

SAVAŞ, PROPAGANDA VE SANAT İLİŞKİSİ

Tolga AKALIN

Prof. Dr., Giresun Üniversitesi Görele Güzel Sanatlar Fakültesi Resim Bölümü, tolgaakalin78@hotmail.com, ORCID:0000-0002-0313-9847

Akalin, Tolga "Savaş, Propaganda ve Sanat İlişkisi". idil, 85 (2021 Eylül): s. 1363–1375. doi: 10.7816/idil-10-85-08

ÖZ

İstenilen amaç doğrultusunda kitleleri yönlendirmenin, olaylar karşısında halkın tutum ve davranışlarını bir ideoloji etrafında şekillendirmenin en kolay yolu propaganda sanatını kullanmaktır. Kalabalığa ulaşmadaki yönteminin basitliği, devletleri savaş boyunca propaganda araçlarını kullanmaya sevk etmiştir. Propagandanın gücünü kavrayan devletler özellikle I. ve II. Dünya savaşında hazırlattıkları afişlerle, adeta propaganda yarışına girmişlerdir. Afişler, hem askere alımları hızlandırmak hem de cephe gerisinde halkın desteğini kazanmak üzere kullanılmıştır. Propaganda faaliyetleri yürüten devlet yöneticileri, bir nevi düşman algısı oluşturarak özgürlük için savaşın gerekli oluşuna halkı inandırmak istemişlerdir. Bu bağlamda araştırma, savaş propagandası için kullanılan afişleri mercek altına alarak, savaş-siyaset-propaganda üçlüsü arasındaki bağlantıyı analiz etmeye odaklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sanat, siyaset, propaganda

Makale Bilgisi:

Geliş: 22 Haziran 2021

Düzeltilme: 30 Temmuz 2021

Kabul: 16 Ağustos 2021

© 2021 idil. Bu makale Creative Commons Attribution (CC BY-NC-ND) 4.0 lisansı ile yayımlanmaktadır.

Giriş

Siyasetin temel alanı insandır. İnsanların toplu halde yaşamayı başarabilmeleri ve bu yaşamı en rahat şekilde düzenlemeye çalışmaları sonucunda siyaset denilen kavram ortaya çıkmıştır. Siyaset olgusunun ortaya çıkışı da sanat gibi ilkel insanlara kadar dayanmaktadır. Haliyle o zamanki yönetim şekilleri güçlü olan bir liderin etrafında onun söylediklerini yapmakla sınırlıdır. Ancak o dönem insanları nasıl mağaraya yaptıkları resimlere sanat diyemiyorlarsa, kendilerini yöneten lidere de politikacı ve yönetim şekillerine de siyaset diyemiyorlardı.

Siyaset düşüncesinin felsefi temellerini Aristoteles ile başlatmak mümkündür. Filozofun kendi yaşadığı dönemde "Politika" adlı kitabının, siyasetin bilimselleşmesinin kapısını açan en eski kaynaklardan olduğu söylenebilir. Kitapta Yunan kentlerinin anayasaları ve siyasal sistemleri birbirleriyle karşılaştırarak incelenmiştir. Aristo'dan yıllar sonra İbn Haldun (1332-1406) da siyaseti bilim olarak incelemiştir. İbn Haldun devlet ve iktidar kavramlarını bilimsel yaklaşımlarla incelemiştir. Bu tarihlerde batı ülkeleri ise siyaset olgusuna bilimsel veya felsefi açıdan değil din açısından bakmış ve yönetim şekillerini din buyruklarına göre şekillendirmişlerdir (Akalın ve diğerleri, 2012: 11).

Filozofların okullarına öğrenci çekerek kendi öğretilerini yayma isteği ile başlayan daha sonra dini inanışların yayılması, kendilerine misyoner toplamayı amaç edinmeleri ve en sonunda da siyaset kavramının gelişmesi ile partilere oy toplamanın gerekliliği sonucunda gelişen, günümüze kadar çeşitli aşamalardan ve yöntemlerden geçerek gelen propaganda kavramı üzerinde durmak önemlidir.

Bu araştırmada propaganda kavramının genel bir tanımı yapılacak ve daha sonra çeşitli savaşlarda propaganda aracı olarak sanatın nasıl kullanıldığı irdelenecektir. İnceleme esnasında nitel araştırma yöntemleri kullanılacaktır. Bu yöntemlere göre makale, dergi, kitap vb. basılı veya dijital platformlardaki yazılı kaynaklar taranacak buralardan elde edilen bilgiler anlamlı bir bütün oluşturacak şekilde düzenlenerek araştırmacılara sunulacaktır. Elde edilen veriler doğrultusunda araştırmacı kendi birikimlerine ait düşüncelerini ortaya koyacaktır.

Propaganda Kavramının Kökeni ve Günümüzde Kullanım Amacı

Latince'de tohum ekmek anlamına gelen propaganda sözcüğü aynı zamanda önemli fikirleri desteklemek anlamına da gelmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2019: 2). Türk Dil Kurumu propagandayı; bir düşünceyi, bir öğretiyi ya da bir inancı başkalarına yaymak amacı güden söz, düşünce, yazı...vb. yollar ile yapılan çalışmalara verilen isim olarak tanımlamaktadır (Sözlük.gov.tr., 2021).

