

**GÜVENLİKLEŞTİRME ARACI OLARAK PROPAGANDA  
VE ALGI YÖNETİMİ: II. DÜNYA SAVAŞI'NDA  
AFİŞ VE POSTERLER**

*Güngör ŞAHİN\**, *Aslı MERCİMEK\*\**

Makale Geliş Tarihi-Received: 14.06.2020  
Makale Kabul Tarihi-Accepted: 11.11.2020  
DOI: 10.37093/ijsi.837773

**ÖZ**

*Tarihin ilk düzenli ordularından günümüze askeri strateji, teknolojik gelişmişlik düzeyi, ikmal desteği, askerlerin niteliği, saha ve manevra kabiliyetleri gibi birçok faktör yanında askeri psikoloji de savaşın galibini ya da mağlubunu belirlemiştir. I. Dünya Savaşı'nda cephelerin sivilleri de içine alacak şekilde genişlemesiyle birlikte sivil kayıpların artması sonucu, yeni bir psikoloji alanı ortaya çıkmıştır. Devlet yöneticileri, kamuoyunun ve halkının desteğini kazanmak için savaşın toplum tarafından nasıl algılandığı ile daha çok ilgilenmişler, toplumları savaşın gerekliliği ve haklılığına ikna etmek için söylevlerin yanı sıra görselliğe hitap eden propaganda unsurlarını da kullanmışlardır. 20. yüzyılın başından günümüze, afişler ve posterler propaganda aracı olarak toplumsal algının yönetilmesi için kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, II. Dünya Savaşı'nda propaganda ve algı yönetiminin afiş ve posterler aracılığı ile nasıl yürütüldüğünü örnekleriyle ortaya*

\* Dr. Öğr. Üyesi, Milli Savunma Üniversitesi, Atatürk Stratejik Araştırmalar Enstitüsü (ATASAREN), Strateji ve Güvenlik Araştırmaları Anabilim Dalı, İstanbul/Türkiye. [gsahin@msu.edu.tr](mailto:gsahin@msu.edu.tr) <https://orcid.org/0000-0001-6296-8568>.

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Milli Savunma Üniversitesi, Atatürk Stratejik Araştırmalar Enstitüsü (ATASAREN), Askeri Eğitim Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul/Türkiye. [aslifnmercimek@gmail.com](mailto:aslifnmercimek@gmail.com) <https://orcid.org/0000-0003-0213-3280>.

*koymak, günümüzdeki "güvenleştirme" süreciyle benzerliğine ışık tutmaktır. Propaganda ve algı yönetimi faaliyetlerini incelemek, karar vericiler tarafında kullanılan "güvenleştirme" sürecinin nasıl işlediğini anlamak adına önem arz etmektedir. Çalışmada, nitel araştırma yöntemi ve veri toplama tekniği olarak literatür taraması kullanılmış ve döneme ait afiş ve posterler üzerinden içerik analizi yapılmıştır. Araştırmada, savaşın bir unsuru olarak yürütülen propaganda ve algı yönetimi faaliyetlerinin, savaşın gidişatını değiştirmenin, toplumları yönlendirmenin ve bireylerin desteğini kazanmanın en önemli yöntemlerinden biri olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Güvenleştirme, Propaganda, Algı Yönetimi, Medya, II. Dünya Savaşı.

812

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

## **PROPAGANDA AND PERCEPTION MANAGEMENT AS A SECURITIZATION TOOL: POSTERS IN WORLD WAR II**

### **ABSTRACT**

*Since the first regular armies of the history, military psychology also has been a determinant in deciding the winner or the loser of the war, in addition to many factors such as military strategy, technologic advancement level, supply support, quality of soldiers, capabilities in the field, and maneuverability. A new field of psychology has emerged as a result of the increase in civilian casualties with the expansion of the battle fronts to include civilians in World War I. State officials have become more concerned with the perception of war by the society in order to gain the support of public and people and they also use the propaganda elements appealing to the eyes, as well as the speeches in order to convince societies of the necessity and justifications of the war. Since the beginning of the 20th century, banners and posters have been used as a propaganda tool to manage the perception of society. This study aims to reveal how propaganda and perception management were carried out through the use of banners and posters during the World War II by providing examples and to shed a light on its similarity with today's "securitization" process. In order to understand how the "securitization" process used by decision-makers works, it is important to analyze the activities of propaganda and perception management. Literature review was used as a qualitative research method and data collection technique in this study and the content of the banners and posters of this period was examined. In this research, propaganda and perception management activities which is conducted as an element of war has been found that it is one of the most important methods for changing the course of the war, leading societies and gaining the support of individuals.*

**Keywords:** Securitization, Propaganda, Perception Management, Media, World War II.

## GİRİŞ

Günümüzden yaklaşık 2500 yıl önce Çinli komutan Sun Tzu tarafından kaleme alınan "Savaş Sanatı" adlı eserde, tüm savaşların aldatmacalara ve şaşırtmaya dayandığı vurgulanmaktadır (Tzu, 2008: 45). Savaş Sanatı'nda kan dökme arzusunun çok, toplum psikolojisini anlamaya yönelik değerlendirmeler yapılmaktadır. İnsanların hangi duygu ve düşüncelerle yönlendirilebileceğini anlama, bu gücü kullanmayı arzulayanlara ve bu güçten kaçınanlara büyük yarar sağlayacağı fikri benimsenmektedir (Tzu, 2008: 20). Bu sebeple "savaşmadan kazanmak en büyük başarıdır" sözü, Sun Tzu'nun savaş doktrininin en temel prensibidir.

814

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

Askeri psikoloji yönetimi, tarihte birçok ordunun sevk ve idaresinde büyük rol oynamıştır. Çağın koşullarına göre farklı şekillenen ihtiyaçlar doğrultusunda askeri psikolojinin değiştiği gözlemlenebilir. Tarihteki çatışmaların geneline bakılacak olursak, temel sebepler; dünyaya düzen getirmek, kendi medeniyetini hâkim kılmak, ticaret yollarına ve kısıtlı kaynaklara sahip olmak şeklinde benzerdir. Pers-Yunan Savaşları, Büyük İskender'in fetihleri, İslam fetihleri, Haçlı Seferleri, Moğol istilaları, Dünya Savaşları gibi birçok örnekte bu sebeplerden en az birini ya da birkaçını gözlemlemek mümkündür. Bu yüzden değişen motivasyon kaynakları, askeri psikolojinin üstlendiği rolün anlaşılmasına aracılık edebilir.

Bu değişim sürecinin tarihine bir milat koymak gerekirse, büyük olasılıkla I. Dünya Savaşı olurdu. Bu durumun başlıca sebebi, savaşın getirdiği yeni cephe kavramı ve bundan etkilenen insan sayısının fazlalığıdır. Tahminlere göre I. Dünya Savaşı'nda ölen insan sayısı yaklaşık 20 milyon civarındadır. Ölen asker sayısı tahminen 9 milyon ile 10 milyon arasındadır. Hayatını kaybeden sivil sayısı da yaklaşık olarak 10 milyon olarak hesaplanmaktadır (Mougel, 2011: 1). Özellikle sivil zayıfların hesaplanmasında karşılaşılan zorluklar yapılan tahminlerin farklılaşmasına sebep olmaktadır. Ancak hangi açıdan bakarsak bakalım bu rakamlar, askeri ve sivil kayıplar arasındaki oran bakımından tarihte kendisinden önceki hiçbir savaşa benzememektedir.

Bir diğer önemli sebep ise psikologların I. Dünya Savaşı sırasındaki çalışmalarıydı. Bu çalışmalar psikoloji bilgilerinin askeri sorunlara

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

uygulanmasının ilk çağdaş örneğini temsil etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin I. Dünya Savaşı'na girdiği sırada, bir grup tanınmış psikolog, psikolojinin bu savaşta nasıl bir katkısı olabileceğini konuşmak üzere Harvard Üniversitesi'nde toplandı.<sup>1</sup> Dönemin Amerikan Psikoloji Birliği (APA) Başkanı Robert Yerkes, psikolojinin silahlı kuvvetlere eğitim, motivasyon, havacılık ve seçme-yerleştirme alanlarında destek vereceğini açıkladı (Uhlener, 1968: 4). Bu açıdan bakarsak dönemin en büyük özelliği, silahlı kuvvetlerin yapısı ve etkinliklerindeki insana bağlı temel faktörlerin ilk kez bilimsel ve etkili bir şekilde ele alınmış olmasıdır. Orduların teknolojik gelişmişlik düzeyi, ikmal desteği, askerlerin niteliği, saha ve manevra kabiliyetleri gibi birçok askeri stratejinin önemi yanında psikolojik unsurlar da birçok savaşın galibini ya da mağlubunu belirlemiştir.

Sivil kayıpların askeri kayıplara eşit olduğu I. Dünya Savaşı'ndan sonra cephe kavramının sınırları genişlemiş, toplumlar savaşın birer unsuru haline gelmiş, böylece savaşın toplumlar tarafından nasıl görüldüğü ve algılandığı önem kazanmıştır. 20. yüzyılın başlarından günümüze dek toplumların desteğini kazanmak adına bu algının yönetilmesi ve yönlendirilmesi için propaganda faaliyetleri medya aracılığı ile psikolojik harbin birer silahı olarak kullanılmıştır. Günümüzde karar vericiler, ulusal ve uluslararası kamuoyu desteğini kazanmadan, uluslararası sistem seviyesinde yaptıkları girişimlerden nihai sonuç elde edemeyeceklerinin ve sahadaki üstünlüklerini kamuoyu desteğiyle pekiştirmek zorunda olduklarının bilinciyle hareket etmektedir.

Uluslararası ilişkiler ve güvenlik çalışmalarında da belli konu, olay ve aktörün; ulusal ve uluslararası kamuoyunun gündemine karar vericilerin söylemleri doğrultusunda gelmesi söz-edim (discourse as practice) olarak ifade edilmekte, söz konusu süreç Kopenhag Okulu akademisyenleri tarafından "güvenlikleştirme" olarak adlandırılmaktadır. Güvenlikleştirme süreci daha önce güvenlikle

---

<sup>1</sup> Bu psikologlar başlıca şu isimlerden oluşmaktadır (Uhlener, 1968:4): Robert M. Yerkes (1876-1956), Henry H. Goddard (1866-1957), Lewis M. Terman (1877-1956), Edward Thorndike (1874-1949); Arthur Otis (1886-1964); Louis Turstone (1887-1955); Walter Dill Scott (1869-1955) ve Walter Van Dyke Bingham (1880-1952).

ilgili olmayan konuları da karar vericilerin söylemleri ile güvenlik konusu haline getirmektedir (Buzan vd., 1998: 23). Güvenlik alanına yeni konuların katılması ile güvenlik alanı genişlemekte, daha önce güvenlik alanı ile ilgili olmayan konular ulusal ve uluslararası kamuoyu tarafından güvenikleştirme süreci sonrasında güvenlik konusu olarak kabul edilmektedir. Günümüzde karar vericiler, medya araçlarını kullanarak propaganda ve algı yönetimi vasıtası ile savaş alanı dışında da insanların duygularını yönlendirebilmekte, akıl ve kalplerine hükmetmek istemektedir. Bu kapsamda, propaganda ve algı yönetimi disiplinler arası bir nitelik kazanarak uluslararası ilişkiler ve güvenlik araştırmalarının da konusu haline gelmiştir.

20. yüzyılda yaşanan I. Dünya Savaşı, II. Dünya Savaşı ve Soğuk Savaş; devletler ve ittifakların, propaganda ve algı yönetimine medya araçları vasıtası ile yoğunlukla başvurdukları bir dönem olarak hatırlanmaktadır. Devlet yöneticileri, savaşta kendi vatandaşlarının desteğini kazanmak ve uluslararası meşruiyet adına, 20. yüzyılın en ölümcül ve yıkıcı savaşı olan II. Dünya Savaşı'nda bu teknikleri kullanmışlardır. II. Dünya Savaşı'nda birçok örneği bulunan propaganda ve algı yönetimi faaliyetlerini incelemek, karar vericiler tarafında kullanılan "güvenikleştirme" sürecinin nasıl işlediğini anlamak adına önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, günümüzden yaklaşık 2500 yıl önce Çinli komutan Sun Tzu tarafından ifade edilen savaşlardaki aldatmaca ve şaşırtmacalara dayanan propaganda ve algı yönetiminin nasıl yürütüldüğünü yakın geçmişteki örnekleriyle ortaya koymak, günümüzdeki "güvenikleştirme" süreciyle benzerliğine ışık tutmaktır. Makale veri toplama yöntemi olarak literatür taramasını kullanmakta ve propagandanın toplumlar üzerinde olan algısal etkisini incelemeyi hedef almaktadır. Çalışma, II. Dünya Savaşı sırasında yayımlanmış olan poster ve afişler kullanılmış; o dönemdeki söylevler, radyo programları ve sinema yapıtları kapsam dışında tutularak sınırlandırılmıştır. Çalışmada Türkçe kaynakların yanı sıra İngilizce kaynaklardan da faydalanılmış olup II. Dünya Savaşına iştirak eden bazı devletlerin afişlerine yer verilmiştir. Çalışmada, güvenikleştirmekte sürecinde kullanılan propaganda araçlarının etkisi, propaganda faaliyetlerinin tarihinden, II. Dünya Savaşı sırasında gerçekleştirilen propaganda ve algı yönetimi çabaları ile II. Dünya Savaşı'nda yayımlanmış olan poster ve afişler vasıtasıyla

propaganda, algı yönetimi ve kitlelerin mobilize edilmesi konusu incelenmektedir.

