

NAZİZM İDEOLOJİSİNDE ALMAN KADINLARI: "NS-FRAUEN-WARTE" PROPAGANDA DERGİSİ ÜZERİNE İNCELEME

Caner ÇAKI*

Mehmet Ozan GÜLADA**

Özet

Nazizm ideolojisi, ari ırk olarak gördüğü Alman kadınlarını iyi bir anne, iyi bir eş ve iyi bir vatansever olarak idealleştirmektedir. Nazi propagandası, dönemin kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullanarak Alman genç kızların Nazizm ideolojisi doğrultusunda şekillenebilmesi için çalışmıştır. Bu süreçte Nazi propagandasının kullandığı en etkili propaganda silahlarından biri de NSDAP (Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi) bünyesindeki periyodik olarak yayınlanan "NS-Frauen-Warte" adlı Alman kadın dergisiydi. Naziler, dergideki yazılı ve görsel kodlar üzerinden Nazizm ideolojisinin Alman kadınları üzerinde etki etmesini ve istenildiği gibi hareket etmelerini amaçlamaktaydı. Bu çalışmada, NS-Frauen-Warte adlı derginin Nazizm ideolojisini Alman kadınlarına nasıl ve ne yönde aktardığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla çalışmada Calvin College tarafından belirlenen NS-Frauen-Warte'ın ön plana çıkan kapak sayfalarından, amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen 6 kapak resmi (Alman Anne, Alman Aile, Alman Sporcu, Alman Çiftçi, Alman Hemşire, Alman İşçi) nitel araştırma yöntemleri içerisinde bulunan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Kapak resimleri, Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın göstergebilim anlayışı ışığında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgularda, propaganda dergisinde Alman kadınlarına yönelik savaş öncesi, iyi bir anne, iyi bir sporcu ve iyi bir eş; savaş döneminde de Nazi Almanyası için savaşan iyi bir vatansever olmaları gerektiği telkin edilmiştir. Propaganda posterleri üzerinden doğrudan Nazizm ideolojisinin Alman kadınlarına empoze edilmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Nazizm, Kadın, Propaganda, Dergi, Göstergebilim.

German Women in Nazism Ideology: An Examination on "NS-Frauen-Warte" Propaganda Magazine

Abstract

* Arş. Gör., İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, caner.caki@inonu.edu.tr

** Öğr. Gör., Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Akçadağ Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, mehmet.gulada@ozal.edu.tr

The Nazism ideology idealized German women as a good mother, a good wife and a good patriot. The Nazis effectively used propaganda for the German young girls to be shaped in line with the Nazism ideology by effectively using the mass media tools. One of the most effective propaganda weapons used by Nazi propaganda in this process was the German women's magazine "NS-Frauen-Warte", which was periodically published under the NSDAP (National Socialist German Workers' Party). The Nazis intended to influence German women through written and visual codes in the magazine. In this study, how and in what direction the NS-Frauen-Warte magazine infused the Nazism ideology to German women. For this purpose, 6 cover images (German Mother, German Family, German Sportswoman, German Farmer, German Nurse, German Worker) of NS-Frauen-Warte, which was determined by Calvin College in the study, was examined by using the semiotic analysis method in qualitative research methods. The cover images were analyzed in the light of the semiotics perceptivity of the French Linguist Roland Barthes. According to the findings, it was found that German women were presented as a good mother, a good athlete and a good wife before the war; as a good patriot who fought for Nazi Germany during the war in the propaganda magazine. It is aimed to impose Nazism ideology on German women via posters.

Keywords: Nazism, Woman, Propaganda, Magazine, Semiotics.

Giriş

20. Yüzyılın ilk yarısında ortaya çıkmaya başlayan Komünizm, Faşizm, Nazizm gibi ideolojiler, kadınların toplumsal ve ekonomik yapı içerisinde nasıl bir rol üstlenmesi gerektiğini kitlelere telkin etmekteydi. Bu dönemde iktidara gelen totaliter yönetimler kendi ideolojik söylemleri ışığında kadınları toplumsal yaşam içerisinde idealleştirme yarışına girmişti. Bu amaçla kadınların günlük hayattaki rolleri, davranış kalıpları, yapmaları ve yapmamaları gerekenler yoğun bir şekilde uygulanan propaganda faaliyetlerinde kadınlara aktarılmaktaydı. Özellikle, Nazizm ideolojisi temelli NSDAP (Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi), 1933 yılında Almanya'da iktidara gelmesinden sonra, Alman kadınlarını Nazizm ideolojisi ışığında eğitebilmek için NS-Frauenschaft (Nasyonal Sosyalist Kadınlar Birliği) adında NSDAP'ye bağlı bir kadın örgütü kurmuştu. NS-Frauenschaft, Alman kadınları üzerinde Nazizm ideolojisinin tahakkümünü arttırabilmek için periyodik olarak yayınlanan NS-Frauen-Warte adlı propaganda dergisini çıkarmaktaydı. Dergi, Nazi Almanyası'nda resmi olarak çıkan tek Alman kadın dergisiydi. Çalışmada, Nazi propagandasının NS-Frauen-Warte dergisi üzerinden Nazizm ideolojisinin öğretilerini Alman kadınlarına nasıl aktardığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Son dönemde göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak Nazizm ideolojisini ve Nazi propagandasını inceleyen alanda önemli

