

PAPER DETAILS

TITLE: ITALYAN PROPAGANDASINDA KÜLT LIDER OLGUSU: "IL DUCE" BENITO MUSSOLINI

AUTHORS: Mustafa KARACA

PAGES: 1203-1220

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/558817>

İTALYAN PROPAGANDASINDA KÜLT LİDER OLGUSU: "IL DUCE" BENITO MUSSOLINI

Mustafa KARACA¹

ÖZ

Ulusal Faşist Parti lideri Benito Mussolini, 1922 yılında İtalya'da Başbakan olmayı başardı. Bu süreçten itibaren destekçileri ile birlikte yoğun bir propaganda faaliyeti yürüterek İtalya'da Faşizm ideolojisini hâkim kılmaya çalıştı. Bu amaçla ilk olarak Mussolini'ye "il duce (lider) ünvanı verildi, ardından da İtalyan kamuoyunda kült lider olarak inşa edilmeye başlandı. Bu çalışmada İtalyan devlet adamı Mussolini'nin İtalyan propagandasında kült lider olarak nasıl inşa edildiği nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak ortaya konmuştur. Bu amaçla çalışma kapsamında Mussolini'nin İtalya'da iktidarda bulunduğu dönemde basılan propaganda afişleri içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen dört propagandaafışı (Halk, Ordu, Sömürge, Zafer) Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın göstergebilimsel analizi ışığında ele alınmıştır. Elde edilen bulgular ışığında, propaganda afişlerinde Mussolini'nin kült lider inşasında, İtalyan halkının ve ordusunun Mussolini'yi desteklediği, İtalya'nın Roma İmparatorluğu'nun eski gücüne ulaştığı şeklinde mitlerin oluşturulmaya çalışıldığı ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kült Liderlik, İtalya, Propaganda, Afiş, Mussolini

THE CULT LEADERSHIP CONCEPT IN THE ITALIAN PROPAGANDA: "IL DUCE" BENITO MUSSOLINI

ABSTRACT

The leader of the National Fascist Party, Benito Mussolini succeeded in becoming Prime Minister in Italy in 1922. From this process, he tried to make the ideology of Fascism dominant over Italy by carrying out an intensive propaganda activity with his supporters. For this purpose, the title "il duce (leader)" was firstly given to Mussolini and then started to be built as a cult leader in the Italian public opinion. In this study, how the Italian statesman Mussolini was built as a cult leader in the Italian propaganda was revealed by using a semiotic analysis method in qualitative research methods. For this purpose, four propaganda posters (Public, Ordu, Colonial, Victory) determined using purposeful sampling method in propaganda posters in the period when Mussolini was in power in Italy were examined in the light of the semiotic analysis of the French Language Scientist Roland Barthes. In the light of the findings, it was revealed that it was tried to form myths that the Italian people and the army supported Mussolini and that Italy obtained the old power of the Roman Empire in the cult leader's building in the propaganda posters.

Keywords: Cultleadership, Italy, Propaganda, Poster, Mussolini

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, mkaraca@sakarya.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-8204-6154

Giriş

20. yüzyılda dünyada egemen olan Nazizm, Faşizm, Komünizm gibi ideolojiler, "kült liderlik" olgusunun da önem kazanmasına yol açmıştır. Kült liderler, insanüstü güçleri olduğuna inanılan, yalnızca halkının refahı için yaşayan, toplumlarında efsaneleşmiş kişileri anlatırken kullanılmaktadır. Nitekim ideolojilerin hâkim olduğu ülkelerde totaliter yönetimler kurulmuş, bu yönetimler de "otoriter liderler" in egemenliğinde kitleler üzerinde nüfuz elde etmeye çalışmıştır. Otoriter liderler zaman içerisinde propaganda faaliyetlerini etkin bir şekilde kullanarak, kendilerini "kült lider" olarak inşa etmeye başlamışlardır. Nazi Almanyası'nda Adolf Hitler, Faşist İspanya'da Francisco Franco, Sovyet Rusya'da Vladimir Lenin ve Çin Halk Cumhuriyeti'nde de Mao Zedong 20. yüzyılın önemli kült liderleri olmuşlardır.

1922-1945 yıllarında Faşizm ideolojisinin hâkim olduğu Faşist İtalya'da da, Benito Mussolini yoğun bir propaganda faaliyeti sonucunda İtalyan kamuoyunda kült lider olarak inşa edilmiştir. Mussolini, "il duce (lider)" unvanı alarak, kendisine Roma İmparatorluğu'nu tekrar diriltme misyonunu yüklemiş ve hedefine ulaşabilmesi için İtalya halkının kendisini desteklemesini istemiştir. Bu çalışmada İtalya'da Mussolini'nin kült lider inşasında propagandanın nasıl ve ne yönde kullanıldığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla Mussolini'nin kült lider inşasında kullanılan propaganda afişleri göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak incelenmiştir.

Çalışmanın temel amacı propagandanın kült lider inşasında ne gibi bir rol oynayabildiğini, İtalya'da Mussolini iktidarı döneminde kullanılan propaganda afişleri üzerinde ortaya koymaktır. Diğer yandan çalışma kapsamında Mussolini dönemindeki İtalyan propagandası hakkında da bilgi verilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışma,

-Mussolini İtalyası'ndaki propaganda faaliyetlerini ortaya koyması,

-Mussolini'nin kült lider inşasında propagandanın ne gibi bir rol oynadığını açıklaması,

-Alanda propaganda ve kült lider konularını inceleyen sınırlı çalışmanın bulunması,

-Gelecek çalışmalar için önemli bir kaynak teşkil etmesi bakımından önem taşımaktadır.

