İDİL

SİYASİ PROPAGANDA AFİŞLERİNDE KADIN İMGESİ: ALMANYA İÇİN ALTERNATİF PARTİSİ (AfD) ÖRNEĞİ

Oğuz TUNÇEL
Dr. Öğr. Üyesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, oguztuncel06@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6697-1454

Tunçel, Oğuz. "Siyasi Propaganda Afişlerinde Kadın İmgesi: Almanya İçin Alternatif Partisi (AfD) Örneği". idil, 96 (2022 Ağustos): s. 1237–1249. doi: 10.7816/idil-11-96-08

ÖZ

2009'da yaşanan Avro krizi ve ardından 2015'te Avrupa sınırlarına yönelen mülteci akını, Avrupa toplumunda ekonomik kaygılara ve güvenlik endişelerine neden olmuştur. Yaşanan krizlerin sosyal ve iktisadi alanda yarattığı ciddi sorunlar siyasi alanda da karşılık bulmuş, siyaseten yeni arayışlara yönelen seçmen nezdinde iktidardaki neo-liberal merkez partilere güven azalmıştır. Avrupa toplumu üzerinde rahatsızlık yaratan bu durumu fırsata çeviren aşırı sağ partiler etnik, kültürel ve dini aidiyetler üzerinden geliştirdikleri popülist söylemlerle halk desteğini önemli ölçüde artırmıştır. Kendi ideoloji ve politikalarını kamuoyunda görünür kılmak amacıyla seçim kampanyalarında propaganda afişlerine yer veren aşırı sağ partiler, seçmen davranışlarını yönlendirici etkin bir görsel iletişim stratejisi izlemiştir. Siyasi afiş kültürünün canlı bir şekilde sürdürüldüğü gelişmiş Batı Avrupa ülkelerinde en fazla göçmen nüfusu barındıran Almanya'da, kitlesel göçle birlikte sayısı her geçen gün artan etnik ve kültürel azınlıklar, aşırı sağ popülist söylemin temel argümanı haline gelmiştir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde, Almanya'nın önde gelen aşırı sağ partilerinden 'Almanya için Alternatif Partisi (AfD)'nin seçim kampanyalarında kullandığı propaganda afişleri dikkat çeker. Seçim afişlerinde kurgulanmış 'kadın' temsilleri üzerinden yabancı ve göçmen karşıtı bir söylem geliştiren AfD, üstün Alman kimliğine ve değerlerine vurgu yapar. Kadınlar üzerinden etnik, dini ve kültürel ayrıştırma yaparak, kendi ideolojik söylemini güçlendirir. Bu çalışma, AfD'nin siyasi propaganda afişlerinde sıklıkla yer verdiği "kadın" imgesi üzerinden inşa edilen ideolojik söyleme odaklanarak, amaca yönelik örneklem modeliyle seçilen afişleri grafik biçim ve içerik açısından ele alır.

Anahtar Kelimeler: Propaganda afişleri, afiş tasarımı, kadın imgesi, göç, zenofobi, seçim kampanyası

Makale Bilgisi:
Geliş: 24 Temmuz 2022 *Düzeltme: 11 Ağustos 2022* *Kabul: 28 Ağustos2022*

© 2022 idil. Bu makale Creative Commons Attribution (CC BY-NC-ND) 4.0 lisansı ile yayımlanmaktadır.

Giriş

Dikkat çekici estetik biçimi ve ikna edici söylemiyle günümüzün en etkili görsel iletişim araçlarının başında gelen afişler, kitlelerle kurduğu doğrudan ilişki nedeniyle modern yaşamın her alanında yaygın olarak kullanılır. Bir fikir ya da düşünceyi yayma, herhangi bir konuda toplumu bilgilendirme ya da bir ürünün reklam ve tanıtımını yapma (Ambrosse ve Harris, 2010: 203) işlevinin yanısıra, bir amaç doğrultusunda hedef kitleyi belli tutum ve davranışlara yönlendirme potansiyeli taşıyan afişler, verilmek istenen mesajı en kısa ve etkili şekilde alıcıya iletir. Sosyal ve kültürel konularda toplumu aydınlatmak amacıyla hazırlanan afişler, siyasal iletişim alanında da karşımıza çıkar. Günümüzde kamusal alanın genişleyerek siyasi fikir ve düşüncelerin tartışıldığı ideolojik bir mekâna dönüşmesi (Çetinkaya, 2011: 115), seçmene ulaşma noktasında afişlerin önemini daha da artırır. Özellikle seçim dönemlerinde halka açık alanlarda kendi ideolojilerini görünür kılmak isteyen parti ve politikacılar tarafından kullanışlı bir propaganda aracına dönüştürülen afişler, seçmen tercihleri üzerinde etkili olur. Seçmenle yüzyüze ilişki kurarak güçlü bir iletişim sağlayan afişler, seçimlerin kaderini belirleyen kararsız seçmenin kazanılmasında önemli rol oynar. Kitlelerin zihinsel ve duygusal yönlerini harekete geçirme potansiyeli taşıyan afişler, siyasi meselelerin hızlı ve kolay bir şekilde gündeme taşınmasına yardımcı olur. Avrupa'da siyasi iletişimin en eski araçlarından biri olarak kabul edilen afişler, seçim kampanyalarının vazgeçilmez bir unsuru olarak öne çıkar. Özellikle siyasi afiş geleneğinin sürdürüldüğü Almanya başta olmak üzere İsviçre, Fransa ve İngiltere gibi gelişmiş ülkelerde, diğer iletişim araçlarına kıyasla üretimi ve dağıtımı daha ucuz ve kolay olan afişler, kamusal alanda görünürlük kazanmak isteyen siyasi partilere ve politikacılara önemli bir avantaj sağlar (Seidman, 2008, akt. Geise, 2017: 13-15). Elektrik direkleri ve reklam panoları gibi halka açık alanlarda seçmeni sürekli afişlere maruz bırakan siyasi partiler, böylece kendi ideolojilerini yayma ve parti hakkında vatandaşı bilgilendirme fırsatı bulur (Lessinger ve Holtz-Bacha, 2019: 125, akt: Reitz, 2019: 6-7).

Çarpıcı görüntüsüyle halka açık yerlerlerde geniş bir etki alanına sahip olan afişlerin kamusal alanda sağladığı görünürlük düzeyi göz önüne alındığında, sıradan bir vatandaşın afişlerden kaçınması oldukça zordur. Özellikle canlı bir afiş kültürüne sahip Batı Avrupa'da seçim dönemlerinde nüfusun %85'i kadar geniş bir seçmen kitlesinin afişlere ulaşabiliyor olması -Almanya Federal seçimlerinde bu oran %94'e ulaşır- (Roßteutscher ve diğerleri, 2018 akt. Steffan ve Venema 2019: 268), seçim yarışında rekabet eden siyasi partileri geniş çaplı afiş kampanyaları düzenlemeye sevk eder. Politik hedeflerine ulaşmak amacıyla bütçelerinin önemli bir kısmını reklam ve propaganda faaliyetlerine ayıran siyasi partiler etkin bir görsel iletişim stratejisi izleyerek, seçmen davranışları üzerinde etkili olmaya çalışır. Planlı bir tasarım süreci sonunda ortaya çıkan kampanya afişlerinde, seçmenin duygularını harekete geçiren dramatik imgelere ve vurucu söylemlere odaklanılır. Mesajın alımlanması için izleyiciye birkaç saniyelik kısa bir zaman ayrılan afişlerde basit, sade ve açık bir dil tercih edilir. Deneyimli siyasal iletişim uzmanları danışmanlığında profesyonel reklam ajansları tarafından hazırlanan afişlerde kısa ve net sloganlara, okunaklı bir tipografiye ve anlaşılır tasvirlere yer verilir (Lessinger, Moke ve Holtz-Bacha, 2003, akt. Arendt, Marquart ve Matthes 2015: 4-5).

