleri, savaşın son günlerine kadar cephelerde Müttefik Kuvvetleri'ne karşı savaşıyordu.

1945 yılının Mayıs ayında Nazi Almanyası, kayıtsız şartsız teslim olarak, 2. Dünya Savaşı'ndan ayrılmıştı. Nazilerin teslim olmasından sonra, Müttefikler Nazi rejimi altında kurulan tüm örgütler gibi HJ'i de Almanya'da yasakladı ve yasadışı bir örgüt olarak ilan edilmişti (Çakı vd., 2018:103). Buna karşın HJ'nin bazı üyeleri savaştan sonra bir araya gelerek aşırı sağ fraksiyonlar içerisinde tekrar varlık göstermeyi denemişti. Bu örgütlerden biri de Paul Lüth önderliğindeki Alman Gençlik Örgütü (Bund Deutscher Jugend, BDJ) olmuştu. Buna karşın HJ'yi, tekrar ortaya çıkarmak amacıyla yapılan tüm girişimler gerek gruplar içerisinde yaşanan iç karışıklıklar, gerekse Alman hükümetlerinin yasaklamaları sonucu başarıya ulaşamamıştı (Canşen, 1997:136). Savaş sonrasında HJ tekrar güç kazanamamasına rağmen Almanya'da Nazizm taraftarı gençler, Neonazi adında kendi bünyelerinde küçük radikal gruplar meydana getirmekteydi. "Neo" Latince "yeni" anlamına gelmekteydi. Neonazi, Avrupa'da "yeni Naziler" olarak adlandırılmaktaydı. Neonaziler propaganda faaliyetlerini genel olarak online ortamlarda sürdürmektedir. Günümüzde, Neonaziler Almanya'da göçmenlere yönelik gerçekleştirilen "şiddet eylemleri" ile genel olarak adlarından söz ettirmektedirler. Neonazi gruplar, zaman içerisinde Almanya'nın sınırlarını aşarak dünyanın pek çok farklı ülkesinde eylemler yürütmeye başlamıştı. Neonaziler genel olarak küçük ve marjinal gruplar olarak görülmesine karşın, dünya basınında adlarından sıklıkla söz ettirmektedir. Neonaziler özellikle çeşitli Avrupa ülkelerinde gayriresmi örgütlenmeyi başarmıştı. Bunun yanında örgütlenmeyi başaramadıkları ülkelerde ise sosyal medya platformları üzerinden

oluşturdukları gruplar ile taraftar toplamaya çalışmaktadır.

Türkiye'de ise Neonazi grupların resmi olarak varlığından söz etmek mümkün olmamaktadır. Buna karşın, Türkiye'de online ortamda varlığını sürdüren ve kendilerini Neonazi olarak adlandıran bazı grupların olduğu bilinmektedir. Bu gruplar, Avrupa'daki Neonazi gruplarından farklı olarak şiddet eylemlerinden uzak, genel itibarıyla 2. Dünya Savaşı ile ilgili paylaşımlarda bulunan gruplardan meydana gelmektedir.

3. Araştırmaya İlişkin Bilgiler

3.1. Çalışmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında Nazi Almanyası döneminde kullanılan HJ konulu propaganda afişleri nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir. Afişler, Barthes'ın düzenlem, yanalam, mit, metonimi ve metafor kavramları özelinde çalışmada ele alınmıştır.

Göstergebilim, göstergeler yoluyla oluşturulan anlamları inceleyen bilim dalıdır. Göstergebilim, 20. yüzyılın başında Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce'in dilbilim alanında yaptığı çalışmalar ile ortaya çıkmış ve bilim haline gelmiştir. Saussure, göstereni herkes tarafından kabul edilen kavramlar olarak, gösterileni ise gösterenin doğrudan anlamlandırılmayan yönü olarak ifade etmektedir (Rıfat, 2013:107). Örneğin, bir gül gösterge boyutunda ele alındığında, gösteren açıdan bir çiçeği, gösterilen boyutta ise sevgi ve aşkı temsil edebilmektedir. Peirce ise, Saussure'ün iki düzlemli yapısından farklı olarak göstergebilimi üç düzlem üzerine inşa etmektedir; yorumlayıcı, biçim ve gönderge. Peirce'in modeline göre, göstergeler yorumlayıcı tarafından algılandığı taktirde varlık gösterebilmektedir (Kalkan Kocabay, 2008:19-20). Saussure ve Peirce'in göstergebilim üzerine yaptığı çalışmalar alana önemli katkılar sağlamakla birlikte, göstergebilimin yalnızca dil bilimi alanında kısıtlı olarak kullanılmasına yol açmıştır. İlerleye süreçte Saussure'ün etkisinde kalan Roland Barthes, göstergebilimin, film, müzik, reklam, resim vb. pek çok farklı alanda kullanılmasının önünü açmıştır.