Bu kavramı ilk kullanan kültürün Antik Yunan olduğunu söylemek doğru olur. Bu kültürün düşünsel anlamda çok kuvvetli olduğu, yetiştirdiği filozofların fikirlerinin günümüz düşünce ve bilim insanlarına önderlik ettiği aşikârdır. O yüzden diğer düşünsel kavramlar gibi bu kavramında Antik Yunan'da doğması ve günümüze çeşitli aşamalardan geçerek ulaşması da normal bir durumdur.

Antik Yunanda bu kavram retorik (söz sanatı) olarak ortaya çıkmıştır. O dönemde gezgin olarak fikirlerini yaymaya çalışan sofistlerin ve filozofların kendi okullarına öğrenci çekmek amacıyla ortaya çıkmış ikna yöntemleridir (Gökberk, 1961: 142). Daha sonra Roma, Mısır ve Ortaçağ dönemlerinde pek çok siyasi lider tarafından halkı yanlarına çekmek için sözlerin manipülasyon aracı olarak kullanımı şeklinde karşımıza çıkar. İlk kitlesel propaganda ise Sezar'ın madeni para bastırarak imparatorluğunda dağıtması olarak kabul edilebilir (Bektaş, 2002: 71).

Bu kavram 1622 yılında Avrupa'da yeniden "propaganda" kelimesi olarak karşımıza çıkmıştır. Bu sefer dini inanışların yayılması amacıyla kurulan misyonerlik sisteminin amaçlarına hizmet etmiştir. 14. Papa Gregory'nin "İmanın Propagandası" ve yine aynı yıl kurulan "İnancı Yayma Cemaati-İnancın Yayılması Örgütü" nün kurulmasıyla M.Ö. kullanılan kavram bu sefer dini inançlarının yayılması için kullanılmaya başlanmıştır (Akarcalı, 2003: 13).

18. yüzyılın sonuna doğru gelindiğinde dini amaçla kullanılan bu kavram artık dini bir söylemden çıkmış politik bir fikri yaymak amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. 19. yüzyıla gelindiğinde ise bu kavram politik alanda kullanılmaya devam edilmiştir. Yine bu döneme denk gelen devrimin hemen ardında cumhuriyetçiler iktidarı ele geçirmiş ve milli kültürlerini, vatan sevgisi gibi değerlerini yaymak amacıyla eğitimsel alanlarda kullanmaya başlamışlardır (d'Almeida, 2002: 140).

Sanatın I.ve II. Dünya Savaşlarında Propaganda Aracı Olarak Kullanımı

Sanat ve siyaset, iki farklı ilke ve iki farklı mevzuat üzerine kurulmuş iki farklı güç yapısıdır ve bunların belli sınırları vardır. Siyasetin daha sıradan ve pratik olduğu, sanatın ise bu maddi dünyada daha aşkın ve görünmez dünyaları temsil ettiği bilinmektedir. 19. yüzyılın ikinci yarısında, sanatın dinin yerine

geçtiğine, modernizmin dünyevi kültürünün inancı olduğuna dair söylentiler olması, bizi şaşırtmamaktadır. Fakat bu tür görüşler, bu konudaki yegâne görüşler olmasa da sanatta özerkliğin kurulduğu dönem olan 19. yüzyıl için geçerli olabilir. Ama o zaman bile sanat, hem özerkliğini korumakta hem de onun sayesinde, siyasal bağlantılar içindeydi ve siyaset açısından önemliydi. Özellikle ulusların inşa edilmesi sürecinde önemi bir kat daha artmaktaydı (Kreft, 2011: 189).

Haliyle sanat kavramının ortaya çıkışından günümüze kadar olan serüveni tek başına olmamıştır. Diğer disiplin alanlarına müdahale etmiş, bazen de bu alanlar tarafından müdahaleye maruz kalmıştır. En çok müdahaleye uğradığı alan haliyle siyasettir. Müdahaleye uğradığı gibi aynı zamanda kendisini propaganda aracı olarak en çok kullandığı alanlardan biriside siyasettir. Siyasetçilerin kalabalık kitlelere ulaşmak ve onları etkisi altına almak için sanatı kullandıkları bilinmektedir.

1914 yılında patlak veren ve ilk büyük kitlesel savaş olan 1. Dünya Savaşı esnasında propagandanın devletlerce siyasi amaçla kullanıldığı, özellikle sanatsal materyallerin kullanımının arttığı bilinmektedir. Bu dönemde propaganda aracı olarak radyo, film ve gazetelerin kullanımı yaygınlaşmış, halkı savaşa çekebilmek üzere onları ülkelerini savunmaları için orduya çağırın söylemler ve afişler etkili bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Taylor, 2003: 174). İngilizlerin, kendi sömürgesi altındaki coğrafyalardaki egemenliklerini koruma arzusu savaşın temellerinden biri olmuştur. Bu dönemde İngiltere'nin sanayisi gelişmiş, okuma oranları diğer ülkelerden daha yüksek, kültürlerinin köklü ve yerleşik olmasından dolayı geniş bir yayın ağına sahip olmalarına neden olmuştur. Bu etkenlerin hepsini doğru bir şekilde ve amaca yönelik kullanarak başarılı propagandalar yapmışlardır. Özellikle cephelerin gerisinde sadece basın propaganda yapmamıştır. Şairler ve edebiyatçılar eserlerinde kahramanlıkları öven milli bilinci öne çıkaran şiir ve romanlar yazmışlardır. Bunlarla da kalmayıp sokakların duvarlarını görsel sanatların bir kolu olan afişlerle donatmışlardır (Yiğit, 2007: 294).



