

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



BİR KAMUOYU OLUŞTURMA VE MANİPÜLASYON ARACI OLARAK
ALGI YÖNETİMİ: KURLAR VADİSİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ayten ÇALIŞ

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Deniz YENGİN

Temmuz, 2018



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



BİR KAMUOYU OLUŞTURMA VE MANİPÜLASYON ARACI OLARAK
ALGI YÖNETİMİ: KURLAR VADİSİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ayten ÇALIŞ
(Y1512.140001)

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Deniz YENGİN

Temmuz, 2018





T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Yüksek Lisans Tez Onay Belgesi

Enstitümüz Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler Ve Tanıtım Tezli Yüksek Lisans Programı **Y1512.140001** numaralı öğrencisi **Ayten ÇALIŞ'** in "**BİR KAMUOYU OLUŞTURMA VE MANİPÜLASYON ARACI OLARAK ALGI YÖNETİMİ: KURLAR VADİSİ ÖRNEĞİ**" adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 20.07.2018 tarih ve 2018/21 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından **oybirliği** ile Tezli Yüksek Lisans tezi olarak **...kabil...** edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi :26/07/2018 – 10:00

1)Tez Danışmanı: Doç. Dr. Deniz YENĞİN

2) Jüri Üyesi : Doç. Dr. And ALGÜL

3) Jüri Üyesi : Doç. Dr. Okan ORMANLI

(Handwritten signatures in blue ink, corresponding to the names listed on the left, with dotted lines below each signature.)

Not: Öğrencinin Tez savunmasında **Başarılı** olması halinde bu form **imzalanacaktır**. Aksi halde geçersizdir.



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Bir Kamuoyu Oluşturma Ve Manipülasyon Aracı Olarak Algı Yönetimi: Kurtlar Vadisi Örneği” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (.../.../2018)

Ayten ÇALIŞ



ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında ana başlık olarak seçilen Bir Kamuoyu Oluşturma ve Manipülasyon Aracı Olarak Algı Yönetimi konusu; kamuoyuna ve topluma şekil verilmesi, iyi ya da kötü ekseninde bir toplum mühendisliği yürütülmesi noktasındaki bireysel ilgi ve çalışma alanımın bir parçası olarak belirlenmiştir. Çalışmada algı yönetimini tamamlayan kavramlara yer verilmiş, bu geniş kapsamlı yönetim alanının organizasyonel boyutu üzerinde durulmuş ve kavramları yanlış şekilde içeriklendirmenin ve yuvarlamanın bir neticesi olan anlam sorununa da katkı koyabilme amacı güdülmüştür. Algı yönetiminin profesyonel iletişim stratejilerine dayanan olumlu ve gerekli kısmından azami ölçüde yararlanmak ve manipülasyona dayalı zararlı kısmından da korunmak adına, toplumumuzda eleştirel aklın teorik eğitim düzleminden çıkarılarak pratik boyuta taşınabilmesi; ülkemizin, neslimizin ve toplumsal şuorumuzun geleceği açısından hayati bir öneme sahiptir. Bu anlamda algı yönetiminin olumlu ve olumsuz boyutunu bilmek, bu iki ayrı faaliyet alanının farkını idrak edebilmek ve mesaj bombardımanına maruz kaldığımız günümüzde neyin gerçek neyin kurgu, neyin abartı neyin hakikat, neyin doğru neyin aldatmaca olduğunu bilebilmek durumundayız. Çalışmamızın bu farkındalık noktalarına yönelik bir katkı oluşturmasını temenni ediyor ve algı yönetimi, sosyal mühendislik, etik bir halkla ilişkiler anlayışı gibi son derece önem arz eden konulardaki akademik çalışmaların artmasını diliyorum.

Başta, her zaman yanımda olduğunu bildiğim en büyük güç kaynağım olan annem Güler Nalbant ve çalışmanın başından beri yönlendirici tavrı ile akademik bir güven veren İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Hülya Yengin Hocam olmak üzere çalışma boyunca desteklerini esirgemeyen bütün büyüklerime ve hocalarıma şükranlarımı sunarım. Bu çerçevede akademik eğitimin devamı noktasındaki yönlendirici ve motivasyon aşılama tavrıyla her zaman destek gördüğüm İAÜ Mütevelli Heyet Başkanı Dr. Mustafa Aydın'a, heyecanımı besleyen ve varlıkları ile güç veren Dr. Yalçın Koçak ve Dr. Hikmet Aytek'e, çalışma boyunca tüm özverisi ile yanımda olan tez danışmanım Doç. Dr. Deniz Yengin'e, sistematik analizleriyle her zaman nitelikli varlığını hissettiren Sosyolog-Başbakanlık Başmüşaviri Dr. Necdet Subaşı'ya, engin düşünce dünyası ile zihin ve ruh dünyamı zenginleştiren Yazar-Sinema Eleştirmeni Dr. Yusuf Kaplan'a, hem hocam hem de akrabam olan ve her türlü çalışmamda bilgece fikirleri ile varlığını hissettiren Felsefeci-Yazar Sadettin Elibol'a, odak grup çalışmalarımıza iştirak eden tüm katılımcılarımıza, odak grup çalışmaları için öğrenci desteği sağlayan ve her daim dostluğunu hissettiren Sosyolog-Dr. Öğretim Üyesi Gökçen Çatlı'ya, beyan ettikleri görüşleri ile çalışma içeriğini zenginleştiren Stratejist Sn. Abdullah Çiftçi ile Kurtlar Vadisi ekibinden Oyuncu-Film Yapımcısı Sn. Hasan Kaçan'a teşekkürü borç bilirim. Son olarak; çalışma esnasında yitirdiğim, üzerimde belki bir babadan çok daha fazla hakkı olan değerli dayım, ailemizin büyük kaybı olan Orhan Nalbant'a Allah'tan rahmet ve başışlanma dilerim...



İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR	xi
ŞEKİL LİSTESİ.....	xiii
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xvii
ÖZET.....	xix
ABSTRACT	xxi
1. GİRİŞ	1
2. KAMUOYU OLUŞUMUNDA TEMEL KAVRAMLAR VE ALGI YÖNETİMİ.....	9
2.1 Kamuoyu Oluşumunda Başlıca Tanımlar	9
2.1.1 Kamuoyu olgusu	9
2.1.1.1 Kamu	13
2.1.1.2 Sivil alan ve kamusal alan ayırımı	15
2.1.1.3 Kamuoyu oluşumu ve algı yönetimi ilişkisi	26
2.1.2 Algı.....	27
2.1.3 Yönetim ve yönetişim	33
2.1.4 Algı yönetimi	34
2.1.5 Algılama yönetimi.....	38
2.1.6 Kitle psikolojisi	40
2.1.7 Propaganda.....	43
2.1.8 Manipülasyon.....	45
2.1.9 Demagoji, ajitasyon ve dezenformasyon ilişkisi.....	46
2.1.10 Psikolojik savaş.....	48
2.1.11 Enformasyon savaşı	50
2.1.12 Sosyal mühendislik olgusu.....	52
2.1.13 Kamu diplomasisi	53
2.1.13.1 Türkiye ve kamu diplomasisi	57
2.1.13.2 Algı yönetiminin uluslararası boyutu olarak kamu diplomasisi	60
2.1.13.3 Algı yönetimi ve kamu diplomasisi farkı.....	61
2.1.13.4 Kamu diplomasisi koordinatörlüğü.....	63
2.1.13.5 Kamuoyu oluşumunda sosyal yapılar arası senkronizasyon.....	65
2.2 Bir İnşa Ve Manipülasyon Yöntemi Olarak Algı Yönetimi	66
2.2.1 Sistem eleştirisi ve algı yönetimi ilişkisi.....	67
2.2.1.1 Algı yönetimini çözümleyen kuramcılar.....	68
2.2.2 Bir siyasi araç olarak algı yönetimi.....	82
2.2.2.1 İdeoloji ve algı yönetimi ilişkisi.....	86
2.2.2.2 Siyasi etik ve algı yönetimi	88
3. HALKLA İLİŞKİLER DİSİPLİNİNDE ALGI YÖNETİMİNİN YERİ.....	91
3.1 İletişim Bilimi Olarak Halkla İlişkiler	91
3.1.1 Halkla ilişkilerde dört model.....	94
3.1.2 Halkla ilişkilerde iki yönlü simetrik model.....	96

3.1.3 Halkla ilişkilerde mükemmellik kuramı.....	98
3.2 Halkla İlişkilerde Algı Yönetimi.....	101
3.2.1 Bir halkla ilişkiler stratejisi olarak algı yönetimi.....	103
3.2.2 Algı yönetimi ve geribildirim ilişkisi.....	105
3.2.3 Mükemmel halkla ilişkiler ve algı yönetimi ilişkisi.....	106
3.2.4 Halkla ilişkilerde itibar yönetimi ve algı yönetimi ilişkisi.....	108
3.2.4.1 Halkla ilişkilerde imaj yönetimi.....	110
3.2.4.2 Halkla ilişkilerde imaj ve itibar ilişkisi.....	112
3.2.4.3 Algı yönetimi, imaj ve itibar ilişkisi.....	113
4. MANİPÜLASYONA DAYALI ALGI YÖNETİMİNİN ÇÖZÜMLENMESİ BAĞLAMINDA KURTLAR VADİSİ GLADİO ve KURTLAR VADİSİ IRAK ANALİZİ.....	117
4.1 Yöntem.....	118
4.1.1 Filmsel anlatı.....	119
4.1.2 Odak grup.....	119
4.2 Araştırmanın Künyesi.....	119
4.2.1 Araştırmanın amacı.....	120
4.2.2 Araştırmanın önemi.....	120
4.2.3 Araştırmanın kapsamı.....	121
4.3 Araştırmanın Bulguları.....	122
4.3.1 Kurtlar Vadisi Gladio filminin filmsel anlatı analizi.....	122
4.3.1.1 Filmin kimliği.....	122
4.3.1.2 Filmin öyküsü.....	123
4.3.1.3 Kurtlar Vadisi Gladio filminin olgu donanımı.....	124
4.3.1.4 Kurtlar Vadisi Gladio filminin çözümlemesi.....	133
4.3.2 Kurtlar Vadisi Irak filminin filmsel anlatı analizi.....	167
4.3.2.1 Filmin kimliği.....	167
4.3.2.2 Filmin öyküsü.....	168
4.3.2.3 Kurtlar Vadisi Irak filminin olgu donanımı.....	170
4.3.2.4 Kurtlar Vadisi Irak filminin çözümlemesi.....	180
4.3.3 Odak Grup Analizi.....	212
4.3.3.1 Kurtlar Vadisi Gladio filminin odak grup analizi.....	213
4.3.3.2 Kurtlar Vadisi Irak filminin odak grup analizi.....	217
4.4 Bulguların Değerlendirilmesi.....	220
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	225
KAYNAKLAR.....	233
EKLER.....	239
ÖZGEÇMİŞ.....	267

KISALTMALAR

AA	: Anadolu Ajansı
AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ABGS	: Avrupa Birliği Genel Sekreterliği
AFAD	: Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı
BM	: Birleşmiş Milletler
BYGEM	: Basın Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü
CIA	: Central Intelligence Agency Merkezî İstihbarat Teşkilatı
DİA	: Devletin İdeolojik Aygıtları
ETA	: Euskadi Ta Askatasuna Bask Yurdu ve Özgürlük Örgütü
FETÖ	: Fethullahçı Terör Örgütü
IBM	: International Business Machines Corporation Uluslararası İş Makinaları Şirketi
IMF	: International Monetary Fund Uluslararası Para Fonu
IRA	: Irish Republican Army İrlanda Cumhuriyet Ordusu
ICRC	: International Committee of the Red Cross Uluslararası Kızılhaç Örgütü
KDK	: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü
KİA	: Kitle İletişim Araçları
NATO	: North Atlantic Treaty Organization Kuzey Atlantik Anlaşma Örgütü
PLO	: Palestine Liberation Organization Filistin Kurtuluş Örgütü (FKÖ)
SETA	: Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
STK	: Sivil Toplum Kurumu
TASAM	: Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi
TBK	: Toplumsal Biliş Kuramı
TİKA	: Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TÜRKSOY	: Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi
USIA	: United States Information Agency Ulusal Bilgilendirme Ajansı
YEE	: Yunus Emre Enstitüsü
YTB	: Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı
WB	: World Bank Dünya Bankası



ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 2.1 : Gawiser ve Witt'e Ait Kanaat Üçgeni Şeması	12
Şekil 2.2 : Kamusal Alan ve Özel Alan Arasındaki Kesişim	16
Şekil 2.3 : Aristoteles'in Etki Modeli	22
Şekil 2.4 : Algılama Süreci.....	28
Şekil 2.5 : Algıda Değişkenlik.....	28
Şekil 2.6 : Sosyo-Kültürel Etkinin Halkaları	31
Şekil 2.7 : Fishbein ve Ajzen'in Mantıksal Eylem Kuramı.....	31
Şekil 2.8 : İletişim Sürecinin Psikodinamik Modeli.....	32
Şekil 2.9 : İletişimin Etkilerinin Hiyerarşik Modeli	36
Şekil 2.10: Algılama Yönetimi Bileşenleri.....	38
Şekil 2.11: Gücün Üç Çeşidi ve Yumuşak Güç.....	54
Şekil 2.12: Joseph Nye'in Kamu Diplomasisi Boyutları.....	55
Şekil 2.13: Kamu Diplomasisinin Oluşum ve Uygulama Basamakları.....	56
Şekil 2.14: Kamu Diplomasisi Uygulamalarının Oluşumu	57
Şekil 2.15: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Teşkilat Şeması.....	64
Şekil 2.16: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetleri Ana Başlıkları.....	64
Şekil 2.17: Eleştirel Alanlar.....	68
Şekil 2.18: Siyasal Sistem ve Geri Bildirim Mekanizması	83
Şekil 2.19: Siyasal Sistemde Baskı Grupları ve Kamuoyu Oluşumu	85
Şekil 3.1 : Halkla İlişkilerin Gelişim Basamakları	93
Şekil 3.2 : Dört Aşamalı Halkla İlişkiler Süreci	93
Şekil 3.3 : Halkla İlişkiler Planlama Süreci.....	94
Şekil 3.4 : Grunig ve Hunt'ın Dört Halkla İlişkiler Modeli	96
Şekil 3.5 : Grunig'in İkişer Düzlemlili Dört Modeli	97
Şekil 3.6 : İki Yönlü Simetrik İletişim Modeli.....	99
Şekil 3.7 : Mükemmel Halkla İlişkilerin Durumsal Modeli.....	100
Şekil 3.8 : Kurumsal İtibarın Yönetim Modeli.....	108
Şekil 4.1 : Genel Çekim Örneği.....	125
Şekil 4.2 : Alçak Açılı Çekim Örneği.....	125
Şekil 4.3 : Üst Açılı Çekim Örneği.....	125
Şekil 4.4 : Gölgele Baş Çekimi Örneği	126
Şekil 4.5 : Gövde Çekimi Örneği	126
Şekil 4.6 : Arka Profilden Boy Çekimi Örneği	126
Şekil 4.7 : Bel Çekimi Örneği	127
Şekil 4.8 : Karşı Açılı Çekim Örneği	127
Şekil 4.9 : Çerçeveleme Örneği.....	127
Şekil 4.10: Objelerin Yakın Çekim Örneği	128
Şekil 4.11: Omuz Üstü Çekimi.....	128
Şekil 4.12: Hareket Halinde Gövde Çekimi Örneği	128
Şekil 4.13: Arkadan Çekim Örneği	129

Şekil 4.14: Ters Çekim Örneği	129
Şekil 4.15: Uzak Çekim Örneği	129
Şekil 4.16: Ersever'in Kaldığı Ev	131
Şekil 4.17: İskender Büyük ve Avukat Ayşe'nin İlk Karşılışması	132
Şekil 4.18: Avukat Ayşe	132
Şekil 4.19: Büyük'ün Bülent Fuat Aras'ı Yakalaması	132
Şekil 4.20: Öcalan'a Suikast Girişimi.....	135
Şekil 4.21: Mahkeme Başkanı'nın Büyük'ü Hapisten Kaçırması	135
Şekil 4.22: Notacı Paşa'nın Konuşturulması	136
Şekil 4.23: Fuat Aras'ın Öldürülmesi	137
Şekil 4.24: Büyük ve Aras'ın Öcalan Suikastının İhbar Edilişini Sorgulamaları....	137
Şekil 4.25: Büyük'ün İlk Avukatının Cüppesini Zorla Çıkartması	139
Şekil 4.26: İskender Büyük'ün Yargılanması.....	140
Şekil 4.27: Avukat Ayşe'nin İskender Büyük'ü Bekleyişi.....	141
Şekil 4.28: İskender Büyük'ün Gladio'yu Deşifre Etmesi	142
Şekil 4.29: İskender Büyük'ün Özal'ın Öldürüldüğünü Vurgulaması	143
Şekil 4.30: Büyük'ün Özal'a Öcalan Suikastının İhbar Edilişini Sorması	144
Şekil 4.31: Özal'ın Musul-Kerkük Planını Anlatması.....	145
Şekil 4.32: Aras'ın Özal'ı Öldürme Kararı.....	146
Şekil 4.33: Avukat Ayşe'nin İşlediği Cinayet	148
Şekil 4.34: Büyük'ün Gladio Tarafından Aldatılışını Anlatması	149
Şekil 4.35: Ersever'in Gladio Yapılanmasını Deşifre Etmesi	150
Şekil 4.36: Binbaşı Cem Ersever	150
Şekil 4.37: Ersever'in Evindeki Örülmüş Pencere	152
Şekil 4.38: Binbaşı Cem Ersever'in Öldürülmesi.....	153
Şekil 4.39: İskender Büyük ve Anıtkabir.....	154
Şekil 4.40: İskender Büyük'ün Gladio'ya Dair Açıklamaları	155
Şekil 4.41: Bülent Fuat Aras'ın Gazete Sahibi İle Diyalogu.....	156
Şekil 4.42: Büyük'ün Aras'ı Sorgulaması	157
Şekil 4.43: Büyük-Hakim Görüşmesi.....	159
Şekil 4.44: Notacı Paşa'nın İronik Eseri.....	160
Şekil 4.45: Büyük'ün Gladiocu Avukat Tarafından Sakat Bırakılması.....	161
Şekil 4.46: Mahkeme Başkanı-Avukat Ayşe Diyalogu	163
Şekil 4.47: İskender Büyük'ün Bakımevi Günleri.....	165
Şekil 4.49: Omuz Üstü Çekim Örnekleri.....	171
Şekil 4.50: Baş Çekimi Örnekleri	172
Şekil 4.51: Üstten Çekim Örnekleri.....	172
Şekil 4.52: Aşağıdan Çekim Örnekleri	172
Şekil 4.53: Genel Çekim Örnekleri.....	173
Şekil 4.54: Gövde Çekimi Örnekleri	173
Şekil 4.55: Uzak Çekim Örneği.....	174
Şekil 4.56: Birinin Gözünden Çekim.....	174
Şekil 4.57: Çerçeveli Çekim	175
Şekil 4.58: Gölge ve Işığın Kullanımı	175
Şekil 4.59: Film İçinde Farklı Renklerin Birlikte Kullanımı.....	176
Şekil 4.60: Haçlılar İle Mücadeleyi Temsil Eden Hançer Sembolü	177
Şekil 4.61: Göreve Adanmışlığı Temsil Eden Yüzük Sembolü	178
Şekil 4.62: Esareti ve Onurun Kırılmasını Temsil Eden Çuval Sembolü.....	178
Şekil 4.63: Nefis Mücadelesini Temsil Eden Hızma Sembolü.....	178
Şekil 4.64: Kullanılan Poşu Örnekleri	179

Şekil 4.65: Türkmen Bayrakları	179
Şekil 4.66: Görkemli Çatışma Sahnelerinde Kullanılan Gerçek Silahlar.....	179
Şekil 4.67: Filmde Kullanılan Reklam Unsuru.....	179
Şekil 4.68: Ebu Garip Hapishanesindeki İşkenceler	181
Şekil 4.69: Leyla'nın Dante'yi Öldürmesi.....	182
Şekil 4.70: Leyla'nın Öldürülmesi	183
Şekil 4.71: Sam'in Öldürülmesi	184
Şekil 4.72: Süleyman Üsteğmen'in İntiharı	185
Şekil 4.73: Karargah-Merkez Görüşmesi	186
Şekil 4.74: Sam ve Adamlarının Karargahı Basması	187
Şekil 4.75: Çuval Olayı	189
Şekil 4.76: Şeyh'in Leyla'ya Hızma Takması ve Nasihat Etmesi.....	191
Şekil 4.77: Leyla'nın Bin Yıllık Hançeri Teslim Alışı ve Ant İçilmesi	192
Şekil 4.78: Sam'in ve Polat'ın İlk Karşılaşması.....	193
Şekil 4.79: Dante'nin Tutukluları Kurşuna Dizmesi	197
Şekil 4.80: Ebu Garip Hapishanesi'ndeki Organ Alımı	198
Şekil 4.81: Şeyh Kerküki'nin Canlı Bomba Açıklamaları	199
Şekil 4.82: Polat-Türkmen Lider Hasan Diyalogu	201
Şekil 4.83: Sam-Yahudi Doktor Diyalogu	202
Şekil 4.84: Sam İle Bölge Liderlerinin Toplantısı.....	203
Şekil 4.85: Sam'in Hz. İsa'nın Ruhaniyeti İle Konuşması.....	206
Şekil 4.86: Dergahtaki Zikir Töreni.....	208
Şekil 4.87: Şeyh'in İnfaz Edilecek ABD'li Gazeteciyi Kurtarması	209



ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 4.1 : Öcalan Operasyonunun İhbar Edilmesi.....	138
Çizelge 4.2 : Gladio'nun Hukuk Yapılanması.....	139
Çizelge 4.3 : Türk Devleti'nin Bekasını Tehdit Eden Gladio	140
Çizelge 4.4 : Gladio'nun Masum Görünen Mensupları.....	142
Çizelge 4.5 : Gladio'nun Türkiye Ayağı	143
Çizelge 4.6 : Gladio'nun Özal Suikastı	144
Çizelge 4.7 : Gladio'nun Özal Manipülasyonu	145
Çizelge 4.8 : Özal'ın Musul-Kerkük Planı	146
Çizelge 4.9 : Gladio'nun Bölünme Algısı	147
Çizelge 4.10: Gladio Namına Çalışan Avukat Ayşe'nin İşlediği Cinayet.....	148
Çizelge 4.11: Gladio'nun Türk Devleti Üzerinden Yürüttüğü Manipülasyon	149
Çizelge 4.12: Ersever'in Büyük'ü Uyandırma Girişimi.....	152
Çizelge 4.13: Bülent Fuat Aras'ın Ersever Manipülasyonu	154
Çizelge 4.14: Cumhuriyet Türkiye - Gladio İnkilabı.....	155
Çizelge 4.15: Güçlü Duyguların Aldatılma Riskini Artırması	155
Çizelge 4.16: Gladio'nun Medya Yapılanması	157
Çizelge 4.17: Gladio'nun Matruşka Söylemleri	159
Çizelge 4.18: Gladio İle Mücadelede Hukukun Yetersiz Kalması.....	160
Çizelge 4.19: Gladio'nun Bağımsızlık Söylemleri.....	161
Çizelge 4.20: Gladio'nun Hiç Beklenmedik Noktalarda Yapılanması.....	163
Çizelge 4.21: Gladio - Hukuk İlişkisi	164
Çizelge 4.22: Gladio'nun Her Türlü Tehdidi Bertaraf Etmesi	165
Çizelge 4.23: ABD ve Sahte Stratejik Müttefiklik	185
Çizelge 4.24: Amerika'nın Uyguladığı Psikolojik Harekat.....	187
Çizelge 4.25: ABD'nin Terörizm Manipülasyonu	188
Çizelge 4.26: ABD'nin Türkiye İle İlgili Tehdit Algılaması	189
Çizelge 4.27: ABD'nin Gizli Terör Desteği.....	190
Çizelge 4.28: Küresel Güçlerin Pragmatizmine Alet Olan Bölge İnsanı	191
Çizelge 4.29: Tasavvufi Bilincin İnşası.....	192
Çizelge 4.30: Küresel Güçlerle Verilen Haçlı Mücadelesi.....	193
Çizelge 4.31: Vahşi Amerikan Kapitalizmi.....	196
Çizelge 4.32: Amerikan Kapitalizminin Askerî Boyutu.....	198
Çizelge 4.33: Küresel Organ Pazarı.....	199
Çizelge 4.34: Küresel Aktörlerin Sağlıksız İslam Anlayışını Araçsallaştırması.....	200
Çizelge 4.35: ABD'nin Orta Doğu'daki Hegemonyası-Etnik Unsurların Kontrolü	202
Çizelge 4.36: Hıristiyan ve Yahudi Pragmatizmi	203
Çizelge 4.37: Amerika'nın Orta Doğu'daki Etnik Algı Yönetimi	205
Çizelge 4.38: Dini İnanışlar Üzerinden Küresel Algı Yönetimi.....	207
Çizelge 4.39: İslam Aleminin Uyarılması	209
Çizelge 4.40: Hakiki İslam ve Gerçek Mücadele	211

Çizelge 4.41: Küresel Algı Yönetimine Malzeme Olan Kürtler 212



BİR KAMUOYU OLUŞTURMA VE MANİPÜLASYON ARACI OLARAK ALGI YÖNETİMİ: KURTLAR VADİSİ ÖRNEĞİ

ÖZET

Farklı bir boyuta doğru evrilen küreselleşme süreci ve üst düzey teknolojik imkanlar, günümüzde reel yaşam koşullarının ötesinde farklı bir dünya yaratmış ve artık algı boyutumuzda hitap eden imaj, kurgu, reklam, sanal gerçeklik gibi unsurlar gerçek durumlardan çok daha önemli bir hale gelmiştir. Bugün bir şeyin gerçek halinden ziyade onunla ilgili algı çok daha fazla önemsendir olmuş ve bu durum adeta küresel ölçekte yaşanan bir algı oluşturma yarışına dönüşmüştür. Kurumsal iletişim, reklam, pazarlama, imaj ve itibar yönetimi, bireysel ya da kurumsal danışmanlık gibi ciddi bütçeler ayrılan dinamik sektörler; bu önemli sürecin en somut göstergeleri durumundadır. Bununla birlikte, herhangi bir konuda gerçeğe dayalı bir kamuoyu oluşturma yönelimi artık neredeyse demode olmuş; bu yönelimin yerini daha çok manipülasyon merkezli olan algı yönetimi almıştır. Halkla ilişkiler biliminin temel faaliyet alanlarından biri olan algı yönetimi, esasen kamuoyu oluşturma noktasında etkili bir iletişim stratejisidir ve bu yönüyle de iletişim biliminde önemli bir yeri vardır. Algı yönetiminin yine iletişim bilimini, halkla ilişkiler disiplinini ilgilendiren ve günümüzde çok daha fazla rağbet gören diğer yönü ise kitlelerin yanlış yönlendirilerek manipüle edilmesinde güncel bir yöntem olarak kullanılmasıdır. Algı yönetiminin bir iletinin hedef kitleye doğru şekilde algılatılmasına dayanan ve son dönemlerde bu mantıkla algılama yönetimi şeklinde tanımlanan müspet ve elzem yönü; halkla ilişkiler açısından önemli bir inşa metodudur. Kavramın toplum genelinde algı operasyonu olarak tanımlanan ve küresel düzlemde son derece acımasızca kullanılan manipülatif yönü de geleceğimiz adına aynı derecede önem arz etmektedir.