Barthes, anlamlandırmanın düzanlam ve yanlam olmak üzere iki düzlem üzerinden çözümlendiğini ifade etmektedir (2016a:85-86). Barthes'ın geliştirdiği düzanlam Saussure'ün gösteren kavramı, yanlam ise gösterilen kavramı yerine kullanılmıştır. Barthes da, düzanlamın gösterenin herkes tarafından kabul gören, nesnel anlamını; yanlam ise gösterenin kültürden kültüre değişen, öznel anlamını oluşturduğunu söylemektedir (2016b:18-19). Yanlam içerisinde göstergeler çok anlamlıdır (Sığırcı, 2016:74). Bu açıdan yanlam kişiden kişiye farklılık gösterebilmektedir (Kalkan Kocabay, 2008:35). Mit, bir kültürün gerçekliğin bazı görünümünü açıklamak amacıyla meydana getirdiği öykülerdir (Fiske, 2017:185). Barthes, mitlerin egemen değerleri topluma aktarmak için kullanıldığını belirtir (Yaylagül, 2017:123). Bu süreçte medya egemen güçlerin kitleler üzerinde nüfuz elde etmesini sağlamak için yapay mitler inşa edebilmektedir. İnşa edilen mitler ara Metafor, bir sözcüğün herkes tarafından kabul edilen anlamının dışında onun değişik anlamlı başka bir sözcük yerine ifade edilmesidir. Metonimi, birbirleri ile bağlantısı olan iki kavramdan birinin diğeri yerine kullanılmasıdır (Guiraud, 2016:146). Örneğin, kuru kafanın ölümü çağırması metafor kavramını, polisi temsil etmek için düdük, çöp vb. göstergelerin kullanılması da metonimi kavramını ifade etmektedir (Arpa, 2018:109).

Çalışmanın temel konusunu Barthes'ın göstergebilime katkıları oluşturmamaktadır. Çalışmada, yalnızca Barthes'ın göstergebilim kavramları HJ'nin propaganda amaçlı posterlerinin çözümlenmesinde metot olarak kullanılmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında Barthes'ın göstergebilim anlayışı üzerinde detaylı bilgi verilmemiştir.

3. 2. Çalışmanın Amacı

HJ'e ışık tutması ve Nazizm ideolojisinin Alman gençleri üzerindeki etkisini ortaya koyması çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Diğer yandan çalışma kapsamında Nazizm ideolojisinin Alman gençliği üzerinde tahakküm kurmada Nazi propagandasının ne gibi bir rol oynadığını ortaya koymak çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

3. 3. Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Nazi Almanyası Dönemi'nde HJ'i konu alan tüm Nazi propaganda afişleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın tüm afişlere ulaşmadaki imkânsızlıklardan dolayı çalışma kapsamında örneklem kullanılmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında Naziler tarafından kullanılan HJ propaganda afişleri içerisinde amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen beş propaganda afişi (Führer, Asker, Vatan, Yardım, Üstünlük), nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışmanın sadece beş propaganda afişi üzerinden yürütülmesinin temel nedeni, çalışma dışında tutulan afişlerin konu ve içerik bakımından, incelenen afişler ile benzer özellikler taşımasıdır.

3. 4. Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışma kapsamında HJ üzerine yürütülen Nazi propagandasının yalnızca propaganda afişleri üzerinden incelenmesi çalışmanın temel sınırlılığını meydana getirmektedir. Diğer yandan çalışma kapsamında yalnızca beş propaganda afişinin incelenmesi ve çıkan bulgular ışığında genellemelerde bulunulması da çalışmanın diğer önemli sınırlılığını teşkil etmektedir. Çalışmanın yalnızca Barthes'ın düzanlam, yanlam ve mit kavramları üzerinden yürütülmesi de çalışmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Göstergebilim alanında Barthes'ın haricinde farklı göstergebilimsel analizler bulunmaktadır. Örneğin, Ferdinand de Saussure'ün gösteren ve gösterilen üzerine inşa ettiği göstergebilim modeli, Algirdas Julien Greimas'ın Eyleyenler Örneği, Charles Sanders Peirce'in yorumlayıcı dahil ettiği göstergebilim modeli ve Claude Lévi-Strauss'un Karşıtlıklar Modeli bunlar içerisinde ön plana çıkan göstergebilim çözümlenmeleridir.

3. 5. Çalışmanın Önemi

Çalışma; alanda özgün olması, konuyla ilgili gelecek çalışmaları teşvik etmesi, HJ'e ışık tutması, Nazizm ideolojisinin Alman gençliği üzerinde tahakküm kurmasında propagandanın rolünü ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

3. 6. Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorular sorulmuştur;

-HJ'i konu alan propaganda afişlerinde Nazizm ideolojisi bağlamında hangi konular ön plana çıkarılmaktadır?

-HJ'i konu alan propaganda afişlerinde, Nazizm ideolojisi bağlamında hangi mitler inşa edilmektedir?