çalışmaların yapıldığı görülmüştür. Bunlar içerisinde; Çakı (2018a), "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada İkinci Dünya Savaşı'nda kurulan İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'ndeki Nazi propagandasının etkilerini incelemiştir. Bu amaçla İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nde basılan propaganda posterleri göstergebilimsel analize tabi tutulmuştur. Çalışmada, Nazi propagandasının İtalyan kamuoyuna Alman askerlerini dost ve müttefik, Müttefik Devletleri'ni ise tehlikeli düşmanlar olarak yansıttığı görülmüştür. Çakı (2018b), "Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada Nazilerin mitingleri propaganda amaçlı nasıl kullandığını ele almıştır. Bu amaçla çalışmada Nürnberg Mitingleri'nde propaganda amaçlı çekilen fotoğraflar göstergebilimsel analize tabi tutularak incelenmiştir. Elde edilen bulgularda, mitinglerin Hitler'in kült lider olarak sunulması için propaganda amaçlı kullanıldığı ortaya konulmuştur. Çakı vd. (2018). "Horst-Wessel Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası" adlı çalışmada Nazizm ideolojisinin Alman toplumuna benimsetilmesinde marşların propaganda amaçlı kullanımlarını incelemiştir. Çalışmada, Nazi Almanyası'nın *de facto* milli marşı Horst Wessel'in sözleri göstergebilimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Çalışma sonucunda, Alman toplumunda Nazizm ideolojisinin yüceltilmesine karşı, Komünizm ideolojisinin ağır bir şekilde eleştiriye maruz bırakıldığı görülmüştür. Çakı ve Gülada (2018), "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası" adlı çalışmada Nazi Almanyası işgalinde Vichy Fransası'nda Nazi işgal propagandasının nasıl ve ne yönde kullanıldığını ele almıştır. Bu amaçla Vichy Fransası'nda işgal propagandası bağlamında kullanılan propaganda posterleri göstergebilimsel analize tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgularda, propaganda posterlerinde Müttefik Devletleri'ne karşı nefret söylemi inşa edilmeye çalışıldığı ortaya çıkarılmıştır.

Alanda yapılan kapsamlı literatür taramasında, Nazizm ideolojisinin kadınlara yönelik bakış açısının Nazi propagandası üzerinden nasıl yansıtıldığını inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu açıdan çalışma alanında özgün olma niteliği taşımaktadır.

1.Nazizm İdeolojisinde Alman Kadınlar

Nazizm ideolojisi, 20. yüzyılın ilk yarısında Almanya'da ortaya çıkan, Alman ırkçılığını esas alan antikapitalist, antisemitist ve antikomünist bir siyasi ideolojidir. Nazizm, 1922 yılında Benito Mussolini'nin İtalya'da iktidara gelmesi ile Avrupa'da etkisini

hissettirmeye başlayan Faşizm ideolojisi ile benzer özelliklere sahiptir. 30 Ocak 1933 yılında Adolf Hitler önderliğinde Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi'nin (NSDAP) Almanya'da iktidara gelmesi ile Nazizm, Almanya'nın resmi ideolojisi haline gelmişti (Macit, 2007: 27).

Nazizm ideolojisi, erkeklerin egemen olduğu bir toplumsal yapıyı desteklemekteydi. Ailenin liderliğini yapan erkek, kadın ve çocukları üzerinde otorite kurma hakkına sahipti. Nazizm ideolojisinde kadının en önemli rolü, Alman ari ırkının devamını sağlamaktı. Bu açıdan Nazizm'de annelik toplum içerisinde yüceltilmekte ve anneliğe kutsiyet atfedilmekteydi. Nazizm'e göre kadının temel görevleri çocuklarına bakmak ve ev işleri ile ilgilenmekti. Bu yüzden kadınların tıp, mühendislik vb. pek çok alanda eğitim almaları Naziler tarafından desteklenmemekteydi (Rupp, 2015: 11). Nazizm'e göre kadınların evin içindeki görevleri, akademik kariyerden daha üstün kabul edilmekteydi.

Nazizm, "ırkın hijyeni" adı verilen uygulama ile Alman kadınlarının, ari ırk dışındaki yabancılar ile ilişkiye girmesini yasaklamıştı (Koonz, 2013: 3). Diğer yandan 1935 yılında çıkarılan Nürnberg Yasaları ile Alman kadınların, ari ırk için büyük bir tehdit olarak addedilen Yahudiler ile evlenmesi yasaklanmıştı. Yasalara uymayan kadınlar ağır şekilde cezalandırılmaktaydı (Kershaw, 2007: 583).

Nazi Almanyası'nda eğitim müfredatı da Nazizm ideolojisi ışığında belirlenmekteydi. Temel eğitimlerin haricinde, Alman kızlarına ev ekonomisi gibi ilerde aile kurduklarında işlerine yarayacağı düşünülen pratik bilgiler verilmekteydi. Nazi Almanyası'nda kadınlara genel olarak idarecilik görevi verilmemekteydi. Örneğin, Nazilerin iktidarında hiç bir Alman kadın, bakanlık görevinde bulunmamıştı. NSDAP içerisinde yükselmesine izin verilen sınırlı sayıdaki Alman kadın da doğrudan Nazizm'e sadakatlerini bildiren ve Hitler ile yakın bağlantı içerisinde olan kişilerdi. Bu açıdan Nazizm ideolojisi kadın ve erkek arasındaki rolleri derin bir çizgi ile ayırmaktaydı (Gupta, 1991: 40).