Çalışmada bu iki yönün farkını net bir biçimde ortaya koyabilmek amaçlanmış ve algı yönetiminin müspet yönünden istifade edip menfi yönünden de korunabilmek için yapılması gerekenler dile getirilmiştir. Ayrıca tez kapsamında manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesi ile sistem eleştirisi arasındaki ortak payda ön plana çıkarılarak işlenmiş; ciddi bir mesaj bombardımanı ve manipülasyon dalgası içinde yutulduğumuz bu kaygan süreçten korunmaya yönelik çözüm önerileri vurgulanmıştır. Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmlerinin örneklem kabul edilmesindeki temel gaye ise; bu yapımların ulusal (Kurtlar Vadisi Gladio) ve uluslararası (Kurtlar Vadisi Irak) düzlemde yaşanan manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümlenmeleri, bu tarz bir algı yönetimini inşa etme noktasında karakteristik birer örnek olmalarıdır.

Anahtar Kelimeler: *Kamuoyu, Algı Yönetimi, Manipülasyon, Halkla İlişkiler, Sistem Eleştirisi*



PERCEPTION MANAGEMENT AS A MEDIUM OF PUBLIC OPINION FORMATION AND MANIPULATION: SAMPLE OF KURLAR VADİSİ

ABSTRACT

The globalization process and high-level technological possibilities that have evolved into a different dimension have created a different world beyond our real life conditions and the images such as image, fiction, advertisement, virtual reality which appeals to our perception dimension have become much more important than real situations. Today, the perception of a thing is far more precious than that of the real thing, and this situation has become a race to create a perception that lives on a global scale. Dynamic sectors, such as corporate communications, advertising, marketing, image and reputation management, individual or corporate consulting, which are severely budgeted, are the most concrete indicators of this important process. Hence, the tendency to create a public opinion based on reality on a certain topic is now outdated, and this orientation is replaced by perception management, which is mostly centered on manipulation. Perception management, which is one of the main fields of activity of the people-related science, is an effective communication strategy at the point of creating public opinion and it has an important place in communication science. The other aspect that perception management is interested in communication science, discipline of peoples relations and which is much more popular nowadays is to use it as an up-to-date method when the masses are misguided and manipulated. Based on the perception management's correct perception of a message to a target group, and in the recent period, it has been defined as perception management it is an important method of construction in terms of relations with the people. The manipulative aspect of the concept, which is defined as perception operation in society as a whole, and which is extremely cruelly used on the global level, is equally important in the name of our future.

In this study, it was aimed to clarify the difference between these two directions and also to utilize positive aspects and to protect negative sides so it is stated how the perception management should be done. Within the scope of this dissertation, the common ground between the analyze of perception management based upon the manipulation and critics of the system has been conducted in this research. Solution proposals are emphasized to protect the process which penetrates into our perceptions by a lot of implications and the waves of manipulation. The main purpose of the acceptance as samples of these films Kurtlar Vadisi Gladio and Kurtlar Vadisi Iraq is; the analysis of the perception management of these productions based on manipulation in the national (Kurtlar Vadisi Gladio) and international (Kurtlar Vadisi Iraq) plane is a characteristic example of the point of revealing such perception management.

Keywords: *Public Opinion, Perception Management, Manipulation, Public Relations, System Criticism*



1. GİRİŞ

Tarihin Test Edip Onayladığı En Kapsamlı Halkla İlişkiler Faaliyeti,

Dürüst Kalabilmektir...

Kitle iletişim araçlarının (KİA) artan teknolojik imkanlar dahilinde bugün geldiği nokta, kitleler üzerinde istenilen algıyı istenilen şekilde oluşturabilecek bir boyuttur. KİA süreç içinde kamuoyu oluşturma gücünü gitgide artırmış ve günümüzde küresel ve toplumsal algı yönetimine hakim bir konuma gelmiştir. KİA ve bağlantılı güç unsurlarının ulusal ve uluslararası düzlemde yürüttükleri algı yönetimi; bugün dünya toplumlarının geleceği açısından son derece belirleyici, yön tayin edici bir konumdadır.

“Bir şeyin gerçek olması pek o kadar önemli değildir fakat gerçek olarak algılanması çok önemlidir.” diyen Amerikalı siyasetçi Henry Kissinger’ın bu meşhur sözünden de anlaşılacağı üzere; algı ya da algılama meselesi, bugün kitlelere yön verebilecek kadar hayati bir konudur. Hayatiyet arz eden bu önemli konunun gerek ulusal gerekse uluslararası düzlemde ele alınmış ve kullanılış biçimine yakından bakıldığında ise; algı yönetiminin, KİA’nın da etkin kullanımı ile çeşitli çıkar grupları tarafından ciddi etik ihlaller çerçevesinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu durumu anlamak için kamuoyu oluşumu noktasında etkili olmuş geçmiş örneklere baktığımızda; karşımıza çıkan spesifik örneklerden birisi de, Freud-Bernays-Goebbels-Hitler zinciri olmaktadır.

Psikanalizin kurucusu olan Avusturyalı nörolog Sigmund Freud, yaptığı bilinçaltı keşfi ile psikoloji biliminin seyrini ciddi şekilde etkilemiş ve insanın bilinç alanından ziyade bilinçaltı tarafından yönlendirildiğini ortaya koyup temellendirmiştir. Freud, ortaya koyduğu bilinçaltı teorisi ve bir kuramlar ya da yöntemler bütünü olan psikanaliz ile insanı anlamaya çalışmış ve bu gizli kalmış yönleri tedavi süreçlerinde kullanma amacı gütmüştür ama; bu büyük keşif, sadece insanı anlama ve tedavi etme noktasında kullanılmamıştır. İnsanın zayıf

noktalarını keşfederek onun nasıl kolaylıkla manipüle edilebileceğini anlayan manipülatörler de bu konu ile son derece ilgilenmiş ve eğer insanların gizli ve güçlü duygularına hitap edecek söylemler oluşturabilirlerse kitleleri istenilen yönde harekete geçirebileceklerini anlamışlardır. Freud'un yakın akrabası, daha doğrusu yeğeni olan ve halkla ilişkilerin babası olarak anılan Edward Bernays; bu önemli keşfi kitlelerin manipüle edilmesinde kullanan ilk kişidir. Bernays, propaganda üzerine detaylı çalışmalar ve uygulamalar yapmış; bu alanda birçok projeye imza atmıştır. Bernays'ın bir zaman sonra propaganda yerine halkla ilişkiler ifadesini kullanması bile bir manipülasyon örneği sayılabilir; ancak bu örneğin Bernays'a ait uygulamalar içinde belki de en masumu ve mantıklısı olduğunu söylemek yerinde olacaktır.

Bugün içinde bulunduğumuz ve bir nevi tutsağı olduğumuz tüketim kültürünün doğuşunda ve güçlenmesinde de Bernays'a ait etkili satış stratejilerinin oldukça önemli bir yeri vardır. İnsanların ihtiyaçları olmayan ürünleri istemeleri için onları nasıl ikna edeceklerini Amerikan şirketlerine Bernays öğretmiştir (Çağlar, 2015). Kitlelerin haberi olmaksızın kendi istekleri doğrultusunda kontrol edilmesi ve düzene sokulması olarak tanımladığı rıza mühendisliğini birçok farklı uygulama ile ortaya koyan Bernays; General Electric, Procter & Gamble ve American Tobacco Company gibi firmalardan CBS benzeri medya gruplarına, hatta Calvin Coolidge gibi Amerikan yöneticilerine kadar son derece zengin ve güçlü bir müşteri portföyü edinmiştir (Eray, 2018). Bernays'tan etkilenen ve onun ortaya koyduğu propaganda tekniklerinden yararlanan isimlerden birisi de, Hitler'in propaganda bakanı olan Goebbels olmuştur. 1933-1945 yılları arasında Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı yapan Dr. Paul Joseph Goebbels; hem Hitler'in en yakın dostu hem de çalışma arkadaşı olarak Nazi Almanyasını inşa eden isimlerin başında gelmektedir. *“Bir söylemi sürekli tekrarlarsanız, halk o söylemin nereden geldiğini unuttur ve kendi fikri gibi benimser.”*, *“Söylediğiniz yalan ne kadar büyük olursa o kadar etkili olur.”*, *“Hatalı olduğunuzu ya da yanlış yaptığınızı asla kabul etmeyin.”*, *“Tek bir rakibe odaklanın ve kötü giden her şeyi onun üzerine yıkın.”*, *“Önemli olan aydınlar değil kitlelerdir. Çünkü onları kandırmak kolaydır.”* gibi propaganda tekniklerini benimseyen Goebbels; Hitler gibi bir siyasal figürün dünya tarihinde yarattığı o büyük tahribin en güçlü yapılandırıcılarından biridir

(Çağlar, 2014). Sonuç olarak Freud-Bernays-Goebbels-Hitler zinciri örneğinde olduğu gibi algı yönetiminin manipülasyona dayalı yönü çeşitli kuramcılarının ve siyasilerin çalışmaları ile derinleşmiş ve KİA ile teknolojinin bugün yakalamış olduğu üst düzey imkanlarla da birleşince son derece tehditkar boyutlara ulaşmıştır.

Çağımızı şekillendiren küreselleşme olgusu, ulusal ve uluslararası düzlemde birçok iletiye maruz kalmamıza neden olmakta; kitle iletişim araçlarına hükmeden küresel sermaye gruplarınca kurgulanmış ve çarpıtılmış bilgiler, çoğunlukla bizleri yanlış yönlendirmektedir. Dolayısıyla algılama yönetiminin nasıl ve hangi amaçlarla yapıldığını bilmek, geleceğimiz adına büyük bir önem arz etmektedir. Ayrıca bireyleri ve toplumları yanlış yönlendiren iletişim modellerinin tanınıp bilinmesi ve sağlıklı, etik, işlevsel iletişim yöntemlerinin kullanılması; küresel düzlemdeki gelecek planında oldukça belirleyici bir rol oynamaktadır. Günümüzde algıyı yönetmek gücün öncelikli şartı haline gelmiş ve ulusal ya da uluslararası zeminde güçlü olmak isteyen her bireysel ya da sosyal aktörün algı yönetimini uygulaması neredeyse kaçınılmaz olmuştur. Ne var ki algı yönetiminin hangi amaçla ve nasıl uygulanacağı meselesi, kitlelerin manipülasyondan korunması noktasında son derece önem taşımaktadır ve bu boyut, algı yönetimi ile ilişkili olan halkla ilişkiler disiplini de yakından ilgilendirmektedir. Zaman, enerji ve maliyet kaybını minimize etmek adına yumuşak güç denilen ve sıcak savaşa önemli bir alternatif olarak getirilen yaygın anlayış çerçevesinde etkin kullanılan bu popüler iletişim stratejisi, bugün yoğun pragmatik kaygılar çerçevesinde işlemekte ve gerçeklik, doğruluk, adalet, hakikat, kamu hukuku gibi değerleri hiçe sayarak son derece sorunlu bir zeminde ilerlemektedir. Oysaki algı yönetimi denilen iletişim stratejisi özel ya da tüzel kimlikler tarafından mutlaka kullanılmalı; bir özel ya da kamusal kuruluşun, grubun, toplumda bir misyon icra eden ya da hizmet veren herhangi bir yapının (STK, platform, siyasi parti, özel şirket, özel kişi) hedef kitleye aktarmak istediği iletinin inşasında etkin bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak sağlıklı bir biçimde değerlendirilmelidir. Bu mantıktan yola çıkarak; çalışmada algı yönetiminin, özel ya da kamusal bir kuruma ait iletilerin toplumdaki inşası anlamına gelen ilk boyutu (algılama yönetimi) ve kitlelerin yanlış

yönlendirilmesine dayanan ikinci boyutu (manipülasyon-çarpıtma) birlikte ele alınmıştır.