-HJ'i konu alan propaganda afişlerinde, Nazizm ideolojisi bağlamında hangi metafor, metonimi, simge ve kodlardan yararlanılmıştır?

4. Hitler Gençliği Konulu Propaganda Afişlerinin Göstergibilimsel Analizi

Çalışmanın bu bölümünde, amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen beş propaganda afişi (Führer, Asker, Vatan, Yardım, Üstünlük), nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergibilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir.

4. 1. "Führer" Konulu Propaganda Afişi

"Führer" konulu propaganda afişi düzenlem boyutunda ele alındığında, afişin merkezinde; Hitler'in büyük bir resminin bulunduğu ve hemen önünde ise HJ üyesi bir Alman gencinin resminin yer aldığı görülmektedir. Sunum kodları içerisinde hem Hitler hem de Alman genci ufka doğru bakarken gösterilmiştir. Kahverengi gömlek ve kravat görsel kodlar içerisinde Alman gencinin HJ'ye mensup olduğuna işaret etmektedir. Afişin üst kısmında Almanca "Jugend dient dem Führer/Gençlik Führer'e hizmet ediyor" alt kısmında ise "Alle Zehnjährigen in die HJ/Her on yaşına girmiş olanlar HJ'ye" yazılı kodları yer almaktadır. Afişteki genel mesajın kinetik göstergeler içerisinde yer alan mimikler aracılığıyla verildiği görülmektedir. Mimikler, kararlılığı ve inancı temsil etmektedir.

HJ'nin üyelerine verilen eğitiminde, Hitler'e sıkı bir bağlılık içinde olmaları telkin edilmekteydi. Nazilerin Alman kamuoyunda kullandıkları "Ein Volk, Ein Deutschland, Ein Führer/Bir halk, bir Almanya ve bir lider" temel propaganda sloganı HJ üyeleri içinde kullanılmaktaydı. HJ, tıpkı Wehrmacht mensupları gibi Hitler'e sadakat yemini ederek, eğitimlere başlıyordu. Propaganda afişinde yer

alan "Gençlik Führer'e hizmet ediyor" yazılı kodu, yine o dönemde Nazi propagandasında sıklıkla kullanılan "Führer befielt, wir folgen/Führer emreder, biz takip ederiz" sloganıyla benzerlikler taşımaktadır. HJ üyeleri, Hitler'e olan bağlılıklarını bu yüzden 2. Dünya Savaşı'nın son günlerine kadar sürdürmüştür. Özellikle Avrupa'da savaşın kaderini belirleyen 1945 Berlin Muharabesi'nde Hitler'in emri üzerine HJ üyeleri son ana kadar Ruslara karşı savaşmıştır.



Görsel 1. "Führer" Konulu Propaganda Afişi

Kaynak: <https://www.facinghistory.org/resource-library/image/hitler-youth-propaganda>, Erişim Tarihi: 03.09.2018.

Yananlam boyutunda propaganda afişi incelendiğinde, afişte HJ üyelerinin kayıtsız şartsız Hitler'e sadakatlerini göstermesi istenmektedir. Afişteki "Gençlik Führer'e hizmet ediyor" yazılı kodu; HJ üyelerinin temel amacının Drittes Reich'dan (Üçüncü İmparatorluk, Nazi iktidarında Almanya'ya verilen isim) ziyade, Hitler'e hizmet etmek olduğu vurgulanmaktadır. Görsel kodlar içerisinde Hitler resminin Alman gencinin arkasında bulunması, HJ üyelerinin Hitler'in izinden gittiklerini vurgulayan bir diğer yananlam boyutudur. HJ üyesi, tüm HJ üyelerini ve Alman gençliğini temsil eden bir metonimi olarak afişte yer almıştır. Hitler, afişte "lider" metaforu olarak kullanılmaktadır. Afişteki

propagandanın temel amacı Hitler'i HJ üyeleri gözünde kült lider olarak inşa etmektir. Propaganda afişinde HJ üyelerinin; Hitler'i örnek alması, onun fikirlerini sahiplenmesi ve onun hedefleri doğrultusunda çalışması istenmektedir. Afişte, HJ'nin temel görevinin Hitler'e hizmet etmek olduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır.

4. 2. "Asker" Konulu Propaganda Afişi

"Asker" konulu propaganda afişi düzenlem boyutunda ele alındığında, afişte bir Wehrmacht mensubu Alman askeri ile HJ'ye mensup bir Alman gencin yer aldığı görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde kullanılan kıyafetler, kişilerin Alman askeri ve HJ üyesi olduğunu açıklamaktadır. Afişte Almanca sade bir şekilde "Offiziere von morgen/Yarının subayları" yazılı kodu yer almaktadır. Kinetik göstergeler içerisinde, her iki kişinin yüzünde beliren gülümseme, kişilerin mutluluğunu ifade etmektedir. Yine kinetik göstergeler içerisinde yer alan jestler, her ikisinin de bir yöne doğru gitmekte olduğunu göstermektedir. HJ üyesi sunum kodları içerisinde afişin önüne konumlandırılırken, Alman askeri HJ üyesinin arkasına yerleştirilmiştir.