Resim 1: Alfred Leete, Ülkenin Sana İhtiyacı Var, İngiltere'nin Asker Toplamak İçin Kullandığı Afiş.

Alfred Leete'nin, İngiltere Savaş Bakanı olan Lord Kitchener'in "Ülkenin Sana İhtiyacı Var" sloganını kullanarak yaptığı afiş çalışması buna iyi bir örnek oluşturmaktadır. Bu afiş savaş bakanını bir ikon haline getirmiştir. Daha önce ülkede çok önemsenmeyen askerlik kavramı ve devlet otoritesi bu afiş sayesinde yıkılmış ve milli duyguların körüklenmesine sebep olmuştur. Önceden halka devlet yönetimi hakkında bilgi vermeyen ve halkla temasa geçmeyen yönetim, yaptırdığı bu afişteki bakanın işaret parmağıyla izleyen kişiyi hedef alması, bakışlarının direk ve sert olması birden bire devletin halkla bir bağ kurmasını sembolize eder. Bu afiş sayesinde savaş için orduya katılım sayısı artmıştır. Aynı zamanda bu afiş etkisinden dolayı başka ülkelerde ve sanatçılarda çok tekrarlanmıştır.



Resim 2: "Britanya'nın Kadınları Git Deyin" E.V. Kealey 1915

Orduya asker toplamak için afişlerde kadın figürlerden yararlanıldığı da görülmüştür. 1915 tarihli bu afişte, vatanını seven İngiliz kadınları ülke savunması için eşlerinden vazgeçerek savaşa destek veremeye davet edilmişlerdir. Bu görseldeki kadınların pencerenin önünden geçen askerlere gururla bakmaları, kendi eşlerini ve çocuklarını da göndermeye istekli durmaları dikkat çekmektedir. Aileleri ve ülkeleri için fedakârlık yapan kadınlar savaş esnasında birçok afişe konu olmuştur. Özellikle "Gerçek Bir Kadın kocasından Vazgeçer", "Kadınlar! Evinizin güvenliği için savaşta fedakârlık yapmak zorundasınız" sloganları ile yapılan propaganda çalışmaları hayli çoktur (Işık ve Eşiti, 2015: 670).

Dönemim İngiliz yönetimi, tarafsızlığını ilan eden Amerika Birleşik Devletleri'ni kendi cephesinde savaşa sokabilmek ve Almanlara karşı gücünü artırabilmek adına Charles Masterman adlı bir gazeteciye Wellington House adlı gizli çalışan bir propaganda bürosu kurdu muştur. Bu büronun en önemli özelliği Almanya'nın işlediği iddia edilen ancak hiçbir zaman kanıtlanamayan savaş suçları ile ilgili raporları Viskon James Bryce başkanlığındaki komiteye hazırlamak ve gerekli yerlere servis etmek olmuştur. Ayrıca bu hazırlanan rapor 12 Mayıs 1915 yılında kendi propaganda büroları olan Wellington House tarafından da yayınlanmıştır (Yiğit, 2007: 295). Böylece Amerika Birleşik Devletleri'nin de savaşta taraf olmaları sağlanmıştır.

Savaşın son yıllarında Almanya ile olan sürtüşmelerinin sonucu 1917 yılında savaşa dahil olan Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D), Halkı Aydınlatma Komitesinin yaptığı savaş çıkırtkanlığı ile savaş konusunda çekimser kalan Amerikan halkını Almanya'ya karşı kışkırtmaya çabalamıştır (Işık ve Eşiti, 2015: 663). Dönemim büyük devletleri arasında yer alan ABD, sanatı ulusal birliğe ve savaşa yandaş toplamak için sıkça kullanmıştır. Halka daha çabuk ulaşılması bakımından Amerika da, Alfred Leete'nin afişine benzer afişler yaptırmış ve halkı askere çağırmıştır. Özellikle Amerikan vatandaşı olan James Montgomery Flagg adlı illüstratörünün eserleri sıkça kullanılmıştır. Sanatçının çizim konusunda oldukça yetenekli olduğu bilinmektedir. On iki yaşında yaptığı çizimler ulusal dergilerce kabul görmüştür. Ayrıca güzel sanatlarda okumuş, çeşitli kitapların kapaklarını yapmış ve bazı siyasi içerikli karikatürlerde çizmiştir. Birinci Dünya Savaşı sırasında, Amerika devletinin Sam Amca olarak bilinen karakterini yaratmıştır. Bu karakteri afişlere taşınmış, savaşa asker çağırma ve çeşitli yardım kampanyalarında kullanılmıştır. Özellikle "Seni Amerikan Ordusu İçin İstiyorum" adlı afişi savaş esnasında dört milyon kopya yapmış, yurdun çeşitli yerlerine asılmış ve oldukça da etkili olmuştur.