## 1. GÜVENLİKLEŞTİRME VE İMGELER ARASI ETKİLEŞİM

II. Dünya Savaşı sonrası güvenlik çalışmalarındaki artış ile birlikte realist fikir akımının etkili olduğu güvenlik alanında “askeri güvenlik” meselelerinin öncelikli olarak incelendiği gözlemlenmektedir. Soğuk Savaş'ın sonuna kadar etkili olan realist teoriler, uluslararası güvenlik çalışmalarında askeri güvenliği ön plana çıkarmakta ve Soğuk Savaş'ın bitişine giden süreci açıklamakta yeterli olamamaktaydı. Kopenhag Okulu temsilcilerinden Barry Buzan ve Ole Weaver, realist akımın ikinci plana attığı diğer güvenlik meselelerini de uluslararası ilişkiler ve güvenlik çalışmaları için görünür hale getirmek amacıyla “sektörel güvenlik” kavramını alana dâhil ettiler. Bu kavrama göre güvenlik çalışmaları beş sektörden meydana gelmekteydi: askeri güvenlik, siyasi güvenlik, ekonomik güvenlik, toplumsal güvenlik ve çevresel güvenlik.

Görülebileceği gibi geleneksel teorilere bir eleştiri olarak çıkan Kopenhag Okulu da askeri güvenlik kavramını geliştirdikleri teorinin haricinde tutmamış ancak güvenliği sektörlere ayırarak kavramı genişletmişlerdir. Okulun vurguladığı en önemli husus, askeri güvenlik konularının güvenliğin tek meselesi olmadığı ve diğer sektörlerin de güvenliğin alanı içerisine dâhil edilmesi gerektiğidir (Miş, 2011: 347). Bir bakıma okul güvenliği, beş ayrı sektör açısından ele alarak tanımlamaktadır.

Okulun güvenlik çalışmalarına kattığı en önemli kavramlardan biri ise “güvenlikleştirme” kavramıdır. Kavrama göre var olan bir sorunu söz-edimi şeklinde ifade eden güvenlikleştirici aktörler, referans nesnelerini (dinleyici kitleyi) etkileyerek siyaset dışı olarak değerlendirilen bir meseleyi evvela siyasal alanın içine dâhil edip daha sonra onu ayrıcalıklı bir konuma getirebilmek amacıyla meseleyi güvenlikleştirebilmektedirler (Miş, 2011: 348). Böylece güvenlikleştiren mesele siyaset üstü bir konuma erişeceği için alınacak her türlü tedbir meşru ve tartışılmaz bir boyuta ulaşmış olacaktır (Hisarlıoğlu, 2019: 1). Güvenlikleştirme sürecinin başarılı olabilmesi için güvenlikleştirici aktörün bir meseleyi sözlü olarak ifade etmesi yeterli değildir. Referans nesnelerinin meseleyi güvenlik tehdidi olarak kabul

etmesiyle birlikte güvenikleştirme başarılı bir şekilde sonuçlanacaktır (Baysal, Lüleci, 2015: 76). Bu noktada güvenikleştiren aktörlerin yardımına, kolaylaştırıcı koşullar ya da bir diğer ifadeyle işlevsel faktörler yetiştirmektedir (McDonald, 2008a: 564). Var olan bir tehdidi dile getiren güvenikleştirici aktör, güvenikleştirme aşamasını destekleyen eylemleri örnek olay olarak referans nesnelere sunması akabinde ikna sürecinin başarı şansı çok daha yüksek bir potansiyele erişmektedir. Örneğin ABD Başkanlarının Kuzey Kore'yi güvenikleştirme çabaları ele alınacak olursa, ABD halkı burada referans nesnesi olup, Kuzey Kore'nin yapmakta olduğu nükleer denemeler kolaylaştırıcı koşullara misal olabilecektir. Fakat bu denemelere rağmen ABD başkanı ya da hükümetten bir yetkili Kuzey Kore'nin güvenikleştirilmesi için bu faaliyetleri söz edim olarak ifade etmezse güvenikleştirme sürecinin başarılı olabilmesi mümkün değildir. Her şeyden evvel güvenikleştirici aktör, söz edim olarak var olan meseleyi dile getirmelidir.

Güvenikleştirme kavramı söyleme dayalı bir süreç olarak değerlendirilmesine rağmen posterler, afişler ve görsel iletişim cihazlarının da güvenikleştirmenin bir parçası olduğunu düşünen yazarlar bulunmaktadır. McDonald, güvenikleştirmenin zayıflıklarını incelediği makalesinde kavramın söylemsel sürece yoğunlaşarak geride kalan imgeler arası etkileşimi ıskaladığına yönelik eleştiriler geliştirmektedir (McDonald, 2008b: 70). Buna karşılık Baysal'ın aktardığına göre Williams, imgelerin ve görsel metaların güvenikleştirme üzerinde etkili birer araç olduklarını savunmaktadır (Williams, 2003: 7). Bu noktadan hareketle, çalışmada II. Dünya Savaşı sırasında yapılmış olan posterlerin güvenikleştirme teorisi kapsamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Güvenikleştirici aktörler (ki bu noktada yönetici elitlerden bahsedilmekte), referans noktalarını teşkil eden halk topluluklarını savaşın gerekliliği ve haklılığına ikna etmek için söylevlerin yanı sıra görselliğe hitap eden propaganda unsurlarını da kullanmışlardır. Çalışma, Williams ve McDonald'ın güvenikleştirmenin söz edime fazla yoğunlaşması nedeniyle görsel alanları ıskalaması eleştirisini temel nokta olarak almaktadır.

## 2. PSİKANALİZ, PROPAGANDA VE ALGI YÖNETİMİ

1890'larda Viyana'da nevroitik ya da histerik belirtiler gösteren hastalara etkili bir tedavi bulmaya çalışan bir nörolog olan Sigmund Freud'un psikoterapi tekniği olarak kullandığı psikanaliz yönteminin



*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

dünyayı değiştireceği gerçeği, o dönem kimsenin aklından geçirmediği bir ihtimaldi. Psikanaliz özetle, hastaların zihinsel süreçlerinin bilinçdışı unsurları arasındaki bağlantıları ortaya çıkarmaya çalışmaktadır (Snowden, 2011: 22). Freud'un yaklaşımına göre, insanın bilinçli tarafı ile bilinçaltında yatan, ancak kişinin dahi varlığından haberdar olmadığı olumsuz ve bilinçdışı etkileşimler vardır. Bu düşünceleri gün yüzüne çıkaracak tetikleyici bir sebep oluştuğunda ise dışa vurmaktadır. I. Dünya Savaşı'nın başlaması üzerine Freud, "En hüzünlü şey; psikanaliz bilgimizden yola çıkarak bakınca, insanlardan tam olarak böyle davranmasını beklerdik." yorumunda bulunmuştur. Bu bakımdan I. Dünya Savaşı'nın tüm koşulları, Freud'un bu konudaki yaklaşımını destekler nitelikte görünmektedir.

Avrupa'da savaşın sonlarına gelirken, 1917'de Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Woodrow Wilson I. Dünya Savaşı'na girmek için hazırlık yapıyordu. Amerikan hükümeti toplumda Birleşik Devletler'in savaş emellerini desteklemesi için bir komite kurdu. Başkan Wilson, özgürlük ve demokrasi kavramlarıyla kurulan ABD'nin, eski imparatorlukları yeniden canlandırmak için değil, bütün Avrupa'ya demokrasi getirmek için savaşacağını açıkladı. Bu komitede görev yapmakta olan ve komitedeki başarılı çalışmaları neticesinde takdir alan 26 yaşındaki Edward Bernays, Başkan Wilson'un davetlisi olarak 1919'da düzenlenen Paris Barış Konferansı'na da katıldı (Curtis, 2002). Burada gördüğü ve deneyimlediği ortam, Bernays'ın gelecekteki çalışmaları konusunda önemli bir fikir vermişti. Zira görev yaptığı komitede en çok vurguladıkları konu olan ABD'nin Avrupa'daki savaşa demokrasi ve bağımsızlık götürme fikri, buradaki kalabalıktan yoğun rağbet görmüştü. Başkan Wilson'un insanları özgürleştiren bir kahraman olarak karşılanması üzerine Bernays, savaş harici bir ortamda da böyle büyük kitleleri ikna etmenin mümkün olup olmadığını düşünmüştü. Bunun üzerine Amerika'da propaganda faaliyetleri yürütmek üzere "Halkla İlişkiler Danışmanlığı" adı altında küçük bir ofis kurmuştur (John III, Lamme, 2011).

Bernays, tanınmış ilk modern halkla ilişkiler uygulayıcısı değildi. Başta ilk halkla ilişkiler uzmanı ve modern halkla ilişkilerin öncüsü kabul edilen Ivy Ledbetter Lee olmak üzere birçok halkla ilişkiler uzmanı on yıldan fazla bir süredir sektörde kendi ajanslarını işletiyorlardı. Ancak, gazeteci-yazar Larry Tye'in, 1998'de yayınlanan

819

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

“The Father Of Spin” isimli Edward L. Bernays biyografisinde açıkladığı üzere: “Bernays, mesleğin ilk filozofu ve entelektüelidir. Çok az kişinin gördüğü büyük resmi gördü ve teori ile pratik arasındaki, kendi deyimiyle, halkla ilişkiler sanatı ile bilim arasındaki ilişkinin değerini ilk anlayan kişi oydu. Ve bunu yaparken, gelecek nesil halkla ilişkiler uzmanlarına, bu mesleğin Amerika'daki ekonomik, politik ve kültürel hayatın şekillendirmesinde ne kadar etkili olabileceğini ilk gösteren kişi oldu.” (Cannon, 1999: 264). Halkla ilişkilerin profesyonelleştiği dönemin kurucusu kabul edilen ve halkla ilişkilerin babası olarak tanımlanan Bernays, aynı zamanda, “halkla ilişkiler danışmanlığı” deyimini ilk kullanan, ilk halkla ilişkiler kitabının yazarı (Crystallizing Public Opinion) ve üniversitede ilk halkla ilişkiler dersini (1923-New York Üniversitesi) veren kişidir (Kadıbeşegil, 1999: 20). Bernays, o zamana dek propaganda olarak yürütülen faaliyetleri “Halkla İlişkiler” adı altında tanımlayarak, “propaganda” kelimesinin insanlar üzerinde uyandırdığı olumsuz çağrışımlardan kaçınmak istemiştir. En temel anlamıyla propaganda, bir fikir veya inancı yayma amaçlı etkinliktir. Tarihteki ilk kullanımına Katolik inancını denizaşırı ülkelere yaymak amacıyla 1622'de kurulan “Sacra Congregatio de Propaganda Fide” (Kutsal İnanç Yayma Cemiyet) adlı teşkilatın adında rastlanmaktadır (Qualter, 1980: 255). “Pro” ön eki Latince’de “ileri”, “Pag” kökü de “bitki dikmek” anlamına gelmektedir.<sup>2</sup> Yani propaganda kelimesi, inanç ve fikirleri ileriye doğru, bir bitki misali yaymayı anlatmaktadır. Buradaki bitki detayı oldukça sofistike durmaktadır. Çünkü propagandada fikirler yüzeysel yayılmaz, tıpkı bir tohum gibi toprağın içine gömülür. Bu sayede kendiliğinden kök salar, filizlenir, yeşerir, büyür, dallanır, budaklanır ve etkileri uzun vadeye yayılır. İşte bu basit gibi görünen isim değişikliği bile aslında başarılı bir algı çalışmasıdır. Bernays, daha en başından uyguladığı bu yaklaşımla hem propaganda faaliyetlerini halk arasındaki olumsuz çağrışımdan kurtarmış hem de propagandanın özüne uygun olarak düşüncelerini tıpkı bir tohum gibi toprağın altına gömmüştür.

Günümüzde “propaganda” denilince akla ilk olarak Naziler, Adolf Hitler ve Joseph Goebbels gelmektedir. Oysaki sosyal bilimleri ve psikolojik manipülasyona ait literatürü halkla ilişkilerin konusu

---

<sup>2</sup> Etimoloji Türkçe, “Propaganda”, <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/propaganda> (Erişim Tarihi: 10.05.2020)

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

haline getirdiği 1928 tarihinde yayınlanan "Propaganda" adlı kitabıyla Edward Bernays, modern propagandanın öncüsü kabul edilir. Ancak 1995 yılında öldüğünde gazetelerdeki ölüm ilanlarında "halkla ilişkilerin babası" olarak anılmıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde kendisinin tarihin en başarılı propagandacısı olduğu söylenebilir.