Nazizm ideolojisi, Alman gençliğinin daha çocuk yaşlardan itibaren bir asker gibi eğitilmesi gerektiğini savunuyordu. Bu amaçla HJ'ye verilen eğitimlerin önemli bir kısmı askeri eğitimlerden oluşmaktaydı. HJ üyelerine, 18 yaşını doldurduklarında RAD'da zorunlu olarak hizmet edecekleri, ardından Wehrmacht veya Waffen-SS'e katılarak Büyük Alman İmparatorluğu'nun (Großdeutsches Reich) inşasında görev alacakları telkin edilmekteydi. HJ üyeleri, 2. Dünya Savaşı'nda Wehrmacht'ın asker ihtiyacı duymaya başladığı 1943 yılından itibaren savaşın pek çok cephesinde aktif olarak görev almıştı.



Görsel 2. "Asker" Konulu Propaganda Afişi

Kaynak:

<https://www.dhm.de/lemo/bestand/objekt/offiziere-von-morgen-1940.html>, Erişim Tarihi: 03.09.2018.

Propaganda afişi yananlam boyutunda ele alındığında, afişte HJ üyelerinin geleceğin Alman subayları olarak yetiştirildiklerine vurgu yapmaktadır. HJ üyelerinin zihinlerine yalnızca Alman askeri ve subayı olmaları yerleştirilmekte, ikinci bir meslek seçeneği sunulmamaktadır. Bu süreçte afişte yer alan "Yarının subayları" yazılı kodu, gençlerin Wehrmacht'ta başarılı bir subay olacağı vurgusunu yapmaktadır. HJ üyelerinin kinetik göstergeler içerisinde mutlu olarak sunulması, HJ üyelerinin subay olmaktan memnun olduklarını ifade etmektedir. HJ üyesinin resmi tüm HJ üyelerini temsil eden bir metonimi olarak afişte yer almıştır. Diğer yandan HJ üyesi resimde ülkesi için bir "gurur" metaforu olarak sunulmaktadır. Afişte, HJ üyeleri için en doğru mesleğin askerlik olduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır.

4. 3. "Vatan" Konulu Propaganda Afişi

"Vatan" konulu propaganda afişi düzenlem boyutunda ele alındığında, afişin merkezine büyük bir HJ bayrağının yerleştirildiği görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde kullanılan kıyafetleri ile HJ üyesi olduğu anlaşılan bir kaç Alman gencinin yer aldığı görülmektedir. Gençlerden biri sunum kodları içerisinde ön planda bulunmaktadır. HJ üyelerinin kinetik göstergeler içerisindeki mimikleri kararlılıklarını göstermektedir. Görsel kodlarda HJ üyelerinden ikisi asker, biri hemşire biride HJ parti üniforması içerisinde resmedilmiştir. Afişin üstünde Almanca "Wir alle helfen mit!/Hepimiz yardım ediyoruz" altında ise "Kriegseinsatz der Hitlerjugend/Hitler Gençliği'nin Seferi" yazılı kodları yer almaktadır.

2. Dünya Savaşı'nda Propaganda Bakanı Goebbels tarafından Topyekun Savaş ilan edildikten sonra, HJ üyelerinin tümü cephelerde hizmet etmek için görevlendirilmiştir. HJ üyeleri savaşta panzer birliklerinde, şehir savunmalarında, uçaksavar birimlerinde hizmet etmişlerdir. Alman Kızlar Birliği (Bund Deutsche Mädels, BDM) üyeleri de savaşta genel olarak hemşirelik görevini üstlenmişlerdir. Bu süreçte Nazi propagandası, HJ üyelerinin savaşta

morallerini yüksek tutmak amacıyla sürekli olarak faaliyette bulunmuştur. Özellikle savaşın son yıllarında patlak veren bozgun haberlerine karşı, HJ üyelerinin birlik içerisinde Hitler'e sadakat ile bağlı oldukları ve düşmana karşı savaştıklarını gösteren propaganda görsellerine yer verilmiştir. Savaşın son günlerde Almanya'da teslim olanların ve firarilerin sayısı sürekli olarak artmıştır. Nazi propagandası bu amaçla HJ üyelerinde de benzeri bir çözülmenin önüne geçmeye çalışmıştır.



Görsel 3. "Vatan" Konulu Propaganda Afişi

Kaynak: <http://www.third-reich-posters.co.uk/product/wir-allen-helfen-mit/>,
Erişim Tarihi: 03.09.2018.