Alanda kült lider inşasında propagandanın rolünü ele alan iki temel çalışmanın olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki, Çakı'nın (2018), "Komünizm İdeolojisinde Kült Lider Olgusu: Berlin'in Düşüşü Propaganda Filmi'nin Alımlama Analizi" adlı çalışmasıdır. Çalışmada Sovyetler Birliğilideri Joseph Stalin'in propaganda filmi üzerinden kült lider olarak inşası incelenmiştir. Diğer çalışma ise Çakı vd.'nin (2018), "Horst-Wessel Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası" adlı çalışmasıdır. Bu çalışmada propaganda marşlarında Nazi Almanyası Devlet Başkanı Adolf Hitler'in kült lider olarak inşasıyla alınmıştır.

Göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak sosyal bilimler alanında son yıllarda 2. Dünya Savaşı dönemini ve öncesini konu alanda önemli çalışmaların yapıldığı gözlemlenmiştir. Bunlar içerisinde, Erol vd. (2017), "Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme" adlı çalışmada göstergebilimsel analiz yöntemi kullanarak Nazi Almanyası'ndaki eğitim yapısının sinemadaki sunumunu incelemiştir. Çalışma sonucunda, Alman sinemasında Nazi eğitim yapısının ağır bir şekilde eleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Tanyeri Mazıcı ve Çakı (2018), "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada Alman Devlet Başkanı Adolf Hitler'in korku çekiciliği bağlamında kamu spotu reklamlarında nasıl ve ne amaçla kullanıldığı Roland Barthes'in göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelemiştir. Çalışmanın sonucunda Hitler'in kamu spotu reklamların "korku", "ölüm" ve "tehlike" metaforları olarak kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Zorlu vd. (2017), "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırım' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada da Kırım filmi özelinde Nazizm ideolojisinin Türk Sineması'ndaki sunumu İsviçreli Dil Bilimci Ferdinand de Saussure'ün gösteren ve gösterilen olgusu ışığında ele almıştır. Elde edilen bulgular ışığında Türk sinemasında Nazizm ideolojisinin ağır bir şekilde eleştiriye maruz kaldığı bulunmuştur. Çakı ve Gülada (2018), "Vichy Fransı'nda İşgal Propagandası" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı'nda Fransa'da işgal propagandasının nasıl ve yönde kullanıldığını göstergebilimsel analiz yöntemi kullanarak ele almıştır. Sonuçta, Fransa'da işgal

propagandasının Müttefik Devletleri'ne karşı nefret söylemi inşasında kullanıldığı sonucuna ulaşmıştır.

1. Mussolini İtalya'sına Genel Bakış

Benito Mussolini, İtalya'da 1921 yılında kurulan Ulusal Faşist Parti'nin (Partito Nazionale Fascista) liderliğini yapmaktaydı. Mussolini ve destekçileri aşırı sağ bir çizgi içerisinde, İtalya'nın Faşizm ideolojisi temelinde yönetilmesini desteklemekteydi. İtalya'daki egemen güçler Mussolini'nin faşist hareketinin yükselen Komünizm'e karşı gelebileceğini düşünmekteydi. Nitekim kapital sahipleri ve liberaller, İtalya'da Rusya'daki gibi sosyalist bir devrimin patlak vermesinden korkmaktaydı. Bu açıdan Mussolini'nin Faşizmi'ne göz yumulmaktaydı (Macit, 2007: 21). İlerleyen süreçte hızla güç kazanan faşistler, 1922 yılında gerçekleştirdikleri Roma Yürüyüşü ile Mussolini'nin başbakan olarak atanmasını sağladılar. Mussolini, başbakan olduktan sonra İtalya'daki diğer bütün partileri kapattırdı (Yavuzoğlu, 2003: 51). Zaman içerisinde Faşizm ideolojisi, İtalya'da tamamen egemen hale geldi.

Mussolini, iktidarı döneminde saldırgan bir dış politika izledi. Nitekim, Mussolini'nin amacı İtalya'yı Roma İmparatorluğu'nun eski ihtişamına ulaştırmaktı. Bu amaçla 1911 yılında kendi yönetiminden önce işgal edilmiş olan Libya'ya saldırılar düzenledi ve İtalya'nın Libya'daki otoritesini güçlendirdi. Ardından 1936 yılında Etiyopya'yı işgal ederek, ülkeyi İtalyan Krallığı'nın topraklarına kattı (Kissenger, 2010: 293). Mussolini'nin Libya ve Etiyopya'da elde ettiği askeri başarılar, İtalyan faşistlerin iktidarının ülkede daha da güçlenmesini sağladı.

Mussolini İtalyası, 2. Dünya Savaşı'na doğru, Nazi Almanyası'nı destekleyen girişimlerde bulundu (Kershaw, 2007: 597). Mussolini, İtalya ve Almanya arasında ilişkilerin geliştirilmesi için büyük çaba harcadı. Nihayetinde iki ülke arasında "Mihver Paktı" adı verilen bir işbirliği gelişti (Kershaw, 2009: 59). Buna karşın 2. Dünya Savaşı'nın ilk yılında tarafsız kalmayı tercih etti. Fakat Nazi Almanyası'nın Avrupa'daki başarılarının etkisiyle İtalya, 1940 yılının Haziran'ında Müttefiklere savaş ilan etti (Hart, 2015: 120). İtalya'nın 2. Dünya Savaşı'na katılmasındaki en önemli neden, Akdeniz'de İtalyan nüfuzunun artmasını ve Müttefikler'in Akdeniz'den çıkarılmasını sağlamaktı. Nitekim, o dönemde İngiltere ve Fransa'nın Akdenizde

güçlü bir donanma filosu ve önemli stratejik noktalarda da üstleri bulunmaktaydı (Mazower, 2014: 482).