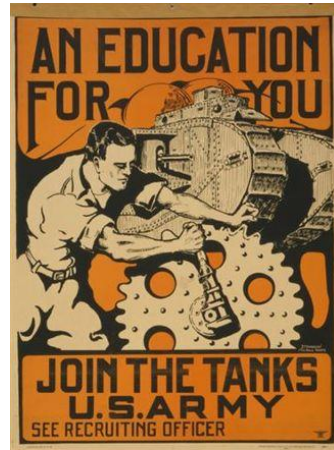


Resim 3: James Montgomery Flagg, 1917 yılında Amerika'nın 1.Dünya savaşı için yaptırdığı afişler.

Amerika'nın halkını savaşa çağırması onlardan ülkeleri adına savaşmalarını istemesi bazı kesimlerce karşılık bulmadı. Özellikle bu ülke halkının kökenlerinin tek bir soya dayanmaması farklı farklı olması ve ülke sınırlarının savaşın doğal coğrafyasında yer almaması savaş karşıtlarını da beraberinde getirmiştir. Bundan dolayı savaş komitesi kadınlar, çiftçiler ve azınlıklar gibi toplumun farklı kesimlerini bir araya getirmek için Amerika'nın ortak ideallerini öne çıkaracak propaganda materyallerini kullanmanın önemli olacağı fikrini savunmuşlar ve kampanyalarını ona göre yürütmüşlerdir (Kurt, 2018: 191).



Resim 4: Kadınlara yönelik afiş çalışması



Resim 5: Erkeklerin orduda meslek sahibi olabileceklerine yönelik afiş çalışması.

Dördüncü resimde gösterilen ve üzerindeki yazıda "Vay canına!!! Keşke Bir Erkek Olsaydım da Donanmaya katılsaydım- Adam olun ve gereğini yapın! Birleşik Devletler Donanması En Yakın Garnizonda Asker Alıyor" ve dördüncü resimde gösterilen afişte ise "Senin için eğitim- tankçılara katılın, hem de meslek öğrenin" yazan afişlerle insanları askeri birliklere kayıt olmaya çağırmışlardır. Toplumun her kesimine ulaşılabilmesi için bu afişlerin ve çizgi film karakterlerinin yüzlerce farklı şekilde çalışıldığı bilinmektedir. Savaş komitesinin desteklediği ve abartılı afişlerin yayınlanması için 100 milyonun üzerinde çeşitli poster ve broşür, 6000 haber bülteni, haftalık 20.000'i aşkın yayın ile Amerika'nın propagandası yürütülmüştür (Erdogan ve Alemdar, 2010: 55). Birinci Dünya Savaşı'nın bir diğer aktörü de Rus Çarlığıdır. 1914'de savaşa giren Çarlık yönetimini oldukça sıkıntılı dönemler geçirmektedir. Yine bu tarihte Çarlık rejimi Almanya'ya karşı Tannenberg'de büyük bir yenilgi almıştır. Yenilgiden sonra özellikle ekonomik ve siyasal çalkantılar yönetimi oldukça zorlamıştır. Halkta gerginlik, huzursuzluk başlamış ve

ülkenin bütünlüğünü koruyabilmek adına iç propaganda yöntemleri denenmeye çalışılmıştır. Ancak 1917 yılına kadar dayanabilen Çarlık Rusya'sı Ekim Devrimiyle birlikte yok olmuş ve yerini Vladimir Lenin'in öncülük ettiği Sosyalizm yönetimine bırakmıştır (Çakı ve Gülada, 2018: 17).



Reim 6: Krakow Savaşı 1914- ...Anavatan canım, ben sadık bir oğul gibi giderim...Eğer ihtiyacın olursa hayatımı vereceğim...İman ve Çar için



Resim 7: Lenin'in 1917 yılında Smolny Sarayının önünde Sovyet Gücünü ilan ettiğini gösteren afiş.