Propaganda afişi yananlam boyutunda, HJ üyelerinin vatan savunması için verilen her görevi yerine getirmek için hazır olduklarını ifade edilmektedir. Afişte yer alan "Hepimiz yardım ediyoruz" yazılı kodu bu düşünceyi desteklemektedir. Afişte HJ üyelerinin aldıkları askeri eğitimleri savaşta başarılı bir şekilde kullandıkları vurgulanmaktadır. Nazizm ideolojisinin temelini oluşturan "mücadele" fikri, HJ üyelerine hatırlatılmakta ve vatanlarını savunmada son ana kadar mücadele etmeleri istenmektedir. Görsel kodlar içerisinde HJ üyelerinin farklı görevler içerisinde sunulması, HJ üyelerinin Topyekun Savaş'ta üstlendikleri vazifelere vurgu yapmaktadır. Afişteki HJ üyeleri, savaşta görev alan HJ üyelerini temsil eden metonimiler olarak kullanılmıştır. HJ üyeleri afişte "kahraman" metaforu olarak sunulmaktadır. HJ üyelerinin vatanları için verilen her görevi yerine getirmesi gerektiğine

yönelik mitin afişte inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir.

4. 4. "Yardım" Konulu Propaganda Afişi

"Yardım" konulu propaganda afişi düzenlam boyutunda ele alındığında, afişin merkezinde bir HJ üyesi Alman genç kıızı konumlandırılmıştır. Yine diğer afişlerdeki görsel kodlarda yer alan HJ üniformasından kızın HJ üyesi olduğu anlaşılmaktadır. Kinetik göstergeler içerisinde kızın mimikleri mutluluğunu yansıtmaktadır. Kız elinde bir kumbara ve bir çiçek demeti tutmaktadır. Kumbaranın çevresi, HJ amblemi ile çevrilmiştir. Yine görsel kodlar içerisinde kızın arkasına güneş ışıkları yerleştirilmiştir. Afişin altında Almanca "Baut Jugendherbergen und heime/Gençlik yurdu ve pansiyonları inşa ediyor" yazılı kodu yer almaktadır.

Nazizm ideolojisi temelinde eğitim veren Alman Kızlar Birliği (Bund Deutsche Mädels, BDM) Alman genç kızlarının iyi birer anne olarak yetiştirilmesi için büyük çaba sarf etmekteydi. BDM üyelerine verilen eğitimler HJ genelinde olduğu gibi genel olarak, sportif ve militarist eğitimlerdi. Alman genç kızlar ayrıca savaş zamanında hizmet edebilmeleri amacıyla hemşirelik eğitimleri de almaktaydı. 2. Dünya Savaşı'nda BDM üyeleri, pek çok cephedeki hastanelerde hemşire olarak görev almıştı. Bunun yanında savaşın sonlarına doğru, BDM üyeleri de Müttefik Kuvvetler'e karşı savunma savaşlarında görevlendirilmişlerdi.



Görsel 4. "Yardım" Konulu Propaganda Afişi

Kaynak: <https://fineartamerica.com/art/photographs/hitler-youth>,
Erişim Tarihi: 03.09.2018.

Afiş yananlam boyutunda incelendiğinde, HJ'ye bağlı olan BDM üyesi Alman genç kızlardan, Almanya'da inşa edilen gençlik merkezleri için birikim yapmaları ve bu birikimleri de Alman hükümeti ile paylaşmaları istenmektedir. Nazi Almanyası'nın böyle bir uygulamaya gitmesindeki temel sebep BDM üyelerinin ülkelerine olan bağlılıklarını arttırmaktır. Afişte yer alan kızın sunum kodları içerisinde mutlu gösterilmesi, gerçekleştirdiği eylemden keyif aldığını göstermektedir. Afişte genç kızın elinde bulunan kumbara üzerindeki HJ amblemi genç kızın HJ üyesi olduğunu vurgulayan en önemli metonimidir. Diğer yandan genç kız HJ üyesi tüm gençleri temsil eden bir metonimi olarak afişte yer almıştır. HJ üyesi genç kız afişte ülkesini seven ve ülkesine sahip çıkan "vatansever" metaforu olarak kullanılmıştır. Afişte yapılan propagandanın temel amacı, HJ üyelerinin Nazi Almanyası için yapmış olduğu küçük yardımların, büyük neticeler doğurabileceğini göstermektir. Afişte Alman gençlerinin yaptığı çalışmaların Almanya için büyük önem taşıdığına yönelik mit inşa edilmeye çalışılmaktadır.

4. 5. "Üstünlük" Konulu Propaganda Afişi

"Üstünlük" konulu propaganda afişi düzenlem boyutunda ele alındığında, afişin merkezinde iki HJ üyesinin konumlandırıldığı görülmektedir. Kinetik göstergeler içerisinde HJ üyelerinden jestleri incelendiğinde, birisi davul çalarken, bir diğeri de elinde büyük bir HJ bayrağı taşırken sunulmaktadır. Her iki HJ üyesininde mimiklerinde kararlılık ifadeleri yer almaktadır. Gençlerin hemen önünde ise kaçmakta olan öğretmen ve öğrencilerin olduğu görülmektedir. HJ üyeleri afişte fiktif bir şekilde devasa boyutta sunulurken, kaçmakta olan kişiler ise küçük olarak sunulmaktadır. Afişin üstünde Almanca "Hinaus mit allen Störenfrieden!/Tüm karaçalılar dışarı" altında ise "Einheit der Jugend in der Hitlerjugend!/Hitler Gençliği'nde Gençlerin Birliği!" yazılı kodları yer almaktadır.