İkinci Dünya Savaşı'nda İtalya sürekli olarak Nazi Almanyası'ndan destek aldı. Nitekim, İtalyanlar 1941 yılında Arnavutluk üzerinden Yunanistan'a saldırıya geçip yenilince, Naziler Balkanlara büyük bir saldırı başlattı (Macksey, 2012: 53). Aynı şekilde Kuzey Afrika Cephesi'nde de varlık gösteremeyen İtalyanlara, Naziler büyük askeri destek sağladılar.

1943 yılında Müttefikler, Sicilya'ya çıktı ve ardından İtalya Yarımadası'ndan ilerlemeye başladılar. Bu süreçte İtalya Kralı yönetimi ele alarak Mussolini'yi görevinden azletti ve tutuklattı (Caplan, 2017: 217). Naziler bunun üzerine İtalya'yı işgale başladılar. Hitler'in emriyle gönderilen paraşütçü birliği Mussolini'yi hapsedildiği yerden kurtardı. Naziler, hapisten kurtarılan Mussolini önderliğinde İtalyan Sosyal Cumhuriyeti adı verilen İtalya'nın kuzeyinde faşist bir İtalyan Devleti kurdu. Kurulan bu devlet tamamen Nazi Almanyası'nın güdümünde yönetilmekteydi. Naziler, İtalyan Ordusu'nun büyük bir kısmını kendi denetimleri altına aldı. Diğer yandan, Mussolini'ye sadık kalan faşistler Müttefiklere karşı savaşa devam etti (McNab, 2015: 254). 1945 yılının Nisan'ında Naziler, İtalya'daki kontrolü kaybettiler. Mussolini, partizanlar tarafından yakalanarak kurşuna dizildi (Eberle ve Uhl, 2017: 584). Mussolini'nin ölümüyle birlikte İtalyan Sosyal Cumhuriyeti de son buldu.

2. İtalyan Propagandasında Kült Lider Olarak Benito Mussolini

Propaganda, belirli bir ideoloji, fikir veya düşüncenin kitlelere tek yönlü iletişim yoluyla aktarılmasını amaçlayan ikna odaklı iletişim türüdür (Karaca ve Çakı, 2018: 14). Propagandada verilen bilgilerin kitleler tarafından tartışılmasına ve yorumlanmasına izin verilmez. Propagandacının verdiği bilgi mutlaklıdır (Aziz, 2007: 15). Propaganda, propagandacısının çıkarlarına hizmet eder. Propaganda disiplini üç ana başlık altında şekillenmektedir; beyaz propaganda, gri propaganda ve kara propaganda. *Beyaz propaganda*, yalnızca gerçek bilgilerin doğrudan kitlelere aktarılmasıdır. Günümüzde ticari kurumlar tarafından itibar yönetiminde sıklıkla kullanılmaktadır. *Gri propaganda*, propagandacının yalnızca istediği doğru bilgilerin kamuoyuna aktarılmasını ifade etmektedir. Gri propagandaya günümüzdeki siyasi

partilerin kampanyalarında sıklıkla rastlanılmaktadır. Kara propaganda ise, yalnızca yalan ve yanlış bilgilerin kullanılması yoluyla kitlelerin manipüle edilmesi süreci ifade etmektedir. Propagandacı, kitleleri ikna ederken her yolu mübah gördüğü durumlarda kara propagandayı kullanmaktadır (Tarhan, 2010: 36). Propaganda kavramı, 20. yüzyılın ilk yarısında totaliter yönetimler tarafından kült liderlik inşasında etkili bir iletişim aracı olarak kullanılmaya başlandı.

Kült liderlik (diğer tanımıyla lider kültü), kitle iletişim araçları kullanılarak, bir siyasi figüre, insan üstü özellikler atfedilerek, onun ulusun tartışmasız tek lideri olarak sunulmasını ifade etmektedir. 20. yüzyılda dünyada Komünizm, Faşizm, Nazizm gibi ideolojik akımlar ortaya çıktı. Bu akımlarla birlikte kurulan totaliter yönetimlerin içerisinde zamanla "kült liderler" belirmeye başladı. Bunlar içerisinde, 20. yüzyılın en ünlü kült liderlerinden biri, Faşist İtalya'nın lideri Benito Mussolini olmuştur (Gill, 1980: 167).

İtalyan faşistler Mussolini'nin kült lider olarak inşa edilmesi için İtalya'da yoğun bir propaganda faaliyeti yürütmüşlerdir. Mussolini'ye yönelik yapılan propagandada, geçmişin başarıları sürekli gün yüzüne çıkarılmaktaydı. Geçmişte İtalyanların Roma İmparatorluğu gibi tarihte büyük bir devlet kurdukları hatırlatılarak, Mussolini önderliğindeki İtalya ile bunun tekrar mümkün olacağına vurgu yapılmıştır (Domenach, 2003: 90). Faşist propagandasına göre İtalya, Roma İmparatorluğu Dönemi'ndeki gücüne ve sınırlarına yalnızca Mussolini ile birlikte ulaşabilirdi.