Bolşeviklerin liderliğini yapan Lenin, 1913 yılında yapılan araştırmalar sonucunda ülkesindeki okuma yazma oranının %40 olması (Kurt, 2018: 181) nedeniyle okuma yazma bilmeyen halkın eğitimi için oluşturduğu politikanın içine öncelikle sanat eğitimini dâhil etmiştir. Lenin'in muhafazakâr bir sanat anlayışı olduğu bilinmektedir. Sosyalist devrimin başarılı olabilmesi ve halkın kültür seviyesinin yükselmesi için geçmişteki en başarılı eserlerin kendilerine yol göstereceğini düşünmektedir. Bunların yanında Lenin de diğer liderler gibi sanat konusunda çok yetkin olmadığını belirtmiş ve bu işi daha çok birlikte çalıştığı ekibe bırakmıştır. Rusya'da Ekim Devrimi'ni takip eden dört yıllık süreçte iç savaşlar yaşanmıştır. İç savaş esnasında duyguları daha hızlı bir şekilde hitap edebilen ajitasyon ve propaganda kelimelerini birleştirerek ajit-prop adlı kışkırtma politikası oluşturulmuş ve uygulanmıştır. Bu propaganda kapsamında sokak festivalleri, halka açık tiyatro gösterileri herkesin katılımıyla kamusal sanat etkinliklerine dönüştürülmüştür. Halkın kendini sanat etkinliklerinin bir parçası olarak hissetmesi bu olağan duyguların onlara geçmesine ve iç savaşın zorluklarına rağmen devrimci heyecanı devam ettirmeye çalışmışlardır. Bu etkinliklerin dışında ajit-prop toplulukları, duvarları afişler, resimler ve büyük süslemelerle kaplanmış, törenler için hazırlanan kamyonların içerisinde devrimci tablolar sergilemişlerdir. Bu tabloların bir kısmı da Rus klasik sanatçısı olan Vladimir Aleksandroviç Serov'a aittir. Sanatçı liderleri Lenin'i genelde kendisi gibi düşünen ve bu uğurda savaşan halkla beraber betimlemiştir. Resimlerde Lenin'in görüntüsünün tasvir edilmesinden ziyade, düşüncelerinin halka geçmesi ve taraftar toplaması daha önemlidir. Ayrıca bu dönemdeki propaganda çalışmalarının amacı halka savaşın nedenlerini ve savaşın sonucunda elde edilecek faydaları bütünsel bir şekilde anlatmak ve taraf toplamaktır (Kurt, 2018: 181).

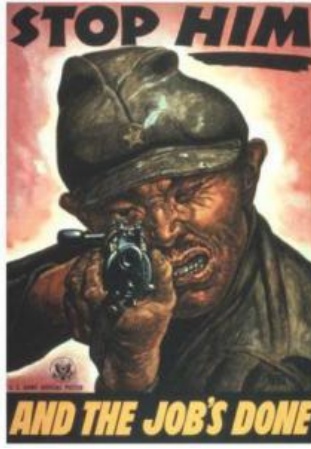


Resim 8: Vladimir Aleksandroviç Serov. Lenin'in Devrimcilerle Birlikte Gösterildiği Resimler.

İkinci Dünya Savaşı sırasında da, devlet liderleri kendi düşünceleri doğrultusunda sanatı kullanmışlardır. Buradaki kullanım amacı Birinci Dünya Savaşındakiyle örtüşmektedir. Sanatı halka ulaştırmak, onların sempatisini kazanmak için propaganda malzemesi olarak kullanmışlardır.

Amerika, halkının çoğunun Birinci Dünya Savaşındaki gibi savaş karşıtı olması nedeniyle İkinci Dünya Savaşına girme konusunda çekimser davranmıştır. Savaşın patlak verdiği ilk anlarda çekimser kalan Amerika daha sonra Japonların saldırısı ve Nazi Almanyası'nın savaş ilan etmesi üzerine savaşa katılmıştır.

ABD, afişlerde Japon askerlerini vahşice resmederek halkın gözünde düşman algısını oluşturmaya çalışmıştır (Şahin ve Mercimek, 2020: 826-827).



Resim 9: ABD tarafından Japon Askerlerinin vahşi olarak gösterildiği afişler.



Resim 10: ABD tarafından Almanya'nın din düşmanı olarak gösterildiği afişler.



Resim 11: ABD kadınlarının cephe gerisinde çalışmalarını gösteren afişler.

ABD'nin II. Dünya Savaşında çarpıştığı Almanya'ya karşı yaptığı propagandada Almanlar din düşmanı olarak tasvir edilmiştir. II. Dünya Savaşı ile birlikte erkeklerin cepheye çekilmesi işgücünde insan açığını meydana gelmiştir. Hazırlanan afişlerde kadınların cephe gerisinde bu iş gücünü karşılamak üzere çalışma hayatına davet edildikleri görülmektedir (Şahin ve Mercimek, 2020: 828).

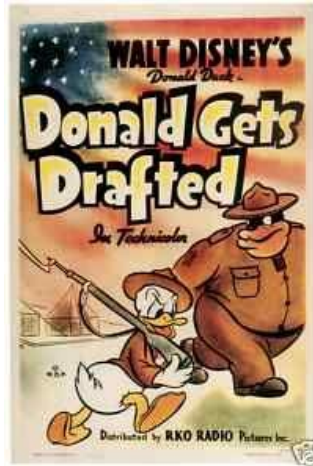
Amerika ne kadar savaşa girme konusunda çekimser davranıyormuş gibi görünse de İngiltere ve Fransa'ya asker yardımında bulunduğu bilinmektedir. Almanlara karşı çeşitli propagandalar yürüten ABD'nin, 1940 yılında çekilen ve Charlie Chaplin'in başrol aldığı "Büyük Diktatör" filmiyle Nazi Almanya'sını ve Faşist İtalya'yı eleştiri bombasına tuttuğu da tarih sahnesinde yerini almıştır (Karaca ve Yüzüncüyıl, 2018: 100).



Resim 12: Caharlie Chaplin "Büyük Diktatör" filminin afişi.

Amerika propaganda aracı olarak sadece sinema ve grafik sanatlarını kullanmakla yetinmemiş yine sinema sektörünün içinde yer alan çizgi animasyonları da kullanmıştır. Özellikle 1940'lı yıllarda oldukça meşhur olan Walt Disney ve yine bu stüdyonun yaratmış olduğu Donald Duck karakteri de oldukça sık kullanılmıştır.