Dünya Savaşı sonrası dönemle birlikte ABD, bir sanayi toplumu haline geldi. Bernays'ın başlattığı "halkla ilişkiler" faaliyetlerinin en başından beri esas amacı, bu yeni kitlenin düşünme ve hissetme biçimlerini değiştirmek ve yönlendirmek için bir yöntem bulmaktı. Bunu başarması için yapması gereken tek şey ise, dayısı Sigmund Freud'dan çalışmalarının bir kopyasını istemek olmuştur. Freud'un fikirleri henüz Avrupa'da bile sindirilememiş iken Bernays, çalışmalarını Amerika'da yayma konusunda Freud'u ikna etti. Bir bakıma Bernays, Freud'un çalışmalarının değerini ilk anlayanlardan biriydi. Ancak Bernays bu çalışmaları, Freud'un düşüncelerinin aksine kitle manipülasyonu için kullanmıştır.

Bernays'ın fikirlerinden etkilendiği tek kişinin dayısı Sigmund Freud olduğu söylenemez. Amerika'nın önde gelen siyaset yazarlarından Walter Lippmann, tıpkı psikanalizde olduğu gibi kitlelerin de bilinçdışı duygulara sahip olduğunu düşünüyordu. Medeniyetin altında gezinen bilinçdışı içgüdüsel ve hayvansal dürtüler olduğunu ve bunun kontrol altında tutulması gerektiğini savunuyordu (Curtis, 2002).

Bu dönemle birlikte, psikoloji bilimine kitle zihninin işleyiş mekanizmalarını inceleyen bir alan muamelesi yapılmaya başlandı. Özellikle de toplumsal kontrol stratejilerinin bu mekanizmalara nasıl uygulanacağı sorgulandı. Bernays, psikanaliz tekniklerini kullanarak insanların içsel arzularını harekete geçirip onları tüketim ürünleriyle tatmin ederek, kitlelerin irrasyonel güçlerini yönetmek için yeni bir yol oluşturmuştu. Bunun adına da "rıza mühendisliği" diyordu (Bernays, 1947: 114). Tıpkı propaganda kelimesinin olumsuz çağrışımlarından dolayı "halkla ilişkiler" kavramının türetilmesi gibi, "rıza mühendisliği" kavramı da günümüzde "algı yönetimi" olarak lanse edilmektedir.

I. Dünya Savaşı ile akademik bir alana dönüşmeye başlayan algı yönetimi ve propaganda çalışmaları; II. Dünya Savaşı'da düşmana

karşı üstünlük sağlamak, ulusal ve uluslararası kamuoyu desteğini kazanmak adına psikolojik harp adı altında sistematik olarak kullanılmıştır.

### 3. II. DÜNYA SAVAŞI'NDA PROPAGANDA VE ALGI YÖNETİMİ

Görsel-işitsel medyanın yeni geliştiği bu dönemde radyo, sinema, gazete, dergi, afiş ve posterler propaganda ve algı yönetiminde medya tarafından kullanılmış çeşitli enstürmanlardır. Savaşın tarafı olan ülkeler, propaganda ve antipropaganda faaliyetlerini imkanları nisbetinde tüm yaratıcılıklarını kullanarak ve yöntem sınır tanımaksızın yürütmüşlerdir.

822

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

İkinci Dünya Savaşı'nda görsel yayın, zamanın teknolojik kısıtlılıkları nedeniyle yaygın değildi. Televizyon yayınlarının henüz tam anlamıyla yapılamadığı bu dönemde, sinema bile toplumun tüm kesimlerince ulaşılabilir değildi. Orta ve üst sınıfların rahatlıkla erişebildiği bu mecrada yayın yapmak maliyetli, fakat bir o kadar da etkiliydi. Özellikle toplumu yönlendiren üst ve orta sınıfın algı yönetimi için görsel yayınların rolü büyüktü.

Dönemin işitsel medya aracı radyo, günümüzün görsel ve işitsel medyası televizyon ve internet kadar geniş olmasa da önemli bir etki alanına sahipti. Radyo yayınları, hemen hemen her kesimden insana ulaşmanın en ucuz ve en kolay yoluydu. Radyo, gününbirlik ve saatlik gelişmelerin hızlı bir şekilde aktarıldığı bir mecra idi. Radyo, dinleyicilerin yayınları doğrudan kendilerine hitap ediyormuş gibi algıladıkları kişisel bir ortamdı (Chantler, Harris, 1997: 1-5). Bu durum, telkin yolu ile insanların algılarını değiştirmeyi daha kolay hale getirmekteydi.

Afiş ve posterler ise propaganda ve antipropagandanın en yaygın ve en etkili kullanıldığı alanlar olmuştur. Hatta neredeyse "poster savaşları" denilebilecek bu süreç, tarafların stratejik propaganda araçları ve yöntemleri arasında yer almaktadır. II. Dünya Savaşı boyunca tam bir propaganda ve algı yönetimi rekabeti yaşandığı söylenebilir.

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

“Poster Savaşları” diye nitelendirebileceğimiz bu dönemin genel olarak dört temel teması vardı. Bu temalar sırasıyla; “niçin savaşıyoruz?”, “düşman kim?”, “düşmana karşı savaşmazsak başımıza ne gelir?” ve son olarak düşmana yönelik “bize karşı savaşırsanız başınıza bunlar gelecek!” şeklindedir. “Niçin savaşıyoruz?” teması ülkelerin ulusal ve uluslararası kamuoyu nezdinde kendi lehlerine oluşturmaya çalıştıkları bir imaj çalışmasıdır. Savaşa girmek için haklı bir sebep sunma gayesi taşır. Bunu yaparken de öncelikle ulusal kamuoyu hedef alınır. Savaş için toplum desteği sağlanmaya çalışılır. İkinci hedefse uluslararası kamuoyudur. Burada ise amaç, savaşa girmek için meşruiyet kazanmaktır. “Düşman kim?” teması ise düşmanın aleyhine yönelik bir karalama çalışmasıdır. Düşman hakkında gerçekçi bir imajdan çok, maksatlı ve aşağılayıcı unsurlar kullanılır. Bunu yaparken hem düşmanı kötü göstermek hem de küçük düşürmek hedeflenir. “Düşmana karşı savaşmazsak başımıza ne gelecek?” teması ise daha çok ulusal kamuoyuna yöneliktir. Burada amaç, tüm ulusu savaşın içine dâhil edecek tehdit unsurunu harekete geçirmektir. Bu unsur tüm ulus için bir beka meselesi, hayatta kalma mücadelesi ve varoluş kaygısı haline gelmelidir. Hedeflenen ulusal birlik sağlanabilirse bu hem ulus içinde oluşabilecek savaş karşıtlığını engelleyecek hem de ulusun topyekûn savaşa katılımını kolaylaştıracaktır. Son olarak “bize karşı savaşırsanız başınıza bunlar gelecek!” teması ile düşman kamuoyuna yönelik bir tehdit ve korku algısı yaratılmak hedeflenir. Bunu yaparken düşman liderlerin şahsına yönelik aşağılayıcı unsurlar kullanılırken, tüm ulus hedef alınmaz. Buradaki amaç düşman tarafında savaş karşıtı bir kitle oluşturarak, ülkenin liderlerine yönelik toplumsal bir tepkiyi kanalize etmektir. Bir diğer hedef ise düşman askerleridir. Düşman askerlerine, savaş yüzünden boş yere hayatlarını kaybedecekleri ve geride bırakacakları hayatta kaybedecek çok şeyleri olduğu telkin edilir.

Düşmanın savaşma azim ve iradesinin kırılması için afiş ve poster savaşlarının en yoğun ve yaratıcı uygulamalarının görüldüğü II. Dünya Savaşı, propaganda ve algı yönetiminde eski ile yeni medya araçlarının, afiş/poster ile radyo ve sinemanın birilikte kullanıldığı özel bir dönemi temsil etmektedir. II. Dünya Savaşı'nda kullanılan afiş ve posterler, sinema, radyo gibi medya araçlarının yarattığı etki ve ortaya çıkardığı sonuçları değerlendirmek, günümüz güvenlikleştirme süreçlerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

823

IJSl 13/2  
Aralık  
December  
2020

#### 4. II. DÜNYA SAVAŞI'NDA AFİŞ VE POSTERLER

Amerika Birleşik Devletleri'nin II. Dünya Savaşı'nda en çok kullandığı afişlerin başında Sam Amca'lı (Uncle Sam) "Seni istiyorum" (I Want You) yazılı asker toplamak amacıyla oluşturulmuş posterler gelmektedir. İlk defa I. Dünya Savaşı'nda asker toplamak amacıyla hazırlanan bu posterler, 20. yüzyılın en çok bilinen figürlerinden biri olmuştur. Birleşik Devletlerin baş harflerinin kısaltmasıyla (U.S.) özdeşleşen Sam Amca (Uncle Sam) posterleri (Resim 1), Birleşik Krallık Ordusu'nun 1914 yılı asker alımı posterini olan "Biritanyalılar: Lord Kitchener Sizi İstiyor" (Britons: Lord Kitchener Wants You) posterinden (Resim 2) ilham alınarak yapılmış olmasına rağmen, aslını unutturacak kadar başarılı bir algı oluşturmuştur (Capozzola, 2008: 3). Bu iki benzer afişten Amerikan versiyonunun daha başarılı olmasında, "tanıtımın kişiselleştirilmesi" büyük fark yaratmaktadır. İngiliz versiyonunda Britanya toplumuna hitaben ikinci çoğul şahıs (siz) üzerinden hitap edilirken, Sam Amca muhatabına "sen" diye hitap etmektedir. Bu da afişin bireyler üzerindeki etkisini ve inandırıcılığını arttırmaktadır. Amerikan askerlerini özgürlük savaşçıları olarak tasvir ederek savaş motivasyonlarını desteklemek amacıyla hazırlanan "Amerikalılar daima özgürlük için savaşır" (Americans will always fight for liberty), yine 20. yüzyıla damgasını vurmuş bir başka Birleşik Devletler posteridir (Resim 3). I. Dünya Savaşı'nda Başkan Wilson'un kullandığı "Demokrasi için güvenli dünya" (to make the world safe for democracy) sözü ile birlikte düşünüldüğünde, "demokrasi" ve "özgürlük" kavramlarının ABD'nin 20. yüzyıl boyunca girdiği her savaşta kullanılması, gerek kendi toplumunda, gerekse uluslararası kamuoyunda oluşturduğu meşruiyet algısı ile doğrudan ilintilidir (Jacobson, 2015).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

**Resim 1:** Seni İstiyorum\*

**Resim 2:** Britanyalılar: Lord Kitchener Sizi İstiyor\*\*

**Resim 3:** Amerikalılar daima özgürlük için savaşır\*\*\*



825

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

ABD açısından düşmana yönelik oluşturulan algının hedefinde Nazi Almanyası ve Adolf Hitler, Japonya özelinde ise Japon İmparatoru Hirohito'nun şahsına yönelik küçük düşücü ve aşağılayıcı bir kara mizah çizgisinde sürdürülmüştür (Resim 4 ve Resim 5). Ancak burada teknik bir ayırım yapmak gerekirse, Alman ulusuna yönelik doğrudan bir tutum içine girilmezken, Japonlar açısından daha ırkçı bir tutum sergilendiğini söylemek mümkündür. Bunu özellikle Japon askerlere yönelik yapılan tasvirlerde görebiliriz (Resim 6 ve Resim 7). Fiziksel özellikler bakımından canavarlaştırılan Japon askerler, topluma doğrudan düşman olarak hedef gösterilmektedir (Resim 8). Hatta bu

\* "Seni İstiyorum - Birleşik Devletler Ordusu İçin- En Yakın Askeralma Merkezi" (I Want You For U.S. Army - Nearest Recruiting Station) 1917 - James Montgomery Flagg, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-88e3956906892e4e6e8ee18681ffe33b.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Britanyalılar: Lord Kitchener Sizi İstiyor - Ülkenizin Ordusuna Katılın! Tanrı Kralı Korusun" (Britons Lord Kitchener Wants You - Join Your Country's Army! God Save The King). 1914 - Alfred Ambrose Chew Leete, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-012862f86a27bf1388651385255cc72e> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Amerikalılar daima özgürlük için savaşır" (Americans will always fight for liberty). 1943 - Bernard Perlin, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-76b1e36e2b6fe87cde55d88876377ae8.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

tutum toplum tarafından o kadar benimsenmiştir ki, ABD'nin müttefiki olan dönemin Çin Cumhuriyeti'ne yönelik destek afişlerinde Çinli askerler tasvir edilirken altına not olarak "Çinli" (Chinese) ibaresi eklenmek durumunda kalmıştır (Resim 9). Zira Amerikan toplumunda Çinli ile Japon arasındaki fiziksel farklılıkları ayırt edebilecek bir algı henüz oluşmamıştı.