Kitlelerin hatalı ve tehlikeli algı kodlarıyla yanlış yönlendirilmesi, günümüzün en temel iletişim problemlerinden biridir ve algı yönetiminin hem iletilerin toplumsal zemindeki inşası yönüyle hem de bu temel boyutu ile bilinmesi; sağlıklı ve farkındalıklı toplumların yetişebilmesinde son derece etkilidir. Bu nedenle çalışmada kamuoyu, algı, yönetim, yönetişim, algı yönetimi, algılama yönetimi, kitle psikolojisi, propaganda, demagoji, ajitasyon, manipülasyon, psikolojik savaş, enformasyon savaşı, sosyal mühendislik ve algılama yönetiminin ulusal değil uluslararası ayağı olan kamu diplomasisi gibi temel kavramlara açıklık getirilerek algı yönetiminin iki farklı boyutu ayrı ayrı işlenmiştir. Ancak çalışmada algı yönetimini doğru anlayan, çözümleyen ve uygulayan bir toplum olmadığımız yönündeki genel kabulden yola çıkılarak; *“Acaba toplumun karşısına manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümüleme işlevi görebilecek yapılarla, örneğin sinema filmleri ile çıkılırsa; kitle bu ürünler üzerinden algı yönetiminin negatif boyutunu tanıyabilir ve bu olumsuz boyuttan korunmayı sağlayacak kritik akıl (eleştirel akıl) yeteneğini kazanabilir mi?”* sorusuna odaklanılmıştır. Dolayısıyla çalışmanın temeldeki amacı, bu hususu netleştirmeye dair bir veri elde edebilmektir. *“Sinema, manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesinde etkili bir yöntem olabilir mi?”*, *“Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmleri, manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümüleme işlevi görmüş müdür?”* şeklindeki diğer sorular da yine çalışmanın yanıt aradığı hususlardır. Zira halkla ilişkiler disiplini içinde vücut bulan ve gerek pozitif gerekse de negatif bir boyut taşıyan algı yönetimi olgusu, sinema üzerinden de etkin bir biçimde şekillendirilebilmektedir.

Aldous Huxley, kült kitabı olan *Algı Kapıları*'na İngiliz şair ve ressam William Blake'in şu meşhur sözü ile başlamakta ve adeta çalışma boyunca bu sözü temellendirmektedir; *“Eğer algı kapıları temizlenseydi, her şey insana olduğu gibi görünürdü; sonsuz”* (Huxley, 2003:5). Dolayısıyla bugün çevremizde gördüğümüz çoğu durumun hiç de görüldüğü gibi olmadığı açıktır. Günümüzün küresel planda yaratılan, kurgulanan ideolojisi; tüketime, haz duygusuna ve konformizme dayanmaktadır. Teknolojinin de güçlü desteği ile bu yönde bir algı

inşa edilmekte, bilinçler bu şekilde formatlanmaktadır. Bu noktada ulusal ve uluslararası planda üzerimizde uygulanan algı yönetiminin profesyonel algı yönetiminden ayrıştırılarak tanınması, tanımlanması ve dahası sinema, yazınsal yapıt, tv vb. gibi etkili araçlar vasıtası ile çözümlenerek ifşa edilmesi son derece önem taşımaktadır. Sinema, bu çözümlenmenin gerçekleştirilerek kitlelere sunulabilmesi noktasında oldukça işlevsel bir araçtır ve nasıl ki manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini gerçekleştirenler çok uzun yıllardır bu alanı bir küresel üs gibi kullanıyorlarsa; sinema aynı şekilde küresel algı yönetiminin çözümlenmesi/deşifasyonu noktasında da iyi bir işlev görebilecektir. Sinema, çok uzun zamanlar boyunca istenilen yönde bir algının inşa edilmesinde bir araç işlevi görmüştür. Bu anlamda Hollywood Sineması'nın bir küresel üs konumunda olduğu, bilinen ve kanıksanan bir gerçektir.

Sinemanın propaganda amacıyla ilk kullanımı, 1898 yılındaki Amerika-İspanya savaşında gerçekleştirilmiştir. Amerika'dan Küba'ya giden Amerikalı askerler birer dakikalık filmler çekmişlerdir ve bu şekilde Küba'nın geri kalmışlığının İspanya'dan kaynaklandığı yönünde bir algı oluşturulmuştur. Amerika bu sinemasal açılımla, yapmış olduğu müdahaleyi halk nezdinde meşrulaştırmayı hedeflemiştir (Laçın, 2017). Bundan sonraki süreçte ise Amerika'nın sinemayı bir algı yönetimi aracı olarak kullanma süreci gitgide derinleşmiştir. Gevgilili bu dikkat çekici süreci, 'Çağını Sorgulayan Sinema' (1989) başlıklı çalışmasında şöyle özetlemektedir: *"20. Yüzyıl'da filmlerin doğrudan kendi özleri ya da içlerindeki öteki kültür araçları yoluyla emperyalist amaçlarla kullanılışı, bazen çok açık biçimler almıştır. Dünyada derin çelişkilerin keskinleştiği dönemlerde sinemanın bu yolda kullanılışı; 1930'lu ve 1940'lu yıllarda örnek olarak Nazi Almanyasında, faşist İtalya'da, Japonya'da ve Soğuk Savaş döneminde çoğu büyük ülkede gizlenmeye bile çalışılmadan kendisini göstermiştir. Sinema böyle anlarda belirli bir dünya görüşünün, bir politik, ekonomik ya da sosyal düzenin doğrudan doğruya aşılması ya da savunulması gibi görevlerle yükümlü sayılmıştır. 1933'te Naziler Almanya'da iş başına geldikleri zaman, Propaganda Bakanı Dr. Goebbels sinema yapımına doğrudan doğruya el koymuştur"* (Gevgilili, 1989:271). Belirtilen somut örneklerde de görüldüğü üzere, sinema aslında algı kodları yazan etkili bir araç konumundadır. Ne var ki sinema sadece kod yazma gücüne de sahip değildir.

Aynı zamanda sinemanın kod açımı yapabilen, kod çözebilen bir boyutu da söz konusudur.

Kodlar, kültürle ortaya çıkan anlamsal dizgelerdir ve anlamı inşa eden göstergeler her yerde karşımıza çıkmaktadırlar. Her gösterge birbirinden farklı anlamlar taşımakta; anlamı inşa eden parçalardan biri olan ve aslında kodlama yapmaya yarayan göstergeler, aynı zamanda inşa edilen hatalı kodların deşifreyonu için de kullanılabilirlerdir (Yengin, 2017:288). Hazırlanan metinlerin sinemada nasıl kullanıldığı, konuların filmlerde ne şekilde işlendiği ve ne tür bir dilin tercih edildiği; algının inşasında son derece önemli bir yer tutmaktadır ve bu anlamda dilin kullanımı oldukça belirleyici bir konudur (Atabek ve Atabek, 2007:172). Sonuç olarak sinema, kod açımı özelliğini manipülasyona dayalı algı yönetimi noktasındaki kültürel kodlar üzerinde uygulayabilmekte ve zaman zaman bu tarz çözümlere yoğunlaşan sinema ürünleri hazırlanabilmektedir. Ancak toplumumuzda küresel algı yönetimine dayalı manipülatif etkiler son derece yoğun olduğundan, çalışmamızda bu yönde öne çıkmış uluslararası film örneklerinden ziyade iki yerli yapım tercih edilmiş ve Kurtlar Vadisi Gladio ile Kurtlar Vadisi Irak filmlerinin küresel algı yönetimini çözümlene işlevleri incelemeye alınmıştır.

Çalışmanın amacını netleştirmek bakımından, modern bir kavram olan post-truth kavramı da önem taşımaktadır. Zira bu kavram; doğruların, hakikatlerin, olguların önemini yitirdiği bir dönemi tanımlamaktadır. Bu dönem; artık somut ve gerçek durumların anlamını kaybettiği, gösteriye ve kurguya dayalı gerçek dışı tabloların rağbet gördüğü bir dönem anlamına gelmektedir. Böylesi bir dönemde gerçek olarak kabul edilen tek şey yaratılmış olan algıdır ve o algının çoğunlukla realitede bir karşılığı bulunmamaktadır. Burada felsefedeki temel epistemolojik ayırımlardan biri olan kanı (doxa)-bilgi (episteme) ayırımında olduğu gibi ciddi bir çatallaşma söz konusudur ve bir tarafta duygulara ya da temelsiz kanaatlere dayanan algı, diğer tarafta ise hakikat vardır. Kitlelerin algılara hakikatmiş gibi sarıldığı post-truth döneminde belki şeylerin esasından çok yansıması önemlidir ama; nesnelerin yansımalarında hep ters görüldükleri de akıldan çıkarılmaması gereken bir gerçektir. İnsan zihni genelde farkındalıklı bir biçimde şimdide var olamadığı ve genelde geçmişte ya da gelecekte olduğu için toplumun yerleşik kodlarına yönelik her hazır bilgi otomatikman satın

alınma yönelimindedir ve bu da algı yönetimini pozitif inşa değil manipülasyon amaçlı kullanan yapıların işlerini kolaylaştırmakta; bireyleri algı yönetimi noktasında açık hedef konumuna getirmektedir. Jung'ın temel ayırımlarından biri olan birey-persona (maske kişilik) ayırımı canlılığını sürdürmekte ve toplumlarda farkındalıklı, özgün, bilinçli öz kimlik anlamına gelen bireyden ziyade kolektif bilinçaltı tarafından yönetilen sahte kimlik alanı (persona-maske kişilik) hüküm sürmektedir. Bu durum da manipülasyon odaklı algı yönetiminin, manipülatif medya mesajlarının, sanal bir dünya yaratan güçlü reklam kültürünün kolaylıkla temas ettiği ve otomatik algıları tutumlara ya da davranışlara dönüştürdüğü o tehlikeli alanı beslemektedir.

Dünyayı devasa bir pazara dönüştüren küresel manipülatörlerin etkilerini zayıflatacak, kitleleri bu güçlü etki alanından bir parça da olsa koruyabilecek olan çözümlerin başında ise; şüphesiz ki kitle psikolojisini (sürü psikolojisi) hakim kılan kitle iletişim araçlarını birey yetiştirebilecek sağlıklı bir amaca yönlendirebilmek olacaktır. Zira birey görünümlü maske kişiliklerin (persona) otomatik pilota yaşadığı, Matrix filmindeki ajanlar misali mekanik bir hayat sürdüğü günümüzde kritik (eleştirel) aklın hayatıyet kazanması ve sistem eleştirisi kültürünün çağın getirilerine göre yeniden güncellenmesi son derece önem arz etmektedir. Araştırmamızda, bu anlamda sinemanın kritik akli etkin kılmak adına bir çıkış noktası olabileceği düşüncesinden hareketle Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmleri üzerinden manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesi üzerinde durulmuş; hegemonya ve ideoloji kuramları ışığında söz konusu yapımların uyandırdığı duygusal ve düşünsel etkiler analiz edilmiştir.

Çalışma; Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmlerinin manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümlmek, diğer bir tabirle deşifre etmek noktasında gördüğü işlevi ortaya koyabilmek ve temellendirebilmek gayesini taşımaktadır.



2. KAMUOYU OLUŞUMUNDA TEMEL KAVRAMLAR VE ALGI YÖNETİMİ

2.1 Kamuoyu Oluşumunda Başlıca Tanımlar

Bu ilk bölümün birinci kısmında kamuoyu oluşumunda etkin rol oynayan kavramların tanımları yapılacak, kamusal alan olgusuna eğilen bazı düşünörlere yer verilecek ve tanımları verilen ana kavramların halkla ilişkiler disiplini içinde konumlanan algı yönetimi ile olan girift ilişkisi ortaya konulacaktır.

2.1.1 Kamuoyu olgusu

Kamuoyu adı verilen sosyal olgunun kökleri, insanın ilk olarak düşöncelerini aktarmaya başladığı ve doğal olarak bireysel fikirlerini ya da tercihlerini kendi dışındaki insanlar üzerinde etkin kılmaya çalıştığı kadim dönemlere dayanmaktadır. Ki bu dönem de; insanın bireysel yaşamdan toplumsal yaşama, bir diğer deyişle özel alandan kamusal alana geçişi ile birlikte gerçekleşmiştir. Kamuoyu olgusu, kavramsal değilse de varlıksal olarak; insanın sosyalleşmesi ve kendi düşönsel ya da davranışsal yönelimlerini çoğunluğa baskın kılmaya çalışmasıyla açığa çıkmıştır. Bu toplumsal yönelimin kamuoyu adı ile kavramsallaşması ise süreç içerisinde gerçekleşmiştir. Kavramın temelinde, bireylerin bir arada yaşamaları ile birlikte açığa çıkan toplumsal yaşam gerçeği ve bireye ait fikirlerin bu zeminde kabul görmesi, benimsenmesi isteği yatmaktadır.

Kamuoyu kelimesinin kökenine bakıldığında, Latince kökenli iki kavram olan publicus ve opinio kelimeleri ile karşılaşılmaktadır. Public bazen kamu bazen de kamusal anlamına gelmekte ve özel yaşam alanının karşıtı olarak kabul edilmektedir. Ki zaten kamu denildiğinde, özel ve kamusal ayrımın karşıtlığı ile karşılaşılmaktadır. Bu kavram Batı dillerinde genel olanı, herkese açık olanı, herkesi ilgilendireni ve devletle ilgili olanı ifade etmektedir. Kamuoyundaki ikinci sözcük olan opinio ise görüş, gidilecek yol ya da kanaat anlamına gelmektedir. Kamuoyu bu düşönceden hareket edilerek, toplumun

çoğunluğunun kamusal meselelerle ilgili kanaatleri biçiminde algılanagelmiştir (Keskin, 2014:130).

Sosyal bir olgu olan kamuoyunun yapıcısı, sosyalleşen ve sosyalleşme yöneliminde bulunan bireydir. Bu noktada kamuoyunun nasıl bir şekil alacağı, kamunun yani bütünün faydasına yönelik bir özellik kazanıp kazanamayacağı da yine bireylerin düşünce ve eylem biçimlerine bağlı olarak gelişme göstermektedir.