Birçok partinin seçim başarısına etki eden propaganda afişleri, yürütülen kampanyanın gücüne ve partinin seçim kazanma potansiyeline işaret eder (Dumitrescu, 2011: 942). Aynı zamanda partinin vaatleri hakkında seçmeni bilgilendiren afişler, siyaseten izlenecek yol ve benimsenen ideal politikalarla ilgili ideolojik ipuçları verir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde, Avrupa'da aşırı sağ partilerin önde gelen temsilcilerinden 'Almanya için Alternatif (AfD) Partisi'nin seçim kampanyalarında kullandığı propaganda afişleri dikkat çeker. Toplumda yabancılara yönelik etnik ve kültürel ayrımı derinleştiren göçmen karşıtı popülist söylemleriyle öne çıkan AfD, kurulduğu 2013 yılından itibaren girdiği seçimlerde kamuoyu desteğini sürekli artırarak önemli bir başarı elde eder. İktidarın uyguladığı mevcut politikalardan rahatsızlık duyan seçmene yönelik politik bir söylem geliştiren AfD, Alman toplumunun içinde bulunduğu konjonktürel yönelimi siyasi fırsata çevirir (Meç, 2018: 137). Ülke genelinde aşırı sağ söylemin yayılması için seçim kampanyalarında kullandığı kışkırtıcı afişlerle daha fazla seçmene ulaşmayı hedefleyen AfD, saf ve beyaz Almanlara vurgu yapan etno-milliyetçi ve İslam karşıtı imajlar ve söylemlerle (Doerr, 2021: 3) ülkedeki yabancı azınlığı, Alman toplumunun etnik ve kültürel homojenliğini bozan varoluşsal bir tehdit olarak gösterir. Bu tehdidi seçim afişlerinde cinsiyetçi bir modelle kullandığı "kadın" tasvirleriyle güçlendirir. Propaganda afişlerinde geleneksel kıyafetli beyaz Alman kadınlara, hamile veya evde çocuk bakan Alman

annelere, kariyer sahibi çalışan kadınlara, bikinili ve çıplak kadın vücutlarına, cinsel şiddet tehdidi altında savunmasız kadınlara ve müslüman göçmen kadınlara yer veren AfD, kurgulanmış "kadın" temsilleri üzerinden kendi politikalarını görünür kılmaya çalışır. Bu çalışma, 'Almanya için Alternatif Partisi'nin seçim afişlerinde sıklıkla kullandığı "kadın imgesi" üzerinden inşa edilen ideolojik söyleme odaklanır. Amaca yönelik örneklem modeliyle seçilen propaganda afişleri grafik biçim ve içerik açısından ele alınır.

Avrupa'da Yükselen Aşırı Sağ ve Almanya İçin Alternatif Partisi (AfD)

2007 yılında ABD'de başlayıp daha sonra Avrupa'ya yayılan finansal kriz, Avrupa Birliği'nde uygulanan ekonomik ve parasal bütünleşme politikalarını tartışmaya açar. Birliğe üye ülkelerde yaşanan iktisadi ve mali sorunlar iktidardaki neo-liberal merkez partilere duyulan güveni azaltır. Refah seviyesindeki düşüş, gelir dağılımındaki adaletsizlik, artan işsizlik, kamu ve sosyal güvenlik harcamalarında yapılan kısıtlamalarla baş etmek zorunda kalan Avrupa toplumu, siyaseten yeni arayışlara yönelir. Ekonomik kaygı ve güvenlik endişelerinin arttığı bu dönemde, ana akım parti politikalarından rahatsızlık duyan seçmen nezdinde, sıradan vatandaşın sorunlarını dile getiren aşırı sağ partilere destek artar. Krizin yıkıcı etkileriyle yüzleşen alt gelir grubuna mensup kesimlerin sosyal, siyasi ve ekonomik çıkarlarını korumaya yönelik politikalar izleyen aşırı sağ partiler, "seçkinci" sisteme karşı "yerli halkı" koruyan popülist söylemleriyle seçmen tabanını ciddi oranda genişletir (Aknur, 2020: 419-420).

2009'daki Avro krizinin ardından 2015 yılında başta Suriyeliler olmak üzere yüzbinlerce sığınmacının Avrupa sınırlarına akın etmesiyle birlikte ortaya çıkan mülteci krizi, Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde terör ve güvenlik endişelerinin artmasına neden olur. Kitlesel göç hareketlerinin Avrupa'da yarattığı sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik sorunlar Macaristan, Almanya, Avusturya, Hollanda, Fransa, Birleşik Krallık ve İskandinav ülkelerinde aşırı sağ partilerin güçlenmesine neden olur. Almanya'da "Almanya için Alternatif (AfD)", Fransa'da Le Pen önderliğinde "Ulusal Cephe (FN)", İngiltere'de "Birleşik Krallık Bağımsızlık Partisi (UKIP)", Macaristan'da Orban liderliğindeki "Macar Yurttaş Birliği (Fidesz)", Avusturya'da "Avusturya Özgürlük Partisi (FPÖ)" ve Hollanda'da aşırı sağcı Wilders öncülüğünde "Özgürlük Partisi (PVV)" başta olmak üzere göçmen karşıtlığıyla öne çıkan aşırı sağ partiler seçmen desteğini önemli ölçüde artırır (Tahincioğlu, 2020: 285). 11 Eylül Saldırıları sonrası tüm dünyada yükselişe geçen aşırı sağ eğilimlerin, köklü bir demokratik kültüre sahip gelişmiş Avrupa ülkelerinde de, özellikle Almanya gibi etnik ve kültürel çeşitliliğe sahip ülkelerde, güç kazandığı görülür. II. Dünya Savaşı'nın ardından aşırı sağ fraksiyonların siyasi temsili noktasında sınırlayıcı hassas politikalar izleyen Almanya'da, Soğuk Savaş'ın son bulduğu 90'lı yıllarla birlikte yaşanan mali kriz ve göçmen sorunu, sağ popülizmi yeniden gündeme taşır (Goziev ve Özcan, 2020: 78). Almanya'da Merkel hükümetinin Euro'yu kurtarma paketine karşı çıkan bir grup iktisatçı ve gazeteci tarafından 2013 yılında kurulan "Almanya için Alternatif Partisi (AfD)", Almanya'nın Euro'dan vazgeçerek Mark'a geri dönmesi gerektiğini savunarak, hükümete karşı açık bir muhalif duruş sergiler (Atikkan, 2014: 132). Kuruluşundan kısa bir süre sonra 2017 Federal seçimlerinde %12,6'lık oy oranıyla önemli bir başarı elde eden AfD, üçüncü büyük parti olarak girdiği mecliste aşırı sağı temsilen Alman siyasetine yön verir (Okumuş, 2021: 102). Başlangıçta Avrupa Birliği'ne karşı şüpheci tutumu ve Avro karşıtlığıyla siyaset sahnesine çıkan parti, toplumda rahatsızlık yaratan göç sorununu siyasi söyleminin temel argümanı haline getirirerek zamanla aşırı sağ bir yönelim sergiler. Almanya'ya ulaşan sığınmacı sayısındaki hızlı artışla birlikte iktidarın göçmenlere yönelik "açık kapı" politikalarını eleştiren AfD, ülkede ekonomik ve sosyal sıkıntıların kaynağı olarak gördüğü sığınmacılara yönelik ötekileştirici/kutuplaştırıcı popülist söylemlerle kamuoyu desteğini önemli ölçüde artırır. Avrupa Birliği'nin çoğulcu politikalarına, küreselleşme ve çok kültürlülüğe karşı çıkan AfD, toplumsal hiyerarşik düzende yerli Alman kimliğini ve kültürünü diğer yabancı kültürlerden üstün tutan bir anlayış sergiler (Aknur, 2020: 425-426). "Kültür, dil ve kimlik" politikalarına yer verdiği parti programında baskın Alman kültürüne vurgu yapan AfD, ülkede sayısı her geçen gün artan yabancıları/göçmenleri/müslümanları geleneksel Alman değerlerine tehdit olarak görür (AfD, 2017). Alman halkının etnik kimlik ve kültürel değerlerini kaybetme tehdidine karşı "yerlilik" iddiasıyla öne sürdüğü asimilasyon politikalarını destekler.