**Resim 4:** Hadi onu "panzerleri" aşağıda yakalayalım!\* **Resim 5:** Senin katkını onu çıldırtmaya yardım edebilir!\*\* **Resim 6:** Bu Dehşeti Evinden Uzak Tut\*\*\*

826

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020



\* "Hadi onu "panzerleri" aşağıda yakalayalım! Ateş etmeye devam edersek-Yapacağız!" (Let's Catch Him With His 'Panzers' Down! We Will-If We Keep Them Firing!) 1940 - U.S. Government Printing Office, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-267067d81e837632f0365ab17db31613.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Senin katkını onu çıldırtmaya yardım edebilir!" (Your bit can help drive him mad!) 1942 - J.P. Seeburg Corp., [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9b/%22YOUR\\_BIT\\_CAN\\_HELP\\_DRIVE\\_HIM\\_MAD%22-\\_NARA\\_-\\_513615.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9b/%22YOUR_BIT_CAN_HELP_DRIVE_HIM_MAD%22-_NARA_-_513615.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Bu Dehşeti Evinden Uzak Tut" (Keep this Horror From Your Home) 1943 - Office for Emergency Management. War Production Board, [https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/81xGfrRh47L.\\_AC\\_SL1500\\_.jpg](https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/81xGfrRh47L._AC_SL1500_.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).



*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

**Resim 7:** Düşman Bu\* **Resim 8:** Onu Durdur ve Bu İş Bitsin\*\* **Resim 9:** Bu adam sizin dostunuz\*\*\*



Dönemin ABD propagandalarından biri de Nazilerin “din düşmanı” olduğu, kiliselere ve Hristiyanlığa karşı düşmanca tutum içinde olduğu algısıdır (Resim 10, 11, 12). Bu algının oluşturulma amacının, toplumun dindar kesimlerinin, özellikle de Katolik İtalyanların savaşa desteğini ve katılımını sağlamak olduğunu söylemek mümkündür. ABD ordusunda II. Dünya Savaşı boyunca 1,5 milyonun üzerinde İtalyan kökenli Amerikalının savaştığını göz önünde bulundurursak - ki bu rakam ordunun %10'una tekabül etmekte- bu algı yönetiminin başarıya ulaştığı bir gerçektir (Marton, 2016: 148).

\* “Düşman Bu” (This Is The Enemy) 1942 - U. S. Office of War Information, <https://artifactsjournal.missouri.edu/wp-content/uploads/sites/18/2013/06/Hannah-Miles-Figure-1.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* “Onu Durdur ve Bu İş Bitsin” (Stop Him and The Job’s Done) 1942 - Harry Morse Meyers, <https://www.hakes.com/Image/MediumRes/222830/1/image.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* “Bu adam sizin dostunuz - Çinli - Özgürlük için Savaşıyor” (This Man Is Your Friend - Chinese - He Fights For Freedom) 1942 - U. S. Office of Facts and Figures, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-9fc15f10b1f014af450f13899a0657d4.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

**Resim 10: Düşman Bu\*** **Resim 11: Bunu önlemek için mücadele ediyoruz\*\*** **Resim 12: Din Özgürlüğünü Savunun\*\*\***



I. Dünya Savaşı ile cephe kavramının genişlediğini, toplumların da savaşın bir unsuru haline geldiği ifade edilmişti. II. Dünya Savaşı'nda erkeklerin silah altına alınması ile birlikte, iş gücünde büyük bir kayıp yaşanmıştır. Öncelikli olarak Amerikan savaş sanayisinin iş gücünü ikame edebilmesi için kadınların çalışma hayatına katılımını teşvik etmek amacıyla "Yapabiliriz!" (We Can Do It!) sloganıyla posterler hazırlandı (Resim 13) (Kimble, Olson, 2006). Daha sonrasında "erkek işi" diye görülen ağır sanayi sektörlerinde ve en nihayetinde ordunun personel ihtiyaçları için de kadınların katılımını teşvik edici kampanyalar düzenlendi (Resim 14 ve 15). Bütün bunlar, günümüz toplumda kadının iş gücünde yer almasını destekleyen çalışmalar

\* "Düşman Bu" (This Is The Enemy) 1943 - Barbara J. Marks, [https://images.collection.cooperhewitt.org/93574\\_6fa1459b46bbe3bd\\_b.jpg](https://images.collection.cooperhewitt.org/93574_6fa1459b46bbe3bd_b.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Bunu önlemek için mücadele ediyoruz" (We're Fighting to Prevent This) 1943 - Chester Raymond Miller, <https://www.archives.gov/files/19-0095M.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Din Özgürlüğünü Savunun" (Defienda Su Libertad Religiosa - Defend the Right of Religious Freedom) 1940 - Leon Helguera, <https://cdn10.picryl.com/photo/1945/12/31/defienda-su-libertad-religiosa-defend-the-right-of-religious-freedom-theme-bdc488-1600.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

olarak algılanmaktadır. Ancak işin gerçeğine bakıldığında da aslında hepsinin günün şartlarına göre şekillenen ve temelinde kadın iş gücüne duyulan ihtiyaçtan kaynakladığı görülebilmektedir.

**Resim 13:** Yapabiliriz! \* **Resim 14:** Ardında Bıraktığı Kız Hala Arkasında\*\* **Resim 15:** İyi İş Kız Kardeşim\*\*\*



Nazi Almanyası için düşman tanımı çok açık ve netti. Nazilerin gözündeki bu düşman, bütün dünyayı finansal anlamda sömüren ve zenginliği elinde tutan, aynı zamanda Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin de aralarında bulunduğu devletleri geri planda yöneterek tüm dünyadaki kötülüklerin ve her şeyin suçlusu Yahudilerdi (Resim 16 ve 17). 1920'de kurulan ve 1929 Büyük Buhran'a kadar siyasette söz sahibi

\* "Yapabiliriz!" (We Can Do It!) 1943 - J. Howard Miller, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-5e197310475e21df4e84c4a9e918c29e> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Ardında Bıraktığı Kız Hala Arkasında - O bir Silah Fabrikası İşçisi" ("The girl he left behind" is still behind him - She's a WOW - Woman Ordnance Worker) 1943 - Adolph Treidler, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-b68be339d0b9c43736ac3e8ec9980108.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "İyi İş Kız Kardeşim. Senin Erkek İşi Yapabileceğini Hiç Düşünmemiştik! Amerikalı Kadınlar Testi Geçti!" ("Good Work, Sister. We Never Figured You Could Do a Man-size Job!" America's Women Have Met The Test!) 1944 - Frederick Little Packer, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-88ec27d2a4abebeaa921e4c1a34e3c1> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

olamayan Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi ve o dönem ki lideri Adolf Hitler'in nasyonal sosyalizmin doktrini niteliğindeki Kavgam (Mein Kampf) kitabı, Hitler'in iktidara gelişiyle birlikte Almanya'nın ulusal güvenlik ve askeri stratejilerinin doğrudan temelini oluşturmuştur.

**Resim 16:** Düşmanın Arkasında Yahudi Var\*

**Resim 17:** Savaş için kim suçlanacak!\*\*



830

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

Hitler iktidara gelişiyle birlikte önce Avrupa'ya ve en nihayetinde dünyaya hükmedecek güçlü bir ordu kurulması için çalışmalar başlattı. Çünkü Hitler, I. Dünya Savaşı'nın Almanya açısından kabul edilemez bir siyasi ve ekonomik sonuç ortaya çıkardığını düşünüyordu ve bu durumu değiştirmek için II. Dünya Savaşı'nı başlatmaktan çekinmedi. Alman toplumunun savaşa ikna edilmesi amacıyla Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nı kurdu. Bu bakanlığın kurulduğu günden kapandığı güne kadar bakanlığını da Joseph Goebbels yapmıştır (Ascheid, 2003: 14).

\* "Düşmanın Arkasında Yahudi Var" (Hinter den Feindmächten: der Jude) 1944 - Bruno Hanich, <https://www.emuseum.ch/internal/media/dispatcher/61959/preview> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Savaş için kim suçlanacak!" (Der ist schuld am Kriege!) 1943 - Hans Schweitzer, <https://i.pinimg.com/originals/4e/7e/35/4e7e35295a061fa1cb48cb03552604f7.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

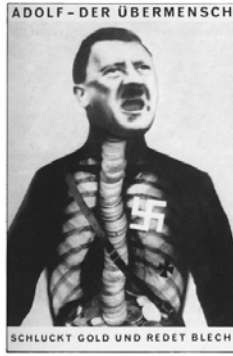
Henüz savaşın başlamadığı ve Nazilerin yükseliş evresinde olduğu bu dönemde, iç siyasette Nazi karşıtı muhalif hareket, medya aracılığı ile yüksek perdeden Hitler'i ve destekçilerini eleştirmekteydi. Siyasette Almanya Komünist Partisi (Kommunistische Partei Deutschlands-KPD) ve basında en sert eleştirileri yapan Resimli İşçi Gazetesi (Arbeiter Illustrierte Zeitung - AIZ), Hitler karşıtı hareketin en önemli unsurlarıydı. Aynı zamanda KPD üyesi olan ve AIZ'nin politik fotomontajlarını düzenleyen Alman görsel sanatçı John Heartfield, komünist propagandanın yanı sıra Nazi karşıtı ve antifaşist fotomontajları ile ünlenmişti. Doğum adı Helmut Herzfeld olan John Heartfield, Birinci Dünya Savaşı sırasında Almanya'da oluşan İngiliz karşıtlığını protesto etmek amacıyla Alman ismini, İngilizceleştirmiştir (Kriebel, 2009: 59).

1932 seçimlerinden sonra John Heartfield'in AIZ için oluşturduğu "Üst İnsan Adolf, Altın Yutar Boş Konuşur" adını taşıyan fotomontaj, Nazi tehlikesine ve Hitler'e karşı kitleleri uyarmada dikkat çekici bir etkiye sahipti. Öyle ki afişi gören ve önünde toplanan karşıt gruplar arasında arbede yaşanmıştır. Nazi taraftarları afişleri yırtarken, karşıtları onları engellemeye çalışmıştır. Bir süre sonra afişlerin önünde komünistler nöbet tutmaya başladılar (Taylor, 2006: 157). Bu çalışmasında John Heartfield, yemek borusundan karın boşluğuna kadar dolu altın paraları ve kalp yerine gamalı hacı vurgulayarak tehlikeli konuşmacının (Hitler'in) röntgenini çekmektedir (Resim 18). Bir başka çalışması olan "Hitler Selamının Anlamı: Küçük Adam Bol Bahşiş İstiyor" adlı fotomontajda, Hitler'in Nazi selamıyla verdiği "Ardımda milyonlar var!" sözünü son derece dâhiyane bir üslupla, Hitler'in seçim desteğinin kaynağını göstererek, elini arkaya uzattığı ve cüsseli bir kapitalisten milyonları aldığı haliyle gösterilir (Resim 19) (Kriebel,2009: 73). John Heartfield, Çekoslovakya'da sürgünde olduğu zamanlara denk gelen 1936 tarihli "Korkmayın - O Bir Vejetaryen" isimli çalışmasında, Hitler'in bıçaklarını bileyerek bir Fransız horozunu kesmeye hazırlandığı anı gösterir ve Hitler'in vejetaryenliği ile de ironik biçimde alay eder (Resim 20). Avrupa'da yaklaşan savaşa yönelik uyarıcı nitelikteki bu afiş, aynı zamanda Avrupa özelinde Fransa'nın yaklaşan bu tehlikeye karşı tepkisizliğini de eleştirir.

831

IJSl 13/2  
Aralık  
December  
2020

**Resim 18: Üst İnsan**  
Adolf, Altn  
Yutup Boş  
Konuşuyor\*



**Resim 19: Hitler**  
Selamının  
Anlamı:  
Küçük Adam  
Bol Bahşış  
İstiyor\*\*



**Resim 20: Korkmayın-**  
O bir  
Vejetaryen\*\*\*



İktidardaki yerini sağlamlaştıran ve muhaliflerini saf dışı bırakarak iç siyasette önünde engel kalmayan Nazi hükümetinin, Alman halkını savaşa hazırlamak ve topluma özgüven kazandırmak adına “üstün ırk” propagandası vurgulanmıştır. Buna göre Almanlar üstün Aryan ırkın temsilcileriydi. Bu üstünlük genç, güçlü ve dinamik ordu imajı ile pekiştirilmek istenmiştir. Dönemin askeri posterlerine bakıldığında genç, güçlü, keskin yüz hatlarına sahip, sarışın ve mavi gözlü fenotipte askerler yer almaktadır (Resim 21, 22, 23). Bu posterlerde “güç” ve “mükemmellik” kavramları vurgulanırken, çoğunlukla

\* "Üst İnsan Adolf, Altn Yutup Boş Konuşuyor" (Adolf, der Übermensch, Schluckt Gold und Redet Blech). 1932 - John Heartfield, AIZ, <http://www.getty.edu/art/exhibitions/heartfield/> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Hitler Selamının Anlamı: Küçük Adam Bol Bahşış İstiyor" (Der Sinn Des Hitlergrusses: Kleiner Mann bittet um grosse Gaben) 1932 - John Heartfield, AIZ, <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/265672> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Korkmayın - O bir Vejetaryen" (Nur Keine Angst - Er Ist Vegetarier) 1936 - John Heartfield, Prag, (Herzfelde, 1971, r. 206).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

erkek figürler kullanılmıştır. ABD ve SSCB'nin aksine, Nazi savaş propagandalarında "kadının gücü" vurgusuna çok az yer verilmiştir.