Mussolini'nin kült lider inşasında Roma İmparatorluğu'nun izleri açık bir şekilde görülmekteydi. Bu izler Mussolini'nin beden diline bile yansımaktaydı. Mussolini'nin beden dili, davranışları ve aldığı kararlar, eski Roma İmparatoru Jül Sezar'ı çağrıştırmaktaydı (Jowett ve O'donnell, 2014: 58). Mussolini, İtalyan kamuoyunda "Yeni Sezar" olarak sunulmaktaydı. Diğer yandan Mussolini'nin faşistler ile selamlaşması, eski Roma selamı ile yapılmaktaydı (Akarcılı, 2003: 139). Faşist propaganda Mussolini'nin karizmatik liderlik özellikleri ile geçmişteki Roma İmparatorluğu'nun ihtişamını bir araya getirerek İtalyan halkını etkilemeye çalışıyordu.

Roma İmparatorluğu'nun tarihi mirasını devralmak İtalyan Faşizmi'nin merkezini oluşturmaktaydı (Nelis, 2007: 391). Mussolini, İtalyanlara sürekli olarak büyük bir imparatorluk vaadinde bulunuyordu. Faşist propaganda da bu imparatorluğun başında olabilecek tek liderin Mussolini olduğunu telkin etmekteydi. İtalyan toplumu Mussolini yönetimi altında yalnızca Faşizm ideolojisi altında hareket etmekteydi. Rejim propagandasında geniş kitlelerin Mussolini'yi desteklediğine vurgu yapmakta, İtalyan halkının her daim Mussolini'nin yanında olduğunu göstermekteydi. İtalyan medyasında yalnızca Faşizm öğretilerine yer verilmekteydi. Aksi bir haber veya yayın faşistler tarafından derhal sansürlenmekteydi (Melograni, 1976: 221). İtalya'da basın tamamen faşistlerin denetimindeydi. Nitekim medya kanalları Mussolini'nin İtalya'da kült lider olarak inşasında büyük rol oynamaktaydı. Medya Mussolini'nin bir propaganda aracı olarak hizmet görmekteydi (Öymen, 2014: 253).

Nazi Almanyası'nda Hitler'e verilen "der Führer" ünvanı benzer olarak, Faşist İtalya'da Mussolini'ye "il duce" ünvanı verilmişti (Gori, 1999: 28). "Il duce", İtalyanca'da lider anlamına gelmekteydi. Ünvan yalnızca Mussolini için kullanılmaktaydı. İtalyan propagandası, il duce ünvanıyla, Mussolini'ye İtalya'nın mutlak ve tartışmasız lideri algısı oluşturmaya çalışmaktaydı. Nitekim Mussolini, İtalya'nın ulusal karizmatik lideri haline getirilmişti (Cavalli, 1998: 159). İtalyan propagandasında "il duce" efsanesi inşa edilmişti; İtalya için en doğrusunu, en iyisini yalnızca il duce bilirdi. Il duce'nin alacağı kararlara itiraz etmek büyük bir suçtu.

Mussolini'nin iktidarının meşruiyetinin en büyük savunucusu İtalyan Faşist Kara Gömlekliler'di. Mussoli'nin Kara Gömlekliler (Camicie Nere) adında para militer bir teşkilatı vardı (Falasca-Zamponi, 1997: 1). Bu teşkilat, İtalya'yı sıkı bir denetim altına almıştı. Mussolini'ye ve kararlarına karşı gelmek, Kara Gömlekliler'e de karşı gelmek anlamına geliyordu.

3. Çalışmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında İtalya'da Mussolini'nin kült lider olarak inşa edilmesi için kullanılan propaganda afişleri nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Afişler, Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz yöntemi ışığında, düz anlam ve yan anlam boyutunda ele alınmıştır.

1922-1945 yılları arasında İtalya'da Faşizm' in egemen olduğu dönemde, Mussolini'nin kült lider inşası için kullanılan tüm propaganda afişleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın çalışma kapsamında tüm propaganda afişlerine ulaşmanın mümkün olmamasından dolayı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Örneklem olarak incelenen posterler amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenmiştir. Amaçlı örneklem metodu, çalışmanın amacı doğrultusunda evreni en iyi yansıtacağı düşünülen parçaların örneklem olarak seçilmesini ifade etmektedir.

Mussolini'nin kült lider inşasında propagandanın rolünü açıklarken yalnızca propaganda afişleri üzerinden incelemede bulunulması çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer yandan, çalışma kapsamında yalnızca dört propaganda görselinin incelenerek, konu hakkında genellemelerde bulunulması da çalışmanın diğer önemli bir sınırlılığını meydana getirmektedir. Bu amaçla çalışma kapsamında Mussolini'nin İtalya'da iktidarda bulunduğu dönemde basılan propaganda afişleri içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen dört propaganda (Halk, Ordu, Sömürge, Zafer) afişi Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın göstergebilimsel analizi ışığında ele alınmıştır.

Çalışma kapsamında şu sorular meydana getirilmiştir;

-Mussolini'nin kült lider inşası için kullanılan propaganda afişlerinde öne çıkan konular hangileridir?

--Mussolini'nin kült lider inşası için kullanılan propaganda afişlerinde hangi mitler İtalyan kamuoyunda oluşturulmaya çalışılmıştır?

- Mussolini'nin kült lider inşası için kullanılan propaganda afişlerinde hangi mit, metafor ve metonimilerden yararlanılmıştır?

