

Hitler Almanyası'nda Sanat ve Propaganda

Arş. Gör. Sibel Uçkaç Altun

Özet

Günümüzde egemen güçler, dünya kaynaklarını sorunsuzca kullanabilmek için yaygın kitle iletişim araçları yoluyla gönderdikleri tarafı ve amaçlı iletiler aracılığıyla bireylerin 'rıza'sını almakta, aslında bireyleri sundukları eğlence içerikleriyle depolitize etmekte, gerçek bilgiden yoksun bırakmakta, etkisizleştirmekte ve politika üretme, ekonomik güce ortak olma süreçlerinden uzak tutmaktadır. "Nazi Almanyası'nda Sanat ve Propaganda" başlıklı bu makalede Hitler dönemi Almanyası'nda propaganda yöntemlerinin, iktidar açısından nasıl önemsendiği ve "sanat"la eşdeğer tutulduğu, o dönemde yayınlanan "Triumph des Willens" (İradenin Zaferi) adlı propaganda filmi ve duyuru afişleri göz önüne alınarak incelenecektir.

Anahtar Kelimeler

propaganda
rıza üretimi
kitle iletişim araçları
sinema
afiş
Hitler dönemi
Almanyası

ART AND PROPAGANDA DURING HITLER'S ERA IN GERMANY

Abstract

The dominant powers of today use mass media tools in order to depoliticize individuals by masking their messages under the title of 'entertainment'. In this sense individuals are manufactured consent to the dominant forces. They are deprived of real information and, as a result, are automatically excluded from decision making processes and economic decisions which directly affect their lives. In the article titled "Art and Propaganda", propaganda tools used during Hitler's era in Germany will be analyzed by evaluating the film "Triumph des Willens" and posters made during this period. Propaganda then will be further compared with 'art' and how the government viewed making propaganda as making 'art'.

Keywords

propaganda
mass media
manufacturing
consent
cinema
posters
Hitler's era in
Germany

I. Giriş

“Çoşkumuzun parlak alevi, uygar siyasi propagandanın yaratıcı sanatına ışık ve sıcaklık verir” diyen Goebbels’in “propaganda”yı yaratıcı “sanat”la bağdaştırırken “sanat” sözcüğünün pratikteki anlamı kitleleri ikna etme yöntemlerine denk düşmekte, günümüzde “rıza üretimi” kavramı, “yaratıcı sanat” tanımlamasıyla oldukça örtüşmektedir. Goebbels’in “uygar siyasi propaganda” deyimini, onun şu cümleleri daha iyi açıklar: “Güce dayalı kuvvete sahip olmak güzel olabilir. Ama halkın kalbini kazanmak ve muhafaza etmek daha iyidir”. Almanya’da 1933 yılında kurulan toplama kamplarının Avrupa’nın işgal altındaki tüm bölgelerine yayılması, 1941 sonbaharından itibaren, toplu öldürme kamplarının kurulması ve Yahudiler’in bu kamplarda “nihai çözüm” çerçevesinde katledilmesi (Gürbüz vd., 2002: 46) gibi insanlığın yaşadığı acı deneyimler, radyonun, gazetenin, duyuru afişlerinin, sinemanın anlatım olanakları ve iktidarın maddi kaynakları kullanılarak yapılan bu “uygar siyasi propaganda” ile başlayan sürecin kaçınılmaz sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

Propaganda etkinliğinin sanatsal yöntemlere başvurarak “rıza üretimi”nde kullanılabilmesi için öncelikle kitle iletişim araçlarının varlığına gereksinim duyulmaktadır. Kitle iletişim araçları ise ekonomik, siyasal ve kültürel “seçkin”lerin ideolojik bakış açılarını yansıtan iletileri yayarak “kültürel hegemonyanın” varlığına katkıda bulunmaktadır. Chomsky ve Herman; Rıza Üretimi’nde (Manufacturing Consent) tüm haberlerde baskınlıkları hissedilen “elit konsensüs”ün olayları nasıl belli bir ideolojik bakış açısıyla sunduğunu ortaya koymaktadır. (bkz. İnceoğlu, 2007). Radyo, televizyon, gazete, sinema gibi iletişim araçlarının toplumun erk sahipleri tarafından yönlendirilebilir olması, “rıza üretimi” kavramının izleyici kitleleri üzerindeki negatif etkisine atfen “sorunlu” ve “sakat” yönünün kaynağı olarak gösterilebilir.

“Rıza Üretimi” kavramı daha I. Dünya Savaşı sırasında dile getirilmiştir. Hitler Almanyası’ndan çok daha önce Birinci Dünya Savaşı sırasında oldukça etkin çalışan Creel komisyonu’nun üyesi Walter Lippmann propaganda çalışmalarından çıkardığı derslerden hareketle demokraside “rıza üretimi” denen yeni bir sanat olduğunu söylemekteydi. (Chomsky, 1997). Ona göre rıza üretimi yoluyla, biçimsel olarak katılım hakkına sahip olan insanların seçim ve tutumları, her zaman onlara söylendiği gibi davranmalarını sağlayacak şekilde yapılandırılabilenmekteydi.