Nazizm, Alman kadınlarına doğrudan liderlerine kayıtsız şartsız itaat edilmesini telkin etmekteydi. Bu nedenle Nazizm'e ve Hitler'e karşı gelen kadınlar tutuklanıp cezalandırılmaktaydı. Bunun en bilinen örneklerinden biri Alman Nazi karşıtı Sophie Scholl olmuştu. Scholl, arkadaşları ile birlikte Hitler'e karşı yürüttüğü karşı propaganda faaliyetlerinden suçlu bulunmuş ve giyotin ile idam edilmişti. Nazizm, kendilerini özgür olarak ifade eden kadınları ahlak dışı olmakla suçlamaktaydı. Nazilerin idealize ettiği kadınlar, makyaj

yapmayan, sigara içmeyen sadeliğine özen gösteren kadınlar olmaktadır. Nazizm, Alman toplumuna çok çocuklu bir aile modeli sunmaktaydı. Bu nedenle Nazi Almanyası'nda, Alman kadınların dört ve daha fazla çocuk doğurmaları özendirilmekteydi. Nazizm, Alman kadınların, Alman erkekler gibi güçlü bir fiziğe sahip olması gerektiğini vurgulamaktaydı. Bu amaçla kadınların sporla ilgilenmeleri istenmekteydi. Ayrıca kadınların milli değerler içerisinde yaşamaları, başta ABD ve Fransız kültürleri olmak üzere yabancı kültürlerin etkisine girmemesi amaçlanmaktaydı (Guenther, 1997: 36).

2.Nazi Propagandasında Kadınların Sunumu

Naziler, Alman genç kızlarının da Alman erkekler gibi Nazizm ideolojisi altında yetişmesini amaçlamaktaydı. Bu amaçla NSDAP'nin gençlik birimi olan Hitler Gençliği'ne (Hitlerjugend) bağlı Alman Kız Birliği (Bund Deutscher Mädels, BDM) adında bir birim teşkil edilmişti. BDM'de Alman kızlarının tamamen Nazizm ideolojisini benimsemeleri ve kayıtsız şartsız Hitler'e sadakatlerini bildirmeleri istenmekteydi (Akarcalı, 2003: 108-109). Alman kadınlarına yönelik ise Nasyonal Sosyalist Kadınlar Birliği (NS-Frauenschaft) adında, parti içerisinde bir kadın kolları oluşturulmuştu. Bu süreçte Naziler, Alman kadınları üzerinde yoğun bir şekilde propaganda faaliyeti yürütmekteydi.

Nazi propagandasının kadınlara yönelik söylemlerinin 2. Dünya Savaşı öncesi ve 2. Dünya Savaşı dönemi olarak iki grupta ele alınması doğru olmaktadır. Nitekim bu iki süreçte Nazi propagandasının kadınlara yönelik temsili ve retoriğinde ciddi değişimlerin olduğu görülmüştür. 2. Dünya Savaşı öncesinde Alman kadınlarının toplum içerisindeki rolleri oldukça sınırlı tutulmakta ve genel olarak ev ve ailesi ile bütünleştirilen bir Alman kadın imajı inşa edilmeye çalışılmaktaydı. Buna karşın 2. Dünya Savaşı'nda Naziler, kadınlara yönelik yoğun bir propaganda faaliyetine girişmekteydi (Lower, 2013: 48). Kadınlar, fabrikalarda çalışmaya, cephelerde askerlerin yaralarını sarmaya ve hatta doğrudan Müttefik Devletleri'ne karşı savaşmaya teşvik edilmekteydi.

Alman kadınlarının Nazi propagandasında ön plana çıkarıldığı en önemli konuların başında annelik gelmekteydi. Naziler yapılan propaganda faaliyetlerinde kadınların anne olmalarını teşvik etmekteydi. Nazi propaganda görsellerinde Alman kadınları ari ırkın özelliklerini taşıyan açık tenli, mavi gözlü ve sarışın olarak resmedilmekteydi. Aynı zamanda görsellerde Alman kadınları geleneksel Alman kıyafetleri içerisinde aktarılmaktaydı. Bu yolla Alman kadınları üzerinde ulusal bir bilincin inşa edilmesi

amaçlanmaktaydı. Nazi propagandası, Nazizm ideolojisine bağlılığını bildiren ve uluslararası alanda önemli başarılar elde eden yönetmen Leni Riefenstahl ve pilot Hanna Reitsch gibi Alman kadınlarını toplum içerisinde ideal Alman kadınları olarak sunmaktaydı. İdealleştirilen Alman kadınların temel özelliği Hitler'e olan sadakatleri ve Üçüncü Reich'in (Nazi Almanyası'na verilen isim) 1000 yıl yaşayacağına olan inançlarıydı. Alman kadınlarına yönelik Nazi propagandası 1943 yılında Propaganda Bakanı Dr. Joseph Goebbels tarafından ilan edilen Topyekûn Savaş'tan (Totaler Krieg) sonra yoğunlaşmaya başlamıştı (Kershaw, 2009: 550). Aynı zamanda Savaş Bakanı olan Goebbels, savaşabilecek durumdaki tüm Alman erkekleri bir araya getirerek, Volkssturm (Halk Fırtınası) adı verilen sivillerden oluşan bir ordu meydana getirmiştir. Erkeklerin silahlı hale alınmasıyla, Almanya'da başta silah üretimini sağlayan fabrikalar olmak üzere, Alman üretim merkezlerinde büyük bir iş gücü ihtiyacı medyana gelmişti. Naziler, bu süreçte erkeklerden boşalan görevlere kadınların getirilmesi için ulusal seferberlik propagandasına yönelmişti (Guenther, 1997: 40). Nazi propagandası, savaştan önceki söylemlerinde radikal değişikliğe giderek, kadınları fabrikalarda ve tarlalarda çalışırken sunmaya başlamıştı.