Walt Disney Production stüdyolarında üretilen "Donald Gets Drafted" çizgi filmi iyi bir örnektir. Bu çizgi film 2. Dünya Savaşı sırasında ABD ordusuna katılması için çağrılan Donald Duck'ın askere girişini ve burada başına gelen olayları anlatmaktadır. Duck'a hükümet tarafından askere çağrıldığını bildiren telgraf gelir. Duck telgrafı okur okumaz yürüdüğü yolda askerliğin çekici olduğunu ve askerliğe özendiren afişler görür. Kendisini bu afişteki kahramanlarla özdeşleştirir hayaller kurmaya başlar. Ardından askere alınmaya müracaat eder ve askerlik işlemleri yapılır. Askeri muayenede kafasını inceleyen doktor "burada bir şey yok" der ve ardından üniforması verilir askerlik görevi başlar. Birliğine katıldığı zaman uyum problemi yaşar daha sonra ise patates soyma görevine verilir. Filmin sonucunda Amerikan halkını askerliğe özendirmek, savaştan kaçmaları azaltmak, ordunun güçlü kalmasını sağlamak için herkesin yeteneğine göre orduda görev alabileceğini vurgulamak "eğer bir ördek değilseniz ülkeniz ve ordunuz için yapabileceğiniz pek çok şey var"ın propagandasını yapmaktadır (Şen, 2020: 116-117).



Resim 13: Donald Gets Drafted çizgi film karelerine örnek.

Bu savaşın en önemli aktörlerinden birisi, Almanya'nın başı Hitler'dir. Bu liderin faşizan düşüncelerini ve "İnsanlık her şeyini savaşa borçludur... Yirmi beş yıldan uzun süren bir barış bir ulusun üzerinde büyük yıkım yaratır" sözlerini hemen hemen duymayan kalmamıştır. Bu sözlerden de Hitler'in nasıl bir dünya görüşü olduğu anlaşılmaktadır. Hitler'in propagandayı etkili bir şekilde kullanmayla dünyayı bile fethedebileceğine inandığı bilinmektedir. 1. savaşın en çıkmaz anlarında Bavyera alayına katılan Hitler, burada oldukça iyi başarılar elde etmiş ve iki kez onur nişanıyla ödüllendirilmiştir. Bu ödülleri almada

gösterdiği üstün başarılarının ardından ülkesinin yenilgisini kabul etmemesi ve 1918'deki Versailles Antlaşmasındaki hükümleri bozma çabaları artmıştır. Yine bu dönemde Hitler ordu tarafından siyasi ajan olarak yetiştirilirken en önemli yeteneği olan kitleleri etkisi altına alma ve onları ikna etme yeteneği keşfedilmiştir (Robert, 2003: 350). I. Dünya Savaşında Almanların yenilmesi ile Hitler Propagandanın kitleler üzerindeki etkisini kavramış ve Propaganda Bakanı olarak atadığı Goebbels'in fikirleri etrafında algı yönetimini oluşturmuştur. Tüm kitle iletim araçlarını kontrol eden Goebbels, basın üzerinde tam bir sansür uygulayarak, Nazi karşıtı yayınlara izin vermemiş, Nazi yanlısı yayınlara Hitler'i, halkın gözünde liderliğe taşımıştır. Hitlerin bu kitleleri ikna etme ve onları yanına çekebilme kabiliyeti Goebbels tarafından Almanya'yı güçlü bir devlet olarak göstermede kullanılmıştır. Burada rakiplerin en zayıf tarafları ortaya dökülmeye çalışılmış ve dünyadaki olan ve daha sonra oluşabilecek haksızlıkların ortadan kaldırılmasında Almanya'nın önemli bir rolü olduğu vurgulanmıştır. Bu vurguların en temel noktasını Almanya'nın ırksal, teknik ve kültürel vasıflarının diğer milletlerden daha üstün olduğunu ortaya koyma çalışması oluşturmaktadır (Özsoy, 1998: 58). Hitler, özellikle savaş döneminde etkili propaganda yöntemleriyle Alman kamuoyunu arkasına almayı başarmıştır. Mein Kampf (Kavgam) adlı eserinde propaganda yöntemlerinin tüm açıklamalarını yapmıştır. Böylece sadece Almanya'yı değil, Avrupa uluslarını da etkilemeyi başarmıştır (Bektaş, 2002: 153). Hitler'in propaganda yöntemlerinin başında halka direkt hitabet, radyo hitapları, resimler ve afiş kullanımı gelmektedir. Propaganda için kullanılan afişlerin en bilinenlerini ise Hubert Lanzinger, adlı tasarımcı yapmıştır. Hitleri halka liderlik yaparken gösterdiği afişler, Hitleri destekleyen halk tarafından beğeniyle karşılanmış bu düşüncenin daha çok yayılmasına ve destek görmesine olanak sağlamıştır.



Resim 14: Hubert Lanzinger, Hitlerin Savaşta Lider ve Bayrak Taşıyıcısı olarak Gösterildiği Tasarım.