4. Benito Mussolini'yi Konulu Alan Propaganda Afişlerinin Göstergebilimsel Analizi

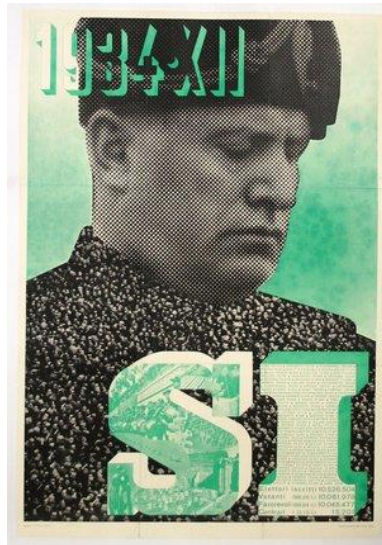
Çalışmanın bu bölümünde, Mussolini'nin İtalya'da iktidarda bulunduğu dönemde basılan propaganda afişleri içerisinden amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen dört propaganda afişi (Halk, Ordu, Sömürge, Zafer) Roland Barthes'ın göstergebilimsel analizi ışığında ele alınmıştır.

4. 1."Halk" Konulu Propaganda Afişi

"Halk" konulu propaganda afişinde Barthes'ın düzenlam boyutunda, afişte Mussolini'nin büyük bir resmi yer almaktadır. Yeşil bir zeminin önünde yer alan Mussolini'nin fotoğrafının gövde bölümünde, görsel kodlar içerisinde insan tasvirlerinin olduğu görülmektedir. Propaganda afişinde ise yalnızca "1934 XII" ve "Si/Evet" yazılı kodları bulunmaktadır. Sunum kodları içerisinde Mussolini başını öne doğru eğmiş, düşünceli bir şekilde gösterilmektedir.

1922 yılında gerçekleşen Roma Yürüyüşü'nde binlerce kişi Mussolini'yi desteklemişti. Nitekim kendisini geniş kitlelerin desteklediği imajını veren Mussolini, İtalya Kralı tarafından başbakan olarak görevlendirilmişti. Kült liderlik inşasının önemli bir boyutu, liderin geniş kitleler tarafından desteklenmesidir. Halk desteğini arkasına alan liderler, ülkede güçlü bir tahakküm kurma şansı elde edebilirler.

Şekil 1: "Halk" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak: www.chisholm-poster.com)

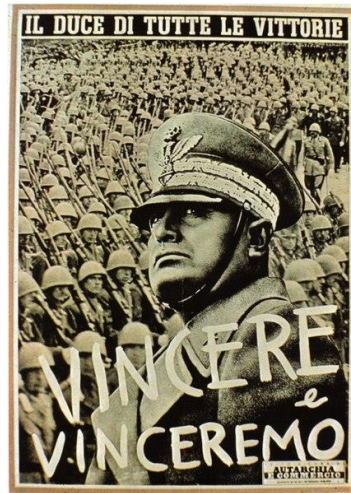
Propaganda afişi yan anlam boyutunda ele alındığında; Mussolini'nin devasa görüntüsü içerisinde "mağrur" bir şekilde gövdesi içinde yer alan kitlelere bakması, onun kitlelerden üstün bir kişilik gibi gösterilmesine işaret etmektedir. Afişte yer alan insanlar, İtalya'yı ve İtalya halkını temsil eden metonimiler olarak kullanılmıştır. Kitleler, Mussolini'ye ait, onun gövdesinin bir parçasıymış gibi gösterilmektedir. Nitekim afişte Mussolini, İtalyan halkı içerisinde yüceltilmekte ve farklı bir noktaya

yerleştirilmektedir. Afişin üzerinde yer alan 1934 yılı, Mussolini'nin İtalya'da iktidara gelişinin 12. yılını ifade etmektedir. Romen rakamları ile yazılı olan "XII/12" rakamı da Faşizm'in İtalya'da egemen olduğu 12 yılı göstermektedir. Yazılı kodlar içerisinde Romen rakamının kullanılmasını Mussolini'nin, Roma İmparatorluğu'nu tekrar canlandırma hayalinin bir parçasıdır. Nitekim Faşist İtalya döneminde, Roma İmparatorluğu'nu çağrıştıran pek çok gösterenin kullanıldığı bilinmektedir. Diğer yandan afişte yer alan "Si/Evet" yazılı kodu, yan anlam boyutunda insanlar tarafından söylenmiş gibi gösterilmektedir. Böylece afişte, İtalyan halkının kült lider haline getirilen Mussolini'yi desteklediklerine yönelik mit inşa edilmeye çalışılmıştır. Mussolini, afişte "lider" ve "önder" metaforları olarak sunulmakta, Faşizm altında yönetilen İtalya'nın mutlak diktatörü olarak gösterilmektedir.

4. 2. "Ordu" Konulu Propaganda Afişi

"Ordu" konulu propaganda afişi, düz anlam boyutunda ele alındığında, afişin merkezine büyük bir Mussolini resminin yerleştirildiği görülmektedir. Afişte görsel kodlar içerisinde Mussolini'nin askeri kıyafetler içerisinde olduğu görülmektedir. Mussolini'nin hemen arkasından ise onlarca İtalyan askeri gelmektedir. Afişte "Il duce di tutte le vittorie/bütün zaferlerin lideri" ve "vincere/vinceremo/kazanmak, kazanacağız" yazılı kodları yer almaktadır. Sunum kodları içerisinde Mussolini'nin göğe doğru kendinden emin bir şekilde baktığı görülmektedir.