1944 yılının Ekim ayında Müttefik Devletleri, Aachen üzerinden Almanya sınırını geçmişti (Hart, 2015: 1032). Müttefiklerin sayıca üstünlüklerini dengeleyebilmek ve Almanya'yı savunabilmek için cephe gerisinde görev alan erkekler de cephe hatlarına gönderilmeye başlanmıştı. Bu süreçte Alman kadınlarına daha fazla görev düşmekteydi. Naziler bu süreçte Alman kadınlarının; telefon, telgraf ve iletim operatörleri, daktilo kâtipleri, haberci, dinleme operatörleri, uçaksavar savunması için çalışan projektörler, meteoroloji hizmetleri çalışanları ve yardımcı sivil savunma personeli olarak temsil edildikleri propaganda görsellerini kullanmaya başlamıştı. Kadınların ayrıca askeri sağlık hizmetinde, Alman Kızılhaçı veya diğer gönüllü örgütlenmelerde gönüllü hemşire olarak çalışmalarını teşvik edici propagandalar da yürütülmekteydi. Alman kadınlar, Naziler tarafından kurulan toplama kamplarında da görev almaktaydı (Lower, 2013: 15). Savaştan sonra kamplarda görev yapan pek çok Alman kadın tutuklanmış ve kamplarda yapıldığı iddia edilen insanlık dışı uygulamalardan dolayı ceza almıştı.

1945 yılında Nazi Almanyası'nın kayıtsız şartsız teslim olmasından sonra NSDAP yasadışı bir örgüt olarak ilan edilmiş, Alman kadınların da Nazizm'i destekleyen veya çağrıştıran herhangi bir eyleme katılması yasaklanmıştı.

3.Yöntem

3.1.Çalışmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı, 20. Yüzyılın ilk yarısında Almanya'da etkili olan Nazizm ideolojisinin Alman kadınlarına yönelik bakış açısını, "NS-Frauen-Warte" adlı Alman kadın dergisinin kapak resimleri üzerinden ortaya koymaktır.

3.2.Çalışmanın Önemi

Çalışma;

- Nazizm ideolojisinin Alman kadınlarına yönelik bakış açısını ortaya koyması,

- 2. Dünya Savaşı'nda ve öncesinde Nazi propagandasının Alman kadınlarına yönelik söylemlerinin karşılaştırılmalı olarak analiz etmesi,

- Alanda özgün olması gibi nedenlerden dolayı önem taşımaktadır.

3.3.Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Nazi Almanyası'nda, Nazizm ideolojisinin Almanlara yönelik bakış açısını yansıtan tüm propaganda materyalleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Tüm propaganda materyallerine ulaşmanın güçlüğünden dolayı çalışmada örneklem kullanılması yoluna gidilmiştir. Bu amaçla çalışma kapsamında Nazizm ideolojisinin Alman kadınlarına bakışını en iyi şekilde yansıtacağı düşünülen NSDAP'ye bağlı tek resmi Alman kadın dergisi NS-Frauen-Warte'in kapak resimleri incelenmiştir. Calvin College tarafından ön plana çıkarılan NS-Frauen-Warte'in kapak resimlerinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen 6 kapak resmi çalışma kapsamında analiz edilmiştir. Diğer kapak resimleri; birbirleri ile içerik ve konu bakımından benzer olmaları ve doğrudan Alman kadınlarını konu almamaları nedeniyle çalışma dışında tutulmuştur.

3.4.Çalışmanın Sınırlılıkları

Nazizm ideolojisinin Alman kadınlarına bakışının yalnızca "NS-Frauen-Warte" adlı propaganda dergisi üzerinden ele alınması çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer yandan çalışma kapsamında derginin yalnızca 6 kapak resminin göstergebilimsel analize tutulması ve ele edilen bulgular ışığında genellemeler yapılması da çalışmanın bir diğer önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

3.5.Çalışmanın Soruları

Çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır;

NSDAP'nin bünyesindeki NS-Frauen-Warte adlı Alman kadın dergisinde;

- Alman kadınları genel olarak nasıl ön plana çıkarılmaktadır?

- Nazizm ideolojisi altında Alman kadınları nasıl idealleştirilmektedir?

- Nazizm ideolojisi, Alman kadınlarına yönelik hangi mitleri inşa etmektedir?

3.6.Çalışmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında belirlenen kapak resimleri nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Kapak resimleri, Barthes'ın göstergebilimsel analizi ışığında ele alınmıştır.