Chomsky kamusal entelektüeller denen kişilerin, siyaset biliminin son 70-80 yıldır dalı olan iletişim ve enformasyonla ilgili alanına dahil olan akademik çevrelerin ve propaganda (halkla ilişkiler) sanayinin önderlerinin de egemen azınlığın üyeleri sıfatıyla, sıradan insanları "cahil ve sorun yaratan dışarıklılar" olarak gördüklerini belirtir. Onlara göre kamusal alanın dışında tutulması, "katılımcı" değil "seyirci" olması gereken bu genel nüfus, son derece aptaldır, kendi çıkarlarının en iyi yargıci olamazlar, dolayısıyla bunu onların yararına bu egemen azınlık yapmalıdır. Zaman zaman "seyirciler" in oy kullanmalarına izin verilir. Sonra evlerine dönüp futbol seyretmeyi sürdürürler. (Chomsky, 1997). Halkın propaganda yoluyla bu şekilde egemen güçlerin politik çıkarlarına alet edilmesinin artık sıradan olaylardan sayıldığı günümüzde ise en etkili uygulanan propaganda etkinliğinin, kapitalizmin çıkarları lehine yürütülen ve tüketim çılgınlığı sonucunu doğuran çalışmalar olduğunu söylemek yanlış olmaz. Böylece "seyirci" nin oy kullanmasına izin verildiği gibi, satın almasına, çılgınca tüketmesine, yemesine, içmesine de izin verilir.

Bireylerin dünyaya, çevrelerine ve özellikle kendilerine ilişkin fikirlerini manipüle etmek için reklam filmleri, diziler, haberler, müzik videoları, sinema filmleri, gazete ilanları, dergiler, internet vb. ortamlarda tek tipleşmiş moda ikonları, referans politikacılar, akademisyenler, ekonomistler boy gösterir. Bu araçlarda hedef kitleyi etkilemek için çoğu zaman sanatsal yöntemlere başvurulur. Bazen bir grafik tasarımında çok ünlü bir resim esin kaynağı olur, sanatçının eseri sanatçının onu yapış amacı dışında, "sattırma" eyleminin aracı olur. Bazen de sanatsal değeri takdir gören bol ödüllü bir sinema filminin başrol oyuncusu, seçim kampanyasında iktidardaki siyasi parti adına çalışarak seçmenleri ardından sürükleyebilir. Olaylara "seyirci" olması gereken halkın "seyrettiği", "dinlediği" ve "okuduğu" mesajların yönetici seçkinler için taşıdığı büyük önem, amaca ulaşmak için her yolun mubah görüldüğü propaganda etkinliğine iletişim süreci içinde hak ettiği tarihsel değerini vermeyi gerektirir.

İlk ortaya çıktığı günden bu yana propaganda çalışmalarının kitle iletişim araçları ile olan sürekli bağıını irdelemeden önce propaganda kavramının anlamını açıklamaya çalışacağız.

II. İletişim Süreçlerinde Propaganda Kavramının Önemi

Latince “yayılacak şeyler” anlamına gelen “propaganda” sözcüğünün özgün anlamı “yanıltıcı bilgi” anlamına gelmediği gibi, Birinci Dünya Savaşı’nda ortaya çıkan politik anlamını kazanıncaya kadar, olumsuz bir vurgu içermemekteydi. Güncel anlamına baktığımızda propaganda (Püsküllüoğlu 2004:1089); “bir öğretiyi, düşüncüyü, inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek yaymak ereğiyle, sözle, yazıyla ve benzeri türlü araçlarla gerçekleştirilen her türlü çalışma” anlamında kullanılmaktadır.

Örgütlü devlet propagandası ilk kez Birinci Dünya Savaşı’nda Britanya Enformasyon Bakanlığı aracılığıyla gerçekleşmiştir. Asıl olarak propaganda yapmakla yükümlü Enformasyon Bakanlığı’nın, en saf ve propagandaya açık kişiler olarak gördükleri Amerikalı aydınları hedef aldığını belirten Chomsky, savaş sırasında uygulanan propagandanın amacını şöyle açıklar: “Britanya Enformasyon Bakanlığı’nın sonradan yayınlanan belgelerinde hedeflerinin tüm dünyanın düşüncelerini denetim altına almak olduğu görülmektedir.” (Chomsky 1997). Sonuçta bakanlık, Amerikalı aydınları propaganda ağı içine almada başarılı olmuş ve savaştan kazanan taraf olarak çıkmıştır.

ABD’de 1916 yılındaki seçimleri savaş karşıtı tutumuyla kazanan, ancak iktidardayken savaşa girmesi gereken Woodrow Wilson’un önündeki tek engel; barışçıl bir halkın tüm Almanlar’ı öldürmek isteyecek çılgınlar haline nasıl getirileceği sorunu olduğunu söyleyen Chomsky, burada propagandanın devreye girmesinin kaçınılmaz olduğunu altını çizer. Böylelikle ABD tarihinde ilk büyük devlet propaganda aygıtı geliştirilmiş olur: Kamu Enformasyon Komitesi. Diğer adıyla Creel Komisyonu. Komisyonun bir kaç aylık çalışması sonucunda savaşıma histerisinin yükseldiği ABD, kendini savaşın içinde bulur.

Chomsky’nin pek çok insanı etkileyen propaganda etkinliklerinin başarısının bir kişiyi özellikle etkilediğini ve bunun gelecek için büyük önem taşıyacağını söylerken kastettiği kişi Hitler’den başkası değildir. Hitler “Mein Kampf”da Almanya’nın savaşı, propaganda savaşını başaramadığı için kaybettiğini yazmıştır. Birinci Dünya Savaşı’nda müttefiklerin yaptığı propagandanın gücünden çok etkilenmiş, 1918 senesinde deniz kuvvetleri ile cephede çıkan isyanların ana sebebinin de bu olduğuna inanmıştır. Britanya ve Amerikan propagandasıyla baş edemeyen Almanlar İkinci Dünya Savaşı’nda bunu başarırlar.