AfD'nin Propaganda Afişlerine Yansıyan Kadın İmgesi

2000'li yılların başlangıcından itibaren Orta Doğu ve Kuzey Afrika'dan Avrupa'ya doğru kitlesel göç hareketlerinin belirgin şekilde artması, Avrupa toplumu içerisinde göç kaynaklı korku ve endişeleri gündeme

taşır. 2015 yılında Suriye'de yaşanan iç savaş neticesinde yerlerinden edilen milyonlarca insanın Avrupa sınırlarını zorlaması beraberinde birçok sorun yaratır. Sığınmacılardan duyulan rahatsızlığın had safhaya ulaşması Avrupa vatandaşlarının göç ve göçmene bakışını olumsuz etkiler. Toplumda göçmenlere karşı oluşan direnç, AB'ye üye ülkeler arasında serbest dolaşım ve sınır güvenliği konularında hararetli tartışmalara neden olur. Mülteci krizinin ekonomik ve sosyo-kültürel alanda yarattığı olumsuz etkiler siyasi alanda da karşılık bulur. Irkçı ve yabancı karşıtı popülist söylemlerin üst perdeden seslendirilmesine fırsat veren bu ortam aşırı sağ partilere desteği artırır (Akdoğan ve Atalay, 2017: 2438, 2441).

Göçle birlikte Avrupa'da giderek artan etnik ve kültürel çeşitlilik, siyasi alanı yeniden şekillendirerek insan hakları temelinde farklı kültürleri kucaklayan Avrupa düşüncesini savunan partilerle, göçmenlere ve yabancılara karşı politize olmuş seçmenin taleplerini merkeze alan radikal sağ partiler arasında ideolojik ve politik çatışma alanı yaratır. Kozmopolit ve ilerici toplumsal değerleri savunan sol siyasi partiler ile geleneksel değerleri savunan sağ partiler arasında yaşanan rekabet ve derin görüş ayrılıkları, toplumsal bölünmelere neden olur. Sol partiler açık sınırlar, etnik ve kültürel çeşitlilik, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi konuları gündeme taşırken, sağ partiler geleneksel aile yapısına ve değerlerine, göçle bağlantılı etnik, kültürel, ekonomik ve demografik tehditlere vurgu yapar. Özellikle göçmen karşıtı siyasi söylemleriyle kamuoyu desteğini artıran aşırı sağ partiler, etnik çeşitliliğin toplumsal dayanışma bağlarını kopardığını öne sürerek artan yabancı nüfusa karşı yerli nüfusun korunmasına yönelik politikalar izler. Azalan doğum oranları nedeniyle Avrupa'nın demografik geleceği için ailenin ve anneliğin önemine dikkat çekerek, yerli kadınları daha fazla çocuk sahibi olmaya ve evde çocuk bakmaya teşvik eder. Avrupa'daki sağ partilerin çoğu, kadınları tamamen işgücü piyasasının dışında bırakmadan ekonomik bağımsızlıklarını elde edebileceği, çocuk yapma isteklerinin önüne geçmeden kariyerlerine devam edebilecekleri doğum merkezli bir aile politikasını savunur. Parti programında geleneksel aile bağlarına vurgu yapan Almanya İçin Alternatif (AfD) Partisi'nin 2017 Almanya Federal seçimlerinde kullandığı tartışmalı afiş (Görsel 1), partinin Alman kadınlarını ülkeleri için çocuk yapmaya özendiren ideolojik söylemini güçlendirir. Beyaz bir hamile kadının karnını belirgin bir şekilde gösteren siyasi afişte, düşük doğum oranları nedeniyle giderek yaşlanan Almanya'nın daha fazla göçmene ihtiyacı olduğunu savunan Merkel iktidarının göçmen politikası eleştirilir (Dancygier, 2020: 56-59). Cinsiyet farklılıklarının "doğallığına' yaptığı vurgu ve kitlesel göçün kadın ve çocuklar üzerinde yarattığı güvensizlik ve tehdide karşı öne sürdüğü görüşlerle seçmen tabanından büyük destek gören AfD, seçim kampanyalarında kullandığı afişlerde hedef kitlenin duygularını uyarmak için özellikle kadın temsiline yer verir. Kadın ve toplumsal cinsiyet meselelerini partinin ideolojik söyleminin ve siyasi hedeflerinin ayrılmaz bir parçası haline getiren AfD, geleneksel aile politikalarını destekler. Sağ popülizmin anti-feminist, cinsiyetçi, ırkçı, ataerkil ve otoriter toplum ideolojilerini siyasi programının merkezine alan AfD, seçim kampanyalarında geleneksel medya ve yeni medya araçlarını etkin bir şekilde kullanır (Gutsche, 2018: 25).

Görsel 1. „Neue Deutsche?" Machen wir selber. ["Yeni Almanlar mı?" Biz kendimiz yaparız.]

Almanya başta olmak üzere Avrupa'daki düşük doğum oranlarına dikkat çekmek amacıyla hazırlanan kampanya afişinde, tipik Alman topoğrafyasını temsil eden kır manzarasında yeşil çimenlere serdiği battaniyeye uzanan beyaz tenli hamile Alman kadını, karnını zar zor örten mavi-beyaz çizgili gömleği ve kot pantolonuyla tasvir edilir. Anne olacağının heyecanıyla gülümseyen kadının sadece yüzünün bir kısmı gösterilir. Sol eliyle karnına dokunan anne doğacak çocuğunu şefkatle korumaktadır. Annenin karnını örten mavi beyaz şeritli gömlek ise AfD'nin kurumsal renkleriyle ilişkilendirildiğinde farklı bir anlam taşır. Geleneksel ailenin koruyucusu olarak AfD, sayısı hızla artan yabancı nüfusa karşı Alman nüfusunu savunmaktadır. Göçmen kadınlar yerine daha fazla Alman kadının doğum yapmasını teşvik eden planlı ve dengeli bir nüfus politikasıyla göçmenlere ihtiyaç kalmadan Almanlar kendi nüfuslarını koruyabilecektir (Çakı ve Topbaş, 2018: 68-69). Afişin üst üçte birlik kısmında kalın ve güçlü bir tipografiyle "**Neue Deutsche?**" **Machen wir selber."** ("Yeni Almanlar mı?" Biz kendimiz yaparız.) ifadesine yer verilir. Turkuaz zemin üzerinde AfD'nin logosunun ve sloganının yer aldığı alt üçte birlik kısımda "**Kendine Güven Almanya!**" sloganıyla Alman halkı cesaretlendirilir (Reitz, 2019: 33, 50).

Afişin merkezine yerleştirilen genç ve güçlü sarışın anne adayı, sağlıklı Alman nesillerini yetiştirmeye hazırdır. Ülkesine karşı sorumluluğunu yerine getirmenin sevincini ve gururunu yaşamaktadır. Avrupa'da yaşanan sığınmacı krizinin yarattığı demografik sorunlara dikkat çeken slogan, her geçen gün yaşlanan ve azalan Alman nüfusunun nasıl bir tehlike altında olduğuna vurgu yapar (Şaşmaz, 2020: 81). Alman vatandaşlarında kaygı ve endişe yaratacak böylesi bir tehdide karşı seçmeni çözüme çağıran AfD, vurucu bir söylemle izleyicinin duygularına hitap eder. Kurulduğu günden bu güne, Alman ulusunun yok olmasını önlemek ve ülkeye dışarıdan gelen yabancı akınına karşı "demografik gerilemeyi" durdurmak için çeşitli stratejiler ve araçlar geliştiren AfD, yabancılar tarafından yutulma tehdidine karşı yerli nüfusun korunmasına yönelik aktif bir nüfus politikası benimser (Gutsche, 2018: 26). Evin geçimini sağlayan bir baba, ev hanımı anne ve çocuklardan oluşan ataerkil çekirdek aile modelini Alman toplumunun temeli olarak idealleştiren AfD, taşıdığı değerler ve cinsiyet rolleriyle Alman neslinin devamını sağlayan ailenin güçlendirilip korunmasını savunur. Artan yabancı nüfusa karşı dramatik bir düşüş yaşayan saf Alman ırkını korumak için aileyi ön plana çıkaran AfD, katı bir toplumsal cinsiyet düzenini savunarak kadının doğurganlık rolünü yüceltir. "Kitlesel göç yerine daha fazla çocuk" mottosuyla, düşük doğum oranlarını Avrupa'nın kültürel çeşitliliğinin ve zenginliğinin gelecek nesillere taşınmasında en büyük engel olarak görür. Nüfusu azalan medeniyetlerin birgün tarih sahnesinden çekileceğini dile getiren AfD, nüfus kaybına karşı Alman halkını korumak için 'beşik savaşı' çağrısında bulunur (Heinemann, 2022: 374, 381).