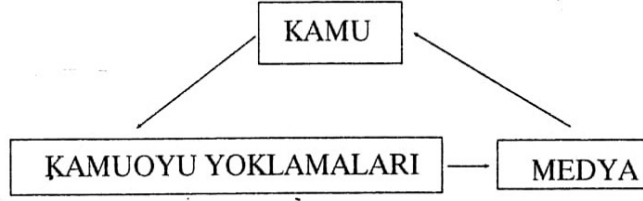
Sokrates, kamuoyu sözcüğünde bulunan ve oy anlamına gelen kanaat hakkında bazı söylemlerde bulunmuştur. Liman kenti Pire’de kaldığı bir şenlikte Glaukon ve diğer arkadaşlarıyla devlet üzerine tartışırken, aralarında bir konuşma geçmiştir ve bu konuşmada Sokrates, “*Sana ‘Kanaat bilgiden daha bulanık ama bilgisizlikten daha berrak mı geliyor?’ diye sordum.*” demiştir. “*Fazlasıyla.*” yanıtını alan Sokrates bu sefer de “*İkisinin ortasında mı?*” deyince, Glaukon “*Evet.*” şeklinde yanıtlamıştır. Glaukon ardından, “*Yani kanaat, bilgi ile bilgisizlik arasında bir yerde mi?*” diyen Sokrates’i onaylamıştır (Neumann, 1998:84). Buradan, kanaatin bilgiden farklı bir durum olduğu sonucuna varmak mümkündür.

Kamuoyu kavramı, 18. Yüzyıl’da kullanılmaya başlanmış ve toplumsal hareketliliğin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Kavramı ilk kullanan ise Montaigne’dir ve bu durum, 18. Yüzyıl’dan 200 yıl öncesine dayanmaktadır. Montaigne kamuoyu kavramından, 1588’de Fransızca olarak ‘l’opinion publique’ şeklinde söz etmiştir. İngilizcede kamuoyu üzerine ilk düşünceleri geliştiren ise Jeremy Bentham’dır. Kamuoyu kavramının siyasal alanda ilk kez ortaya konuluşu ise, Fransız İhtilali’nden önce Jean Jaques Rousseau tarafından gerçekleştirilmiştir (Bağcı, 2017:176). Bir başka tanıma göre kamuoyu, halkın kamuyu ilgilendiren konulara ilişkin kanılarının toplamıdır. Kamuoyu konusunda çalışma yapanlar, kamuoyunun tek ve açık bir tanımının imkan dahilinde olmadığını vurgulamaktadırlar. Ne var ki, aslında kapsayıcı bir tanım için çaba da harcanmıştır. Örneğin Elisabeth Noelle-Neumann; kuşaklar boyu birçok felsefecinin, hukukçunun, tarihçinin, siyaset kuramcısının ve iletişimcinin açık bir tanım için gayret gösterdiğini dile getirmiştir. Bu kavram büyük ölçüde Aydınlanma’nın bir ürünüdür ve 17. Yüzyıl sonları ile 18. Yüzyıl’ın liberal siyaset felsefecileriyle yakından ilişkilidir. Ayrıca 19.

Yüzyıl'ın demokrasi kuramı da bu çerçeveye dahil edilebilmektedir (Mutlu, 2012:173). Kamuoyu kavramının esası, kanaat ya da kanı kavramlarına dayanmaktadır. Herhangi bir konuda bir kamuoyu oluşumundan bahsedebilmek için; önce o konuda oluşmuş bazı kanılar/kanaatler olmalı, daha sonra da bu çeşitli kanaatler içinden bir yaygın kanaat halkasına ulaşılabilmelidir. İşte bu yaygın kanaat halkası, kamuoyu denilen olguyu anlamaya ve tanımlamaya en yakın olan noktadır. Ne var ki kamuoyu kavramı yine de muğlaktır ve üzerinde mutabık kalınacak genelgeçer bir tanıma varılamamıştır. Kamuoyu kavramı ile ilgili olarak üzerinde uzlaşılan bir tanıma ulaşılamamasının en önemli nedeni, belki de ona mal edilen içeriğin belirli aktörlerce değiştirilebiliyor olmasına bağlıdır (Raynaud ve Rials, 2017:483). Bu noktada, pragmatizmle başa baş yürüyen güç olgusunun kamu denilen bütünsel alanı kendi çıkarlarına göre yönlendirme eğiliminde olduğu ortaya çıkmakta; önünde sonunda insan faktörüne dayanan bu tarihsel ve sosyolojik gerçek kendini göstermektedir.

Kamuoyu, gazete başyazarı veya politikacı gibi toplumsal figürlerin şahsında kişileştirilemez ve tartışmalı bir konuda ortaya çıkar. Kamuoyunun oluşumu söz konusu olduğunda, ortada mutlaka birbirine karşıt görüşler olması gerekir. Dolayısıyla kamuoyu, çeşitli kriterlere göre saptanmış örneklem grupların toplumda tartışılan bir konudaki görüşlerinin sorulması yoluyla belirlenmektedir. Bu tarz bir kanaat belirleme işlemi, kamuoyu yoklaması veya sondaj gibi isimlerle anılmaktadır (Bilgin, 2016:188-189). Kamuoyunun bu karşıt görüşler çerçevesinde oluşması süreci, özellikle de manipülasyona dayalı algı yönetiminde bulunan yapılar için son derece elverişli bir ortam sağlamaktadır. Bu nedenle farklı fikirlerin çarpıştığı bu tarz ortamlarda verilerin filtre edilmesi ve sağlıklı analizi son derece büyük bir öneme sahiptir.

Herhangi bir konuda kamuoyu yoklaması yapıldığı zaman, sonuçların medya tarafından kitlelere iletmesi ve verilerde herhangi bir değişiklik yapılmadan aynıyla yayına aktarılması gerekmektedir. Bu tarz yoklamaların kitlelere ulaştırılabilmesinde medya merkezî bir konumda yer almakta ve kitle iletişim araçları aracılığı ile kamunun kanaati, düşüncesi ve eğilimleri gene kamunun bilgisine sunulmaktadır. Gawiser ve Witt bu işleme 'kanaat üçgeni' ismini vermişler ve bunu aşağıdaki şekilde şematize etmişlerdir (Bektaş, 2013:230).



Şekil 2.1: Gawiser ve Witt'e Ait Kanaat Üçgeni Şeması

Kaynak: Bektaş, 2013:230.

Kamuoyunun, kamunun çıkarlarına uygun bir hal alması, yani toplumun geneli için bir fayda oluşturabilecek yönde şekillenmesi; genel olarak 'demokrasi' anlayışının hayatiyet kazanmasına bağlanmıştır. Ne var ki dünya tarihi boyunca demokrasi adı verilen ve ideal yönetim biçimi olarak yüceltilen demokrasinin hakkaniyetli bir biçimde, esaslı neticeler verecek şekilde uygulanması pek mümkün olmamıştır. Zira yönetim şekline ne isim verilirse verilsin, topluma şekil veren erklerin ekonomik güç çerçevesinde biçim aldıkları ve sistemde hakim güç konumuna yükseldikleri sürekli olarak tecrübe edilmiştir.

Kamuoyunda stratejik mantıklar ve polemik konusu tavırların yol açtığı kuşku hep ön plandadır ve bu durum zaman zaman büyük karışıklıklara yol açmaktadır (Raynaud ve Rials, 2017:483). Kamuoyu kavramı hakkında yapılan tanımlamalar, iki grup halinde ele alınmaktadır. Birinci grup, politika bilimi açısından kamuoyudur. İkinci grup ise diğer sosyal bilimler açısından kamuoyu tanımı olarak kabul edilmektedir. Kamuoyu kavramının bir diğer tanımı ise, politika bilimleri çerçevesinde devletin yasama, yürütme ve yargı organlarının davranış biçimini belirleyen ya da kanaat önderleri tarafından belirlenen norm şeklindedir. Sosyal bilimcilerin tanımlamalarına bakıldığında da; kamuoyu kavramının bireyin kanaatini ve davranışını, ailesi, çalıştığı ve içinde yaşadığı yakın çevre ile bütün toplumu içeren sosyal grubun kanaati ve davranışı ile ilişkili olarak açıkladıkları görülmektedir (Bağcı, 2017:175). Kamuoyunun gerek siyasal gerekse sosyal alana hitap eden bu her iki tanımı da halkla ilişkiler disiplini yakından ilgilendirmekte ve tıpkı algı yönetimi kavramında olduğu gibi bağlantılı birçok yeni kavramı da araştırma alanına dahil etmektedir. Bu anlamda kitle psikolojisi, propaganda, manipülasyon, ajitasyon, psikolojik savaş, enformasyon savaşı, sosyal mühendislik ve kamu diplomasisi gibi birçok

kavram, kamuoyunu ve kamuoyu oluşumunu sağlıklı anlayabilmek noktasında önem arz etmektedir.

Kamuoyu, birçok faktörün etkisi ile şekil alan oldukça geniş bir alandır. Ancak kamuoyu yapıcı araçlar sıralandığında; yüz yüze yapılan kişisel temaslar, kanaatlerin oluşmasında etkin liderler (kanaat önderleri), siyasal liderler, baskı grupları ve kitle iletişim araçları (basın, radyo, televizyon, film, kitap, afiş, sergi vb.) gibi faktörler ilk sırada yer almaktadır (Bektaş, 2013:98). Çalışmamızda, kamuoyunun şekillenmesinde etkisi olan temel kavramlar ele alınacak ve halkla ilişkiler disiplininin bu ana çatı altında yürüttüğü algı yönetimi faaliyetinin iki farklı boyutuna odaklanılacaktır.

2.1.1.1 Kamu

Kamuoyu kavramını oluşturan publicus ve opinio kelimelerinden ilki olan public, kamu ya da kamusal olarak Türkçeleştirilebilecek olan bir ifadedir ve halkı, bütünü, herkesi tanımlamaktadır. Aristoteles'in yönetim biçimlerini tartışırken ve kıyaslarken temel ölçüt olarak kabul ettiği ortak yarar kavramı, kamu olarak adlandırılan bu sosyal olgunun omurgası konumundadır. Zira ortak yarar anlayışının kamuda hakim konumda olması, yaşatılması ve gözetilmesi; toplumsal yapının sağlıklı olduğu anlamına gelmektedir. Ortak yarar algısının ve hassasiyetinin yerleşmediği, hakim kılınmadığı sosyal yapılarca mutsuz, sağlıksız ve istikrarsızdır. Aristoteles'in kendi düşünce sistemi içinde 'ortak yarar' olarak ifade ettiği bu kavram, günümüzde kamu hukuku olarak ifade edilen kavramla yakından ilişkilidir.

Sosyolog John Dewey kamuyu, paylaşılan bir problem veya ilgi alanı etrafında oluşan ya da birleşen insan topluluğu şeklinde tanımlamaktadır. Grunig ise kamuyu dört ayrı türe ayırmaktadır. Bu dört türün başında tüm konularda aktif olan kamu gelmektedir. Diğerleri ise hiçbir konuda aktif olmayan ilgisiz kamu, sadece belirli konulara ilgi duyarak aktif olan kamu ve belirli bir konu toplumsal gündeme yaygın biçimde girerek tartışılmaya başlandığında aktif duruma geçen kamu şeklinde sıralanmaktadır. Kamunun hukuki anlamı, herkese açık (public) kavramını vurgulamaktadır ve herhangi bir şeyi özel alandan (private) ayırmaktadır. Bu tanımın siyasal bir tanım olduğu görülmekte ve esasen çoğunluğun çıkarları (halkın) anlamında kullanılmaktadır (Oktay, 2002:32). Kamu, belirli bir yönetim biçimi dahilinde birlikte yaşayan herkesi,

tüm halkı kuşatan, karşılayan bir kavramdır ve Aristoteles'in yurttaş-devlet, efendi-köle şeklinde ifade ettiği çeşitli ilişki biçimlerinin de ana zemini.

Aristoteles devletin en temel görevini; yurttaşlarının bu dünyada erdemli ve mutlu olmalarını, başka bir deyimle iyi yaşamalarını sağlamak şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanımlamada yurttaşlar arasında dağıtıcı adaleti uygulamak noktası ön plana çıkmakta; çünkü oligarşi ve demokrasi ile yönetilen toplumlarda bulunmayan güçlü bir orta tabakanın varlığına olanak tanıyan gelir dağılımı dengesi ancak bu şekilde oluşmaktadır. Aristoteles'e göre devletin ikinci temel görevi ise; yurttaşlarının ahlaksal yaşamlarından da sorumlu olduğu için, onları erdemli ve mutlu birer yurttaş kılacak sağlıklı bir eğitim sistemini kurmaktır (Aristoteles, 1993:46). Bu temel tespitten de anlaşılmaktadır ki; Aristoteles'te kamunun ruhu diyebileceğimiz ortak yarar kavramı ile birlikte işleyen bir diğer temel kavram ise adalettir. Bir yönetim biçiminde, yurttaşlara tanınan hak ve özgürlüklerin herkese eşit bir şekilde uygulanması kamusal bir durumdur ve dahası kamunun özüdür. Bütünün çıkarlarını koruyup gözetken ve bugün kamu hukuku olarak ifade edilen anlayış ise devletin temelidir.