“Propagandanın görevi, örgüt içi taraftar toplamaktır. İkinci görevi yeni doktrini anlatmak ve benimsetmektir” diyen Hitler, propagandacının amacının kitlelerin dikkatini belirli olaylar, gereksinimler üzerine çekmek olduğunu vurgulamıştır. (Hitler, 1972). Hitler daha sonraları “Propaganda iktidarı elde tutmamızı sağladı, dünyayı fethetme olanağını da bize yine propaganda verecek” yorumunu yapmaya fırsat bulacaktır. (Domenach, 1995: 15). Aslında Hitler’in savaşı kazanabilmek için propagandaya verdiği bunca değer boşa değildir. Çünkü artık savaşlar, I. ve II. Dünya Savaşı’ndan önceki dönemlerde yapılan bölgesel, ulusal çaptaki savaşlara benzememektedir. Bu iki savaşın geniş çaptaki çatışma sahalarına, geleneksel biçimlerle toplanan asker sayısı yeterli gelmeyince, devreye estetize kalıplara sokulmuş propaganda yöntemlerinin girmesi kaçınılmaz olmuştur. Hitler döneminde yapılan “Entartete Kunst” (Yozlaşmış Sanat) sergisi de, resim, heykel gibi sanat eserlerinin sergilenme yöntemlerinin bile nasıl bir propaganda etkinliğinin parçası ve amacın eserlerin sanatseverlerle buluşması yerine, sanatçıları etnik kökenlerinden dolayı izleyenlerin gözünde küçük düşürmenin ilk örneği olabileceğini göstermiştir. Clark’ın (Clark 2004: 88) belirttiğine göre 1937’de Münih’te açılan bu sergi daha sonra on üç alman ve Avusturya şehrini dolaşmış ve toplam üç milyon kişi tarafından ziyaret edilmiştir. Bu nedenle şimdiye kadar en fazla kişinin ziyaret ettiği sergi olarak tanımlanmaktadır. Bu rakamlar bile örgütlü propagandanın, sanatın tek başına ulaşamayacağı etkiyi göstermesi açısından önem taşımaktadır. Bu faaliyetlere bir de radyo, sinema, gazete, dergi, internet ve özellikle de televizyon gibi kitlelere hitap eden araçların katkısı düşünüldüğünde, propagandanın gücünün ulaşacağı kapsamın boyutları tartışmasız katlanarak büyüyecektir.

III. Hitler Döneminde Propaganda Kullanımı

Dünyayı propaganda ile fethetme planlarının ünlü sahibi Hitler, 1914’te savaşın ilk karışık günlerinde bir Bavyera alayına katılmış, kısa sürede düşük rütbeli bir asker için aşılmadık bir şekilde iki kez onur nişanına layık görülmüştü. (Roberts, 2003: 350). Askerlikteki kişisel başarısından sonra Almanya’nın yenilgisini kabullenmesi zorlaşmış, bundan sonraki yaşamında, Almanya için verilen 1918’deki Versailles hükmünü bozmak için uğraşmaya başlamıştır. Roberts onun ordu tarafından siyasi ajan olarak eğitildiği bir dönemin ardından, en büyük yeteneğini keşfettiğini vurgular: Kitleleri büyüleme yönündeki şaşırtıcı

yeteneği. "Hitler siyasete milliyetçi tahrikçi olarak girdi ve hipnotize edici etkileyicilikte bir hitabetle Versailles'ı lanetledi. Siyasi araç olarak Ulusal Sosyalist Alman İşçi Partisi'ne girdi." (Roberts, 2003: 350).

1929 ekonomik bunalımının ardından 1932 yılı rakamlarına göre 6 milyon işsiz bulunmuş Almanya'da parlamentoya karşı memnuniyetsizlik belirmişti. Nazi ırkçı ideolojisi, "1919'dan itibaren doğudan gelecek bir Bolşevik-Yahudi tehdidi" söylemiyle aynı noktada bulundu. (Roberts, 2003: 361). İşte bu noktada propaganda uygulamalarına ve dolayısıyla kitle iletişim araçlarına büyük gereksinim doğmaktaydı.

1933 yılının Ocak ayında, Komünistlerin genel grevle tüm ekonomiyi işlemez duruma getirerek bir "devrimci durum" yaratacakları konusundaki endişeler o derece derinleşmişti ki, Cumhurbaşkanı Paul von Hindenburg Hitler'i, Katolik Merkez Parti'yle istikrarlı bir koalisyon kuracağı umuduyla başbakan atadı. Koalisyon kurmayan Hitler, ülkeyi yeniden bir genel seçime götürdü. (Hitler: 2008). 5 Mart 1933'te demokratikliği tartışma götürür yöntemlerle, radyoyu da tekeline alarak seçimleri kazandı.