Bu dönemdeki afişler sadece Hitlerin resimleriyle sınırlı kalmamıştır. Bütün devlet propagandalarında olduğu gibi faşizm de dinleyici kitlesine tek bir mesaj yöneltmemiştir. Propagandanın içeriği ve yöntemleri değişik toplumsal grupların çıkarlarına hitap edecek şekilde farklılaşmıştır. Orta sınıfa Bolşevizm'i yok etme sözü verirken, işçi sınıfına el emeğini yücelterek iş vaadinde bulunmuştur. Kadınların toplum içindeki rolüne evlilik ve annelik alanlarıyla sınırlandırılmasına rağmen mistik bir saygınlık yüklemiştir. Okul çağındaki çocuklara sınıflarda ideoloji aşılamıştır ve bunu yaparken görsel öğeleri kullanmaktan çekinmemiştir (Clark, 2011: 59).



Resim 15: İkinci Dünya Savaşında Almanya'nın Kullandığı Propaganda Afisleri.

Sonuç

İnsan ve insanı yönetme işi siyasetin temel alanıdır. Çalışmada devletlerin propaganda siyasetini etkili şekilde kullanarak insanları etkileyip kontrol altına aldıkları ve onları istenilen doğrultuda yönlendikleri saptanmıştır. Dünya savaşlarında devletler, yürüttükleri propagandalarla halkların algılarıyla oynamış ve onları yöneterek hayatlarına mal olabilecek savaşlara sürüklemişlerdir. Propagandanın önemini kavrayan devletler I. Dünya Savaşında açtıkları basın büroları sayesinde sistemli propaganda yaparak savaşın seyrini lehlerine çevirmeye çalışmışlardır. Böylece, etki altına alınan ve kitlesel bir şekilde yönlendirilen insanların devletlerin savaş kazanma ve genişleme arzuları için kullanılması çok daha kolay olmuştur. İngiliz hükümeti 1914 yılında Dışişleri Bakanlığı hâkimiyetinde Wellington House basın bürosunda, Fransızlar da benzer şekilde savaşın ilk yıllarında açtıkları basın bürosunda savaş propagandalarını yürütmüşlerdir. Almanya'da Hitler'in açtığı propaganda bürolarında yürütülen kampanyalarla Almanların üstün ırk oldukları ve savaşı her koşulda kazanarak dünyayı düzelterekleri algısı ile milyonlarca insanı etkisi altına alınarak savaşa yönlendirilmiştir. Çalışmada, ülke liderlerinin kendi propagandalarını yapmak, düşüncelerini yaymak, taraftar toplamak ve halkın sempatisini kazanmak için çeşitli yöntemlerle sanatı propaganda malzemesi olarak kullandıkları görülmüştür. Ayrıca günümüz kapitalist dünyasında da, büyük güçlerin kontrolü altında olan sanat, propaganda aracı olarak kullanılmaya devam etmektedir. Devletlerin, görsel sanatların alanına giren disiplinleri kullanarak topluluklara kolayca erişebildikleri, onlara kendi kurmaca dünyalarını büyük bir kahramanlık hikâyesi gibi anlatabildiklerini ve kitleleri istedikleri doğrultuda harekete geçirebildikleri görülmektedir. Sanatsal propaganda ve onun kullanım şekli savaşlarda o kadar önemli bir rol oynamıştır ki evdeki anne eşini ve çocuğunu ölüme gönderecek seviyeye ulaşmıştır. O kadar etkili olmuştur ki karşıdaki düşmanı yenmek, ülkesini ve ailesini korumak adına milyonlarca insan, hayatından vazgeçmiştir. Belki de dönemeyecekleri bir yola seve seve ve isteyerek gitmişlerdir. "Siyaset ve Sanat", dünyada yaşam oldukça birbirlerinden kopamayacak iki kavramdır. Siyasetin sanattan faydalanması, sanatın da bir o kadar siyasetten beslenmesi kaçınılmazdır.

Kaynaklar

- Akalın, Tolga ve diğerleri. 1983'den Günümüze Siyasi Partilerin Kültür ve Sanat Politikaları. Ankara: Öncü Kitap, 2012.
- Akarcalı, Sezer. İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda. Ankara: İmaj Yayınevi, 2003.
- Bektaş, Arsen. Siyasal Propaganda Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları. İstanbul: Bağlam Yayınları, 2002.
- Clark, Toby. Sanat ve Propaganda. Çev: Esin Hoşsucu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2011.
- D'almeida, Fabrice Propagande. Histoire D'un Mot Disgracié, Mots. Les Langages Du Politique. s. 137-148. <http://doi.org/10.4000/mots.10673>, 2002.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz, Alemdar. Öteki Kuram-Kitle İletişim ve Araştırmalarının Tarihsel Bir Değerlendirmesi. Ankara: Erk Yayın Evi, 2010.
- Gökberk, Macit. Felsefe Tarihi. İstanbul: Remzi Kitabevi, 2020.
- Gülada, Mehmet Ozan ve Çakı, Caner. Rusya Carlığı'nın Birinci Dünya Savaşında Propaganda Amaçlı Kullandığı Posterlerin Gösterge Bilimsel Analizi. 2.Uluslararası Gap Sosyal Bilimler Kongresi Kitabı, 2018.