Görsel 2. „Burka?" Ich steh' mehr auf Burgunder! ["Burka mı?" Ben daha çok Burgundy (Bordo şarabına) bayılırım!]

Farris'in "Feminist ve femokratik milliyetçiliğin" kısaltması olarak kullandığı femo-milliyetçi temaları kullanan Avrupa'daki aşırı sağ partiler, ırkçı ve yabancı karşıtı ideolojilerini güçlendirmek amacıyla Batı'ya ait olmayan göçmenleri ve Avrupa toplumunun dokusunu bozan İslam'ı damgalayıcı temsillere yer

verir. Kadın düşmanı bir din ve kültür olarak İslam'dan korunması gereken beyaz Avrupalı kadını kendi himayesi altında özgürleştirilen pasif kurbanlar olarak araçsallaştıran popülist partiler, kadın haklarının savunuculuğunu üstlenerek seçmen tabanını genişletir (Farris, 2017: 2-4). Alman değerleri üzerinde önemli bir tartışma alanı yaratan "kadın" temsili, milliyetçi popülizmi güçlendiren sembolik anlamıyla ulus inşaasında kullanışlı bir figür olarak ortaya çıkar. AfD'nin siyasi afişlerinde saf Alman halkını ve yaşam tarzını simgeleyen kıyafetlerle sunulan beyaz tenli kadınlar (Görsel 2), Alman kimliği ve kültürüyle bağdaşması mümkün olmayan yabancı bir medeniyet arasında aşılmaz bir mesafeyi temsil eder.

Afişte, geleneksel Alman giysileriyle yeşil bir üzüm bağında sağ elleriyle tuttukları kadehlerle şarabın tadını çıkaran farklı yaş grubundan beyaz tenli üç Alman şarap kraliçesine yer verilir. Afişin merkezine yerleştirilen kadınlar gülümseyen yüz ifadeleriyle izleyicide yakınlık hissi doğurur. Alman doğasını simgeleyen mavi gökyüzü ve yeşil kır manzarasından oluşan zengin arka plan, canlı renkleriyle izleyicide pozitif duygu yaratır. Posterin üst üçte birlik kısmında üç satır halinde yazılan **„Burka?" Ich steh' mehr auf Burgunder!** ["Burka mı?" Ben daha çok Bordo'ya bayılırım] ifadesi yer alır. Avrupa'ya özgü meşhur üzüm bağlarından birinde üretilen yöreye has en iyi Alman şaraplarından birine yer verilen afişte, seçmenle yakınlık kuracak kültürel motifler kullanılarak daha sempatik ve olumlu bir parti imajı yaratılmaya çalışılır. Afişin alt üçte birlik kısmında ise kampanya sloganı ve AfD logosu yer alır (Reitz, 2019: 27). Afişte doğrudan yabancılara/müslümanlara yönelik negatif söylem içeren suçlayıcı görsellere yer verilmez. Görsel olarak tasvir edilmeyen ancak yazılı söylemle ya da ima yoluyla atıfta bulunulan tehdit edici aktörlerin örtük bir şekilde yer aldığı afişte, yabancılar ile yerli Almanlar arasındaki kültürel farklılıklara dikkat çekilir. Burka yerine geleneksel kıyafetleri tercih eden şarap kraliçeleri Alman değerlerini temsil eder. "Burka?" ifadesiyle müslüman kadınların geleneksel giyim tarzına gönderme yapılırken, ellerinde tuttukları şarap kadehleriyle de alkollü içkiyi haram sayan yabancı bir kültür hedef alınır. Doğrudan izleyiciyle göz teması kuran kadınlar vücut dilleriyle ve havaya kaldırdıkları kadehlerle kendilerine katılmaya davet eder. Biz-onlar ayrımını güçlendiren ikili karşıtlıklar yoluyla Alman gelenek ve göreneklerinin öne çıkarıldığı afişte; dini inançları, giyim ve kuşamları, yeme-içme alışkanlıkları sebebiyle müslümanlar Alman kültürünü ve değerlerini tehdit etmektedir (Reitz, 2019: 40, 45).

Afiş metninde tırnak içine alınan "Burka?", beyazların çoğunlukta olduğu seküler Avrupa'da ve Almanya'da İslam'ı kültürel çeşitliliğin bir parçası olarak gören anlayışın aksine, müslüman kadının tesettür kültürünü küçümseyen ve aşağılayan radikal bir sembol olarak kullanılır (Korteweg ve Yurdakul 2014, akt: Doerr, 2021: 10). "Alman olmak ve Alman kalmak istediğini" ilan eden AfD, Batı Hıristiyan kültürü dışındaki insanları, Alman halkının bir parçası olarak görmedikleri beyan eder. Partiye göre Almanya, korunması gereken en büyük Avrupa kültür ülkelerinden biridir (AfD, 2017: 47). Bu yüzden devlet ve sivil toplum, Alman kültürel kimliğini egemen kültür olarak savunmak zorundadır. Alman kültürünün, edebiyatının, müziğinin ve sanatının gelecek nesiller için korunması partinin öncelikli hedeflerinden biridir. Ülkede yaşayan yabancı azınlıkların kültürünü Alman kimliğine yönelik en büyük tehlike olarak gören AfD, dışarıdan ithal edilen değerleri yerli Alman kültürüyle eşitleyen yaklaşımların toplumsal barışı tehdit ettiğine vurgu yapar (Ataç, 2019: 29-30). Partinin bu görüşlerini yansıtan afişte, Alman kültürünü yansıtan imgeler öne çıkarılarak seçmen davranışları etkilenmeye çalışılır. Seçim kampanyalarında İslam karşıtı, etno-milliyetçi ve ötekileştirici bir söylem geliştiren AfD, Alman kültürü ve İslam arasındaki klişeleşmiş karşıtlıklardan yola çıkarak, İslam'ın Almanya'ya ait olmadığı fikrini pekiştirir. Müslümanların Almanya'nın bir parçası olarak görülemeyeceğini iddia ederek, ülkeye dışarıdan gelen yabancı kültürlerin Alman kültürünü yok edeceği tehdidi vurgulanır (Gedmin, 2019).

Bir diğer afişte, Almanya'nın farklı bölgelerinden geleneksel giysiler içinde üç orta yaşlı beyaz kadın tasvir edilir. Soldaki Bavyeralı kadın üstü dar altı geniş bir Dirndl ile ortadaki kadın Almanya'ya özgü bir Slav grubu olan Sorbik halkının beyaz başlığı ve elbisesiyle en sağdaki kadın ise Kara Orman'ın Schwarzwälder bölgesine ait kırmızı toplu Bollenhut şapkasıyla izleyiciye gülümsemektedir. Etnik köken ve ırk çeşitliliğinin elbiseler üzerinden kurgulandığı afişte (Hilss, 2019: 37), Almanya'nın tarihi derinliği ve kültürel çeşitliliği vurgulanır. Mavi bir gökyüzünün altında sarı mısır tarlasının önünde duran ve doğrudan izleyiciye gülümseyen kadınlar başparmaklarını kaldırarak hedef kitleye güven hissi verir. **"Bunte Vielfalt?" Haben wir schon.** ["Renkli çeşitlilik mi?" Bizde var zaten.] ifadesi, daha önceki afişlerde olduğu gibi kompozisyonun üst üçte birlik kısımda aynı noktada konumlandırılır. Aynı durum, kampanyanın sloganı ve

afişin alt kısmında yer alan parti logosu için de geçerlidir (Reitz, 2019: 26). Yukarıdaki üç afişte görsel ve metinsel içerikler farklı farklı olsa da görsellerin boyutu, yazı tipi ve düzeni aynıdır. Parti kimliğinin bir parçası haline gelen açık mavi renk tasarımın önemli bir parçası olarak sıklıkla kullanılır (Kobayashi, 2022: 37, 38). Alman ulusuyla bağdaşmayan farklı gelenek, değer yargıları ve yaşam tarzlarına sahip yabancılarla homojen Alman kimliği ve kültürünün birbirine karıştırılmadan varlığını sürdürmesine dikkat çeken afişte, ulusal kimlik üzerinden bir aidiyet duygusu inşa edilir (Schabio, 2021).