Hitler ülkedeki bütün aksaklıkların nedeni olarak Yahudiler ve çingeneler gibi bazı azınlıkları gösteriyor, Alman ırkının üstünlüğünden bahsediyordu. Naziler Yahudiler'e zulmetmeye başladıklarında liberal Avrupa büyük bir şaşkınlıkla, en gelişmiş toplumlarından birinde ortaçağ Avrupası'nın planlı katliamlarına tanık oldu. Eylül 1939'a gelindiğinde, 1933'teki 525,000 kişilik Alman Yahudi nüfusunun dörtte birden fazlası Almanya dışına göçmüştü. (Friedlander, 1997: 388). Hitler ve dönemin propagandadan sorumlu bakanı Goebbels'in planlı propaganda çalışmaları Hitler rüzgarına kapılan Alman halkının gözlerini adeta kör etmiş, yapılan katliamların gerçekliğine ya hiç ihtimal vermemelerine ya da tamamen göz ardı etmelerine sebep olmuştu.

IV. "İradenin Zaferi" Filmi ve Afişlerde Propaganda Oluşturma Teknikleri

Çalışmamızda "propaganda oluşturma teknikleri"nin (Tuncerhan, 2008) Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin (NSDAP) "İrade'nin Zaferi" (Triumph des Willens, 1934) filmi ile propaganda afişlerinde

kullanımlarının araştırılması amaçlanmıştır. Zira iletilerin ileticinin istediği etkiyi bırakmasının yolu bu tekniklerin sistemli bir biçimde uygulanmasından geçmektedir.

Propaganda kullanımındaki başarısıyla iktidara gelen Hitler, iktidarın devamı için de propagandayı vazgeçilmez bir unsur olarak görüyordu. Hitler, oyunculuğundan etkilendiği bir kadın yönetmene, Leni Riefenstahl'a üç belgesel siparişi verir. (Çelikkan, 2002). İnancın Zaferi (Sieg des Glaubens, 1933), İradenin Zaferi (Triumph des Willens, 1934), Özgürlük Günü: Ordumuz (Tag der Freiheit: Unsere Wehrmacht, 1935).

Yönetmen Leni Riefenstahl savaş sonrası, "İradenin Zaferi"nin bir propaganda filmi olmadığını, haftaya bakış türünden bir haber filmi özelliği taşıdığını, hatta Hitler'in politik bir film değil, sanatsal bir film istediğini iddia etmiştir. (Sklar, 1994). Oysa Baker, sinema perdesindeki görüntülerin insanlar üzerindeki etkileyiciliğini fark eden Hitler'in, propaganda uzmanlarına "Bana Potemkin Zırhlısı gibi bir film yapın" emrini verdiğini belirtmektedir. (Baker, 2007). Goebbels'e göre de Potemkin, mükemmel bir sanat filmi olmanın yanısıra, etkili ve usta bir propaganda filmidir. (Erksan, 1986). Onun ve Hitler'in tam olarak yapmak istedikleri film de elbette bu iki ayrı kulvarda birden birinciliğe oynamalıdır.

Riefenstahl'ın iddia ettiği gibi, filminin saf bir belgesel olmadığı oldukça açıktır. Örneğin Hitler'in Münih'te motosikletler eşliğinde yaptığı geçit törenini anlatan bölüme, başka törenlerden alınma görüntüler de eklenmiştir ve Hitler'i kürsü podyumunda yüceltici yakın planlarla gösteren sahne, stüdyoda çekilmiştir. (İradenin Zaferi, 2007). Sonuçta ortaya çıkan film ise, Propaganda Bakanı Goebbels'in "uygar siyasi propagandanın "yaratıcı bir sanat" olduğu düşüncesini haklı çıkarırcasına, tamamıyla propaganda sanatının inceliklerini ortaya sermekte ve "Bütün Zamanların En İyi Propaganda Filmi" ünvanını hak etmektedir.

Film çekmek için gerekli teknik aygıtlar bol miktarda sağlanmış ve zamanın en gelişkinleri içinden seçilmiştir. Aylardır hazırlıkları yapılan Nazi parti toplantısını filme çekmesi için Riefenstahl'ın emrine 36 kameraman verilir. Nazi birliklerinin ve Parti'nin Nürnberg'de yaptığı tören ve kutlamaları başarıyla sergileyen filmin kadrosu çok büyüktür. Onlarca kamera, ses alma aygıtı, kamyonun kullanıldığı filmde bayrak

taşıyan onbinlerce grup yanında, Hitler ve Parti'nin önde gelenleri, üyeleri, on binlerce işçi, çiftçi ile yüz binlerce Alman vatandaşı yer almaktadır. NSDAP'nin kitlelere nasıl hakim olduğu gösterilmekte, Hitler'in sarf ettiği neredeyse her sözcük alkışlanmaktadır. Film 1935 Venedik Uluslararası Film Festivali'nde altın madalya, 1937 Paris Film Festivali'nde büyük ödül kazanmıştır. (Aktaran Odabaş: 2009).

Birkaç gün süren NSDAP kongresini görüntüleyen Riefenstahl, askerlerin ülkenin farklı bölgelerinden yola çıkarak bir araya gelişini anlatmaktadır. Bu genç erkekler askeri kamplarda birlikte yemek yemekte, birlikte yıkanmakta, birlikte uyumaktadır. Gece yapılan konuşmalar, yemin törenleri ve ateş başında söylenen şarkılar gibi etkinliklerin yoğunluğu, bireysel düşünce ve hayal gücü kapasitesini en aza indirmek için fiziksel koşulların titizlikle tasarlandığına işaret etmektedir. Clark özel hayat yoksunluğu, tanıdık çevreden uzak olma ve uykusuzluk durumlarının duygusal savunmasızlık yaratmak için kullanıldığını belirtir. "Tüm bu uygulamalar ritmik olarak saatlerce devam eden talimler, çalan davullar ve yinelenen tekerlemelerin görsel ve işitsel etkisiyle güçlendirilmiştir." (Clark 2004: 71). Bireyin düşünmeye fırsatının kalmadığı bu tür ortamların yaratılması propagandanın amacına ulaşabilmesi için uygun zemini hazırlamaktadır.