Göstergebilim, insanların çevresinde bulunan göstergelerin oluşturduğu anlamları inceleyen bir bilim dalıdır. Fransız Dil Bilimci Roland Barthes, 20. yüzyılın ikinci yarısında göstergebilim alanında yaptığı çalışmalar ile göstergebilimin film, müzik, resim, reklam vb. pek çok alanda kullanılmasını sağlamıştır (Rifat, 2013: 40). Nitekim Barthes göstergebilimin yalnızca dil bilimi ile sınırlı olmadığını, en ufak bir göstergenin bile iletişim sürecinde bir anlam ifade edebildiğini ifade etmiştir (Barthes, 2014: 23). Bu süreçte Barthes, göstergebilimin düzenlem ve anlam olmak üzere iki temel üzerine şekillendiğini söylemektedir (Barthes, 2016: 84). Düzenlem, göstergelerin herkes tarafından kabul edilen anlamı, anlam ise kültüre özgü olarak şekillenen, öznel, kültürden kültüre farklılaşabilen anlamı ifade etmektedir. Barthes, anlamın şekillenebilmesinde mitlerin önemli bir rol oynadığını söylemektedir (Sığırcı, 73-74). Mit, bir kültürün çevresinde yaşananları anlamlandırmak üzere oluşturduğu öyküleri ifade etmektedir (Fiske, 2017: 185). Örneğin, kadınların toplum içerisindeki rolleri oluşturulan mitler ile belirlenebilmektedir. Mit, kültür içerisinde kendiliğinden oluşabileceği gibi, egemen güçler tarafından belirli bir ideolojinin hâkim kılınmasına hizmet etmek için bilinçli olarak da oluşturulabilmektedir. Bu süreçte Barthes, medyanın önemli bir görev üstlendiğini belirtmektedir. Medya egemen güçlerin doğrularını ve söylemlerini toplum üzerinde inşa ettiği mitler ile genel doğrular olarak kabul ettirmeye çalışabilmektedir (Barthes, 2017: 45). Diğer bir deyişle medya yoluyla oluşturulan mitler,

topluma ne yapması ve ne yapmaması gerektiğini, kimin dost kimin düşman olduğunu telkin edebilmektedir.

Çalışmada Nazizm ideolojisinin propaganda amaçlı çıkardığı dergiler üzerinden hangi yananlamın oluşturduğu, hangi mitleri inşa ettiği ve inşa edilen mitler ile neyi amaçladığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

4. Analiz

Çalışmanın bu bölümünde 6 kapak resmi (Alman Anne, Alman Aile, Alman Sporcu, Alman Çiftçi, Alman Hemşire, Alman İşçi) göstergebilimsel analize tabi tutulmuştur.

4.1. "Alman Anne" Konulu Dergi Kapağı

1937 tarihli "Alman Anne" konulu dergi kapağı, düzenlam açısından değerlendirildiğinde kapak resminde iki erkek, bir kadın ve bir bebek görseli bulunmaktadır. Erkeklerden biri tarlayı sürerken, diğeri ise elinde kalkan ve kılıç ile beklerken görülmektedir. Kadın elinde bebeği ile ilgilenmektedir. Kapakta güneşin parıldadığı yansıtılmaktadır. Kinetik göstergeler içerisinde yer alan beden dili ve jestlerinde resmedilen kişilerin bir yere kararlılıkla baktığı görülmektedir.



Resim 1. "Alman Anne" Konulu Dergi Kapağı

Nazizm ideolojisi, Alman kadınların ari ırkın devamını sağlayacak olan anneler olarak yetiştirilmesi gerektiğini savunmaktaydı. Naziler, ırkın hijyeninin sağlanabilmesi için Alman erkeklerin ari ırkın üstünlüğü bozacaklarına inandıkları bireyler (örneğin, Yahudiler ve Çingeneler) ile evlenmelerini yasal olarak yasaklamıştı (Beyerchen, 2015: 43). Bu açıdan annelik, Alman kadınları için kutsallaştırılmaktaydı. Yananlam boyutunda, dergi kapağında Alman kadının bebeği ile gösterilmesi ile Nazi propagandası Alman

kadınının evi ile ilgilenen bir anne rolünü üstlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Elinde kılıcı olan erkek, aileyi koruma; elinde tarım aleti olan erkek ise ailenin geçimini sağlama görevinin erkeklere atfedildiğini vurgulamaktadır. Dergi kapağında resmedilen kişiler, Nazi Almanyası'ndaki erkek ve kadınların metonimi olarak ön plana çıkmaktadır. Görsel kodlar içerisinde, dergi kapağında kadın çocuğuna daha iyi bakar, erkek ise ailesinin geçimini sağlamak ve ailesini korumak ile sorumludur şeklinde propaganda mitleri inşa edilmektedir. Böylece Nazizm ideolojisinin Alman toplumunda tam bir tahakküm kurması amaçlanmıştır.

4.2."Alman Aile" Konulu Dergi Kapağı

1938 tarihli "Alman Aile" konulu dergi kapağı düzenlam açısından incelendiğinde, kapak resminde anne, baba ve çocuğun yer aldığı sıradan bir Alman ailesinin resmedildiği görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde ailenin giyimi kırsal bir kesimde yaşadığı algısını oluşturmaktadır. Sunum kodlarında, Alman ailenin mutlu olduğu yansıtılmaktadır. Görselin hemen altında Almanca "Mutlu aileler toplumumuzun en iyi kurumlarıdır" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır.