Görsel 3. „Bunte Vielfalt?" Haben wir schon. ["Renkli Çeşitlilik mi?" Bizde Var Zaten.]

Siyasi rakiplerini seçkinci ve elitist olarak nitelendiren AfD, propaganda afişlerinde sıradan Alman vatandaşlarına yer vererek parti ile seçmen arasındaki mesafeyi azaltır (Reitz, 2019: 39). Manipüle edilmeden günlük yaşamdaki doğal halleriyle gösterilen karakterler, AfD'yi sıradan insanların partisi haline getirir (Kobayashi, 2022: 43). Sağ popülizm, seçkinleri suçlayarak "halka" yakınlık göstermek ya da "halk" içindeki azınlıkları düşman olarak göstererek kendi söylemlerini hedef kitleye iletmek amacıyla ortak bir tarih ve yaygın bir kültürle birbirine bağlı homojen bir grup olarak nitelendirdiği "saf ulus" kavramını, ulusal geçmişe dayalı nostaljik unsurları ve mitleri kullanarak dile getirir. Kollektif bellek ve ulus kimlik inşası için kullanılan bu strateji (Wettstein vd. 2016; Ernst vd. 2017; Schmuck and Hameleers 2020; Wolf, 2017, akt: Bast, 2021: 2-3), AfD'nin propaganda afişlerinde belirgin bir şekilde öne çıkar.

Ulusal kimliği yücelterek, kültürler ve medeniyetler arası ilişkileri hiyerarşik bir düzende sınıflandıran Leitkultur, Avrupa'nın demokratik ve seküler medeniyet kimliğini ve değerlerini önceleyen bir kavram olarak öne çıkar. Yoğun göç hareketleriyle birlikte etnik, kültürel ve dinsel çeşitliliğin yaşandığı bir çağda, çoğulculuk söylemlerinin Avrupa'yı tehlikeli bir çatışmaya sürüklediği fikrinden yola çıkarak, toplumsal bütünleşme amacıyla Alman kültürü ve değerleriyle asimile olmanın önünü açan öncü kültür kavramı, sosyal hayatta Almanca konuşan ve Alman gibi davranan, egemen Alman kültürü ve değerlerini özümseyen Almanlaştırılmış bir göçmen profili çizer (Aslan, 2021). 1990'ların sonunda Suriye kökenli Alman siyaset bilimci ve sosyolog Bassam Tibi tarafından gündeme taşınan "Leitkultur" (Alm. "Deutsche Leitkultur / İng. Leading Culture veya öncü kültür/egemen kültür/ çekirdek kültür) fikrini savunan AfD, Alman dilini ve geleneksel kültürünü Alman kimliğinin temeli ve toplumsal bütünleşmenin ön koşulu sayar (Gedmin, 2019). Kültürü, değerleri, tarihi, dili, dini, sanatsal ve bilimsel çalışmalara öncülük eden aydınlanma felsefesiyle Alman kimliğinin nesilden nesile aktarılmasını savunan AfD, Leitkultur (öncü kültür) kavramını ulus kimlik inşaasında Alman toplumunu diğer kültürlerden ayıran bütünleştirici ortak bir değer olarak tanımlar. Ortak değerlerden yoksun toplumların kaçınılmaz şekilde çatışacağını öne süren AfD, parçalanmış bir toplum yaratan çokkültürlülüğe karşı çıkar (AfD, 2021: 158).

Görsel 4. „Und was ist Ihr Grund für Deutschland zu kämpfen?" Frauke Petry Vorsitzende der AfD ["Peki Almanya İçin Neden Savaşmalısın?" AfD Başkanı Frauke Petry]

Avrupa'daki aşırı sağ popülist partiler ağırlıklı olarak erkekler tarafından yönetilip desteklense de, son zamanlarda bu partilerin seçmen tabanını genişletip kadın seçmen desteğini en üst düzeye çıkarmak ve kadınları daha iyi temsil etmek amacıyla yüksek statülü kadın liderlere ve kadın milletvekillerine daha fazla yer verdiği görülür. Kadının toplumsal rolüne ilişkin muhafazakar tutumuyla öne çıkan aşırı sağ partilerin kadınlarla uzlaşı kurma çabasına işaret eden bu durum (Week ve Meguid, vd., 2022: 1) AfD'nin seçim afişlerine de yansır. 2017 seçimlerinde parti üyelerinin yalnızca % 13'ünün ve partiye oy verenlerin 1/3'ünün kadın olduğu düşünüldüğünde (Kaiser, 2022) siyasi rakiplerine kıyasla düşük bir kadın seçmen ve milletvekili oranına sahip AfD, seçim afişlerinde kadınlara yer vererek seçmen üzerinde olumlu bir imaj yaratmak ister. Batı Avrupa ülkelerinde seçmene siyasi bir mesaj göndermek amacıyla çocuklu bayan politikacılar nadiren kullanılsa da, AfD'nin kampanya afişlerinde partinin tanınmış kadın liderlerinden Frauke Petry ve bebeğine yer vermesi oldukça dikkat çeker. (Görsel 4) AfD'nin kurucusu Bernd Lucke'nin ardından 2015 yılında başkan seçilerek partinin en önemli kadın liderlerinden biri haline gelen Frauke Petry (Neumann, 2016), partinin odak noktasını ekonomiden göç ve mülteci sorununa çevirmede kilit rol oynar. Seçmen tabanını genişletmek amacıyla göçmen/yabancı karşıtı söylemleriyle öne çıkan Petry'nin (Gedmin, 2019) seçim afişlerinde yer alması, onun partideki güçlü konumuna ve seçmen üzerindeki etkisine işaret eder. Şansölye Merkel'in 2015 yılında ülke sınırlarını bir milyondan fazla mülteciye açma kararına tepki gösteren Petry, göç karşıtı görüşlerinin yanısıra Alman kültürünün üstünlüğüne vurgu yapan İslam karşıtı söylemleriyle de dikkat çeker (Ataç, 2019: 22). Çoğu zaman ülkedeki yabancı erkeklerin kurbanı olarak veya herhangi bir tehdide ya da saldırıya karşı korunması gereken savunmasız ve masum bir obje olarak gösterilen kadın imgesi, AfD'nin seçim afişlerinde siyasetin bir öznesi olarak 'güçlü kadın'a dönüşür. Partinin diğer afişlerinde geleneksel giysileriyle gösterilen veya cinsel arzunun nesnesi olarak erkek bakışını tatmin eden ya da erkeksi güç gösterisinin savunmasız bir nesnesi olarak gösterilen kadın imgesi bu defa tamamen farklı bir tarzla sunulur. Sakin ve kendinden emin hafif bir gülümsemeyle izleyiciye bakan Petry kısa küt saçları, hafif makyajı, mütevazı iş gömleğiyle afişin odak noktasını oluşturur. Yanağını çocuğuna yaslayan annenin hafif eğik pozisyonu oğlunun başını tutan şefkatli elleriyle görsel bir bütünlük içerisindedir. Batılı Hıristiyan kültürdeki 'Çocuklu Madonna'yı çağrıştıran anne-oğul pozu, nazikçe boynunu bükmüş Meryem'in kucağındaki İsa'yı temsil eden (Karabağ, 2018), örtük bir anlama sahiptir. Titizlikle yapılan makyajı ve anlamlı bakışıyla Petry, anne Meryem'in doğal güzelliğini yansıtır. Anne ve çocuk arasındaki tensel temas, duygusal bir atmosfer yaratarak izleyiciyi dingin bir ruh haline sokar. Masum bir çocuğa kendini adamış şefkatli anne imajı, güçlü ve itibarlı bir parti lideri olarak Petry'nin aşırı sağ siyasi fikirlerine meşruiyet kazandırır. Politik duruşu ile tartışmalı bir figür olsa da Petry'nin bir anne olarak gösterilmesi onu sert eleştirilere karşı korur. Politik görüşü ne olursa olsun çocuk sahibi bir anne olarak Petry, Almanya'nın geleceği için savaşan ve mücadele eden saygı duyulması gereken bir kadındır (Freistein ve Gadinger, 2020: 231-233)