"İradenin Zaferi"nde insanlar hareket halindedir. Kameranın hareketi, mekânı da harekete geçirir. İşçiler makineyle, askerler silahla gösterilir. Bireysel olan hiç bir şey görülmez. Faşist filme göre, faşizm kapitalizmin devamından başka bir şey değildir. Dilsel açıklamalara pek rastlanmayan faşist filmlerde bireye sadece halkın arasına katılma olanağı lütfedilir. Kurowski (Kurowski 1976: 39) filmde Hitler'in konuşmalarında her sözcüğün anlaşılmasının değil; sesin güven, teselli ve cesaret verip vermediğinin önem taşıdığını vurgulamaktadır. Kamera konumları ve açıları tek tek titizlikle hazırlanan sahnelerde, Hitler ordusunun büyüklüğü ve düzeni halkta çekinmeyle karışık bir hayranlık uyandırmakta, Hitler'in yeri geldiğinde emreder, yeri geldiğinde duygusal hitap tarzı kitleleri etkisi altına almaktadır.

Baker ise Riefenstahl'i, kamerasının Vertov gibi hayata dalmadığını, keşif yapmadığını, zaten kendisinin kurduğu bir "seti" görsel-işitsel bir ifadeye tercüme ettiğini, Nazilerin büyük gösterisinin yapılacağı Nürnberg'in bütünüyle bir "set" ve "dekor" olarak ölçülüp biçilerek tasarladığını söyleyerek eleştirmektedir. Kamera açılarından geçit resmi

güzergahına, ışıklandırmadan ses düzenine, hatta Führer'in tam olarak hangi anda kalabalıklar karşısında belirmesinin uygun olduğunun saptanmasına kadar. "İşte Nazi Sinegözü bu kadardır..." (Baker, 2007). Baker'in sözünü ettiği; filmde adeta "her şeyin ölçülüp biçilerek tasarlanması" olgusu, Nazi iktidarında Hitler'in sanatsal bir propaganda filmi sipariş ediyor; Goebbels'in, 'sanatın doğa ve endüstrinin ara noktası' olması gerektiğini vurgulayan Eisenstein'in ustaca kurgulanmış filmlerinden etkileniyor olmasının kaçınılmaz sonucudur. Bir sanatçı edasıyla her karesi titizlikle kameraya alınan, kurgunun yaratıcı olanaklarından faydalanılan bir film, kuşkusuz estetize karakteriyle bir sanat eseri olarak değerlendirilmelidir.

Filmin açılış sahnesinde Hitler Nürnberg'e ve oradan dünyaya "vahiy" getiren, bulutların içinden geçerek cennetten inen bir elçi olarak sunulur. "Film Hitler'in Tanrının Nazi Partisinin doğuşuna ve zaferine önceden karar verdiğini ilan etmesiyle ve 'Hitler Almanya'dır ve Almanya Hitler'dir' ifadesiyle zirvesine çıkar." (Wood, 1998). Wagner ve milliyetçi şarkılar duygusal etkiyi artırır. Kamera Hitler'i yüceltmek için alt açıdan, Nazi ordusunun görkemini yansıtmak için üst açıdan çekim yapar. Kurgu özenli ve ritmikdir.

Almanya'da Hitler iktidarı döneminin ürünü olan "İrade'nin Zaferi" filmi ve afiş görsellerinde bazı propaganda tekniklerinin kullanımının incelenmesi sonucunda varılan bulgular aşağıda yer almaktadır.

Korkuya Başvurma

Her türlü kitle iletişim aracını her düzeyde kullanarak kitle üzerinde korku ve endişe yaymak için kullanılan propaganda yöntemidir. Ellul (Ellul, 2003: 382) propaganda teknikleriyle bireylerin farkında olmadan kuşatıldıklarını şu sözlerle ortaya koyar:

Vatandaş, sokakta posterlerle, hoparlörlerle, törenlerle, toplantılarla karşı karşıyadır. İşte el ilanlarıyla ve endüstriyel seferberlikle; eğlenirken filmlerle ve teatral propagandayla; evde gazete ve radyo propagandasıyla...

Tüm bu araçların üzerinde aynı tür eylemi uyguladığı birey propaganda tarafından öylesine kuşatılmıştır ki, fiilen gerçeği göremez. Aynı fikirler, aynı imajlar, aynı söylentiler karmaşasının uzun ve uyutucu tekrarı, insan doğasını propaganda asimilasyonu için hazırlar.