Resim 2."Alman Aile" Konulu Dergi Kapağı

Naziler, 15 Eylül 1935 tarihinde Nürnberg Yasaları adı verilen antisemitik yasaları yürürlüğe koymuştu. Yasalara göre toplum Alman ve Yahudi olmak üzere iki grupta sınıflandırılmakta ve Yahudiler bazı önemli haklardan mahrum edilmekteydi. Bu süreçte, Nazizm ideolojisinin idealleştirdiği Alman aile düzeni tesis edilmesi amaçlanmaktaydı (Caplan, 2017: 127). Yananlam boyutunda incelendiğinde, geleneksel Alman kıyafetleri içerisinde kırsal kesimde yaşayan bir ailenin temsil edildiği görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde aile mutlu olarak yansıtılmakta, aynı zamanda

"Mutlu aileler toplumumuzun en iyi kurumlarıdır" şeklindeki yazılı kod ile de ailenin mutlu olduğuna vurgu yapılmaktadır. Dergi kapağında resmedilen aile, Almanya'daki tüm ari ırk olarak kabul edilen Alman ailelerin metonimi olarak kullanılmaktadır. Dergi kapağında Nazizm ideolojisi altında Alman ailelerin mutlu ve huzurlu yaşadıkları propaganda miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Böylece Nazizm ideolojisinin Alman toplumsal yapısını koruduğu mesajı verilmektedir.

4.3."Alman Sporcu" Konulu Dergi Kapağı

1939 tarihli "Alman Sporcu" konulu dergi kapağı düzenlem boyutunda incelendiğinde, kapak resminde spor yapmakta olan Alman genç kızlarının resmedildiği görülmektedir. Sunum kodlarında, kızlardan biri cirit atarken, biri top oynarken, diğer ikisi ise koşmaya hazırlanırken yansıtılmıştır. Görselin hemen altında Almanca "Yaşamın zaferi, dünyanın anlamıdır" yazılı kodu yer almaktadır.



Resim 3."Alman Sporcu" Konulu Dergi Kapağı

Nazizm ideolojisinde Alman gençlerin iyi bir spor eğitimi alması ve güçlü bir fiziğe sahip olmasına vurgu yapılmaktaydı. Bu amaçla Nazi Almanyası'ndaki eğitim sisteminde Alman gençlerine yönelik çeşitli spor eğitimleri verilmekteydi (Yavuzoğlu, 2003: 17). Yananlam boyutunda, Alman kadınların spor yaparak yetiştirilmesi gerektiğine vurgu yapılmaktadır. Nitekim "Yaşamın zaferi, dünyanın anlamıdır" yazılı kodu ile Alman kadınlarının güçlü bir fiziğe sahip olmaları istenmektedir. Dergi kapağında, Alman kadınların toplumsal hayatta var olabilmelerinin güçlü bir fizikle mümkün olduğu propaganda miti inşa edilmektedir. Böylece Nazizm ideolojisinde var olan "mücadele"

olgusunun Alman kadınlarına da aşılarmaya çalışıldığı görülmektedir.

4.4."Alman Çiftçi" Konulu Dergi Kapağı

1940 tarihli "Alman Çiftçi" konulu dergi kapağı düzenlam açısından incelendiğinde, kapak resminde tarlayı sürmekte olan bir Alman kadının, hemen arkasında ise Wehrmacht'a (Alman Ordusu) mensup bir Alman askerinin görseli resmedilmektedir. Görsel kodlar içerisinde kadının Alman askerini düşündüğü mesajı verilmeye çalışılmıştır. Görselin hemen arkasında da bacası tütmekte olan fabrikalar gösterilmektedir.



Resim 4."Alman Çiftçi" Konulu Dergi Kapağı

2. Dünya Savaşı başladığında, Nazi Almanyasında milyonlarca erkek silah altına alınmıştı. İlerleyen süreçte bu sayı daha da artarak, eli silah tutabilen her Alman erkeğinin cepheye gönderilmesi emredilmişti. Alman erkeklerin cephelere gönderilmesiyle birlikte Alman ekonomisi büyük bir iş gücü ihtiyacı duymaya başlamıştı (Berend, 2011: 171). Bu süreçte, kırsal kesimlerde toprağın sürülmesi ve diğer önemli üretim çarklarının sürdürülebilmesi için kadın emeğinin ön plana çıkarılması gerekmişti. Yananlam boyutunda ele alındığında, dergi kapağında Alman erkeklerin cepheyi gitmesi ile boşalan toprakların Alman kadınları tarafından sürüldüğü mesajı verilmektedir. Alman kadınının toprağı sürerken kocasını veya oğlunu düşündüğü mesajı verilmektedir. Savaşın çıkması ile Nazizm idealleştirdiğı kadın rolünde radikal bir değişim olmuş, Alman kadını evi ile ilgilenen ve çocuğuna bakan bir anne rolünden tarlada ailesinin ve ülkesinin üretimini sağlayan bir birey haline getirilmiştir. Görselin arkasında bulunan bacası tüten fabrika görseli, Alman kadınların üretiminin Alman sanayisinin devamını sağladığı

propaganda mitini inşa etmektedir. Böylece Almanya'nın genelinde ilan edilen seferberlikte Alman kadınlarının da ön plana çıkarılması amaçlanmıştır.