- Işık, Mehmet ve Eşitti, Şakir. I. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kadın Temsillerinin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Gösterge Bilimsel İncelenmesi. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt 70, No. 3, 2015.
- Jowett, Garth S. And O'donnel, Victoria, Propaganda and Persuasion, Sage Publications. Fifth Edition. 2019.
- Karaca, Mustafa ve Yüzüncüyıl, Kübra Sultan. 2. Dünya Savaşı'ndaki ABD Çizgi Romanlarının Coşku Çekiciliği Bağlamında Propaganda Amaçlı Kullanılması. Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 1, Sayı 3 Özel Sayı, 2018.
- Kreft, Lev. 20.Yüzyılda Sanat ve Siyaset. Sanat Siyaset. Ed: Ali Artun.İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.
- Kurt, S. Birinci Dünya Savaşında Propaganda. İletişim ve Propaganda. Ed: Mustafa Karaca ve Caner Çakı. Sayfa:159-196 Konya: Eğitim Yayınevi, 2018.
- Özsoy, Osman. Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma. İstanbul: Alfa Yayınevi, 1998.
- Roberts, J.M. 20. Yüzyıl Tarihi. Çev. Sinem Gül. Ankara: Dost Yayınevi, 2003.
- Şahin, Güngör ve Mercimek, Aslı. Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi: II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler. International Journal of Social Inquiry Cilt / Volume 13 Sayı. DOI:10.37093/ijisi.837773, 2020.
- Şen, Fatih Emre. İdeolojik Propaganda Aracı Olarak İkinci Dünya Savaşı Dönemindeki Çizgi Filmlerin Gösterge Bilimsel Analizi. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2020.
- Taylor, Philip M. Munitons of The Mind. 3. Baskı, Manchester: Manchester University Press, 2003.
- Türk Dil Kurumu. Propaganda. Sözlük.gov.tr. Erişim:16.06.2021.
- Yiğit, Burak. Birinci Dünya Savaşı'nda İngiltere ve Osmanlı İmparatorluğunun Propaganda Faaliyetleri: Kurmaca Dışı Metinler Üzerine Bir İnceleme. Khazar Journal of Humanities and Social Sciences (Journal of Azerbaijani Studies), (12), 293-311, 2007.
- Resim Kaynakları
- Resim 1: Dünyayı Değiştiren 7 Afiş - Dünyalılar (dnyalılar.org)
- Resim 2: Işık, Mehmet, Eşitti, Şakir. "I. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kadın Temsillerinin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Gösterge Bilimsel İncelenmesi". Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt 70, No. 3. 2015
- Resim 3: Dünyayı Değiştiren 7 Afiş - Dünyalılar (dnyalılar.org)
- Resim 4: İlginç propaganda afişleri | GAZETE VATAN GALERİ
- Resim 5: I. Dünya Savaşı Propaganda Posterleri (cnnturk.com)
- Resim 6: Birinci Dünya Savaşı Afişleri (topwar.ru)
- Resim 7: <https://kaldirac.org/ekimin-lenin-leninin-ekim-destani/>
- Resim 8: <https://allpowertothesoivets.wordpress.com/2017/11/10/they-dreamed-of-a-dictatorship-of-kornilov-we-will-give-them-the-dictatorship-of-the-proletariat/>
- Resim 9: Anti-Japon poster 1942 NStop O ve İş yaptı Amerikan İkinci Dünya Savaşı propaganda posterleri 1942 Yuvarlanmış tuval sanatı - - Walmart.com - Walmart.com
- Resim 10: <https://digitalcollections.hoover.org/objects/39497/were-fighting-to-prevent-this>
- Resim 11: <https://me.me/i/we-can-dolt-none-15029861>
- https://commons.wikimedia.org/wiki/File:%22Good_Work_Sister._America%27s_Women_Have_Met_The_Tes%22_-_NARA_-_514416.jpg
- <https://www.loc.gov/resource/cph.3b49404/>
- Resim 12. <https://postercim.net/urun/the-great-dictator-poster/>
- Resim 13: https://disneyypixar.fandom.com/es/wiki/Donald_Gets_Drafted
- Resim 14: https://www.facinghistory.org/sites/default/files/Ch06_Image06_large.jpg
- Resim15: <https://www.loc.gov/item/96523423/>

RELATIONSHIP BETWEEN THE WAR PROPAGANDA AND ART

Tolga Akalm

ABSTRACT

The art using of propaganda is the easiest way to direct the societies to the desired goals and to shape the attitudes and behaviors of the people, in the face of events or around an ideology is to use the art of propaganda. The simplicity of this method in reaching public at large and states uses propaganda tools throughout wars. Realizing, the power of propaganda, many states entered into fierce propaganda races with posters, which they prepared during the First and Second World Wars. The posters were used both to speed up the gathering of soldiers and to gain public support. The state administrators, who carried out propaganda activities, wanted to make the people believe that the war was necessary for freedom, by creating the perception of having an enemy. In this sense, this research focuses on analyzing the connection between the trio of war-politics-propaganda and a use of posters during war for propaganda.

Keywords: Art, Politics, Propaganda