Hitler'in partisi, yaşanan ekonomik kriz ve işsizliğin propagandaya olanak sağlayan buhranlı ortamında derinlere kök salmış anti-semitizm geleneğini alevlendirmiş, çöküşün sorumlusu olarak Yahudiler'i göstermiştir. Clark modern var oluşun neden olduğu karışıklık ve yabancılaşmanın yerine hayali Ari kültürünün değişmez değerlerini koyacaklarını vadeden Naziler'in bazı tarihçilerin "palingenetic" olarak adlandırdığı yeniden doğuş ya da ruhsal yenilenme fikrini harekete geçiren ütopyik bir mit yarattığına dikkat çekmektedir. "Nazi propagandası yeniden doğuşun ancak bir yok etme süreciyle yaratılabileceğini vurgulamaktan da kaçınmamıştır." (Clark 2004: 66). Modernizmin yayılmacı ve kültürel olarak yozlaştırıcı etkiye sahip olduğu ileri sürülerek korku unsuru yaratılmış, çözüm olarak "Ari kültür" gösterilmiştir.



Afiş 1 1

Korkuya başvurma tekniği kullanımına örnek olarak verilebilecek bu afişte kültür asimilasyonu konusu özellikle ABD'nin yayılmacı politikası üzerinden işlenmiştir.

Filmde korku unsuru:
"Hayatınız tehlikededir!"

"Reich yasaları sizlerin hayatınızın ve varlığınızın, Nasyonal Sosyalist Devlet düzeninde, güvenli, özgür olmasını sağlayacaktır."

(Adalet Bakanı Hans Frank'ın İrade'nin Zaferi'nde geçen konuşması)

Referans Gösterme

Her hangi bir konuyu desteklemek ya da her hangi bir düşünceyi yaymak için dikkat çekecek önemli bir otoriteyi referans olarak propaganda oluşturma tekniğidir. Bir fikri, görüşü veya hareket planına hatırı sayılır bir otoritenin onayı veya katılımı olduğu vurgulanarak kitleler etkilenmeye çalışılır.

Naziler propaganda malzemelerini oluştururken çeşitli düşünürlerin görüşlerini ve tezlerini temel almışlardır. Örneğin Luther'in Yahudi

1. Afişlerin tamamı, <http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/posters2.htm> ve <http://www.fmtr.com/genel/246696-2-dunya-savasina-dair.html> adreslerinden alınmıştır.

karşıtlığını, Darwin'in doğal ayıklanmasını, Hegel'in devleti yüceltmesini, Fichte'nin aşırı ulusçuluğunu, Nietzsche'nin üstün insan tezini, Gobineau ve Chamberlain'in ırkçı görüşlerini ve Bismarck'ın devlet sosyalizmini birleştirerek yeni bir toplum yaratma çabası içine girmişlerdir.

Referans gösterme tekniğine sık görülen şekilde dinsel mitler eşlik etmektedir. 1933 yılbaşında demiryolu işçileri için oynanan piyeste anlatıcı sem-bolik bir zaferi duyurmuştur: "Tanrı en kötü zamanımızda bize bir kurtarıcı yolladı: Führerimiz ve kusursuz Parti militanlarımız." "Politikanın dinselikle birleştirilmesi ve dönem olaylarının eski efsanelerle kaynaştırılması genel sadık bir desteği amaçlayan Nazilerin kullandığı tipik yöntemlerdir." (Clark 2004: 71)



Afiş 2

Bir otoriteye referans:

Örnek Afiş:

"Cumhurbaşkanı Mareşal Hindenburg
Başbakan olması için Hitler'i seçiyor."

Filme otoriteye referans:

"Altıncı Parti Günü Kongresini, sonsuzluğa
intikal eden Büyük Savaşın ilk askeri General
Reich Başkanı Von Hindenburg'un
saygıdeğer hatırasında açıyorum!"

(Hitler'in vekili Rudolf Hess'in İrade'nin
Zaferi'nde geçen konuşması)

Tren Etkisi

Etkilenmesi düşünülen hedef kitleye "herkes bunu yapıyor", ya da "herkes bu fikre destek veriyor" yönlendirmesiyle belirli bir hareket tarzını kabul ettirme biçimidir. İki biçimde kullanılır:

1. Kalabalığa katıl: Bu teknik propagandanın hedeflediği insanların kazanan tarafta olma dürtüsünü kullanır. Hedeftekilere bunun bir kitle hareketine döndüğü ve onların da katılmasının kendi çıkarlarına olduğu söylemini aşılar.

2. Kaçınılmaz zafer: Trene henüz katılmamış olanlar, kesin zafere giden yolda gidenlere katılmaya çağrılır. Hali hazırda trende olan veya kısmen trende olanlara da kalmalarının en iyi hareket olduğu fikri verilmiş olur.



Afiş 3

Tren Etkisi:
Örnek Afiş:
Tüm Alman halkının mutlulukla eski kıyafet ve ayakkabıları orduya yardım için topladığı gösterilmektedir.

Filmde tren etkisi
"Zaman gelecek ki hiç bir Alman sizin grubunuzun ilk üyesi olana kadar halkın birliğine kabul edilmeyecektir"
(Hitler'in İrade'nin Zaferi'nde geçen konuşması)

Direkt Emir

Bu teknik karar verme sürecini basitleştirmeyi amaçlar. Propaganda mesajı hedef kitleye tam olarak ne yapması ve nasıl davranması gerektiğini söylemektedir. Böylelikle istenmeyen olası sonuçlar ortadan kaldırılır. Emri vermek için otorite figürleri kullanılabilir.



Afiş 4

Direkt Emir:
Örnek Afiş:
"Biz Savaşırken Sen de Zafer için Çalış"
mesajı verilir.