HJ kurulmadan önce Almanya'da sol fraksiyonlardan, Katolik Kilisesi'ne kadar pek çok yapının kendine ait gençlik birimi bulunmaktaydı. Her oluşum kendi ideolojilerini, düşüncelerini ve fikirlerini kendisine bağlı olan gençlik birimine aktarmaktaydı. HJ kurulduğunda, Almanya'da etkin olabilmek için

diğer tüm gençlik birimleri ile yoğun bir mücadele içine girmiştir. HJ'nin eylemleri 1932 yılında tamamen kontrolden çıkınca, Weimar Cumhuriyeti'nin son şansöyelerinden Heinrich Brüning HJ'yi 1932 yılının Nisan'ında yasakladı. Buna karşın Brünnig'in ardından şansöyle olan Franz von Papen 1932 yılının Haziran ayında yasağı kaldırdı. Nazilerin, HJ'nin haricindeki gençlik yapılanmalarına tahammülleri yoktu. Naziler iktidara geldikleri 1933 yılından itibaren HJ'yi Almanya'nın tek resmi gençlik kurumu haline getirdiler. Bu amaçla, Nazi propagandası sürekli olarak HJ'nin Almanya'daki en iyi gençlik örgütü olduğuna dair propaganda faaliyeti yürütmekteydi.



Görsel 5. "Üstünlük" Konulu Propaganda Afişi

Kaynak:http://www.museenkoeln.de/ausstellungen/nsd_1609_hitlerjugend/01_04_hitlerjugend.html, Erişim Tarihi: 03.09.2018.

Afiş yananlam boyutunda incelendiğinde, afişte HJ üyesi iki genci sunum kodları içerisinde devasa boyutta büyük, diğer gençlik birimi üyeleri ve öğretmenleri ise küçük gösterilmiştir. Böylece afişte HJ'nin Nazi Almanyası'ndaki gücüne ve etkisine atıfta bulunulmak istenmiştir. Afişteki "Tüm karaçalılar dışarı" yazılı kodu, HJ dışındaki tüm gençlik örgütlerini Nazi Almanyası'nda yok edilmesi gereken tehlikeler olarak sunmuştur. Kinetik gösterge içerisinde diğer gençlik gruplarının jestleri, HJ üyelerinden kaçmakta olduklarını göstermektedir. Yananlam boyutunda, HJ'nin gelmesiyle eski gençlik örgütlerinin tümünün ortadan kalktığına ya da kalkacağına vurgu yapılmaktadır. "Hitler Gençliği'nde Gençlerin Birliği!" şeklinde afişte bulunan yazılı kod, Almanya'daki gençlerin

gerçek manadabir araya gelebildikleri tek gençlik biriminin HJ olduğuna vurgu yapmaktadır. HJ üyeleri “kurtarıcı” metaforu olarak afişte yer almıştır. HJ üyesi iki genç tüm HJ birimini temsil eden metominiler olarak afişte kullanılırken, kaçmakta olan diğer gençlik grupları da Nazi Almanyası içerisinde bulunan HJ dışındaki tüm gençlik birimlerinin metonimi olarak temsil edilmiştir. Afişte, HJ'nin Nazi Almanyası'ndaki en güçlü gençlik örgütü olduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır.

SONUÇ

HJ, kurulduğu ilk günden itibaren NSDAP'nin paramiliter gençlik örgütü olarak hizmet etmiştir. Nazilerin, 1933 yılında iktidara gelmesi ile HJ Almanyası'nın tek resmi gençlik örgütü haline almıştır. 1939 yılında da Nazizm ideolojisine göre "ari ırk" olarak kabul edilen tüm Alman gençlerinin HJ'ye katılması zorunlu hale getirilmiştir. HJ üyeleri Nazizm ideolojisi altında, militarist bir eğitime tabi tutulmaktaydı. Diğer yandan HJ, Alman gençlerine Nazi Almanyası Devlet Başkanı Adolf Hitler'e kayıtsız itaat edilmesi gerektiği fikrini aşılarmaktaydı. Bu süreçte Nazi propagandası Nazizm'in istediği şekilde HJ üyelerinin yetiştirilmesini sağlamak amacıyla faaliyet göstermekteydi. Bu amaçla dönemin kitle iletişim araçları, Nazizm fikirlerinin HJ üyeleri üzerine inşa edilmesinde propaganda amaçlı kullanılmıştı. Bu araçlardan biri de propaganda afişleri olmuştur. Çalışmada, Naziler tarafından kullanılan Hitler Gençliği propaganda afişleri nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir.