**Resim 21:** Tanklar  
Silahınız! \*

**Resim 22:** Hepimiz  
yardım  
ediyoruz! \*\*

**Resim 23:** Hitler  
Gençliğinden  
Ordu  
Subaylığına -  
Senin  
Yolun! \*\*\*



833

IJSl 13/2  
Aralık  
December  
2020

Alman toplumu üzerinde oluşturulan bir diğer önemli algı ise güçlü liderlik profili idi. Führer ve İmparatorluk Şansölyesi unvanlarını birlikte taşıyan Adolf Hitler, şahsı ve kişiliği üzerinden tüm Alman halkının doğal lideri ve kurtarıcısı olarak lanse ediliyordu (Resim 24). Bu durum Hitler'in kişiliği ile birleştiğinde Alman halkı ve özellikle de Alman gençliği için Hitler'i rol model konumuna getiriyordu

\* "Tanklar Silahınız!" (Panzer Deine Waffe!), [https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51Ji4lhTj-L.\\_AC\\_.jpg](https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51Ji4lhTj-L._AC_.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Hepimiz yardım ediyoruz! Hitler Gençliğinin Savaş Gayreti" (Wir Alle Helfen Mit! Kriegseinsatz der Hitlerjugend), <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-6e98f7b5d89d88fc2f6378f68ef7d862> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Hitler Gençliğinden Ordu Subaylığına - Senin Yolun!" (Vom Hitlerjungen zum Offizier des Heeres - Dein Weg!) 1943 - O.K.H., Heerespersonalamt, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-93ee5dcab0bc56395dac31e3c5c65fd3> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

(Resim 25). Bu sayede Hitler toplum üzerinde derin bir kontrol mekanizması elde ediyordu.

**Resim 24:** Almanya Çok Yaşa!\*

**Resim 25:** Gençlik, lidere hizmet ediyor\*\*



834

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

Nazilerin bir diğer oluşturmaya çalıştığı algı ise ABD ve SSCB'nin Avrupa toplumuna karşı işgalci ve saldırgan bir tutum içinde olduğu algısıydı. Özellikle ABD'nin Avrupa kıtası dışından gelerek "ucube" kültürünü zorla dayattığı ve Avrupa kültürünü yok etmeye çalıştığı vurgulanmaktaydı (Resim 26). Bununla birlikte Avrupa'nın doğusundan yükselen "Kızıl Ordu" tehdidine karşı bütün Avrupa'nın tehlikede olduğu vurgulanırken, Bolşeviklerin "din düşmanı" olduğu algısı Avrupa toplumuna lanse edilmek istenmişti (Resim 27).

\* "Almanya Çok Yaşa!" (Es Lebe Deutschland!) 1935 - K. Stauber, <http://www.merlinprints.com.au/assets/full/prop02.jpg?20200714030724> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Gençlik, lidere hizmet ediyor - Hitler Gençliği'ndeki on yaşındakilerin hepsi" (Jugend dient dem Führer--Alle Zehnjährigen in die HJ) 1939 - Hein Neuner, [https://www.dhm.de/fileadmin/medien/lemo/images/628\\_1.jpg](https://www.dhm.de/fileadmin/medien/lemo/images/628_1.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).



*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

**Resim 26:** Kültürel Terör. ABD\*



**Resim 27:** Bolşevizme karşı savaşta gönüllü Flaman Lejyonu\*\*



Savaşın başından itibaren SSCB için de bir Nazi tehdidi söz konusuydu. Nazilerin acımasız, vahşi bir kurt olarak tasvir edilirken (Resim 28), Sovyet toplumuna bu kurdun koyun postuna saklanacak kadar da sinsi olduğu uyarısı yapılmaktaydı (Resim 29). Dönemin afişlerinde toplumun düşmana karşı tetikte olması ve her an savaşa hazır olması telkin edilmekteydi.

\* "Kültürel Terör. ABD, Avrupa'yı kültürel kıyametten kurtarmak istiyor. Ne hakla?" (Kultur-Terror. USA vil redde Europas kultur fra undergang. Med hvilken rett?), <https://billedarsenalet.files.wordpress.com/2013/02/kultterr.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Bolşevizme karşı savaşta gönüllü Flaman Lejyonu ile Avrupa görevi devraldı." (Europa is aangetreden! Met het vrijwilligerslegioen vlaanderen in den Strijd tegen het Bolsjewisme.), [https://art-zoo.com/affiche/files/2017/06/10153080\\_708807315828976\\_9096799292472791076\\_n.jpg](https://art-zoo.com/affiche/files/2017/06/10153080_708807315828976_9096799292472791076_n.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

Resim 28: Faşizme Ölüm\*



Resim 29: Düşman Sinsidir - Tetikte Olun!\*\*



836

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

Savaşın Sovyetler açısından gerekçesi, haklı “vatan savunması” olarak tanımlanmıştır. Ancak dönemin Sovyetler lideri Josef Stalin’in vasıfları, Nazi Almanyası’ndaki Hitler’in konumundan farksızdı. “Vatan İçin, Stalin İçin” sloganı ile hazırlanan posterler bu durumun en somut örneğidir (Resim 30). Dönemin afişlerinde Rusların atalarının izinden gittiği (Resim 31), 1812’de Rusya’yı işgal etmeye çalışan ancak başarısız olan Napolyon Bonapart gibi, “Küçük Napolyon” Hitler’in de aynı akıbeti yaşayacağı tasvir edilmiştir (Resim 32).

\* “Faşizme Ölüm” 1941, <https://opt-1333737.ssl.1c-bitrix-cdn.ru/upload/iblock/0fc/0fcd40289a7633f7c3992533ed3c552d.jpg?1562262526518408> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* “Düşman Sinsidir - Tetikte Olun!”, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-970935e64d354f3116233318759b6f58.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

**Resim 30:** Vatan İçin, Stalin İçin\* **Resim 31:** Muhteşem savaşıyoruz, şiddetle süngülüyoruz\*\* **Resim 32:** Napolyon Yenildi. Aynı Şey Kibirli Hitler'e de Olacak!\*\*\*



Sovyetlerin savaşa karşı toplum içinde destek kazanmak için oluşturdukları algı özellikle “çocukların ölümü” ve aileleri köleleşmesi üzerine kuruluydu. (Resim 33, 34, 35, 36). Burada ailelerin savaşa katılım için gerekli fedakârlıkları yapmadıkları takdirde yaşayacakları kötü senaryolar tasvir edilmiştir (Resim 37). Buna karşın Kızıl Ordu'nun işgalci Nazilere karşı koyabilecek ve onları durdurabilecek tek güç olduğu vurgulanmıştır (Resim 38).

837

IJSl 13/2  
Aralık  
December  
2020

\* “Vatan İçin, Stalin İçin”, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-fc3c988ad9a005951fec33ff8acbe12e.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* “Muhteşem savaşıyoruz, şiddetle süngülüyoruz - Suvorov'un torunları, Chapayev'in çocukları. Arka planda Rus askeri liderlerine ilham veren: Alexander Nevsky, Alexander Suvorov ve Vasily Ivanovich Chapayev” 1941 - Kukryniksy, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-a63e7586d8fa65802fb06be8707da35d.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* “Napolyon Yenildi. Aynı Şey Kibirli Hitler'e de Olacak!” 1941 - Kukryniksy, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-6dbff333e0eb1be2a6aa69997a877970.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

**Resim 33:** Karısının onuru için, çocukların hayatı için\*

**Resim 34:** Kurtar Bizi Kızıl Asker!\*\*

**Resim 35:** Kızıl Ordu Askeri! Sevdiklerinizi Hitler'in askerleri tarafından aşağılanmaya ve onursuz düşürülmeye bırakmayacaksınız.\*\*\*



\* "Karısının onuru için, çocukların hayatı için, Memleketinin mutluluğu için, Tarlalarımız ve çayırlarımız için İstilacı düşmanı öldürün!" 1942 - Leonid Golovanov, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-8bff39b8a177289d0604c18e4b927c9f.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Kurtar Bizi Kızıl Asker!" 1943 - Viktor Koretsky, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-1d398032ba6bc2c4a03e894f693bdcdf.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Kızıl Ordu Askeri! Sevdiklerinizi Hitler'in askerleri tarafından aşağılanmaya ve onursuz düşürülmeye terk etmeyeceksiniz.", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-97a75f7fcda77c6e09d4139876488391.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

**Resim 36: Bizi Özgür Bırakın!\*** **Resim 37: İntikam!\*\*** **Resim 38:**

Çocuklarımızın katillerini merhamet göstermeden yok edeceğiz!\*\*\*



Dünya Savaşı'nda taraf olan ülkelerinin askere çağrı ve seferberlik ilanlarında genellikle erkek ve askeri figürler dikkat çekmektedir. SSCB'de ise bu çağrıyı yapan, adı Rusya Ana (Mother Russia) olan sivil bir kadındır. (Resim 39). Yine aynı şekilde Sovyetler'de kadınların doğrudan savaşın bir parçası haline gelmeleri desteklenmektedir (Resim 40). "Faşizm kadınların düşmanıdır" sloganı ile hazırlanan posterler bu amaca hizmet etmektedir (Resim 41). ABD'deki duruma benzer şekilde Sovyetler'de de kadının iş gücü olarak sanayide ve orduda yer alması teşvik edilmektedir (Resim 42, 43, 44).

\* "Bizi Özgür Bırakın!", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-b0fcfa3229cbd8791a456ae266e7e191.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "İntikam!" 1942 - Dementii Shmarinov, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-052829b8d7204913453034e7eec2be3c.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Çocuklarımızın katillerini merhamet göstermeden yok edeceğiz!" 1942 - Averin Vsevolod Grigorievich, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-6a0c93885c28fe11c38b7516678fc8c9.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

**Resim 39:** Anavatan  
Seni  
Çağırıyor\*

**Resim 40:** Partizanlar,  
merhamet  
etmeden  
intikam alın! \*\*

**Resim 41:** Faşizm,  
kadınların en  
büyük  
düşmanıdır.  
Hep birlikte  
düşmanla  
savaşmaya! \*\*\*



840

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

\* "Anavatan Seni Çağırıyor" 1941 - Irakli Moiseevich Toyidze, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-18175d56807044fd6047c41413ba2aac.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Partizanlar, merhamet etmeden intikam alın!" 1942 - Tatyana Alekseevna Eremina, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-e18b79dc22628892c81e84952fbb8614.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Faşizm, kadınların en büyük düşmanıdır. Hep birlikte düşmanla savaşmaya!" 1941 - Nina Vatolina, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-8fdb7b47e1674dfa2066db64fc92489a.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

**Resim 42:** Senin Yerini Alacağız!\*  
**Resim 43:** Zafer! Savaşan Arkadaşlarım ıza\*\*  
**Resim 44:** Her şey zafer için! Sovyet kadından orduya\*\*\*



841

IJSl 13/2  
Aralık  
December  
2020

Naziler'in Rusya'yı işgal süreci başarısızlığa uğramaya başlayınca, Sovyetlerin karşı propaganda faaliyetleri de hız kazanmıştır. Özellikle Naziler'in Propaganda Bakanı Joseph Goebbels özelinde ciddi bir karalama ve küçük düşürme propagandası başlamıştır. Hitler'in "yalan silahı" olarak tasvir edilen Goebbels'in (Resim 45), Rusya'nın işgali hakkında yaptığı bütün yayınların aldatmacadan ibaret olduğu (Resim 46), Savaş'ın Sovyetler'in lehine gelişmelerle devam ettiği (Resim 47) ve bunun Alman toplumundan gizlendiği belirtilmiştir (Resim 48). Sovyetler'in lehine gelişen bu olumlu havanın akabinde, savaşın başında büyük bir tehdit olarak görülen "vahşi ve acımasız" kurdun altında aslında zavallı ve çaresiz bir Hitler figürü olduğu ortaya çıkmıştır (Resim 49). Bu da Sovyetlerin savaşın sonuna doğru

\* "Senin Yerini Alacağız!" 1941 - Vladimir Aleksandrovich Serov, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-aac55a7f3c1689005a9cf06faa5c7d0f.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Zafer! Savaşan Arkadaşlarımıza.", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-b61e2c5560321a234322b9ea16e37266.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Her şey zafer için! Sovyet kadından orduya.", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-4f1b24767ea606e61c5bcc5ddfa8bad3.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

kazandığı özgüveni kendi toplumuna ve uluslararası kamuoyuna sunma gayretini beraberinde getirmiş ve dönemin posterlerine yansımıştır (Resim 50).

**Resim 45:** Yalan Makinesi\*

**Resim 46:** Atlantik Duvarı\*\*

**Resim 47:** Goebbels ağır kayıpları nasıl açıklayacağını bilmiyor\*\*\*



842

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

\* "Yalan Makinesi", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-3dacf49c6ffacef2d6e37765a12a5eda.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Atlantik Duvarı", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-73107ed9807e76390383d3604ca9701f.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Goebbels ağır kayıpları nasıl açıklayacağını bilmiyor.", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-3698004ffc30440768668d9add8a36f7.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).