Kamu ve kamusal alan olgusu, 19. Yüzyıl ortalarından itibaren toplumsal hayatta kendini hissettirir. İnsanların çalıştıkları mekanların sanayileşme ve kentleşmeye bağlı olarak yaşanan hanelerin dışına çıkması, özel alan ile kamusal alan ayırımını doğurmuş ve böylelikle de özel yaşamla çalışma yaşamı birbirinden ayrılmıştır. Modern bireyin hareket alanı olarak görülen kamusal alan, modern demokrasinin de işleyiş alanı olarak görülmeye başlanmıştır. Habermas'a göre kamusal alanın üç önemli oluşturucu öğesi bulunmaktadır. Bunlar; sivil toplum, vatandaş ve demokrasidir (Güngör, 2015:234). Kamu anlayışının ortaya çıkış sürecinde, sözlü kültürden yazılı kültüre geçiş yapılmasının da son derece belirleyici bir faktör olduğunu ayrıca belirtmek gerekir. Matbaanın Avrupa'da yaygınlaşmasında öncü bir isim olan Johannes Gutenberg, bu durumu şöyle özetlemektedir: *“Bizim çağımızda, tekerleğin mekanik teknolojisinden elektrik devresinin teknolojisine doğru giden ani değişim, bütün tarihsel çağların en büyük değişimlerinden birini temsil etmektedir. Hareketli matbaa harfleriyle basımcılık, hiç beklenmedik yepyeni bir ortam yaratmış; kamuyu ortaya çıkarmıştır. Elyazması teknolojisi, ulusal bir ölçekte kamular yaratmak için zorunlu olan yoğunluğa ve yayılma gücüne sahip*

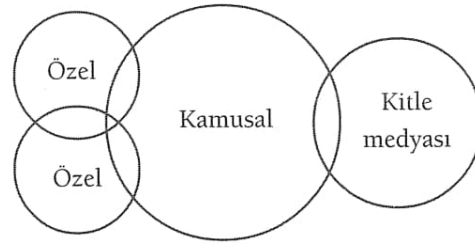
değildi” (Gutenberg, 2014:7). Günümüzde son derece girift bir ilişki örneği olan kamu-kitle iletişim araçları ilişkisinin bu şekilde başladığını ve süreç içinde geliştiğini söylemek yerinde olacaktır.

2.1.1.2 Sivil alan ve kamusal alan ayrımı

Sosyalleşen insanın ortaya çıkışı ile birlikte varlık kazanan kamusal alan olgusu, Platon’un Devlet, Aristoteles’in de Politika adlı temel eserlerinde işlenmiş ve Habermas tarafından da siyaset felsefesinin alanına giren sosyolojik bir kavram haline getirilerek belirginleştirilmiştir. Kamusal alan terimi (public sphere) kendisini daha çok Alman Filozofu Jürgen Habermas’ta bulmakta ve kolektif olarak örgütlenmiş yurttaşların politik kararları etkileyebilecek çeşitli tartışmalar veya eylemler (grevler, toplu dilekçeler, gösteriler) yaptıkları mekanları ifade etmektedir. Bu mekanlar sokak, kafe, medya organları, kürsü, vb. gibi alanlar olabilmektedir (Bilgin, 2016:190). Kamusal alanın şekillenmesinde ve kamuoyu oluşumunda etkili olan birçok faktör söz konusudur ve kanaat rehberi ya da kanaat lideri adı verilen kişiler de bu çerçevede yer alan unsurlardan biridir.

Kanaat rehberi ya da kanaat lideri kavramları, kamuoyunun oluşumu noktasında önemli bir işlev görmekte ve iletişim araçlarından gelen mesajları alıp kendi süzgeçlerinden geçirerek grup üyelerine aktarmaktadırlar. Mesajların topluma giriş ve yayılış süreciyle ilgilenen Katz ve Lazarsfeld; mesajın doğrudan geniş kitlelere ulaşmadığını, alıcı kitlenin homojen olmayıp bir rol farklılaşması gösterdiğini dile getirmişlerdir. Bu bağlamda bazı kişilerin mesajı alıp uyarladıktan sonra diğerlerine aktardıklarını ifade etmişler ve iki aşamalı iletişim (two-step flow of communication) modelini yapılandırmışlardır (Bilgin, 2016:191). Bu noktada kamunun bir parçası olan kanaat önderleri, kamuoyunun oluşmasına yön veren ana unsurlar içerisinde yer almakta; belirlenen konumundan belirleyen katına yükselmektedirler. Kamusal ile özel arasındaki ayrım, Yunan ve Roma dönemine kadar uzanmaktadır. Ne var ki kamusal alan ve kamuya açık olma kavramları, aslında bir 18. Yüzyıl anlayışı olan sivil toplum ile alakalıdır (Outhwaite, 2008:398). Habermas’ın kamusal alan tanımı, sosyo-politik veya pratik sorunların çözülmesi amacıyla kişiler arasında değerler ve ölçünler üzerinde mutabakata varılma olanağının bulunduğu kamusal yaşam alanı şeklindedir. Habermas ayrıca 17. ve 18. yüzyıllarda

kamusal alanın Batı Avrupa'daki gelişimini açıklarken de, bu alanı tek tek yurttaşların pratik sorunlarını ve devletin rolünü özgürce ve eleştirel olarak tartışabildikleri alan olarak konumlandırmaktadır. Ona göre bu alan, mutlakiyetçi devlet ile burjuva toplumu arasında ortaya çıkan sosyal bir alandır. Habermas'a göre kamusal alanda gerçekleşen kamusal aydınlanma süreci ise oldukça zaman alıcıdır (Mutlu, 2012:174). Kamuya açık olan farklı görüşlerin yeterince varlık gösterebilme ve alıcısına ulaşabilme kapasiteleri ise genelde ekonomik güç, kitle iletişim araçları türünden ana belirleyicilere bağlı bulunduğundan; kamuoyunun oluşum süreci de bu noktadaki dengeler çerçevesinde gerçekleşmektedir. Kamusal alan ile özel (sivil) alan arasında bir kesişme söz konusudur ve bu alanlar arasındaki kesişim noktaları analiz edildiğinde, aşağıdaki gibi bir şekil elde edilmektedir.



Şekil 2.2: Kamusal Alan ve Özel Alan Arasındaki Kesişim

Kaynak: Lilleker, 2013:239.

Kamusal alanın gücü, dayanıklılığı ve hayatiyetini sürdürebilmesi; bazı özellikleri taşımasına bağlıdır. Kamusal alanın güçlü, aktif ve açık olabilmesi için o toplumun sahip olması gereken özellikler şu şekilde sıralanabilir; temel bir hak olan ifade özgürlüğünün yaşatılabilmesi, erişilebilir, siyasi olarak bağımsız ve çoğulcu medyanın varlığı, bilgi ve iletişim teknolojilerine dair beceriler de dahil olmak üzere yüksek düzeyde okuryazarlık ve devlet belgelerine erişimin açık olması. Ancak çok az sayıda toplum bütün bu şartlara sahiptir ve 'kamusal alan'ın bağımsız ve etkili bir siyasi güç olarak var olamayışı bu nedene bağlanmaktadır (Lilleker, 2013:239). Bu önemli toplumsal nitelikler göz önüne alındığında, kamusal alanın gücü ile devletin gücü ve gelişmişliği arasında yakın bir ilişki olduğu da görülmektedir.

Özbek, kamusal alan kavramının özellikle 1990 başlarından beri ülkemizde çeşitli akademik yayınlarda ele alınmaya, değişik alanlarda kullanılmaya ve 2002'den beri de güncel politik tartışmaların konusu olmaya başladığını belirtmektedir (Özbek, 2004:9). Günlük konuşma dilinde kamu, devlet ya da devlet işleri şeklinde kullanılmaktadır. Kamusal alan ise toplumsal yaşamımızla irtibatlı bir kavramdır ve toplumda yer alan tüm yurttaşların ortak alanıdır. Kamusal alan, modern toplumlarda demokratik bir örgütlenme alanı olarak gelişmiştir. Bu alanda yurttaşlar, ortak sorunlarını eşit ve özgür koşullar içinde, eylemler aracılığıyla, dil kullanımıyla ve ek olarak açıklıkla ilkin çözümlenmeye, ardından da çözmeye çalışmaktadırlar. Söz geçen bu faaliyetler ne kadar fazla olursa, kamusal alan da o kadar canlı demektir. Kamusal alanın genişliği veya sınırları; o toplumdaki düşünce, ifade, toplanma, örgütlenme, tanınma ve diğer insan hakları ve özgürlüklerinin gelişmişliği ile ölçülmektedir. Bu anlamda kamusal alan, aslında siyasal bir nitelik taşımaktadır (Onat, 2013:11). Kamusal alanın hayatiyetini sağlıklı bir biçimde yürütebilmesi ve devlet yönetiminde oluşan problemleri yeri geldikçe doğal bir alarm sistemi gibi işaret edebilmesi, devlet yönetiminin kamusal alana gerekli olan özgürlükleri sağlayabilmesine bağlıdır. Dolayısıyla devlet yönetimi ne kadar adilse kamusal alan o kadar dinamik, kamusal alan ne kadar dinamikse devlet de o kadar güçlüdür. Ne var ki siyasetin, sosyolojinin ve devlet felsefesinin temel bir gerçeği olan bu önemli denklem çoğu zaman göz ardı edilmekte ve kamusal alan diriliğini, canlılığını kaybettiğinde devlet de meşruiyetini ve doğal olarak gücünü yitirmektedir. Zira kamusal alanın ruhu özgürlüktür ve özgürlüklerin kısıtlandığı bir devlet modelinde de gelişimin önü tıkanmaktadır.

Temelde sivil alan olan ve devlete ait yönetim mekanizmalarının dışında yer alan kamusal alan kavramı, aslında belirli bir bilince erişen aktif bir sivil toplum anlamına gelir. Bu anlamda kamusal alan ve sivil toplum kavramları çoğu zaman birlikte anılır. Kamusal alanın en büyük özelliklerinden birisi demokratik bir ortam olmasıdır. Bu demokratik ortamda birçok sorun, etkin bir diyalogla çözülebilmektedir. Habermas'ın kamusal alan modeli iletişime dayanmakta ve bu ortam siyasi iletişim alanı olarak da nitelendirilmektedir (Onat, 2013:3). Siyasal iletişim literatüründe genel anlamda kullanılan kamusal alan ile Habermas'ın resmettiği kamusal alan arasında oldukça önemli bir fark vardır.

Zira Habermas kamusal alanı, sadece özel alanın dışında kalan alan olarak görmez; bu kavrama ciddi bir misyon yükler.

Habermas dışında kamusal alan kavramını dile getiren iki önemli isim daha bulunmaktadır. Bu isimler, Hannah Arendt ve Richard Sennett'tir. Bu iki isim Otorite'de (1979) özel ve kamusal alan arasındaki sınırların belirsizliğini sorgulamakta ve nerede kesiştiklerini nerede ayrıldıklarını analiz etmektedirler (Dacheux, 2012:20). Kamusal alan kavramı üzerinde çalışan siyaset bilimci H. Arendt'in düşüncesinde özel alan, siyasi etkinliklerin yer almadığı ve en temel insani değerlerden yoksun kalınan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Arendt bu iki alanı karşılıklı bağımlılık içerisinde düşünmekte ve ancak birlikte var olabilecekleri vurgulamaktadır (Yılmaz, 2007:66). Kamusal alan, siyasi bir katılım yeridir ve burada çeşitli talepler tartışılarak karşıt görüşlerce analiz edilmektedir (Raynaud ve Rials, 2017:487). Sonuç olarak kamusal alan sadece özel alan dışında kalan bir alanı ifade etmemekte; topluma ilişkin, yönetsel sorunlara ve hayata ilişkin tüm meselelerin sorgulandığı, çözüme ulaşmak adına irdelendiği son derece aktif ve üretken bir sosyal zemin anlamına gelmektedir. Ne var ki Habermas bu son derece önemli alanın zaman içinde işlevini yitirdiğini belirtmekte ve bu düşüncesini de şu cümlelerle özetlemektedir: *“Devlet ile toplumun karşılıklı birbirlerinin içine girmesinin, özerkliği sayesinde yasaların genelliğini mümkün kılan bir özel alanın çözülmesine yol açması ölçüsünde, akıl yürüten özel şahısların oluşturduğu görece homojen kamusal topluluğun zemini de sarsıldı. Örgütlü özel çıkarların rekabeti, kamuya nüfuz etti. Bir zamanlar, özelleştirilmiş olmalarından dolayı sınıf çıkarı ortak paydasında tarafsızlaştırılmış olan tekil çıkarlar, kamusal tartışmada belirli bir rasyonelliğe ve etkinliğe izin verebilmişlerdi. Şimdi bunun yerini rekabet eden çıkarların sergilenmesi aldı. Kamusal muhakemede aranıp bulunan mutabakat (konsensüs), yerini kamusal olmayan yoldan mücadeleyle elde edilen veya basitçe dayatılan uzlaşmaya terk ediyor”* (Habermas, 2017a:303). Kamusal alanın işlevini yitirdiğini söyleyen Habermas'ın, idealize edilen ancak işlevini yitiren kamusal alana hayatiyet kazandırabilecek olan felsefe tanımlarından biri ise şöyledir; *“Kendilerine dayanılarak savların geçerli kılınacağı ilkelerin açığa çıkartılması”* (Osborne, 1999:21).

Kamusal alan olarak tanımlanan ortamlar, farklı bilgi ve sav kaynakları arasında bir etkileşimi teşvik etmek durumundadır. Çünkü kamuoyunu oluşturan şey, bu kaynakların yan yana koyulmasıdır. Bu durum da vatandaşlara kendi bireysel görüşleri için açık bir yön göstermektedir (İnan). Bugün genel olarak medyanın da ya da sosyal medyanın bir kamusal alan işlevi görüp göremeyeceği hususu zaman zaman gündeme gelmekte; ancak ekonomik güç dengelerindeki eşitsizlik ve etik alanındaki problemler bu gerekli soruyu genellikle sonuçsuz bırakmaktadır.