Filmde direkt emir:
"Reich'in genç erkekleri! Çekiçleri keskinleştirin! Baltaları, kazmaları ve kürekleri!"
(Hitler'in İrade'nin Zaferi adlı filmde geçen konuşması)

Reddin Elde Edilmesi

Bir düşüncenin küçük görülen ya da istenmeyen bir grupta destek gördüğü imajı verilerek hedef kitle tarafından reddinin sağlanmasını içermektedir. Hedef kitle toplumda onay görmeyen veya nefret edilen gruba aynı fikirde olduğuna inandırılırsa bu görüşünü terk edecektir.

Nazi egemenliğindeki Almanya'da kültürel Bolşevizm ve Yahudi Emperyalizmi'nden kaynaklandığı ileri sürülen modern sanat anlayışı aşağı görülmüş, modern sanatçılar kınanmış ve eserleriyle alay edilmiştir. Dışavurumculuk akımı, Hitler ve Alfred Rosenberg gibi kıdemli Nazilerin açık saldırılarına maruz kalmış, Hitler iktidara geçtikten kısa bir süre sonra modern sanat yandaşları müzelerden tasfiye edilmeye başlanmıştır. Bu konudaki yaygın kanı, Nazi olmayan entelektüellerin gözünü korkutmak için modern sanatın Parti tarafından bilinçli olarak hedef seçildiğidir.

"Yozlaşmış Sanat" (Entartete Kunst) sergisinde 700'den fazla modern sanat eseri sadece alay etmek ve kötülemek amacıyla sergilenmiştir. Modernist çalışmalar yapmış yaklaşık yüz sanatçının çoğu özel koleksiyonlardan el konulmuş eseri, düzensiz ve genellikle çerçevelenmeden asılmış, resimlerin kenarlarına devlet müzelerinin resimleri almak için ödediği fiyat etiketleri yapıştırılmış, duvarlara modern eleştirmen ve sanatçıların resimler hakkındaki demeçleri yazılmıştır. Tüm bunlara Hitler'in resimler için yazdığı küçümseyici altyazılarla, dışavurumcu sanatın müstehcen, saçma, kutsal olgulara saygısız ve Afrika sanatına dayanan "Zencileştirici" (Verniggerung) kökenleri olduğunu belirten sloganlar eşlik etmiştir. (Clark 2004: 87). Sanatta dışavurumculuk akımı böylelikle değersiz hatta yok edilmesi şart olarak görülen Yahudiler'e mal edilerek dışlanmış, sanatçıların bu akımdan esinlenen eserler yapmaları imkansız hale getirilmiştir.



Afiş 5

Reddin Elde Edilmesi:

Örnek Afiş: NSDAP'ın düzenlediği Yozlaşmış Sanat sergisinin indirimli biletleri haber veriliyor.

Rasyonalizasyon

Bazı genellemeler kullanılarak, benimsenmesi istenilen fikirlere akılcı bir inandırıcılık verilmeye çalışılmaktadır. Tartışılır davranış veya inançların muğlak ve hoş sözlerle haklı gösterilmesi amaçlanmaktadır.



Afiş 6

Rasyonalizasyon: "Avrupa'nın Zaferi Senin Refahın" mesajı ile vatandaşın refahı Rusya ve İngiltere'nin yenilmesiyle ilintilendirilmektedir.

Filmde rasyonalizasyon:

"Düşmanlarımız bizi üzdüler, zaman zaman bize zulüm ettiler, bizi Hareket'ten kopardılar. Bugün, kendimizi sorgulamalıyız ve kötü unsurlarımızı, bize ait olmayanları atmamız." (Ludwig Müller, Birleşik Alman Evangelist Kilisesi Reich Piskoposu)

Nedeni Aşırı Basitleştirme

Karmaşık sosyal, politik, ekonomik veya askeri sorunlara popüler, anlaşılır genellemelerle yanıt verme biçimi olarak bilinmektedir.

İrade'nin Zaferi'nde Alman İşçi Cephesi Lideri Dr. Robert Ley tüm Almanya ve Avrupa'daki hareketlerinin sebebini şu cümlelerle açıklamaktadır: "Tüm çabalarımız sadece bir düşünceyle dikte edilmeli: Alman işçisinin baş dik, gururlu ve eşit haklara sahip milli yoldaş olması."



Afiş 7

Nedeni aşırı basitleştirme:

Örnek afiş:

Hitler'e "evet" deyin mesajı verilmektedir.

Ülkenin tüm sorunlarının Hitler'e oy vermek kadar basit bir işleme çözüme kavuşacağı yanılması yaratılmaya çalışılıyor.

V. Sonuç

İkinci Dünya Savaşı'nda radyonun ve gazetenin yanı sıra görsel unsurların tüm etkileyiciliğiyle yer aldığı televizyon programları, filmler ve afişler büyük halk yığınlarını etkileme, denetim altında tutma, biçimlendirme ve yönlendirmede iktidar sahiplerinin işini kolaylaştırmış, sürekliliği olan tek taraflı iletiler algılama süreçlerini biçimlendirmiştir. Sinema da devlet propagandasının hedefi haline gelen halkı yönlendirmede kullanılmış, hatta Almanya'da Hitler iktidara gelir gelmez propaganda bakanlığı bünyesinde bir film bürosu oluşturulmuş (Odabaş,1996: 50), bu da sinema sanatının devlet katında öncelikli bir yer tuttuğunu açıkça ortaya koymuştur.