*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

**Resim 48:** Himmler'in "Yurt Muhafızları"<sup>\*\*</sup>  
**Resim 49:** Zamanı Geliyor. Alman Ahtapotu Amansız Cezalardan Kaçamayacak<sup>\*\*</sup>  
**Resim 50:** Nazi Yılanına Ölüm!<sup>\*\*\*</sup>



843

IJSl 13/2  
Aralık  
December  
2020

Soğuk Savaş tabiri, II. Dünya Savaşı sonrası dönem için kullanılan bir tabir olsa da, henüz savaşın devam ettiği ve ABD, Birleşik Krallık ve SSCB'nin müttefik oldukları dönemde dahi Sovyetler kendini posterlerin sağında ve tek başına konumlandırırken, diğer müttefiklerini karşı tarafta ve bir arada göstermiştir (Resim 51 ve 52). Benzer konumlandırmaları diğer müttefik devletlerin posterlerinde de görmek mümkündür (Resim 53). Her ne kadar müttefik devletler aynı

\* "Himmler'in "Yurt Muhafızları". Sürünen ve uçan herkes hoş geldiniz... Alman İmparatorluğu'nun en güçlü mucize silahı kullanılacak: Yurt Muhafızları." (Himmlers "Volkssturm". "Heraus denn, was da kreucht und fleucht...". "Die mächtigste Wunderwaffe des Deutschen Reichs wird eingesetzt werden: der Volkssturm."), 1940? - Kukryniksy, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-4d50bbae3aa9248268b16b40bf1cb082.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Zamanı Geliyor. Alman Ahtapotu Amansız Cezalardan Kaçamayacak. Canavar Her Yerinden Darbe Alacak.", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-7d86f59af68be38ff23128206aa9bdce.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Nazi Yılanına Ölüm!", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-179978e3b2a54948d01689187a7ee935.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

amaç doğrultusunda birlikte hareket ediyormuş görünseler de, savaşın içinde dahi doğu-batı rekabetinin “Soğuk Savaş” dönemi esintileri gözlemlenebilmektedir.

**Resim 51:** Avrupa  
Özgür  
Olacak! <sup>3\*</sup>

**Resim 52:** Düşmanın  
Tüm Kaçış  
Yollarını  
Kestik\*\*

**Resim 53:** Çekiç ve Örs  
Arasında<sup>4\*\*\*</sup>



844

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

“Üzerinde güneş batmayan” imparatorluğu kuran Birleşik Krallık, savaşın sadece Britanya adasından ibaret olmaması sebebiyle, Birleşik Krallığa bağlı dominyonların ve sömürge altındaki kraliyet kolonilerinin askeri güce katkı sunmasını beklemekteydi (Resim 54 ve 55). “Hep birlikte” (Together) sloganı ile hazırlanan posterde Afrikalı, Hindistanlı, Yeni Zelandalı, Avustralyalı, Kanadalı ve Britanyalı askerler Birleşik Krallık bayrağı altında tasvir edilmiştir (Resim 56).

\* “Avrupa Özgür Olacak!”, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-dc02d52259a2ded57ce2590228cce22d.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* “Düşmanın Tüm Kaçış Yollarını Kestik”, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-54e03e05fe4785b7eec16c5ad7b63b36.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* “Çekiç ve Örs Arasında” 1944 - Jean Carlu, [https://www.galerie123.com/media/ai/1/entre-le-marteau-et-lenclume-36396-avant-garde-affiche-ancienne.jpg.960x0\\_q85\\_upscale.jpg](https://www.galerie123.com/media/ai/1/entre-le-marteau-et-lenclume-36396-avant-garde-affiche-ancienne.jpg.960x0_q85_upscale.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

**Resim 54:** Hadi  
Kanada  
Gidelim!<sup>5\*</sup>

**Resim 55:** Onları  
Orada Yen!  
Hadi  
Kanada!<sup>\*\*</sup>

**Resim 56:** Birlikte<sup>6\*\*\*</sup>



Japon İmparatorluğu'nun savaşın başında Pasifik Okyanusu, Çin ve Doğu Asya üzerinde hâkimiyet kurması Japon toplumu açısından özgüven yaşatmıştı. Özellikle Pearl Harbor baskını sonrası oluşan Japon egemenliği posterlere yansımıştı (Resim 57 ve 58). Ancak Japonlar'ın bu dönemdeki antipropaganda faaliyetleri daha aktiftir. Özellikle İngiliz kolonileri ve dominyonları üzerinde bu yöntemi sürdürmüşlerdir. Hindistan üzerinden Birleşik Krallığa, Yeni Zelanda ve Avusturalya üzerinden de müttefik ülke olan ABD'ye karşı antipropaganda yürütülerek, buradaki toplumların savaş karşıtlığını artırmak ve düşman ordularının savaş direncini kırmak amaçlanmıştır (Resim 59, 60, 61, 62).

\* "Hadi Kanada Gidelim!" (Let's Go...Canada!) 1942 - Henry Eveleigh. <https://digitalcollections.hclib.org/digital/api/singleitem/image/p17208coll3/1313/default.jpg?highlightTerms=> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

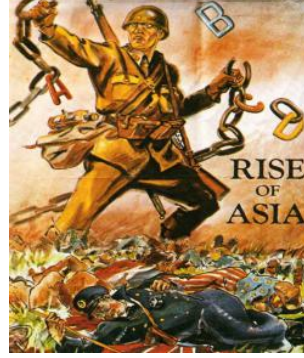
\*\* "Onları Orada Yen! Hadi Kanada!" (Lick Them overthere! Come On Canada!) 1942 - , Joseph T. Thorson, <https://digitalcollections.hclib.org/digital/api/singleitem/image/p17208coll3/1522/default.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\*\* "Birlikte" (Together), (Commonwealth ülkelerinden bir grup asker birlikte yürüyor. Sırasıyla yukarıdan aşağıya; Doğu Afrika, Güney Afrika, Kanada, Hindistan, Yeni Zelanda, Avustralya, İngiltere.) <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-d5cc07045b438ac078ba6b1313067635.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

**Resim 57:** Bir Japon Samuray, savaş gemilerini batırırken<sup>7\*</sup>



**Resim 58:** Asya'nın Yükselişi<sup>\*\*</sup>



846

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

\* (Bir Japon Samuray, Singapur'un kuzeyinde Güney Çin Denizi açıklarında H.M.S. Repulse ve H.M.S. Galler Prensi savaş gemilerini batırırken, arka planda Alman, İtalyan ve Japon bayrakları dalgalanmaktadır.) - 10 Aralık 1941, <http://www.psywarrior.com/japsamurai.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* "Asya'nın Yükselişi" (1943 tarihli bu Japon broşüründe, Asya'nın lideri olarak rolünü ilan eden Japonya, Avrupa egemenliğinin ve işgalinin zincirlerini kırıyor.), <http://www.psywarrior.com/RiseofAsiaLeaf.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

**Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler**

**Resim 59: Ölüme Giden Askerler<sup>8\*</sup> Resim 60: Araçta Yer Yok!<sup>\*\*</sup>**



**Resim 61: Avustralya çığlık atıyor<sup>9\*</sup>**

**Resim 62: Avustralyalılar değerli kanlarını dökerken<sup>\*\*</sup>**



“Avrupa'nın küçük müttefiki” olan Fransa daha savaşın ilk yılında Alman işgaline uğramıştı. Bunun üzerine Fransız General Charles de

\* “Ölüme Giden Askerler: Şimdi değilse bir daha ne zaman intikam alma fırsatını yakalayacaksın? Unutma İngilizler, Hintlileri topun ağzına bağladıktan sonra havaya uçurmaya denerler.” (<http://www.psywarrior.com/JPIndia07.jpg>) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* “Araçta Yer Yok!” (Japonlardan kaçmaya çalışan farklı ülkelerden Avrupalı askerlerle dolu bir kamyonu, bir grup Hintli asker alınmayarak müttefikleri tarafından ölüme terk ediliyorlar.) (<http://www.psywarrior.com/JPIndia04.jpg>) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\* “Avustralya çığlık atıyor. Avustralyalı: Bu çığlık da neydi. Bir şey mi oldu? Amerikalı: Şşt..Şşt..Sessiz kızım, sakın ol. Bir sonraki zayıf listesinde olacak. Endişe etme.”, <http://www.psywarrior.com/AustraliaScreams.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* “Avustralyalılar değerli kanlarını dökerken, Kocamış Roosevelt çıkarlarının planladığı gibi gittiğini anlar.”, <http://www.psywarrior.com/RooseveltOldMan.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

Gaulle önderliğinde İngilizlerin yardımıyla 23 Haziran 1940 tarihinde Özgür Fransa Hareketi kuruldu (Cole, 2017: 13-14). Fransız bayrağının üzerine direnişin sembolü olarak Lorraine haçı konulmuştur (Resim 63). Fransız toplumunun milli ve dini duygularına yönelik oluşturulan bu algı, toplum tarafından benimsenmiş ve “Özgür Fransa” fikrinin sembolü olmuştur (Resim 64).

**Resim 63:** Özgürlük, Eşitlik,  
Kardeşlik. Sonsuza Dek  
Fransa<sup>10\*</sup>

**Resim 64:** Özgürlük\*\*

848

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020



## SONUÇ

Günümüzden 2500 yıl önce yaşamış olan Sun Tzu, savaşın şaşırta macaya ve aldatma macaya dayandığı ile ilgili sözleriyle binlerce yılı aşan bir gerçekliği ifade etmekle birlikte, düşünmemiz ve sorgulamamız gereken büyük bir kapı aralamaktadır. Şayet bu kapıdan içeri girilebilseydi tarihte yaşanmış büyük savaşların ve büyük olayların ardındaki gerçek net bir şekilde görülebilirdi. II. Dünya Savaşı öncesi ve savaş döneminde yaşanan propaganda ve algı

\* “Özgürlük, Eşitlik, Kardeşlik. Sonsuza Dek Fransa. Amerika’daki Özgür Fransa Hareketi.” 1943 - Jean Carlu, <https://i.pinimg.com/originals/8f/93/d6/8f93d6742358bc30ef9b879c917afa2c.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

\*\* “Özgürlük - Geçici Franca Hükümeti Genel Bilgi Sekreterliği” 1944 - Henri Biais, <https://i.pinimg.com/originals/61/75/cc/6175ccda2a4ffec4226402b1076ed8d.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

yönetimi faaliyetlerinin incelenmesi bu günün olaylarının da arka planı olabileceği gerçeğinin zihinlerde canlı kalmasını sağlayacaktır.

Savaşın sadece savaş meydanları içinde kaldığı çağlarda, askeri psikoloji unsurları çoğunlukla orduları ve askerleri etkilemekteydi. Ancak I. Dünya Savaşı ile birlikte cepheler sivil unsurları da içine alacak şekilde genişledi. Sivil kayıpların askeri kayıplara eşit olduğu I. Dünya Savaşı'ndan sonra neredeyse bütün savaşlarda sivil kayıplar, askeri kayıpların önüne geçmiştir. Cephe kavramının sınırlarının genişlemesiyle, sivil toplumu da içine alan yeni bir psikoloji alanı ortaya çıkmıştır. Böylece, toplumlar savaşın birer unsuru haline geldi. Bu yüzden savaşın toplumlar tarafından nasıl görüldüğü ve algılandığı, devlet yöneticilerinin ve bilim insanlarının yanıt bulması gereken bir soru olarak ortaya çıkarmıştır. 20. yüzyılın başlarından günümüze dek bu algının yönetilmesi ve yönlendirilmesi için medya araçları ve propaganda faaliyetleri psikolojik harbin birer silahı olarak kullanılmıştır.

I. Dünya Savaşı'na girmek için hazırlık yapan Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Woodrow Wilson'un toplumun desteğini almak için kurduğu komitede yer alan Edward Bernays, psikolojik manipülasyon içeren propaganda faaliyetlerini olumsuz anlamından kurtarmak amacıyla "propaganda" yerine "halkla ilişkiler" kavramını kullanmıştır. Böylece hiçbir olumsuz önyargı ile karşılaşmadan insanların aklı ve kalbi kontrol edilmek istenmiştir. Nazi Almanyası Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanı Joseph Goebbels tarafından yürütülen faaliyetler, propogandanın hem negatif algılanmasına hem de usul ve esaslarının oluşmasına katkı sağlamıştır. II. Dünya Savaşı ile daha çok anılan propogandanın olumsuz anlamından kurtulmak adına kavramsal çerçevesi oluşturulan "algı yönetimi", günümüzde daha yaygın olarak kullanılmaktadır.