Platon

Sokrates'in (M.Ö 469-399) öğrencisi, Aristoteles'in de hocası olan ve Doğu'da Eflatun olarak anılan Platon (M.Ö 427-347); tarihteki ilk üniversite örneği olan ve bugünkü 'akademi'nin atası olan Akademia'nın kurucusudur. Devlet adlı baş eserinde; ideal bir toplum düzenine, sağlıklı bir devlet modeline yönelik temel bir bakış açısı sunmuştur. Platon'a göre devlette üç grup insan vardır. Çalışanlar, askerler ve yöneticiler. Bu grupların hepsi de kendi görevlerini bilirler ve toplum düzeni adına bu görevleri hakkıyla yerine getirirler. Her grubun da kendi çalışma alanına göre bir erdemi vardır.

Platon'a göre ideal devlet düzeninin merkez noktası adalettir ve bu nedenle var olan her grup da kendi görevini gerçekleştirirken bu yadsınamaz değeri gözetmek durumundadır. Platon, aslında bu temel sorgulamaları ile; Aristoteles'in ortak yarar kavramı ile yakından ilgili olan kamu hukukunun ilk açılımlarını gerçekleştirmiştir.

Platon devletin son ereğinin herhangi bir dış yararı güven altına almak olmadığını, yurttaşları erdemli yapmak ve onlara erdemli bir yaşayış sağlamak olduğunu söylemektedir. Ona göre tek kişi iyice devletle kaynaşmalı, kendini devlette eritmelidir. Bunun için gerekli olan da, yurttaşların bütün hayatının devlet tarafından kucaklanmasıdır (Gökberk, 1996:67). Platon'daki, devletin yurttaşları kucaklaması; kamusal bilincin oluşumu ile alakalı bir husustur. Zira kamusal alanın nabzını tutan ve bu satıhta adaleti sağlayabilen bir devlet, kendini kamusal bilinç noktasında doğru konumlandırmış demektir.

Platon, iki tür adaletten söz etmektedir. Bunlardan biri olan dışsal adalet; bilgelik, yüreklilik gibi erdemlerin kendisiyle birleşerek ruhta oluşturulan

ahenktir. Ahlaksal hayatın tam gerçekleşebilmesi için bireyin devlet içinde yaşaması gerekmekte ve bunun için de dışsal adaleti bilmek gerekmektedir. Dışsal adalet, ahlaksal erdemlerin tüm insanlara, yani sosyal alana uygulanmasından ibarettir ve bu durum kamusal alan olgusu ile yakından ilişkilidir (Sena, 1974:24). Kamusal alan ve yönetim mekanizması arasındaki sağlıklı iletişim, irtibat ve denge; devletin güçlü olmasını sağlar. Bu bakımdan kamusal alanı oluşturan sivil toplum kanadının kendini özgür hissedebildiği ve verimli çalışabildiği bir ülke, dinamik bir ülkedir. Platon için devlet bir organizmadır ve devleti makro insan olarak değerlendirmek gerekmektedir. Toplumunu oluşturan insanlar birbirine ihtiyaç duyar ve bir iş birliği ortamı doğar. Dolayısıyla hayatta kalmak için bir araya gelme eğilimi vardır. Her ne kadar kamusal alanda karşıt görüşlerin varlığı söz konusu ise de; bu bir araya gelme ve dayanışma yönelimi, kamusal alanla son derece bağlantılı bir durumdur (Platon, 1992:369).

Devleti temellendirmede ve devamını sağlamada eğitimin üstlendiği rol, Platon'un düşünce sisteminde büyük bir yer tutmaktadır. Platon'un önemli bir okuyucusu olan J. J. Rousseau, Emile adlı eserinde onun eğitimciliğini şöyle vurgular: *“Kamusal eğitim hakkında iyi bir fikir edinmek istiyorsanız, Platon'un Devlet'ini okuyun. O, kitapları sadece başlıkları ile yargılayanların düşündüğü gibi siyasi bir deneme değildir. Şimdiye kadar eğitim üzerine yazılmış en iyi, en güzel eserdir”* (Işık, 2018). Eğitim, adaletin ve ilahi değerlerin özüdür ve insan bu noktaya yalnız başına varamamaktadır. Eşyanın son gayesi olan adalet ancak kolektif insan veya devlette (polis) gerçekleşmektedir. Platon'un ideal devletine bakıldığında filozoflar, askerler ve tüccarlar, zanaatkarlar, çiftçiler, köleler gibi hizmet eden sınıftan oluşan üç temel kategori görülmekte ve eğitim tüm bu düzenin merkezinde yer almaktadır (Weber, 1993:64). Rousseau'nun, Devlet'teki eğitim anlayışı ile ilgili temel tespiti; aslında Platon'un kamusal alana verdiği önemi göstermektedir. Zira bir devlet yönetiminde halkın eğitim düzeyi ve sahip olduğu eğitim olanakları ne kadar güçlü olursa o kadar dinamik bir kamusal alan, ne kadar sağlıklı bir kamusal alan olursa da o kadar az hata yapan bir yönetim olacaktır. Kendini sağlıklı ifade edebilen bir kamusal alan, devlet yönetimindeki yanlışların giderilmesine ve halkın ihtiyaçları doğrultusunda bir idarenin gerçekleşmesine hizmet edecektir.

Aristoteles

Platon'un öğrencisi olan Aristoteles (M.Ö 384-322), çoğu noktada hocasından edindiği ana fikirleri sahiplenmiş ve Politika adlı temel eserinde, Platon'un Devlet'inde geçen temel doğruları geliştirmiştir.

Aristoteles'in devlet ve toplum felsefesini oluşturan temel, ahlaktır. Platon gibi onun için de insan her şeyden önce sosyal bir varlıktır. Bu nedenle Aristoteles insanı zoon politikon şeklinde tanımlar. Ona göre, insan sosyal bir yaratık olduğu için ahlaksal olgunluğa ancak devlette, toplumda erişebilir. Bu nedenle de devletin asıl ereği, yurttaşları ahlak bakımından bilinçlendirmek, olgunlaştırmak olmalıdır. Bir hükümet bir topluluğun ahlakça düzelmesini, iyiliğini başlıca amaç olarak göz önünde bulunduruyorsa; bu hükümet şekli doğrudur. Bunu yapmayan yönetim şekilleri ise yanlıştır (Gökberk, 1996:89). Bu noktada fikirlerin ve değerlerin yayılması, karşılıklı iletişime dayalı olarak geliştirilmesi noktası; kamusal alanın yaşatılması ile oldukça ilişkilidir.

Platon'da olduğu gibi Aristoteles'te de başarılı bir devlet, erdemli insanlar yetiştirebilen devlettir. Devletin erdemi ise kamuyu, yani tüm halkı mutlu edebilmeye bağlıdır. Aristoteles ayrıca mekanik ya da faydacı olan bilim ve sanatların yasak edilmesi gerektiğini söyler. Ona göre devletin erdemi adalettir ve yurttaş bu amaca göre yetiştirilmelidir (Sena, 1974:115). Bu temel kural, kamunun çıkarlarının her şeyin üzerinde tutulması gerektiğini göstermektedir. Mekanik ve faydacı bilim ya da sanat kamuya, yani bir ülkenin tüm halkına değil belirli bir kesime hitap ettiği için Aristoteles tarafından uygun bulunmamış; toplumun tamamına hitap eden bir bilim ya da sanatın altı çizilmiştir. Bu da Aristoteles'in, kamunun gelişimi ve kamusal olanın refahı noktasındaki hassasiyetini göstermektedir.

Kalabalık, bazı tutkulu insanların hileli oyunlarına alet olmaktadır. Böylelikle de önemli bir çoğunluk, aç gözlü oldukları kadar da zeka yoksulu olan bir çoğunluğun emri altına alınabilmektedir. Bu durum; sağduyudan ve alçak gönüllülükten yoksun olan kitlelerin, demagogların egemenliği altına girmesi demektir.

Aristoteles'e göre güç kalabalıkta, mülkiyette, askeri ve siyasi erkte değil; bütün bu öğelerin uzlaşmasındadır. Bu yönetim şekli de demokrasi ile aristokrasinin

tam ortasıdır. Eğer bütün halk işlemleri yurttaşların hepsine açık olursa, Aristo'ya göre o hükümetin demokrat bir hükümet olduğu söylenebilmektedir (Sena, 1974:114). Aristoteles, sürekli olarak toplum üzerinde hem akli hem de adaleti hakim kılacak ideal yönetim biçimini aramıştır ve herkesin üzerinde mutabık kalacağı bir konsensüs ortamını son derece önemsemiştir. Aristokrasiye yönelmesi, akli etkin kullanacak olan seçkin bir sınıfın yöneticiliğini önemsemesinden; demokrasiye yönelmesi ise herkesi kuşatacak, herkese adaletle muamele edecek eşitlikçi bir düzeni tercih etmesindedir.

Aristoteles devletin temelinde, her şeyin yerli yerinde bulunması anlamında adalet olduğunu söylemektedir. Bu adaletin gerçekleşebilmesi ise, yöneten kısmın da yönetilen kısmın da erdemli olabilmesine bağlanmaktadır (Urhan, 2016:214). Aristoteles'e göre sivil yaşamın merkezinde ise etkili iletişim vardır. Bu nedenle, konuşmacı (ethos), mesaj (logos) ve dinleyici (pathos) arasındaki dengeye son derece önem verir. Ona göre sivil alanın sağlıklı inşası ancak kendini toplum önünde net bir biçimde ifade edebilen ve kitlede etki doğurabilen bireylerle gerçekleşecektir. Aristoteles'in bu anlayışla ortaya koyduğu kadim 'etki kuramı' en yalın haliyle şu şekilde modellenilebilir:



Şekil 2.3: Aristoteles'in Etki Modeli

Kaynak: Aziz, 2016:76.

Jurgen Habermas

Habermas, kamusal alan kavramı üzerine en çok yoğunlaşan isimdir ve kavramın ortaya çıkışı da Habermas ile olmuştur. Habermas Marksist bir sosyologdur ve Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü adlı kitabında bu kavramı derinlemesine incelemiştir. Habermas, Marx'ın kuramında iddia ettiği gibi bir toplumun, kapitalizmin kendi içinde barındırdığı çelişkiler ve toplumda sürekli meydana gelen başkaldırı nedeniyle mütemediyen bir reformdan geçeceğini düşünmektedir. Bu çerçevede toplumun nasıl kendi kendisini ve siyasi sistemi etkileyebildiği üzerine yoğunlaşmış ve bu süreci anlamaya yarayan bir yol

oluşturmaya çalışmıştır (Lilleker, 2013:239). Kamusal alan, toplumun mevcut durumunu yansıtan net bir ölçüt olduğundan; Habermas'ın Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü başlığı ile ortaya attığı reform süreci de sosyolojik değişim süreci açısından çok temel bir bakış açısını yansıtmaktadır.

Habermas'ın kamusal alan tanımı, halkın bilgiyi ve farklı görüşleri paylaştığı bir ağ şeklindedir. Bu bağlamda kamusal alan, bireyler arasında iletişim kurarak ortak bir fikir oluşmasına imkan sağlamaktadır (Lilleker, 2013:237-238). Kamusal alanın bu işlevi görebilmesi için gerekli olan en önemli şartın fikir özgürlüğü olduğu ise açıktır.

Habermas'ın çağdaş siyasal kamu alanının dönüşümüne ilişkin düşünceleri eleştireldir ancak bu fikirler eski Frankfurt Okulu temsilcilerinin görüşlerinden biraz farklılaşmaktadır. Habermas'a göre çağdaş kamusal alan, baştaki burjuva koşullarının ötesine geçecek şekilde gelişmekte ve bireysel yurttaşlardan çok örgütlü gruplar, toplumsal refah devletindeki siyasal iletişimin anahtar aktörleri haline gelmektedir. Bu noktada kamusal alan yeniden feodalleşmekte ve enformasyon yönetim teknikleriyle başlıca çıkarların, siyasal partilerin ve devletin kendi iletişimsel hedeflerinin ardından koştukları bir kamusal teşhir veya gösteriye dönüşmektedir (Mutlu, 2012:175). Habermas bu temel kritiği ile, Aristoteles'in devlet yönetimlerinde temel aldığı ortak yarar kavramının işlevselliğini yitirdiğini işaret etmekte ve teknik imkanlar çağdaşlaşsa da, kamusal alanda hakim kılınması gereken adalet, özgürlük gibi değerlerin farklı bir yöne doğru seyrettiğini dile getirmektedir. Ayrıca Marksist kuramın, bugünün dünyasında üretim araçları ve üretim ilişkileri perspektifinden yeterli bir çıkış potansiyeline sahip olmadığını düşünen Habermas; iletişimsel eylem ve yaşama evreni kavramlarını temele alarak yapılandırdığı İletişimsel Eylem Kuramı ile de yeni bir çıkış önerisinde bulunmaktadır. Söz konusu kuram ile aynı ismi taşıyan eseri ise, bir kesime göre 21. Yüzyıl'ın Kapital'i olarak değerlendirilmektedir. Zira bireylerin kamusal alanlarda kendilerini ifade etmelerine dayalı olan İletişimsel Eylem Kuramı üzerinden etkin bir kapitalist eleştiride bulunan Habermas; günümüzde kamusal alanın gerçek işlevini yitirdiğini ve belirli ekonomik çıkar gruplarının bireyleri ya da toplumları yönetmesi için var olduğunu ifade etmektedir.