Şekil 2: "Ordu" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak: <http://dizionariupi.zanichelli.it>)

1939'un Eylül'ünde İkinci Dünya Savaşı patlak verdiğinde Mussolini İtalyası tarafsızlığını ilan ederek, savaşın nasıl bir seyirde gideceğini beklediler. Naziler, 1939 yılında Polonya'yı işgal edip, 1940 yılında Norveç, Danimarka, Hollanda, Belçika ve Fransa'yı da ele geçirince Mussolini Müttefik Devletler'e savaş açarak İkinci Dünya Savaşı'na dâhil oldu. Bu süreçte, Mussolini İtalyan ordusunu seferber ederek, Balkanlarda ve Kuzey Afrika'da saldırılara girişti. Mussolini bu süreci kült lider inşasında önemli bir malzeme olarak kullanmaya çalıştı ve kendisini İtalyan ordusunun muzaffer komutanı olarak gösterdi. Mussolini her ne kadar, Balkanlar'da Yunanistan'a, Kuzey Afrika'da da İngiltere'ye karşı ağır yenilgiler alarak askeri yönden kült lider olma umudunu kaybettiye de, Nazilerin desteği ile askeri otoritesini bir süreliğine daha korumayı başardı (Hart, 2015: 120).

Afişte yan anlam boyutunda, Mussolini'nin geçmişte önemli zaferler kazandığına vurgu yapılarak, 2. Dünya Savaşı'nda da Müttefiklere karşı önemli zaferler elde edeceği anlatılmaya çalışılmıştır. Mussolini'nin arkasındaki askerler, İtalyan Ordusu'nu temsil eden metonimi olarak kullanılmıştır. Mussolini'nin afişte büyük gösterilmesi ve askerlerin Mussolini'nin arkasında bulunması, Mussolini'nin İtalyan Ordusu'na yaptığı liderliği anlatmaktadır. Afişte yer alan "bütün zaferlerin lideri" yazılı kodu ile Mussolini'nin Libya ve Habeşistan'da elde ettiği başarılarla vurgu yapılmaktadır. Mussolini afişte "güç" ve "otorite" metaforları olarak sunulmuştur. Afişteki yazılı ve görsel kodlar bir bütün olarak okunduğunda, İtalyan Ordusu'nun savaşı kazanacağına yönelik mitin inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir.

4. 3. "Sömürge" Konulu Propaganda Afişi

"Sömürge" konulu propaganda afişi düz anlam boyutunda ele alındığında, yeşil renkte bir Afrika haritasının önünde Mussolini'nin bulunduğu görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde Mussolini askeri bir üniforma içerisinde konumlandırılmıştır. Sunum kodları içerisinde Mussolini'nin konuşmakta olduğu gösterilmektedir. Afişte "L'Italia ha finalmente il suo impero/İtalya nihayet imparatorluğuna sahip oldu" yazılı kodu yer almaktadır.

Şekil 3: "Sömürge" Konulu Propaganda Afişi(Kaynak: <https://guerraperlimpero.wixsite.com>)

İtalya, 1930'ların başında Libya'da denetimi sağlamayı başardı. Ardından 1936 yılında Habelşistan'ı İtalyan Krallığı'nın topraklarına kattı. Bu süreçte İtalya, kendini İngiltere ve Fransa gibi bir sömürge devleti olarak ilan etti. Mussolini, Afrika'da elde ettiği başarıları kült lider inşasında da önemli bir propaganda aracı olarak kullanmaya çalıştı. Nitekim Mussolini iktidarından önce Afrika cephesinde açılan cephelerde İtalyan orduları istenilen başarıları gösterememiş ve işgal edilen yerlerde kontrolü sağlayamamışlardı. Buna karşın, Mussolini önderliğindeki İtalya Ordusu, Afrika'da İtalya'nın çatışma halinde bulunduğu topraklardahâkimiyet kurmayı başarmıştı.

Afişte yan anlam boyutunda İtalya Krallığı'nın, İtalya İmparatorluğu haline geldiği anlatılmaktadır. "İtalya nihayet imparatorluğuna kavuştu" yazılı kodu ile İtalya'nın geçmişten beri elde edemediği "imparatorluk hayali"nin Mussoli ile mümkün olduğu ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Afişte gösterilen Afrika kıtası, İtalya'nın Afrika'daki sömürgelerini ortaya koyan bir metonimi olarak sunulmuştur. Mussolini'nin sunum kodları içerisinde konuşuyor gibi gösterilmesi, İtalya'nın İmparatorluk olmasının kendi başarısı gibi gösterilmesini temsil etmektedir. Afiş genelinde, İtalya'nın Mussolini sayesinde İmparatorluk haline dönüştüğü miti İtalyan halkı üzerinde inşa edilmeye çalışılmaktadır. Afişte Mussolini, "refah" ve "başarı" metaforları olarak sunulmaktadır.

4. 4. "Zafer" Konulu Propaganda Afişi

"Zafer" konulu propaganda afişi düz anlam boyutunda ele alındığında, büyük bir Mussolini resminin afişin merkezine yerleştirildiği görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde Mussolini bir asker üniforması içerisinde resmedilmektedir. Sunum kodları içerisinde Mussolini'nin kendinden emin bir şekilde göğe baktığı görülmektedir. Mussolini resminin hemen altında ise İtalyanca "Vincere/kazanmak" yazılı kodu yer almaktadır. Mussolini'nin hemen arkasında da Yunan Mitolojisi'nin Zafer Tanrıçası Nike'in heykeli yer almaktadır.