20. yüzyıldaki Dünya Savaşları ve Soğuk Savaş dönemi uluslararası ilişkilerini büyük oranda realist paradigma şekillenmiş, devletler ve ittifaklar karşı tarafı zayıflatmak ve uluslararası meşruiyet kazanmak için propaganda faaliyetlerine sıklıkla başvurmuşlardır. Bu dönemde ister sıcak ister soğuk olarak tanımlansın, propaganda faaliyetleri savaşın bir unsuru haline gelmiştir. Soğuk Savaşın bitmesi ve küreselleşmenin hız kazanması neoliberal paradigmayı uluslararası ilişkilerde daha etkin hale getirmiştir. Karşılıklı bağımlılığın arttığı bu

dönemde, kriz ve çatışmadan kaynaklı maliyetlere katlanmak istemeyen devletler ve ittifaklar, algı yönetimini kullanarak karşı taraftan istediğini almaya ve uluslararası meşruiyetlerini korumaya çalışmaktadır. Bu dönemde algı yönetimi; siyasi, askeri, ekonomik, ticari, mali, sosyal, toplumsal her alanda kullanılmaya başlanmıştır. II. Dünya Savaşı'nın negatif ve sınırlı propaganda uygulamaları, günümüzde algı yönetimi adı altında insanın olduğu her yerde ve her alanda olumsuz bir anlam taşımadan kullanılmaktadır.

850

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

Günümüzde algı yönetimi uygulamalarına belki de en çok negatif anlam yüklenen alan savunma ve güvenlik konularıdır. Soğuk Savaş sonrasında güvenlik konularının çeşitlenmesi, bu yeni risk ve tehditlere karşı aktörlerin olağan yöntemlerle karşılık verememeleri, "güvenlikleştirme" olarak kavramsallaştırılan yeni sürecin kullanılması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Güvenlikleştirme sürecinde, karar vericiler veya güvenlik alanında çalışanlar tarafından ifade edilen hususlar risk ve tehdit olarak kabul edilerek, alışlagelmişin dışında mücadele yöntemlerinin uygulanmasının yolu açılmaktadır.

Günümüzde devlet yöneticileri, sahadaki kazanımlarını ulusal ve uluslararası toplum tarafından desteklenir hale getirmediikleri sürece nihai sonuç elde edemeyeceklerinin ve sahadaki üstünlüklerini psikolojik üstünlükleriyle pekiştirmek zorunda olduklarının bilinciyle hareket etmektedir. Bu kapsamda, II. Dünya Savaşı'nda afiş ve posterlerin araç olarak kullanılması ile yürütülen propaganda ve algı yönetimi faaliyetleri bugünün dünyasında da kamuoyu desteği ve meşruiyetin aracı olmuştur. Günümüz dünyasında ise sosyal medya dâhil tüm medya araçları, algı yönetimi vasıtası ile kamuoyu desteğinin kazanılması ve meşruiyetin sağlanması için kullanılabilen, böylece istenen her konu kamuoyu desteği kazanıldığı takdirde güvenlikleştirebilmektedir. Çalışmanın amacı kapsamında yapılan incelemede, savaşlarda kullanılan şaşkınlığa ve aldatmaca yöntemleri ile propaganda ve algı yönetimi faaliyetleri, kavramsal ve yönetsel anlamda altın çağını II. Dünya Savaşı'nda yakalamasına rağmen, istenilen her alanda insanların duygu ve düşüncelerini yönlendirmenin bir aracı olarak kullanılmaya devam etmektedir.



**Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler**

**KAYNAKÇA**

Ascheid, Antje (2003). *Hitler's Heroines Stardom and Womanhood in Nazi Cinema*. Temple University Press.

Baysal, Başar; Lüleci, Çağla Lüleci (2015). "Kopenhag Okulu ve Güvenlikleştirme Teorisi". *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 22, 61-96.

Bernays, Edward L (1947). "The Engineering of Consent". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 250(1), 113-120.

Buzan, Barry; Wæver, Ole; de Wilde, Jaap (1998). *Security: A New Framework for Analysis*. Lynne Rienner Publishers.

Cannon, Keith L. (1999). "The Father of Spin: Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations." *Journalism & Mass Communication Educator*, 53(4), 86.

Capozzola, Christopher (2008). *Uncle Sam Wants You: World War I and the Making of the Modern American Citizen*. Oxford University Press on Demand.

Chantler, Paul; Sim, Harris (1997). *Local Radio Journalism*. UK: A Division of the Reed Educational and Professional Publishing Ltd.

Cole, Alistair (2017). *French Politics And Society*. New York: Routledge.

Curtis, Adam (2002). "The Century of The Self (Belgesel)". London: BBC (İzlenme Tarihi: 01.05.2020).

Etimoloji Türkçe. "Propaganda", <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/propaganda> (Erişim Tarihi: 10.05.2020).

Friedman, Herbert A. "Antisemitism As A Psychological Warfare Theme", <http://www.psywarrior.com/AntiSemiticWWII.html> (Erişim Tarihi: 05.05.2020).

Friedman, Herbert A. "Japanese Psyop During WWII", <http://www.psywarrior.com/JapanPSYOPWW2.html> (Erişim Tarihi: 30.04.2020).

Herzfelde, Wieland (1971). *John Heartfield: Leben und Werk: dargestellt von seinem Bruder Wieland Herzfelde*. Verlag der Kunst.

Hisarlıoğlu, Fulya (2019). "Güvenlikleştirme", *Güvenlik Yazıları Serisi*, 24, Ekim 2019, [https://trguvenlikportali.com/wp-content/uploads/2019/11/Guvenliklestirme\\_FulyaHisarlioglu\\_v.1.pdf](https://trguvenlikportali.com/wp-content/uploads/2019/11/Guvenliklestirme_FulyaHisarlioglu_v.1.pdf) (Erişim Tarihi: 07.07.2020).

Jacobson, Valerie Lynn (2015). "World War II Propaganda and the "Ideal Citizen"". *2015 National Conference on Undergraduate Research*.

Kadıbeşegil, Salim (1999). *Halkla İlişkilere Nereden Başlamalı*. Ankara: Mediacat Yayınları.

851

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

- Kimble, James J.; Olson, Lester C. (2006). "Visual Rhetoric Representing Rosie the Riveter: Myth and Misconception in J. Howard Miller's 'We Can Do It!' Poster". *Rhetoric and Public Affairs*, 9(4), 533-569.
- Kriebel, Sabine (2009). "Manufacturing Discontent: John Heartfield's Mass Medium". *New German Critique*, 36(2(107)), 53-88.
- Marton, Eric (2016). *Italian Americans: The History and Culture of a People*. ABC-CLIO.
- McDonald, Matt (2008a). "Securitization and Construction of Security". *European Journal of International Relations*, 4, 563-588.
- McDonald, Matt (2008b). "Constructivism". *Security Studies an Introduction*. ed. Paul Williams. New York: Routledge, 59-72.
- Miles, Hannah (2012). "WWII Propaganda: The Influence of Racism". *Artifacts Journal University of Missouri*, 6, <https://artifactsjournal.missouri.edu/2012/03/wwii-propaganda-the-influence-of-racism/> (Erişim Tarihi: 08.05.2020).
- Miş, Nebi (2011). "Güvenlikleştirme Teorisi ve Siyasal Olanın Güvenlikleştirilmesi". *Akademik İncelemeler Dergisi*, 12, 345-381.
- Mougel, Nadège (2011). "World War I Casualties". *Reperes Robert Schuman European Centre*, 4, 1-13.
- Qualter, Terence H (1980). "Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi". çev. Ünsal Oskay. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 35, 255-307.
- Quora. "What are Some Good World War 2 Propaganda Posters?", <https://www.quora.com/What-are-some-good-World-War-2-propaganda-posters> (Erişim Tarihi: 01.05.2020).
- Quora. "What are the Best WWII Propaganda Posters, in terms of Aesthetics?", <https://www.quora.com/What-are-the-best-WWII-propaganda-posters-in-terms-of-aesthetics> (Erişim Tarihi: 03.05.2020).
- Snowden, Ruth (2011). *Freud-Kilit Fikirler*. Melis İnan (Çev.). İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım.
- St John III, Burton; Lamme, Margot Opdycke (2011). "The Evolution of an İdea: Charting the Early Public Relations Ideology of Edward L. Bernays". *Journal of Communication Management*, 15(3), 223-235.
- Tzu, Sun (2008). *Savaş Sanatı*. Adil Demir (Çev.). İstanbul: Kastaş Yayınları.
- Uhlaner, Julius E. (1968). *The Research Psychologist in the Army, 1917-1967 (Technical Research Report 1155)*. 2. ed. Washington DC: Army Behavioral Science Research Laboratory.

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

### Elektronik Kaynaklar

"Almanya Çok Yaşa!" (Es Lebe Deutschland!) 1935 - K. Stauber, <http://www.merlinprints.com.au/assets/full/prop02.jpg?20200714030724> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Amerikalılar daima özgürlük için savaşır" (Americans will always fight for liberty). 1943 - Bernard Perlin, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-76b1e36e2b6fe87cde55d88876377ae8.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Anavatan Seni Çağırıyor" 1941 - Irakli Moiseevich Toyidze, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-18175d56807044fd6047c41413ba2aac.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Araçta Yer Yok!" (Japonlardan kaçmaya çalışan farklı ülkelerden Avrupalı askerlerle dolu bir kamyonu, bir grup Hintli asker alınmayarak müttefikleri tarafından ölüme terk ediliyorlar.), <http://www.psywarrior.com/JPIndia04.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Ardında Bıraktığı Kız Hala Arkasında - O bir Silah Fabrikası İşçisi" ("The girl he left behind" is still behind him - She's a WOW - Woman Ordnance Worker) 1943 - Adolph Treidler, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-b68be339d0b9c43736ac3e8ec9980108.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Asya'nın Yükselişi" (1943 tarihli bu Japon broşüründe, Asya'nın lideri olarak rolünü ilan eden Japonya, Avrupa egemenliğinin ve işgalinin zincirlerini kırıyor.), <http://www.psywarrior.com/RiseofAsiaLeaf.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Atlantik Duvarı", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-73107ed9807e76390383d3604ca9701f.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Avrupa Özgür Olacak!", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-dc02d52259a2ded57ce2590228cce22d.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Avustralya çılgın atıyor. Avustralyalı: Bu çılgın da neydi. Bir şey mi oldu? Amerikalı: Şşt..Şşt..Sessiz kızım, sakın ol. Bir sonraki zayıf listesinde olacak. Endişe etme.", <http://www.psywarrior.com/AustraliaScreams.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Avustralyalılar değerli kanlarını dökerken, Kocamış Roosevelt çıkarlarının planladığı gibi gittiğini anlar.", <http://www.psywarrior.com/RooseveltOldMan.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

(Bir Japon Samuray, Singapur'un kuzeyinde Güney Çin Denizi açıklarında H.M.S. Repulse ve H.M.S. Galler Prensi savaş gemilerini batırırken, arka planda Alman, İtalyan ve Japon bayrakları dalgalanmaktadır.) - 10 Aralık 1941, <http://www.psywarrior.com/japsamurai.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

853

IJSl 13/2  
Aralık  
December  
2020

"Birlikte" (Together), (Commonwealth ülkelerinden bir grup asker birlikte yürüyor. Sırasıyla yukarıdan aşağıya; Doğu Afrika, Güney Afrika, Kanada, Hindistan, Yeni Zelanda, Avustralya, İngiltere.) <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-d5cc07045b438ac078ba6b1313067635.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Bizi Özgür Bırakın!", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-b0fca3229cbd8791a456ae266e7e191.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Bolşevizme karşı savaşta gönüllü Flaman Lejyonu ile Avrupa görevi devraldı." (Europa is aangetreden! Met het vrijwilligerslegioen vlaanderen in den Strijd tegen het Bolsjewisme.), [https://art-zoo.com/affiche/files/2017/06/10153080\\_708807315828976\\_9096799292472791076\\_n.jpg](https://art-zoo.com/affiche/files/2017/06/10153080_708807315828976_9096799292472791076_n.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Britanyalılar: Lord Kitchener Sizi İstiyor - Ülkenizin Ordusuna Katılın! Tanrı Kralı Korusun" (Britons Lord Kitchener Wants You - Join Your Country's Army! God Save The King). 1914 - Alfred Ambrose Chew Leete, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-012862f86a27bf1388651385255cc72e> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Bu adam sizin dostunuz - Çinli - Özgürlük için Savaşıyor" (This Man Is Your Friend - Chinese - He Fights For Freedom) 1942 - U. S. Office of Facts and Figures, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-9fc15f10b1f014af450f13899a0657d4.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Bu Dehşeti Evinden Uzak Tut" (Keep this Horror From Your Home) 1943 - Office for Emergency Management. War Production Board, [https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/81xGfrRh47L.\\_AC\\_SL1500\\_.jpg](https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/81xGfrRh47L._AC_SL1500_.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Bunu önlemek için mücadele ediyoruz" (We're Fighting to Prevent This) 1943 - Chester Raymond Miller, <https://www.archives.gov/files/19-0095M.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Çekiç ve Örs Arasında" 1944 - Jean Carlu, [https://www.galerie123.com/media/ai/1/entre-le-marteau-et-lenclume-36396-avant-garde-affiche-ancienne.jpg.960x0\\_q85\\_upscale.jpg](https://www.galerie123.com/media/ai/1/entre-le-marteau-et-lenclume-36396-avant-garde-affiche-ancienne.jpg.960x0_q85_upscale.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Çocuklarımızın katillerini merhamet göstermeden yok edeceğiz!" 1942 - Averin Vsevolod Grigorievich, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-6a0c93885c28fe11c38b7516678fc8c9.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Din Özgürlüğünü Savunun" (Defienda Su Libertad Religiosa - Defend the Right of Religious Freedom) 1940 - Leon Helguera, <https://cdn10.picryl.com/photo/1945/12/31/defienda-su-libertad-religiosa-defend-the-right-of-religious-freedom-theme-bdc488-1600.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