4.5."Alman Hemşire" Konulu Dergi Kapağı

1942 tarihli "Alman Hemşire" konulu dergi kapağı, düzenlam açısından incelendiğinde, kapak resminde bir hemşire ve iki asker görselinin resmedildiği görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde erkeklerden birisi yaralı olarak sunulmaktadır. Kadın hemşire, Alman askerlerinin önünde konumlandırılmıştır. Kapak resminde, hemşirenin renkli, askerlerin ise renksiz tonlarda sunulduğu görülmektedir. Görselin hemen altında Almanca "Yoldaşlar" yazılı kodu yer almaktadır.



Resim 5."Alman Hemşire" Konulu Dergi Kapağı

2. Dünya Savaşı'nda Alman kadınları cephe gerisinde olduğu gibi cephelerde de Alman askerine yardım etmesi için görevlendirilmekteydi. Özellikle, Alman kadınları yaralı Alman askerleri ile ilgilenmek üzere hemşire olarak cephelere gönderilmekteydiler (McNab, 2015: 388). Yananlam boyutunda, Alman kadınlarının cephelerde Alman askerlerinin yardımına koşması gerektiğine yönelik propaganda yürütüldüğü görülmektedir. Dergi kapağında yer alan "Yoldaşlar" yazılı kodu NSDAP üyeleri için kullanılmaktaydı. Bu amaçla dergi kapağında her Alman kadınının anavatanlarını savunmak için cepheye gitmesi gerektiği propaganda miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Böylece Alman kadınlarının gönüllü olarak cephelerde Alman askerlerine yardım etmesi amaçlanmıştır.

4.6."Alman İşçi" Konulu Dergi Kapağı

1943 tarihli "Alman İşçi" konulu dergi kapağı düz anlamlı boyutunda incelendiğinde bir Alman kadının fabrikada çalışırken fotoğrafına yer verildiği görülmüştür. Dergi kapağında çalışma kapsamında incelenen diğer kapaklardan farklı olarak resim yerine fotoğraf kullanılmıştır. Kapak fotoğrafının hemen altında Almanca "Alman kadınları bunun kendi halklarının varlığının veya yokluğunun bir meselesi olduğunun her zaman farkındadır. Vakit topyekûn savaş vaktidir. Herkes yardım ediyor!" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır.



Resim 6."Alman İşçi" Konulu Dergi Kapağı

1943 yılında Nazi Almanyası Propaganda Bakanı Dr. Joseph Goebbels liderliğinde Almanya genelinde "Topyekûn Savaş" ilan edilmişti. Bu amaçla Almanya'da çalışabilecek durumda olan her Alman vatandaşının ülkesi için fabrikalara gelmesi istenmekteydi. Özellikle Silahlanma Bakanı olarak görevlendirilen Albert Speer'ın başlatmış olduğu ağır sanayi üretim hamlesinde Almanya büyük bir iş gücü ihtiyacı duymaktaydı (Eberle ve Uhl, 2017: 608). Yan anlamlı boyutunda Alman kadınlarının fabrikalarda çalışması yönünde propaganda yapıldığı ortaya çıkmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen kapak resimleri içerisinde fotoğraf kullanımının yalnızca bu kapak resminde olduğu görülmektedir. Kapak resminde kullanılan fotoğrafta doğrudan kadının yaşına vurgu yapıldığı görülmektedir. Nitekim fabrikada çalışan kadın, diğer kapak resminde yer alan görsellerdeki kadınlardan farklı olarak daha yaşlı sunulmaktadır. Bunun temel amacı topyekûn savaş gereği, tüm Alman kadınlarının milli seferberliğe katıldığı vurgusunun yapılmasıdır. Kapak resimlerinde yer alan "herkes yardım ediyor" yazılı kodu her yaşta Alman kadınının fabrikalarda çalıştığı mesajını vermektedir. Diğer yandan kapak resimlerindeki yazılı kodlar üzerinden 2. Dünya Savaşı'nın Almanya için ölüm kalım savaşı olduğuna yönelik

propaganda miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Böylece Alman kadınlarının daha şevkle cephelerde savaşması planlanmıştır.

Sonuç

Çalışma kapsamında incelenen NSDAP'nin resmi Alman kadın dergisi NS-Frauen-Warte'nın kapak resimlerinde, Nazi propagandasının 2. Dünya Savaşı öncesi ve 2. Dünya Savaşı dönemi olmak üzere iki dönem üzerinden şekillendiği ortaya çıkarılmıştır. 2. Dünya Savaşı öncesi dönemdeki kapak resimlerinde, Nazi propagandası Alman kadınlarını iyi bir anne, iyi bir eş ve iyi bir sporcu şeklinde idealleştirirken; 2. Dünya Savaşı döneminde ise Alman kadınları iyi bir vatansever olarak temsil edilerek, Alman kadınlarının ülkesi için fabrikalarda çalışması, tarlaları sürmesi ve hatta cephede askerlerin yanında hizmet etmeleri gerektiği vurgulanmıştır. Kapak resimlerinde kullanılan kadın görsellerinin tümü Alman kadınlarının metonimi olarak kullanılmıştır. Böylece Nazi propagandası, savaş öncesinde Nazizm ideolojisi ile etkisi altına aldığı Alman kadınlarını, savaş döneminde doğrudan Nazi Almanyası için çalıştırmıştır.