Sade ve dingin bir arka fona sahip afişte, kucağında yeni doğmuş bebeğiyle gösterilen Petry sağ eliyle yavaşça oğlunun başını tutar. Yumuşak bir tonlamayla huzurlu bir ortamın yaratıldığı afişte, bebeğini koruyan sorumluluk sahibi anne modeliyle geleneksel cinsiyet rolleri pekiştirilir. Başkan Petry'nin parmağında nikahlı birlikteliğin simgesi olarak öne çıkan alyans, AfD'nin evliliğe ve geleneksel aile

modeline verdiği önemi gösterir. Önceki afişlerden farklı olarak, nispeten daha uzun olan **"Und was ist Ihr Grund für Deutschland zu kämpfen?" Frauke Petry Vorsitzende der AfD** ["Peki Almanya için neden savaşmalısın?" AfD Başkanı Frauke Petry] slogan, afişin sağ üst kısmına dengeli bir şekilde yerleştirilir. Başkanın adı ve ünvanı da aşağıda belirtilir. Afişin alt üçte birlik kısmı, daha önceki afişlerle aynı şekilde tasarlanır (Reitz, 2019: 34). Doğrudan izleyiciyi savaşa ve mücadeleye çağıran slogan, görüntünün dingin havasıyla tam bir zıtlık içerisindedir. Bir annenin çocuğunun geleceği için savaşma arzusunu vurgulayan slogan, yüksek doğum oranlarına sahip yabancılara karşı Alman halkını evlenip daha fazla çocuk yapmaya davet eder (Freistein ve Gadinger, 2020: 232). Artan yabancı nüfusa karşı kendi anavatanında Almanların azınlık durumuna düşmemesi için çağrıda bulunur (Heinemann, 2022: 384).

Çocuğu olmayan Angela Merkel'in aksine çok fazla çocuğu sahip Petry'nin anneliğine vurgu yapan afişte, iş hayatında çalışan kariyer sahibi kadınlar çocuk yapmaya özendirilir. Petry hem siyasi bir partinin başkanı hem de çocuk sahibi bir anne olarak geleneksel Alman ailesinin fedakar kahraman kadınlarını temsil eder. 2014'te Neuen Osnabrücker Zeitung verdiği bir röportajda Alman ulusunun hayatta kalması için kadınların sorumluluk alması gerektiğini söyleyen Petry, bir Alman ailesinin en az üç çocuğa sahip olması gerektiğine vurgu yapar (Loos, 2019). Korunmaya muhtaç küçük bir çocuk için en ideal bakım yerinin anne kucağı olduğunu vurgulayan AfD, anne-baba dışında bu görevin bakıcılar tarafından üstlenilmesini arzu edilmeyen geçici bir çözüm olarak görür. Parti programında iş hayatı ve çocuk arasında seçime zorlanan kadınların işgücüne katılımının yeniden düzenlenmesine odaklanan AfD, iyi eğitimli kariyer sahibi kadınları evlenip çocuk yapmaya çağırır (Mieruch 2014). Küçük çocukların duygusal gelişimleri açısından anneleriyle daha fazla vakit geçirmeleri gerektiğini savunan AfD, üç yaşına gelinceye kadar çocuklara bakmak için anneleri evde kalmaya teşvik eder (Heinemann, 2022: 382). Geleneksel aile modelini destekleyen AfD, anne ve baba rollerini güçlendiren politikalar izler. Ailenin korunmasına yönelik parti programında, muhafazakar bir bakış açısıyla feminizmi eleştiren AfD, sadece işe giden kadınların değil, anne ve ev hanımı olarak da kadınların takdir edilmesi gerektiğini vurgular (AfD 2017: 41f). Yalnızca ekonomik çıkarlara hizmet eden bencil bir feminizm anlayışını düşük doğum oranlarının müsebbibi olarak gören AfD, aile ve iş arasındaki dengeyi sağlamak için evde bakım ve çocuk yetiştirme işlerini üstlenen kadınların mesleki kariyerlerini bir süreliğine erteleyebildiği bir aile politikası önerir (Gutsche, 2018: 26).

Yazılı bir metne kıyasla mesajı daha hızlı ve etkili bir şekilde ileten görseller akılda kalıcı estetik biçimi, inandırıcılığı yüksek ve izleyiciyi ikna eden duygusal çekiciliği ile siyasi söylemin inşasında önemli rol oynar (Schill, 2012: 121-122). Seçim kampanyalarında güçlü bir ifade aracı olarak fotoğraflardan faydalanan AfD, propaganda afişlerinde siyasi söylemini destekleyen kurgulanmış karakterlere yer verir. Kaliteli fotoğrafik görüntülerin tercih edildiği afişlerde arkaplanla contrast oluşturan insanlar dikkat çeker (Schaffrinna, 2021). Tarihi ve kültürel çağrışımlarla seçmenin zihnine ve duygularına hitap eden fotoğrafik imgelerle siyasi mesajını güçlendiren AfD, kampanya afişlerinde geleneksel kıyafetlere, yerel ürünlere ve Alman coğrafyasına ait manzaralara yer verir. İzleyici üzerinde duygusal bir etki yaratmak amacıyla fotoğrafın dramatik etkisinden yararlanılan afişlerde, sıradan Alman vatandaşlarına yer verilerek izleyiciyle yakınlık kurulmaya çalışılır. İzleyiciyle doğrudan göz teması kuran karakterlerin kendinden emin cesaretli duruşu, olumlu çağrışım yapan jest ve mimikleri seçmende güven ve samimiyet hissi yaratır. Fotografik imgelerin baskın olduğu afişlerde kişisel ve fiziksel özellikleriyle ulusal değerlere atıf yapan sembolik tasvirler, partinin aşırı sağ imajına olumlu katkı sağlar. Afişin merkezine yerleştirilen fotoğrafik öğeler, diğer tasarım elemanlarına göre daha ön plandadır. Hiyerarşik bir düzende fotoğraf ve tipografinin bir arada kullanıldığı propaganda afişlerinde, slogan ve metinsel öğeler uygun yerlere dengeli bir şekilde yerleştirilir. Beyaz zemin üzerine siyah bold karakterle yazılan sloganlar sade ve okunaklı bir tipografik düzendedir. Afişte ana karakterlerin öne çıkmasına yardımcı olan arka fonda genellikle eylemin nerede gerçekleştiğini gösteren doğa manzaraları ya da yatıştırıcı yumuşak tonlar tercih edilir.

Afişlerin üçte birlik alt kısmında turkuaz zemin üzerine kırmızı oktan oluşan parti logosu ve "Alternative für Deutschland" (Almanya için Alternatif) ibaresi yer alır. Turkuaz arka plan sakinleştirici ve rahatlatıcı bir atmosfer yaratır. Mavi renk dini açıdan ilahi bir bağlantıyla güvenin, güvenirliğin ve emniyetin rengi olarak kabul edilir. Kendisini diğer rakiplerine göre güvenilir bir parti olarak tanımlayan AfD'nin ülkenin geleceği için taşıdığı hayati öneme vurgu yapılır. Sağa doğru bakan, oldukça kalın ve belirgin kırmızı ok partinin yükselişini simgeler. Siyasi açıdan sağ seçmeni gösteren ok işareti aynı zamanda fallik bir nesne

olarak, seçmenlerinin neredeyse üçte ikilik kısmını erkeklerin oluşturduğu AfD'nin (Decker, 2020) güç ve hakimiyetini ifade eder. Kanı, sevgiyi, hayatı ve canlılığı çağrıştıran kırmızı renk partinin Alman halkı ve geleceği için savaşma tutkusuna vurgu yapar (Vollmar, 2017; Wolf, 2011, akt: Reitz, 2019: 38).

Genel olarak değerlendirildiğinde AfD'nin kampanya afişlerinde sıklıkla kullanılan kadın imgeleri, kadına yüklenen anlam üzerinden parti ideolojisini anlamaya yardımcı olur. Afişlerde kadınların grafik temsili parti politikalarından izler taşır. Siyasi partilerin kadına yönelik bakış açısını yansıtan görsellerin sunum şekli ve nasıl göründüğü ya da nasıl görülmek istendiği toplumda kadına biçilen ideal rolün ne olduğuna dair ipuçları verir. Kadınlar üzerinden Alman kültürünün ve değerlerinin korunmasına vurgu yapan afişler grafik tasarım açısından basit, anlaşılır ve tutarlı bir görsel dile sahiptir.