Çalışma kapsamında incelenen propaganda afişlerinin tamamen Nazizm ideolojisi ışığında oluşturuldukları gözlemlenmiştir. Afişlerde HJ üyelerine; kayıtsız şartsız Hitler'e itaat etmesi, Alman ırkının üstünlüğünü kabul etmesi, diğer gençlik örgütlerini yok sayması ve onlarla mücadele halinde olması, sürekli Nazi Almanyası için çalışması, geleceğin asker ve subayları olarak hizmet etmesi, Nazi Almanyası'nın zor zamanlarında verilen her görevi yerine getirmesi gibi Nazizm temelli fikirler aşılanmaktadır.

Afişlerde "Hitler Gençliği" başlıklı yazılı kodlar ve HJ'ye ait sembeler kullanılarak,

afişlerdeki kişilerin HJ üyeleri olduğu vurgulanmıştır. Genel olarak afişlerde HJ üyelerini temsil eden metonimlere yer verildiği görülmüştür. HJ üyeleri afişlerde, "kahraman", "kurtarıcı", "vatansever" vb. olumlu metaforlar olarak sunulmuştur. Böylece Almanyada yaşayan gençlerin HJ'ye katılması teşvik edilerek, HJ'nin gençler üzerindeki nüfuzu arttırılmaya çalışılmıştır.

Propaganda afişlerinde, sürekli olarak HJ üyelerinin Nazizm ideolojisine göre nasıl olmaları gerektiği vurgulanmıştır. Bu amaçla Nazi propagandası afişlerde HJ üyelerini etkileyebilmek için bir takım mitler inşa etme yoluna gitmiştir. HJ harici tüm gençlik örgütlerinin Nazi Almanyası için tehlikeli ve zararlı olduğu, HJ üyelerinin Hitler'e itaat etmesi gerektiği, HJ üyesi olan Alman gençlerinin iyi bir asker olduğu, HJ üyelerinin var olabilmesi için kendi gibi düşünmeyenler ile sürekli mücadele halinde olması gerektiği vb. mitler afişlerde inşa edilmeye çalışılmıştır. Böylece Nazi propagandasının etkisiyle, HJ üyelerinin Nazizm öğretileri doğrultusunda, Hitler'e sadık askerler olarak yetiştirilmeleri planlanmıştır.

Propaganda amaçlı posterler üzerinden inşa ettiği mitler ile, Alman gençlerinin Nazizm ideolojisinin doğru kabul ettiği tüm değerleri benimsemesi, yanlış kabul ettiği tüm görüş ve düşüncelere karşı da düşmanca tutum içerisine girmesi amaçlanmıştır. Böylece posterler üzerinden Nazizm ideolojisinin idealize ettiği Alman gençliğinin oluşturulması planlanmıştır.

Çalışma kapsamında elde edilen veriler, Nazi Almanyası'nda Nazizm ideolojisi altında HJ'ye yönelik yapılan propaganda faaliyetlerini ortaya koymaktadır. Böylece çalışmada ideolojik söylemlerin propaganda aracılığıyla gençler üzerinde nasıl tahakküm kurabildiği açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışma alanında özgün olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önem taşımaktadır. Buna karşın gelecek çalışmaların, propaganda afişlerinin günümüzdeki siyasi gençlik kolları üzerindeki rolünü incelemesi alana önemli katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akarcalı, Sezer. (2003). İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Arpa, Murat. (2018). "İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması", Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 1, Sayı 2, 105-115.
- Aşma, Cüneyt. (2017). Adolf Hitler. Erasmus Yayınları: İstanbul.
- Aziz, Aysel. (2007). Siyasal İletişim. 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barthes, Roland. (2016a). Göstergebilimsel serüven. (Çev. M. Rifat, S. Rifat). 8.Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, Roland. (2016b). S/Z. Çev., Sündüz Öztürk Kasar. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Çakı, Caner. (2018a). "Propaganda", M. Karaca ve C. Çakı (ed.), İletişim ve Propaganda, Konya: Eğitim Yayınevi, 13-44.
- Çakı, Caner. (2018b). "Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi". Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 5 (1), 59-79.
- Çakı, Caner. (2018c). "Birinci Dünya Savaşı'ndaki Alman Propaganda Kartpostallarında Kullanılan Karikatürlerde Türklerin Sunumunun Göstergebilimsel Açından İncelenmesi", Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 29, 73-94.
- Çakı, Caner. (2018d). "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme". Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 11 (2), 252-272.
- Çakı, C., Karaburun Doğan, D. ve Yılmaz, N. (2018). "Horst-Wessel Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, No. 46, s. 89-110.
- Çakı, Caner. ve Gülada, Mehmet Ozan. (2018). "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası". Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7 (1), 53-80.
- Çankaya, Erol. (2008). İktidar Bu Kapağın Altındadır. Gösteri Demokrasisinde Siyasal Reklamcılık, İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- Canşen, Efgan. (1997). Hitler'den Torunlarına, Almanya'da Eski ve Yeni Sağ. İstanbul: Göçebe Yayınları.
- Caplan, Jane. (2017). Hitler Almanyası 1933-1945. (Çev. İ. Erman), İstanbul: İnkılap Yayınları.
- DHM, (2018). "Propaganda Posterleri", Erişim: <https://www.dhm.de/lemo/bestand/objekt/offiziere-von-morgen-1940.html>, Erişim Tarihi: 03.09.2018.
- Domenach, Jean. Marie. (2003). Politika ve Propaganda, (Çev. T. Yücel), 2. Basım. İstanbul:Varlık Yayınları.
- Eberle, Henrik. ve Uhl, Matthias. (2017). Hitler Kitabı. (Çev. M. Tüzel). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Erol, E. G., Cerrahoğlu, N., & Çakı, C. (2017). "Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme". IX. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi, Ordu. 1234-1249.
- Facing History, (2018). "Propaganda Posterleri", Erişim: <https://www.facinghistory.org/resource-library/image/hitler-youth-propaganda>, Erişim Tarihi: 03.09.2018.
- Fine Art America, (2018). "Propaganda Posterleri", Erişim: <https://fineartamerica.com/art/photographs/hitler+youth>, Erişim Tarihi: 03.09.2018.
- Fiske, John (2017). İletişim Çalışmalarına Giriş. (Çev. S. İrvan). 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