Çalışmada NS-Frauen-Warte'nın kapak resmi üzerinden Nazizm ideolojisinin öğretilerinin doğrudan Alman kadınlarına aktarılmaya çalışıldığı görülmüştür. Bu amaçla Nazizm ideolojisini ülke genelinde hâkim kılabilmek için bir takım propaganda mitlerinin inşa edilmeye çalışıldığı ortaya çıkarılmıştır. İnşa edilen propaganda mitlerinde; Alman kadının temel amacının doğurganlık olduğu, bu yolla ırkın devamını sağladığı vurgulanmıştır. Diğer yandan kapak resimlerindeki görsel ve yazılı kodlarda Alman kadınların Nazizm ideolojisi altında mutlu ve huzurlu olduğu yansıtılarak, Nazizm ideolojisine karşı yapılan karşı propagandaların marjinalleştirilerek ortadan kaldırılmasının amaçlandığı görülmüştür.

2. Dünya Savaşı, Nazi propagandasının Alman kadınları üzerindeki söylemlerini önemli ölçüde değişikliğe uğratmıştır. Bunun temel nedeni, savaş sırasında Almanya'nın ihtiyaç duyduğu insan kaynağının Alman erkekleri tarafından karşılanamamasıydı. Bu amaçla Naziler, savaş öncesi erkekler üzerine idealleştirdikleri savunma ve çalışma görevlerini Alman kadınları üzerine yüklemeye başlamıştır. Özetle, çalışma kapsamında Nazi Almanyası'nın içinde bulunduğu şartlar içerisinde, Nazi propagandasının Alman kadınlara verdiği rollerin de değişebildiği ortaya çıkarılmıştır.

Çalışmada NS-Frauen-Warte propaganda dergisinin kapak resimleri üzerinden Nazizm ideolojisinde Alman kadınlarının sunumu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışma alanda özgün

olması bakımından önem taşımaktadır. Buna karşın gelecek çalışmaların Komünizm, Faşizm, Falanjizm gibi farklı ideolojilerin kadınlara bakışını incelemesi ve mevcut çalışma ile karşılaştırmalı olarak ele alması alana daha da katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akarcalı, S. (2003). *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Barthes, R. (2014). *Çağdaş Söylenler*. Çev., Tahsin Yücel. 4. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.
- Barthes, R.(2016). *Göstergebilimsel Serüven*. Çev., Mehmet Rifat, Sema Rifat. 8. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. Çev., Ayşenaz Koş. Ömer Albayrak. 2. Baskı. İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Berend, T. I. (2011). *20. Yüzyıl Avrupa İktisat Tarihi*, Çev., Serpil Çağlayan, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Beyerchen, A. D. (2015). *Nazi Dönemi'nde Bilim*, 3. Reich'da Üniversite, çev: Haluk Tosun. 2. Baskı. İstanbul: Say Yayınları.
- Calvin College (2018). <http://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/images/fw/fw6-20.jpg>, 23.09.2018.
- Caplan, J. (2017). *Hitler Almanyası 1933-1945*. Çev., İdem Erman, İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Çakı, C. (2018a). "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11 (2), 252-272.
- Çakı, C. (2018b). Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5 (1), 59-79.
- Çakı, C., Karaburun Doğan, D. & Yılmaz, N. (2018). Horst-Wessel Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2018 (46), 89-110.
- Çakı, C. ve Gülada, M. O. (2018). "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası". *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 53-80.
- Eberle, H. ve Uhl, M. (2017). *Hitler Kitabı*. Çev., M. Tüzel. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev., Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

- Guenther, V. I. (1997). Nazi "Chic"? German Politics and Women's Fashions, 1915-1945. *Fashion Theory*, 1(1), 29-58.
- Gupta, C. (1991). Politics of Gender: Women in Nazi Germany. *Economic and Political Weekly*, 26 (17), 39-48.
- Hart, B. L. (2015). *İkinci Dünya Savaşı Tarihi*. Çev., Kerim Bağrıaçık. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Kershaw, I. (2007). *Hitler, 1889-1936: Hubris*. Çev., Zarife Biliz. Birinci Cilt. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kershaw, I. (2009). *Hitler, 1936-1945: Nemesis*. Çev., Zarife Biliz. 2. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Koonz, C. (2013). *Mothers in the Fatherland: Women, the Family and Nazi Politics*. The United Kingdom: Routledge.
- Lower, W. (2013). *Hitler's Furies: German Women in the Nazi Killing Fields*. USA: Houghton Mifflin Harcourt.
- Macit, M. H. (2007). *Faşizm ve Nazizm*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- McNab, C. (2015). *Hitler'in Ordusu, Nazi Savaş Makinesinin Tarihi, 1939-1945*, Çev., Okan Doğan. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Rupp, J. L. (2015). *Mobilizing Women For War: German And American Propaganda, 1939-1945*. USA: Princeton University Press.
- Sığırcı, İ. (2016). *Göstergibilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yavuzoğlu, A. (2003). *20. yy.'da Faşist Paranoya*, İstanbul: Sayfa Yayınları.