Sonuç

Seçim kampanyalarında kültürel farklılıkları öne çıkaran AfD, Alman kimliğine ve değerlerine potansiyel tehdit olarak gördüğü yabancılar üzerinden farklı bir iletişim stratejisi izler. Seçmen üzerinde kaygı ve endişe yaratan bir söylem geliştiren AfD, propaganda afişlerinde toplumdaki etnik azınlıkları ve yabancıları hedef alan suçlayıcı ve damgalayıcı görsellere yer vermez. İkili karşıtlıklar yoluyla veya sloganlar üzerinden çağrışım yaparak üstü kapalı bir şekilde yabancı tehdidine vurgu yapar. İzleyici üzerinde olumlu çağrışım yapan beyaz Alman kadın temsilleriyle dolaylı olarak zihinde olumsuz yabancı algısını harekete geçirir.

Kadının toplumdaki rolüne ilişkin yerleşik değerleri savunan AfD, seçim afişlerinde kadın imgesini aşırı sağ popülist söyleminin bir parçası haline getirir. Geleneksel Alman değerlerini yansıtan kültürel bir obje olarak kadın, ulus kimliğinin inşaasında önemli rol oynar. Alman kimliği ve aidiyetini temsil eden "Yerli Beyaz Kadın" figürü üzerinden yabancı tehdidine karşı ırkçı ve etno-kültürel bir dil geliştiren AfD, aynı zamanda kadının geleneksel aile modeli içerisindeki annelik rolüne vurgu yaparak politik ve ideolojik söylemini kamuoyunda görünür kılar. Alman değerlerini yansıtan "Beyaz ve Güçlü Kadın" idealinin vurgulandığı afişlerde Yerli Almanlar ile göçmenler/yabancılar üzerinden ikili karşıtlıklar oluşturularak ulusal bir kimlik inşa edilmeye çalışılır.

Etnik ve kültürel farklılıklara dikkat çekilen propaganda afişlerinde, güçlü bir ifade aracı olarak fotoğrafın dramatik etkisinden faydalanılır. Afişte baskın olarak kaliteli fotoğrafik imgelere yer verilir. Zeminle zıtlık oluşturan tipografik öğeler görsel bütünlüğü bozmadan dengeli bir şekilde yerleştirilir. Simgesel anlamı güçlü kurgulanmış fotoğraflar, açık ve vurgulayıcı sloganlarla seçmenin duygularına hitap eden afişlerde, sade ve tutarlı bir grafik dil tercih edilir.

Kaynaklar

AfD. "The Political Program of the Alternative for Germany.", 2017.

AfD. "Unser Programm zur Bundestagswahl 2021. Berlin: Alternative für Deutschland.", 2021. https://www.afd.de/wahlprogramm/ erişim tarihi: 12 Eylül 2022.

Akdoğan, Esra., Atalay, Merve. "Avrupa Birliği'ni Değişime Zorlayan Güç: Göç.", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, c.22, Kayfor15 Özel Sayısı, s. 2371-2390, 2017.

Aknur, Müge. "Almanya'da Radikal Sağın Yükselişi: Almanya İçin Alternatif Partisi, Popülizim ve Demokrasi.", International Journal of Social Inquiry, 2020.

Ambrosse, Gavin., Harris, Paul. "Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü.", (Çev: Bilge Barhana). İstanbul: Literatür Yayıncılık, 2010.

Arendt, Florian., Marquart, Franziska., Matthes, Jörg. "Effects of Right-Wing Populist Political Advertising on Implicit and Explicit Stereotypes.", Journal of Media Psychology, 27, 178–189, 2015.

Aslan, Ahmet. "Öncü Kültür Nedir?" 30.01.2021. https://perspektif.eu/2021/01/30/oncu-kultur-nedir/ erişim tarihi: 12 Eylül 2022.

Ataç, Emre. "The Populist Radical Right in Germany: Ideology & Policies of the Alternative Für Deutschland (AfD).", İstanbul: İKV Yayınları, Yayın No: 303, 2019.

Atikkan, Zeynep. "Avrupa Benim: Batı Avrupa'da Aşırı Sağın Yükselişi.", İstanbul: Metis Yayınları, 2014.

Bast, Jennifer. "Managing the Image. The Visual Communication Strategy of European Right-Wing Populist Politicians on Instagram.", Journal of Political Marketing, doi: 10.1080/15377857.2021.1892901, 2021.

Bryder, Tom. "Conceptual Elements For A Theory of Visual Political Propaganda. In: Psicologia Politica. No. 37. pp. 101-117, 2008.

Çakı, Caner., Topbaş, Hasan. "Almanya İçin Alternatif Partisi'nin Göçmen Karşıtı Propaganda Faaliyetleri.", Erciyes İletişim Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 4, s. 59-74. 2018

Çetinkaya, Yusuf D. "Kitle Siyaseti ve Siyasi Afişler: Bolşevikler Örneği.", Kebikeç İnsan Bilimleri İçin Kaynak Araştırmaları Dergisi , no.32, pp.103-123, 2011

Dancygier, Rafaela. "Another Progressive's Dilemma: Immigration, the Radical Right & Threats to Gender Equality.", Daedalus, vol. 149, no. 1, 2020, pp. 56–71. JSTOR, https://www.jstor.org/stable/48563032. Accessed 27 Aug. 2022.

Decker, Frank. "Wahlergebnisse und Wählerschaft der AfD. Bundeszentrale für politische Bildung." 26.10.2020. https://www.bpb.de/themen/parteien/parteien-in-deutschland/afd/273131/wahlergebnisse-und-waehlerschaft-der-afd/ erişim tarihi: 04 Eylül 2022.

Doerr, Nicole. "The Visual Politics of the Alternative for Germany (AfD): Anti-Islam, Ethno-Nationalism, and Gendered Images.", Social Sciences. 10. 20. 10.3390/socsci10010020, 2021.

Dumitrescu, Delia. "The Importance of Being Present: Election Posters as Signals of Electoral Strength, Evidence from France and Belgium.", Party Politics. 18. 941-960. doi: 10.1177/1354068810389644, 2011.

Ernst, Nicole., Sven Engesser., Florin Buchel., Sina Blassnig., Frank Esser. "Extreme Parties and Populism: An Analysis of Facebook and Twitter across Six Countries.", Information, Communication & Society 20 (9): 1347–64. doi: 10.1080/1369118X.2017.1329333, 2017.

Farris, Sara R. "In the Name of Womens's Rights: The Rise of Femonationalism.", Durham: Duke University Press, 2017.

Freistein, Katja., Gadinger, Frank. "Populist Stories of Honest Men And Proud Mothers: A Visual Narrative Analysis.", Review of International Studies, 46: 2, 217–236, 2020.

Gedmin, Jeffrey. "Right-Wing Populism in Germany: Muslims and Minorities After the 2015 Refugee Crisis.", 24.06.2019. https://www.brookings.edu/research/right-wing-populism-in-germany-muslims-and-minorities-after-the-2015-refugee-crisis/ erişim tarihi: 11 Eylül 2022.

Geise, Stephanie. "Theoretical Perspectives on Visial Political Communication Through Election Posters.", "Election Posters Around the Globe: Political Campaigning in the Public Space." Holtz-Bacha, C., Johansson, B. (eds.), 13-31. Springer International Publishing, 2017.

Goziev, Ravshan., Özcan, M. Suna. "Aşırı Sağın Yükselişi ve Almanya İçin Alternatif Partisi (AFD).", Akademi Sosyal Bilimler Dergisi, vol. 21, s. 76-89, 2020.

Gutsche, Elisa. "Triumph of the Women?: The Female Face of the Populist & Far Right in Europe.", Friedrich Ebert Stiftung, Forum Politik und Gesellschaft, 2018.

Heinemann, Isabel. "Volk and Family: National Socialist Legacies and Gender Concepts in the Rhetoric of the Alternative for Germany.", Journal of Modern European History, Special Issue: Gender and Far-Right Nationalism, Vol. 20(3) 371–388, 2022.