- Goebbels, Joseph. (2016). Gerçek Yüziyle Komünizm ve Teori ve Pratikte Bolşevizm. (Çev. Z. Köroğlu). İstanbul: Bilge Karınca Yayınları.
- Guiraud, Pierre. (2016). Göstergebilim. (Çev. Mehmet Yalçın). 3. Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.
- Hitler, Adolf. (2004). Kavgam, (Çev. O. Ertaş). 2. Baskı. İstanbul: Beda Yayıncılık.
- Hitler, Adolf. (2016). Nürnberg Konuşmaları, (Çev. B. Denizci), İstanbul: Sub Yayıncılık.
- Jowett, S. Garth. & O'donnell, Victoria. (2014). Propaganda & Persuasion. USA: Sage.
- Kalkan Kocabay, Hasibe. (2008). Tiyatroda Göstergebilim. İstanbul: E Yayınları.
- Karaburun Doğan, D., Sayan, Ş. ve Çakı, C. (2017). "The Analysis on Election Music And Propaganda Posters of Political Parties İn 1999 General And Local Elections in Turkey", H. Arapgirlioğlu, A. Atik, R. L. Elliott, E.Turgeon (ed.) 2. Researches on Science and Art in 21st Century Turkey, Ankara: Gece Publishing, 179-186.
- Kershaw, Ian. (2009). Hitler, 1936-1945: Nemesis. (Çev. Z. Biliz). 2. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Macit, M. Hanifi. (2007). Faşizm ve Nazizm. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Menab, Chris. (2015). Hitler'in Ordusu, Nazi Savaş Makinesinin Tarihi, 1939-1945, (Çev. O. Doğan), İstanbul: Timaş Yayınları.
- Museen Koeln, (2018). "Propaganda Posterleri", Erişim: http://www.museenkoeln.de/ausstellungen/nsd_1609_hitlerjugend/01_04_hitlerjugend.html, Erişim Tarihi: 03.09.2018.
- Öymen, Onur. (2014). Bir Propaganda Silahı Olarak Basın. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Rıfat, Mehmet. (2013). Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Tanyeri Mazıcı, Emel. ve Çakı, Caner. (2018). "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı". Erciyes İletişim Dergisi. 5 (3). 290-306.
- Tarhan, Nevzat. (2010). Psikolojik Savaş, Gri Propaganda. 13. Baskı. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Third Reich Posters, (2018). "Propaganda Posterleri", Erişim: <http://www.third-reich-posters.co.uk/product/wir-allen-helfen-mit/>, Erişim Tarihi: 03.09.2018.
- Sığırcı, İlhami. (2016). Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yavuzoğlu, Arda. (2003). 20. yy.'da Faşist Paranoya, İstanbul: Sayfa Yayınları.
- Yaylağül, Levent. (2017). Kitle İletişim Kuramları. Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. 8. Baskı. Ankara:Dipnot Yayınları.
- Yücel, Erdinç. (2017). Propaganda, Hitler'in Müftüsünden Nazi Türklere, Bir Diktatörü Otopsisini. İstanbul: Karakarga Yayınları.
- Zorlu, Y. Çakı, C. ve Karaca, M. (2017). Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi. Sosyoloji Konferansları - Istanbul Journal of Sociological Studies. No: 56 (2017-2). / 65-93.