İtalya, Birinci Dünya Savaşı'na İngiltere, Fransa ve Rusya'nın oluşturduğu Üçlü İtilaf Devletleri'nin bloğunda girdi. İtalya, savaşta kazanan bloğu desteklemesine rağmen, savaşın soncunda istediklerini elde edemedi.² Dünya Savaşı patlak verdiğinde de gerek ülkede egemen olan ideoloji, gerekse ülkenin mevcut çıkarları nedeniyle, İtalya eski düşmanı Almanya'nın yanında savaşa katılarak, 1940 yılının Haziran'ında Fransa ve İngiltere'ye savaş açtı. Savaşta Mussolini, İtalya Ordusu'nun liderliğini üstlendi. Bu süreçte, İtalyan Ordusu'nun zaferi doğrudan Mussolini'ye mal edileceği için İtalyan propagandası sürekli olarak "zafer" sloganları atarak savaşın İtalyanlar lehine sonuçlanacağı yönünde kamuoyunu etkilemeye çalıştı.

Şekil 4: "Zafer" Konulu Propaganda Afişi



(Kaynak: www.mymilitaria.it)

Yan anlam boyutunda değerlendirildiğinde, afişte İtalya halkı, Mussolini'nin liderliğinde İtalyan Ordusu'nun 2. Dünya Savaşı'nda zafer kazanacağına inandırılmaya çalışılmaktadır. Nitekim kazanılacağına inanılan zafer ile birlikte Mussolini'nin kült lider olarak İtalyanların gözünde önemli bir yer elde edeceği düşünülmektedir. Mussolini'nin arkasında yer alan Yunan Mitolojisi'ndeki Zafer Tanrıçası Nike, Mussolini'nin kazanacağına inanılan "zafer" in metaforu olarak afişte kullanılmıştır. Mussolini'nin sunum kodları içerisinde kendine güvenen bir duruş içerisinde gösterilmesiyle, İtalyan halkına savaşın sonucu ile ilgili olarak güven verilmeye çalışılmaktadır. Afişte zaferin İtalyanların olacağına yönelik mitin inşa edildiği görülmektedir. Nitekim Mussolini'nin resminin hemen altında yazan "kazanmak" yazılı kodu, afişin arka fonunda sürekli olarak tekrarlanmıştır. Gerek görsel kodlar içerisindeki Nike'ın heykeli, gerekse yazılı kodlar içerisindeki "kazanmak" yazısı, İtalya halkını, Mussolini önderliğindeki İtalya'nın savaşta zafer kazanacağına odaklamaktadır.

Sonuç

20. yüzyılda kült lider propagandasının totaliter yönetimlerde sıklıkla uygulandığı görülmüştür. Bu ülkelerin başında da Faşist İtalya yer almaktadır. İtalya'da 1922 yılında faşistler iktidara geldiklerinde liderleri Benito Mussolini'yi İtalyan kamuoyunda kült lider olarak inşa etmek için yoğun bir propaganda faaliyetine giriştiler. Böylece faşistler, Mussolini'yi İtalya'da efsaneleştirerek, Mussolini'nin Faşizm ideolojisi altında aldığı tüm kararların sorgusuz sualsiz İtalyan halkı tarafından kabul edileceğini düşündü. Faşistler bu süreçte gazete, dergi, radyo gibi kitle iletişim araçlarını etkili bir şekilde kullanarak, Mussolini'yi kült lider inşa etmek için çalıştılar. Mussolini'yi kült lider olarak inşa ederken kullandıkları en etkili propaganda araçlarından biri de afişler olmuştur.

Çalışma kapsamında incelenen afişlerde tüm dikkatin Mussolini üzerinde toplanması amaçlanmıştır. Bunun yanında afişlerdeki görsel ve yazılı kodlar içerisinde Mussolini'nin İtalyan halkının ve İtalyan Ordusu'nun önderi olduğuna yönelik mesajlar verilmiştir. İtalya'da Faşizm ideolojisinin tamamen Mussolini üzerinden somutlaştırıldığı görülmüştür. Nitekim Faşizm'in başarısı doğrudan Mussolini'ye mal

edilmekte ve onun kült liderlik inşasında önemli bir propaganda malzemesi olarak kullanılmaktadır.

Afişlerde, Mussolini'nin; İtalyan halkı için bir kurtarıcı olduğu, İtalya'yı eski Roma İmparatorluğu Dönemi'ndeki ihtişama ve gücetaşdığı, 2. Dünya Savaşı'nda İtalya'yı zafere taşıyacağı gibi Mussolini'nin İtalya'da kült lider olmasını sağlayan mitlerin inşa edildiği görülmüştür. Mussolini, Libya'nın kontrol altına alınması, Habeşistan'ın işgal edilmesi gibi İtalya'da gerçekleştirilen tüm başarıların mimarı olarak afişlerde sunulmuştur.

Afişlerde İtalyan halkını ve ordusunu yansıtan metonimilere yer verildiği görülmüştür. Kullanılan metonimilerde de insanların Mussolini'nin liderliğini kabul ettiği ve onun peşinden gittiğine dair bir izlenim oluşturulmaya çalışılmaktadır. Diğer yandan, Mussolini'nin afişlerde, "kahraman", "kurtarıcı", "zafer" ve "lider" gibi olumlu metaforlar olarak sunulduğu görülmüştür.