"Düşman Bu" (This Is The Enemy) 1942 - U. S. Office of War Information, <https://artifactsjournal.missouri.edu/wp-content/uploads/sites/18/2013/06/Hannah-Miles-Figure-1.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Düşman Bu" (This Is The Enemy) 1943 - Barbara J. Marks, [https://images.collection.cooperhewitt.org/93574\\_6fa1459b46bbe3bd\\_b.jpg](https://images.collection.cooperhewitt.org/93574_6fa1459b46bbe3bd_b.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Düşman Sinsidir - Tetikte Olun!", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-970935e64d354f3116233318759b6f58.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Düşmanın Arkasında Yahudi Var" (Hinter den Feindmachten: der Jude) 1944 - Bruno Hanich, <https://www.emuseum.ch/internal/media/dispatcher/61959/preview> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Düşmanın Tüm Kaçış Yollarını Kestik", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-54e03e05fe4785b7eec16c5ad7b63b36.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Faşizm, kadınların en büyük düşmanıdır. Hep birlikte düşmanla savaşmaya!" 1941 - Nina Vatolina, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-8fdb7b47e1674dfa2066db64fc92489a.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Faşizme Ölüm" 1941, <https://opt-1333737.ssl1.c-bitrix-cdn.ru/upload/iblock/0fc/0fcd40289a7633f7c3992533ed3c552d.jpg?1562262526518408> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Gençlik, lidere hizmet ediyor - Hitler Gençliği'ndeki on yaşındakilerin hepsi" (Jugend dient dem Führer--Alle Zehnjährigen in die HJ) 1939 - Hein Neuner, [https://www.dhm.de/fileadmin/medien/lemo/images/628\\_1.jpg](https://www.dhm.de/fileadmin/medien/lemo/images/628_1.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Goebbels ağır kayıpları nasıl açıklayacağını bilmiyor.", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-3698004ffc30440768668d9add8a36f7.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Hadi Kanada Gidelim!" (Let's Go...Canada!) 1942 - Henry Eveleigh, <https://digitalcollections.hclib.org/digital/api/singleitem/image/p17208col13/1313/default.jpg?highlightTerms=> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Hadi onu 'panzerleri' aşağıda yakalayalım! Ateş etmeye devam edersek Yapacağız!" (Let's Catch Him With His 'Panzers' Down! We Will-If We Keep Them Firing!) 1940 - U.S. Government Printing Office, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-267067d81e837632f0365ab17db31613.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Hepimiz yardım ediyoruz! Hitler Gençliğinin Savaş Gayreti" (Wir Alle Helfen Mit! Kriegseinstaz der Hitlerjugend), <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-6e98f7b5d89d88fc2f6378f68ef7d862> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

855

IJSl 13/2  
Aralık  
December  
2020

"Her şey zafer için! Sovyet kadından orduya.",  
<https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-4f1b24767ea606e61c5bcc5ddfa8bad3.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Himmler'in "Yurt Muhafızları". Sürünen ve uçan herkes hoş geldiniz... Alman İmparatorluğu'nun en güçlü mucize silahı kullanılacak: Yurt Muhafızları." (Himmlers "Volkssturm". "Heraus denn, was da kreucht und fleucht...". "Die mächtigste Wunderwaffe des Deutschen Reichs wird eingesetzt werden: der Volksstrom."), 1940? - Kukryniksy,  
<https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-4d50bbae3aa9248268b16b40bf1cb082.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Hitler Gençliğinden Ordu Subaylığına - Senin Yolun!" (Vom Hitlerjungen zum Offizier des Heeres - Dein Weg!) 1943 - O.K.H., Heerespersonalamt,  
<https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-93ee5dcab0bc56395dac31e3c5c65fd3> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Hitler Selamının Anlamı: Küçük Adam Bol Bahşiş İstiyor" (Der Sinn Des Hitlergrusses: Kleiner Mann bittet um grosse Gaben) 1932 - John Heartfield, AIZ, <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/265672> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"İntikam!" 1942 - Dementii Shmarinov, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-052829b8d7204913453034e7eec2be3c.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"İyi İş Kız Kardeşim. Senin Erkek İşi Yapabileceğini Hiç Düşünmemiştik! Amerikalı Kadınlar Testi Geçti!" ("Good Work, Sister. We Never Figured You Could Do a Man-size Job!" America's Women Have Met The Test!) 1944 - Frederick Little Packer, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-88ec27d2a4abebeaa921e4c1a34e3c1> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Karınsının onuru için, çocukların hayatı için, Memleketinin mutluluğu için, Tarlalarımız ve çayırlarımız için İstilacı düşmanı öldürün!" 1942 - Leonid Golovanov, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-8bff39b8a177289d0604c18e4b927c9f.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Kızıl Ordu Askeri! Sevdiklerinizi Hitler'in askerleri tarafından aşağılanmaya ve onursuz düşürülmeye terk etmeyeceksiniz.",  
<https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-97a75f7fcda77c6e09d4139876488391.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Kültürel Terör. ABD, Avrupa'yı kültürel kıyametten kurtarmak istiyor. Ne hakla?" (Kultur-Terror. USA vil redde Europas kultur fra undergang. Med hvilken rett?), <https://billedarsenalet.files.wordpress.com/2013/02/kultterr.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Kurtar Bizi Kızıl Asker!" 1943 - Viktor Koretsky, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-1d398032ba6bc2c4a03e894f693bdcbf.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

"Muhteşem savaşıyoruz, şiddetle süngülüyoruz - Suvorov'un torunları, Chapaev'in çocukları. Arka planda Rus askeri liderlerine ilham veren: Alexander Nevsky, Alexander Suvorov ve Vasily Ivanovich Chapaev" 1941 - Kukryniksy, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-a63e7586d8fa65802fb06be8707da35d.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Napolyon Yenildi. Aynı Şey Kibirli Hitler'e de Olacak!" 1941 - Kukryniksy, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-6dbff333e0eb1be2aeaa69997a877970.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Nazi Yılanına Ölüm!", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-179978e3b2a54948d01689187a7ee935.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Ölüme Giden Askerler: Şimdi değilse bir daha ne zaman intikam alma fırsatını yakalayacaksın? Unutma İngilizler, Hintlileri topun ağzına bağladıktan sonra havaya uçurmaya denerler." <http://www.psywarrior.com/JPIndia07.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Onları Orada Yen! Hadi Kanada!" (Lick Them overthere! Come On Canada!) 1942 - , Joseph T. Thorson, <https://digitalcollections.hclib.org/digital/api/singleitem/image/p17208coll3/1522/default.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Onu Durdur ve Bu İş Bitsin" (Stop Him and The Job's Done) 1942 - Harry Morse Meyers, <https://www.hakes.com/Image/MediumRes/222830/1/image.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Özgürlük - Geçici Franca Hükümeti Genel Bilgi Sekreterliği" 1944 - Henri Biais, <https://i.pinimg.com/originals/61/75/cc/6175ccda2a4ffec4226402b1076ed8d.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Özgürlük, Eşitlik, Kardeşlik. Sonsuza Dek Fransa. Amerika'daki Özgür Fransa Hareketi." 1943 - Jean Carlu, <https://i.pinimg.com/originals/8f/93/d6/8f93d6742358bc30ef9b879c917afa2c.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Partizanlar, merhamet etmeden intikam alın!" 1942 - Tatyana Alekseevna Eremina, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-e18b79dc22628892c81e84952fbb8614.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Savaş için kim suçlanacak!" (Der ist schuld am Kriege!) 1943 - Hans Schweitzer, <https://i.pinimg.com/originals/4e/7e/35/4e7e35295a061fa1cb48cb03552604f7.jpg> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Seni İstiyorum - Birleşik Devletler Ordusu İçin- En Yakın Askeralma Merkezi" (I Want You For U.S. Army-Nearest Recruiting Station) 1917 - James Montgomery Flagg, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-88e3956906892e4e6e8ee18681ffe33b.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

857

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

"Senin katkıyı onu çıldırtmaya yardım edebilir!" (Your bit can help drive him mad!) 1942 - J.P. Seeburg Corp., [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9b/%22YOUR\\_BIT\\_CAN\\_HELP\\_DRIVE\\_HIM\\_MAD%22\\_-\\_NARA\\_-\\_513615.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9b/%22YOUR_BIT_CAN_HELP_DRIVE_HIM_MAD%22_-_NARA_-_513615.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Senin Yerini Alacağız!" 1941 - Vladimir Aleksandrovich Serov, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-aac55a7f3c1689005a9cf06faa5c7d0f.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Tanklar Silahımız!" (Panzer Deine Waffe!), [https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51Ji4lhTj-L\\_AC\\_.jpg](https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51Ji4lhTj-L_AC_.jpg) (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Üst İnsan Adolf, Altın Yutup Boş Konuşuyor" (Adolf, der Übermensch, Schluckt Gold und Redet Blech). 1932 - John Heartfield, AIZ, <http://www.getty.edu/art/exhibitions/heartfield/> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Vatan İçin, Stalin İçin", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-fc3c988ad9a005951fec33ff8acbe12e.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Yalan Makinesi", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-3dacf49c6ffacef2d6e37765a12a5eda.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Yapabiliriz!" (We Can Do It!) 1943 - J. Howard Miller, <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-5e197310475e21df4e84c4a9e918c29e> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Zafer! Savaşan Arkadaşlarımıza.", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-b61e2c5560321a234322b9ea16e37266.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).

"Zamanı Geliyor. Alman Ahtapotu Amansız Cezalardan Kaçamayacak. Canavar Her Yerinden Darbe Alacak.", <https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg-7d86f59af68be38ff23128206aa9bdce.webp> (Erişim Tarihi: 30.10.2020).



*Güvenlikleştirme Aracı Olarak Propaganda ve Algı Yönetimi:  
II. Dünya Savaşı'nda Afiş ve Posterler*

## SUMMARY

While Sun Tzu, who lived 2500 years ago, expressed a reality going over thousands of years through his saying that the warfare is based on deception, he has also left ajar a big door, which we must think on and question. If one could go through this door, he could see the truth beyond the great wars and great events in history. Examining the activities regarding the propaganda and perception management before and during the World War II will ensure that the fact that today's event may also have a background remain alive in the minds of people.

In an era when the war was limited to the battlefields, the military psychological elements affected mostly the armies and the soldiers. However, starting with the World War I, the battlefronts expanded to include civilian elements. After the World War I in which the civilian casualties were equal to the military losses, civilian casualties have become higher than military losses in almost all wars. With the expansion of the concept of the front, a new field of psychology has emerged that includes civil society. Thus, the societies have become a part of the war and the question of how the war is seen and perceived by the societies has emerged as a question to which the state officials and scholars need to find an answer. Since the beginning of the 20th century, media tools and propaganda activities have been used as weapons of psychological warfare in manage and direct this perception.

As a member of the committee founded to gain the support of the society by the US President Woodrow Wilson, who was preparing to enter the World War I, Edward Bernays used the concept of "public relations" instead of "propaganda" in order to save the propaganda activities involving psychological manipulations from its negative connotation. Thus, the aim was to control the hearts and minds of the people without encountering any negative prejudices. The activities conducted by Reich Minister of Public Enlightenment and Propaganda of Nazi Germany Joseph Goebbels led both to the negative perception of propaganda and the formation of procedures and principles of propaganda. The "perception management" whose conceptual framework was created in order to get rid of the negative connotation of the propaganda associated more with the World War II is a more widely used concept today.

In this period, perception management has started to be used in every field, such as political, military, economic, commercial, financial, and social fields. The negative and limited propaganda applications of the World War II are now used under the label of perception management in every place and every field where the people exist without any negative connotation.

859

IJSI 13/2  
Aralık  
December  
2020

Today, defense and security issues are perhaps the fields in which the most negative connotation attributed to the perception management applications. The diversification of security issues after the Cold War and the inability of actors to respond to these new risk and threats through usual methods caused a need to use a new process conceptualized as "securitization". In the process of securitization, the issues pointed by the decision-makers or by those who work in the field of security are considered as risk and threat and thus the path for the application of unconventional methods of struggle is opened.

Today, state officials act under the awareness that they cannot achieve an ultimate result unless they make their gains on the field supported by national and international society and that they have to reinforce their superiority on the battlefield through their psychological superiority. In this context, propaganda and perception management activities carried out with the use of banners and posters as tools during the World War II have been the source of public support and legitimacy. Now, in today's world, all media tools including the social media may be used in order to gain the public support and to gain legitimacy through perception management; and so every subject may be securitized as long as the public support is gained.

The evaluation conducted within the scope of this study reveals that propaganda and perception management activities had their golden years both conceptually and methodologically during the World War II. Although perception management is today used as a tool of the securitization process in the defense and security fields, it is also used in all areas of human and social life. Propaganda and perception management continues to be used as a means of controlling and manipulating people's feelings and thoughts in any field.