Hills, Athena. "Selbst gesponnen, Selbst gemacht: Traditional Clothing and the Manipulation of Identity in Germany.", History Undergraduate Publications and Presentations. 24., 2019.

Kaiser, Susanne. "Political Masculinity: Political Masculinity: How Incels, Fundamentalists and Authoritarians Mobilise for Patriarchy.", UK: Polity Press, 2022.

Karabağ, Rabia. "Batı Sanatında Anne ve Çocuk: Madonna.", 2018. https://arsizsanat.com/bati-sanatinda-anne-ve-cocuk-madonna/ erişim tarihi: 22 Eylül 2022.

Kobayashi, Satomi. "Multimodal Analysis of European Populist Discourse The Case of the German AfD Election Posters in 2021.", Master of Arts Thesis Euroculture, Palacký University Olomouc, Zagreb, 2022.

Korteweg, Anna C., Gökce Yurdakul. "The Headscarf Debates: Conflicts of Na-Tional Belonging.", Stanford: Stanford University Press, 2014.

Lessinger, Eva-Maria., Moke, Markus., Holtz-Bacha, Christina. "Edmund, Essen ist fertig!" Plakatwahlkampf 2002 - Motive und Strategien ['Edmund, supper is on!' Motives and strategies in the 2002 political poster campaigning]. In C. Holtz-Bacha (Ed.), Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2002 (pp. 216-242). Wiesbaden, Germany: Westdeutscher Verlag. doi: 10.1007/978-3-322-80461-7_11, 2003.

Lessinger, Eva-Maria., Holtz-Bacha, Christina. Nicht von gestern. Die Parteienplakate im Bundestagswahlkampf 2017. In C. Holtz-Bacha (Ed.), Die (Massen-) Medien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2017 (pp. 125-164). Wiesbaden, Germany: Springer Fachmedien, 2019.

Loos, Stefanie. "Frauke Petry: Ehemann, Karriere, Kinder - Was macht sie nach der AfD?.", 2019. https://www.merkur.de/politik/frauke-petry-ehemann-karriere-kinder-was-macht-sie-nach-afd-zr-12948847.amp.html erişim tarihi: 31 Ağustos 2022.

Meç, Sabiha Nur. "Göçün Güvenlikleştirilmesi: Almanya'da Aşırı Sağ Parti AfD'nin Yükselişi ve Suriyeli Mülteci Krizi.", ViraVerita E-Dergi: Disiplinlerarası Karşılaşmalar / Sayı 8, Kasım, 2018, s. 123-150, 2018.

Mieruch, Mario (2014): https://afd.nrw/beschluesse-des-landesverbands-zur-programmatik/2014/04/grundpositionen-zum-thema-familie/ erişim tarihi: 30 Ağustos 2022.

Neumann, Klaus. "Germany: The Rise of Fair-Right Frauke Petry.", Australian Institute of International Affairs, 2016. https://www.internationalaffairs.org.au/australianoutlook/germany-the-rise-of-far-right-frauke-petry/ erişim tarihi: 31 Ağustos 2022.

Okumuş, Sena. "Almanya'da Aşırı Sağın Teşkilatlanması ve İslamofobi.", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ekonomi Politikası Anabilim Dalı, 2021.

Reitz, Annika. "Political Campaign Strategies of the party Alternative for Germany : A qualitative Study of Posters for the 2017 Federal Election.", Student thesis, Jönköping University, School of Education and Communication, 2019.

Roßteutscher S, Schmitt-Beck R, Schoen H, et al. "Post-election Cross Section (GLES 2017).", https://dbk.gesis.org/dbksearch/sdesc2.asp?no=6801, 2018.

Schabio, Nathalie. "How the AFD tries to divide Germany.", 13.10.2021. https://www.diggitmagazine.com/articles/afd-divides-germany, erişim tarihi: 25 Eylül 2022.

Schaffrinna, van Achim. "Die Plakate zur Bundestagswahl 2021.", https://www.designtagebuch.de/die-plakate-zur-bundestagswahl-2021/, erişim tarihi: 25 Eylül 2022.

Schill, Dan. "The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication.", Review of Communication, 12:2, 118-142, doi: 10.1080/15358593.2011.653504, 2012.

Seidman, Steven. A. "Posters, Propaganda, and Persuasion in Election Campaigns Around the World and Through History.", New York: Peter Lang, 2008.

Steffan, Dennis., Venema, Niklas. "Personalised, de-ideologised and Negative? A Longitudinal Analysis of Campaign Posters for German Bundestag Elections, 1949-2017.", European Journal of Communication, 34(3), 267-285, 2019.

Şaşmaz, H. Çağrı. "Zeynep Atikkan'ın 'Avrupa Benim' Batı Avrupa'da Aşırı Sağın Yükselişi Konusundaki Yaklaşımının Önemi.", Milli Kültür Araştırma Dergisi, (4/1), s. 80-95, 2020.

Tahincioğlu, Dilan Nazlıcan. "Avrupa'daki Sağ Popülist Partilerin Göçmen Karşıtı Söylemleri Üzerine Bir Değerlendirme.", Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (4/2), s. 282-291, Aralık, 2020.

Weeks, Ana Catalano., Meguid, M. Bonnie., Kittilson, C. Miki., Coffe, Hilde. "When Do Männerparteien Elect Women? Radical Right Populist Parties and Strategic Descriptive Representation. American Political Science Review, 1-18. doi:10.1017/S0003055422000107, 2022.

Wolf, Isabelle. "Was Farben sagen. Die Sprache der Farben verstehen und gekonnt einsetzen in Einrichtung und Mode.", München, Germany: Goldmann, 2011.

Wolf, Tanja. Rechtspopulismus: Überblick Über Theorie Und Praxis essentials. Wiesbaden, Germany: Springer VS., 2017.

Vollmar, Klausbernd Farben. "Was sie bedeuten und wie sie wirken.", München, Germany: Knaur, 2017.

Görsel Kaynaklar

Görsel 1: https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/07/BTW2017_Plakat_NeueDeutsche_Ansicht_H.pdf erişim tarihi: 29 Haziran 2022

Görsel 2: https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/07/BTW2017_Plakat_BurkaBurgunder_Ansicht_H.pdf erişim tarihi: 29 Haziran 2022

Görsel 3: https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/07/BTW2017_Plakat_Vielfalt_Ansicht_H.pdf erişim tarihi: 29 Haziran 2022

Görsel 4: https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/07/BTW2017_Plakat_Petry_Ansicht_Q.pdf erişim tarihi: 29 Haziran 2022

THE IMAGE OF WOMEN IN POLITICAL PROPAGANDA POSTERS: THE CASE OF THE ALTERNATIVE FOR GERMANY (AfD)

Oğuz Tunçel

ABSTRACT

The Euro crisis in 2009 and then the influx of refugees to the European borders in 2015 cause economic and security concerns in the European society. The serious problems created by the crises in the social and economic fields also affect the political field. Confidence in the ruling neo-liberal centrist parties decreases among the voters who turn to new political pursuits. Turning the negative atmosphere that creates discomfort on the European society into an opportunity, the far-right parties significantly increase the public support with the populist rhetoric they build on ethnic, cultural and religious affiliations. The far-right parties, which follow an effective political communication strategy in order to make their ideology and policies visible to the public, have an impact on voter behavior with the propaganda posters they use in their election campaigns. In developed Western European countries where the political poster culture is vigorously maintained, especially in Germany with the largest immigrant population, the ethnic and cultural minorities, whose number is increasing day by day in the country with the mass migration, become the main argument of far-right populist propaganda. When evaluated in this context, the propaganda posters used by the "Alternative Party for Germany (AfD)", one of Germany's leading far-right parties, draw attention. Developing an anti-foreign and anti-immigrant discourse through the representations of 'women' on election posters, the AfD emphasizes the German identity and culture. It strengthens its own ideological discourse by making ethnic, religious and cultural discrimination over women. This study deals with the propaganda posters selected with the purposeful sampling model in terms of graphic form and content, focusing on the ideological discourse built on the "image of woman", which the Alternative Party for Germany frequently resorts to in election posters.

Keywords: Propaganda posters, poster design, the image of women, migration, xenophobia, election campaign