Çalışma kapsamında kült lider inşasında propagandanın rolü İtalyan lider Benito Mussolini özelinde incelenmiştir. Çalışma alanda özgün olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önem taşımaktadır. Buna karşın gelecek çalışmalarda, kült lider inşasında propagandanın rolünün, Kuzey Kore lideri Kim Jong-Un gibi güncel örnekler üzerinden incelenmesi alana daha da önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- AKARCA, Sezer (2003). İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda, Ankara: İmaj Yayınevi.
- AZİZ, Aysel (2007). Siyasal İletişim, 2. Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- CAVALLI, Luciano (1998). "Considerations on Charisma and The Cult of Charismatic Leadership", *Modern Italy*, 3 (2), 159-171.
- CAPLAN, Jane (2017). Hitler Almanyası 1933-1945, (Çev: İdem Erman), İstanbul: İnkılap Yayınları.
- CHISHOLM, <https://www.chisholm-poster.com/posters/CL58736.html>, Erişim Tarihi: 25.05.2018.

- ÇAKI, Caner (2018). "Komünizm İdeolojisinde Kült Lider Olgusu: Berlin'in Düşüşü Propaganda Filmi'nin Alımlama Analizi". Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi, (9), 94-113.
- ÇAKI, Caner, GÜLADA, Mehmet Ozan (2018). "Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası". Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7 (1), 53-80.
- ÇAKI, Caner, KARABURUN DOĞAN, Derya ve YILMAZ, Nurcan (2018). "Horst-Wessel Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 46, 89-110.
- DIZIONARIPIU, <http://dizionaripiu.zanichelli.it/storiadigitale/p/percorso/98/2404/1-italia-fascista-fascismo?sect=1>, Erişim Tarihi: 25.05.2018.
- DOMENACH, JeanMarie (2003). Politika ve Propaganda, (Çev: Tahsin Yücel), 2. Basım, İstanbul: Varlık Yayınları.
- EBERLE, Henrik ve Uhl, Matthias (2017). Hitler Kitabı, (Çev: Mustafa Tüzel), İstanbul: Alfa Yayınları.
- EROL, Erol Gülbuğ, CERRAHOĞLU, Necati& ÇAKI, Caner (2017). "Hitler Dönemi Eğitim Yapısındaki Otokrasinin Eleştirisi: Die Welle Filmi Üzerine Göstergebilimsel İnceleme", IX. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Kongresi, Ordu, 1234-1249.
- FALASCA-ZAMPONI, Simonetta (1997). Fascist Spectacle: the Aesthetics of Power in Mussolini's Italy (Vol. 28), London: Univ of California Press.
- GILL, Graeme (1980). "The Soviet Leader Cult: Reflections on the Structure of Leadership in the Soviet Union", British Journal of Political Science, 10(2), 167-186.
- GORI, Gigliola (1999). "Model of Masculinity: Mussolini, the 'New Italian' of the Fascist Era". The International journal of the History of Sport, 16 (4), 27-61.
- GUERRAPERLIMPERO, <https://guerraperlimpero.wixsite.com/mostra/propaganda>, Erişim Tarihi: 25.05.2018.

- HART, Basil Liddell (2015). İkinci Dünya Savaşı Tarihi, (Çev: Kerim Bağrıaçık), İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- JOWETT, S. Garth&O'DONNELL, Victoria (2014). Propaganda & Persuasion. USA: Sage.
- KARACA, Mustafa ve ÇAKI, Caner(2018). İletişim ve Propaganda, Konya: Eğitim Yayınevi.
- KERSHAW, Ian (2007). Hitler, 1889-1936: Hubris,(Çev: Zarife Biliz), 1. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.
- KERSHAW, Ian (2009). Hitler, 1936-1945: Nemesis,(Çev: Zarife Biliz), 2. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.
- KISSENGER, Henry (2010). Diplomasi, (Çev: İbrahim H. Kurt), 9.Baskı,İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- MACİT, M. Hanifi(2007). Faşizm ve Nazizm, Ankara: Savaş Yayınevi.
- MACKSEY, K. J. (2012). İkinci Dünya Savaşı'nda Askeri Hatalar, (Çev:M. Tanju Akad), İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- MAZOWER, Mark (2014). Hitler İmparatorluğu, İşgal Avrupa'sından Nazi Yönetimi, (Çev: Yavuz Alogan), 2. Baskı,İstanbul: Alfa Yayınları.
- MCNAB, Chris (2015). Hitler'in Ordusu, Nazi Savaş Makinesinin Tarihi, 1939-1945, (Çev: Okan Doğan), İstanbul: Timaş Yayınları.
- MELOGRANI, Piero (1976). "The Cult of the Duce in Mussolini's Italy", Journal of Contemporary History, 11(4), 221-237.
- MYMILITARIA, http://www.mymilitaria.it/liste_03/boccasile_vincere_mussolini.htm, Erişim Tarihi:25.05.2018.
- NELIS, Jan (2007). "Constructing Fascist Identity: Benito Mussolini and the Myth of Romanita", Classical World, 100(4), 391-415.
- ÖYMEN, Onur (2014). Bir Propaganda Silahı Olarak Basın, Remzi Kitabevi, İstanbul.

- TANYERİ MAZICI, Emel ve ÇAKI, Caner (2018). "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı". Erciyes İletişim Dergisi. 5 (3). 290-306.
- TARHAN, Nevzat (2010). Psikolojik Savaş, Gri Propaganda. 13.Baskı. İstanbul: Timaş Yayınları.
- YAVUZOĞLU, Arda (2003). 20. yy.'da Faşist Paranoya, İstanbul: Sayfa Yayınları.
- ZORLU, Yaşar, ÇAKI, Caner, KARACA, Mustafa (2017). "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi". Sosyoloji Konferansları - IstanbulJournal of SociologicalStudies. No: 56 (2017-2). / 65-93.