"İrade'nin Zaferi" filmi ve propaganda afişlerinin incelenmesi sonucunda görülmektedir ki, Nazi partisinin önde gelenleri, kitleleri etkilemek için çeşitli propaganda tekniklerini sistemli ve eşgüdümlü bir şekilde kullanmışlar ve halkı arkalarından sürüklemeye başarı sağlamışlardır.

İnsanoğlunun yeryüzündeki varlığıyla birlikte, çevrelerindeki yönetmeye aday olanlar, onları etkilemek ve kendi üstünlüklerini sağlamak amacıyla propaganda çalışmalarına başvurmuşlardır. Bu nedenle propagandanın ortaya çıkışına, insanların diğer insanları kendi egemenlikleri altına alma çabası neden olmuştur demek yanlış olmaz.

Kitle iletişim araçlarında zaman içinde ortaya çıkan teknolojik gelişmeler günümüz dünyasında hem propaganda araçlarını değiştirmiş, hem de propagandanın anlamını genişletmiştir. Sinema, radyo, fotoğraf, gazete, afişler, billboard, internet vb. gibi yöntemlerin tümü, farklı teknikler ve semboller yoluyla propaganda mesajlarını dünyanın dört bir yanına hızla ulaştırmakta, sanatı da bir araç olarak kullanarak bireylerin inanç, tutum ve davranışlarını etkilemeye devam etmektedir. Rıza üretimi süreci, adından da anlaşılacağı gibi, artık herhangi bir zor kullanmaya gerek kalmaksızın, biçimsel olarak demokratik süreçlere katılım hakkına sahip olan insanların seçim ve tutumlarını kitle iletişim araçlarıyla yönlendirmeye başarı sağlamaktadır. Propagandaya "yaratıcı sanat" benzetmesi yapan Goebbels, iletişim teknolojisinin olanakları zorladığı her geçen gün haklı çıkmaya devam edecek görünmektedir.

Kaynakça

- Clark, Toby, Sanat ve Propaganda, 1. Basım, Ayrıntı, İstanbul, 2004.
- Çelikkan, Murat, Sinema Dahisi Nazi Kaltak, Radikal Cumartesi eki, 27 Nisan 2002.
- Domenach, Jean-Marie, Politika ve Propaganda, çev. Tahsin Yücel, 2. Basım, Varlık, İstanbul, 1995.
- Ellul, Jacques, Teknoloji Toplumu, çev. Musa Ceylan, Bakış, İstanbul, 2003.
- Erksan, Metin, "Tutsak Filmler", Ve Sinema, Sayı 3, Eylül, 1986.
- Friedlander, S., Nazi Germany and the Jews, cilt I , Londra, 1997.
- Gürbüz, Ayça Akarçay, Ferhat Kentel, Ahmet İnel, Esra Kuyaş, Asım Karaömerlioğlu, Ali Yaşar Sarıbay, Tarih 2002, Lebib Yalkın, İstanbul, 2002.
- Hitler, Adolf, Kavgam, 6. Basım, Kağan, İstanbul, 1972.
- Kurowski, Ulrich, Lexikon Film, Genehmigte, erw. u. aktualisierte Taschenbuchausg., 2. Aufl., Goldmann, München, 1976.
- Odabaş, Battal, "Leni Riefenstahl ve İradenin Zaferi", Fransız Siyasal Sineması ve Jean-Luc Godard, Marmara Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1996.
- Püsküllüoğlu, Ali, Türkçe Sözlük, 2. Basım, Ankara: Arkadaş Yayınları, 2004.
- Roberts, J.M., 20. Yüzyıl Tarihi, Dost, çev. Sinem Gül, Ankara, 2003.
- Sklar, Robert, "The Devil's Director," Cineaste, No:3, Nisan, 1994.
- Wood, Robin. "Faşizm-Sinema", Sexual Politics and Narrative Film, Columbia University Press, New York, 1998.
- Baker Ulus, "Nazi Sinemasının Sinegözü", (Erişim)
<http://www.korotonomedia.net/kor/index.php?id=21,244,0,0,1,0>, 10 Mart 2007.
- İnceoğlu, Yasemin, "Kitle İletişim Araştırmalarında Medya-İktidar İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi", Ekim, 18, 2006, (Erişim)

<http://merichrd.wordpress.com/2007/02/23/kitle-iletisim-arastirmalarinda-medya-iktidar-iliskilerinin-tarihsel-gelisimi/> 10 Mart 2007.

Noam Chomsky. "Ana-akım Medyayı Ana-akım Medya Yapan Nedir?", Haziran 1997, (Erişim)
<http://www.bgst.org/keab/chomsky20060923.asp>, 8 Mart 2008

Tuncerhan, "Medya ve Etik, Nasıl Medya Okur Yazarı Olunur", Kasım 9, 2008, (Erişim)
http://www.sosyalci.org/forum/forum_posts.asp?TID=1424, 08 Mart 2008.

Odabaş, Battal, "Propaganda Yapan Sinema" (Erişim)
<http://bodabas.tripod.com/PropSine.htm>, 8 Haziran 2009.

"Adolf Hitler", (Erişim)
http://tr.wikipedia.org/wiki/Adolf_Hitler, 8 Nisan 2008.

"İradenin Zaferi", (Erişim)
<http://www.downtr.net/18559-triumph-des-willens-iradenin-zaferi-dvdrip.html>, 10 Mart 2007.

<http://www.calvin.edu/academic/cas/gpa/posters2.htm>

<http://www.frmtr.com/genel/246696-2-dunya-savasina-dair.html>