Habermas'ın İletişimsel Eylem Kuramı, sosyal bilimlerin dilkuramsal boyutta ele alınışıdır. İletişimsel eylem; dil ve eylem yetisi bulunan en az iki öznenin kişilerarası ilişkisinde oluşan, eylem planlarını ve etkileşimlerini görüş birliğine ulaşmak amacıyla uygun bir şekilde koordine ederek gerçekleştirdikleri anlaşma arayışına ilişkin bir durumdur. Buradaki anahtar kavram ise yorumlamadır (Yıldırım, 2006:266). Habermas, ulusların özgürlüğünün hangi mantık çerçevesinde düşünüldüğünün önemine de vurgu yapmakta ve birbirlerini dışlayan, birbirleriyle yarışan özel insanların özgürlüğü ile özerk devlet vatandaşlarının işbölümüne dayanan özgürlüğü şu tespitlerle birbirinden ayırmaktadır: *“Kamusal özerklik modeli; eğer ulus, hukuksal yapılandırılmış bir büyüklük, yani devlet vatandaşlarının oluşturduğu bir ulus olarak algılanırsa, her şeyin üstündedir. Aslında bu vatandaşlar, ülke tarihinden çıkan anayasalarını kazanım olarak gören ve savunan birer yurtsever olabilirler. Fakat ulusal özgürlüğünü -tıpkı Kant gibi- kozmopolit, yani Milletler Cemiyeti'nin barışçıl çerçevesi içerisinde, diğer uluslarla ortak anlaşmalara varmak ya da çıkar dengeleri için yetki ve sorumluluk sahibi olmak olarak anlamaktadırlar. Politika öncesi büyüklük olarak ulusun doğalcı algılanışı ise, bambaşka bir yorumu telkin etmektedir. Buna göre ulusal özgürlük, bağımsızlığını gerektiğinde askeri güçle kanıtlayabilme yetisidir. Nasıl ki özel insanlar pazarlarda çıkarlarının takipçisiyse, milletler de uluslararası iktidar politikasının serbest av bölgesinde çıkarlarının izini sürer. Dış egemenliğin geleneksel imgesi, ulusal renklerle gösterilir ve böylece yeni enerjilere hayat verilir”* (Habermas, 2017b:22). Bu bilgiler ışığında açıkça görülmektedir ki; genel anlamda kamu kavramı ile Habermas'ın kamusal alan kavramı birbirinden farklıdır. Kamu bir anlamda yığın denilebilecek genel bir kitle anlamına gelirken; Habermas'taki kamusal alan ise belirli bir mantık ve amaç çerçevesinde birbiri ile iletişimde bulunan ve o iletişim üzerinden ortak bir dil ve eylem alanı oluşturan daha farkındalıklı bir yapıyı ifade eder. Dolayısı ile kamu ile Habermas'a ait olan kamusal alan kavramları, bilinç ve etkinlik düzeyi noktasında birbirinden farklıdır.

1960'lı yıllarda Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü başlıklı bir tez yazan Habermas, 18. Yüzyıl'da toplumsal sorunların tartışıldığı fiilî bir alan üzerinde durmuş ve bu alanı kamusal alan olarak tanımlamıştır. Kamusal alan-sivil

toplum tartışmaları da özellikle Sovyetler Birliği'nin yıkılması ile birlikte yeniden gündeme gelmiştir. Matbaanın bulunuşu ve basının ortaya çıkıp gelişmesi ile insanların kendi görüşlerini topluma iletebilmeleri açısından önemli olmuş; ancak 19. Yüzyıl'da endüstriyel kapitalizmin egemen üretim biçimi haline gelmesiyle birlikte burjuva sınıfı kamusal alanı da ele geçirmiştir. Medyada ve siyasette yaşanan kurumsal örgütlenmeler de kamusal alanın varlığını iyice ortadan kaldırmış ve bireyler toplumsal sorunlara katılım gösterme imkanlarını yitirerek pasifleşmişlerdir (Yaylagül, 2016:112). Eleştirel bir düşünür olan Habermas tarafından özellikle vurgulanan kamusal alan kavramı; aslında hareketsiz ve şuursuz olmaya eğilimli olan 'kamu'nun dinamize edilmesi, şuurlu bir hale getirilmesi adına idealize edilmiştir. Habermas'ın bu anlamda tanımladığı ve idealize ettiği kamusal alan kavramının bugün maruz kaldığımız manipülasyona dayalı algı yönetimini tanımada ve aşmada bir işlev görüp göremeyeceği noktası son derece önem taşımaktadır. Ne var ki bugün, sosyal medya gibi kamusal alan olmaya aday mecralarda nitelikli bir eleştirel aklın ön plana çıkmasından ziyade sıkıntılı anlayışların üretilmesine ve desteklenmesine hizmet eder bir durum söz konusudur. Kaldı ki Habermas, endüstriyel kapitalizmle birlikte burjuva sınıfının kamusal alanı ele geçirdiğini belirtmiştir ve bugün bu ele geçirme süreci, ekonominin hükmettiği tüm alanlarda geçerli durumdadır.

Kamusal alan kavramı, Habermas tarafından şu şekilde açıklanmıştır: “Kamusal alan kavramıyla, her şeyden önce toplumsal yaşamımız içinde kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabildiği bir alanı kastederiz. Bu alana tüm yurttaşların erişmesi garanti altına alınmıştır. Yurttaşlar ancak genel yarara ilişkin meseleler hakkında kısıtlanmamış bir tarzda, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlama özgürlükleri garantilenmiş olarak tartışabildiklerinde kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar” (Habermas, 2004:95). Kamusal alan ve kamuoyu ile ilgili çoğu kavram, 18. yüzyılda ortaya çıkmıştır (Birikim Dergisi, 1995). Habermas gibi kamusal alan kavramı üzerinde çalışan bir diğer isim ise Arendt'tir ve vatandaşların kendi kamusal alan modeline göre konuşma ve eylemde bulunabilecekleri her yerde kamusal alanı oluşturabileceklerini ifade eder. Bu noktada da eşitlik ve katılım şartları ortaya çıkmaktadır. Zira kamusal alanın var olabilmesi için uyum, güven ve katılım şarttır (Onat,

2013:28). Sonuç olarak; kamunun gerçekçi bir biçimde şekillenebilmesi sürecinde önemli bir rolü olan kamusal alan tartışmalarının 18. Yüzyıl'daki sosyo-politik gelgitlerin bir neticesi olduğunu söylemek mümkündür ve her kavramı o dönemin koşullarında ele alma gerekliliği bağlamında, bugün kamusal alana bakışımızın da çepeçevre kuşatıldığımız dijital dönüşüm süreci çerçevesinde ele alınması gerektiği açıktır.

2.1.1.3 Kamuoyu oluşumu ve algı yönetimi ilişkisi

Platon'un Devlet ve Aristoteles'in de Politika adlı temel eserlerinde görülen yönetenler-yönetilenler ayrımının üzerine Habermas tarafından idealize edilen kamusal alan kavramı eklendiğinde; kamuoyunun toplumdaki hangi kesimler lehine şekillendiği ile ilgili genel bir tablo ortaya çıkmaktadır. Zira yönetim erkini elinde bulunduran kesimin yönetilenler üzerindeki egemenliği ve hakimiyeti gibi temel bir problemle sürekli olarak karşılaşmakta; tıpkı Habermas'ın kamusal alan kavramında olduğu gibi sosyolojik bir emniyet supabına ihtiyaç duyulmaktadır.

Dünya tarihine şöyle bir bakıldığında, yönetsel egemenliğin çoğu zaman bir hegemonyaya dönüştüğü görülmekte; yönetilen kesim üzerinde ciddi bir tahakküm, şekil verme ve dayatmanın ortaya çıktığı gerçeğiyle yüzleşilmektedir. Buna dini terminolojide nefis, psikoloji biliminde de ego-ilkel benlik denilen, insanın içyapısında bulunan o primitif otorite de eklenince; insanın insana uyguladığı baskı ve kısıtlama, gerekli otorite sınırlarını aşarak istenmeyen boyutlara ulaşmaktadır. Bu durum zaman zaman gözle görünür bir baskı şeklinde açığa çıkmasa da, temelde bireyin toplumsal yaşantısına ciddi sınırlamalar getiren bir süreç halini almaktadır.

Bu istenmeyen durumun sosyolojik ayağı ise genellikle kapital merkezlidir. Yani tahakküm eden kısım, ekseriyetle belirli bir sermaye gücünü ve dolayısıyla da kitle iletişim araçlarını elinde bulunduran kesim olmuş ve düşünce tarihindeki kapitalist eleştiri de buradan doğmuştur. Kamuoyu kavramı, tam da bu noktada kilit bir rol oynamakta ve toplumun geneli üzerindeki etki alanını genişletmek isteyen baskın güçler tarafından zorunlu bir uğrak yeri olmaktadır. Daha net bir durum tespiti ile toplumsal düzlemde var olan temel aktörler ve erkler, mutlaka bir kamuoyu oluşturma gayreti içinde bulunmaktadır. Zira çıkar gruplarının kaderi, ulaşmayı arzu ettikleri asli amaç; doğrudan

kamuoyunun nasıl bir şekil alacağına bağlıdır. Kamuoyunun nasıl bir biçim alacağı noktası ise, kamunun algısı şeklinde de ifade edebileceğimiz sosyal algı boyutu ile bağlantılıdır. Bu anlamda çıkar grupları, toplumun yapıtaşı olan bireylerin algısını yönlendirme yönelimi içine girmekte ve hem bir iletişim stratejisi hem de bir manipülasyon yöntemi olan algı yönetimine başvurmaktadırlar. Dolayısıyla da kamuoyu ve algı yönetimi kavramları birbirleri ile son derece bağlantılı kavramlar olup; kamuoyuna şekil vermek için algı yönetimine ihtiyaç duyulmakta, algı yönetimi yapabilmek için de muhakkak sağlıklı bir kamuoyu analizi gerekmektedir.

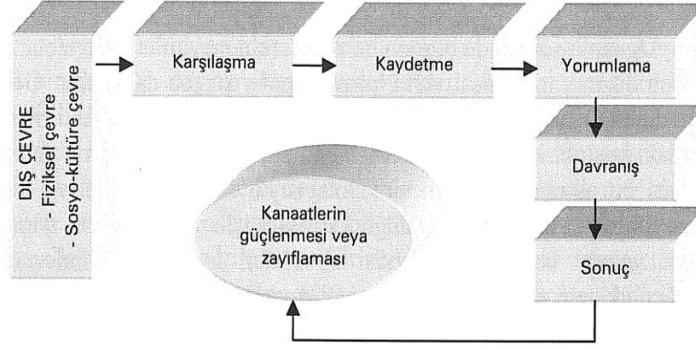
2.1.2 Algı

Algı, doğa bilimlerinin inceleme alanına giren duyum ile sıklıkla karıştırılmaktadır. Ancak duyum ve algı bağlantılı süreçler olmakla birlikte, aslında birbirlerinden farklı durumlardır. Zira algı, alınan duyumların anlamlandırılması sonucunda oluşan çıktının adıdır ve salt fiziksel değil, aynı zamanda psiko-sosyal bir anlamlandırma sürecinin neticesidir. Algı sürecinde; kişinin psikolojik durumu, geçmiş yaşamına ait kayıtları, eğitim ve kültür düzeyi, bulunduğu ortam, nelere ilgisi ve ihtiyacı olduğu, geleceğe ilişkin beklentileri gibi birçok durum belirleyici bir rol oynamaktadır.

Oskay, insandaki algı mekanizmasını şu şekilde özetlemektedir: *“Ortamımızdaki nesnelere, olayları, simgeleri algılamamız iki tür etmene bağlıdır; yapısal etmenler ve işlevsel etmenler. Yapısal etmenler, sinir sistemimizi uyaran unsurlara; işlevsel etmenler ise içinde bulunduğumuz psikolojiye ve o anki ihtiyaç durumumuza bağlıdır”* (Oskay, 1997:61-62). Algıyı duyumdan ayıran en önemli özellik, algının bir yoruma ve anlama/anlamlandırma sürecine dayanmasıdır. Kişinin duyular yolu ile elde ettiği uyarıcıları anlamlandırmasındaki en temel ölçüt ise, geçmiş yaşantılarından elde etmiş olduğu kayıtlı bilgilerdir.

Algılamayı sağlayan araçlar, duyu organlarıdır. İç ve dış çevresinden gelen uyarılarla karşı karşıya kalındığında (confrontation) bu uyarılar duyu organları aracılığı ile alınmakta ve kaydedilmektedir. (Registration) Akabinde kaydedilen ilk izlenim yorumlanmakta (interpretation), yorumların doğruluğu geribildirimle (feed-back) denetlenmekte ve uyarılar yolu ile gelen etki, bir

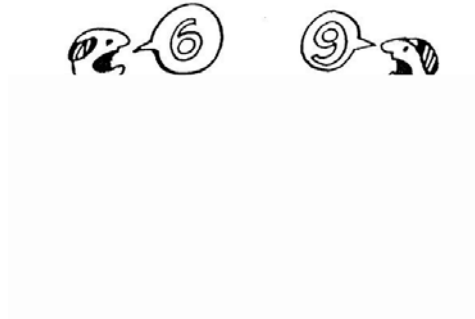
anlama veya davranışa (behavior) dönüştürülmektedir. İnsanın davranışları ise algılara göre biçimlenmekte; inanç, tutum ve düşünmenin bir sonucu olan davranışın şeklini, algılamanın şekli belirlemektedir (Tutar, 2008:94).



Şekil 2.4: Algılama Süreci

Kaynak: Tutar, 2008:94.

Algı bir sürecin, bir dizi işlemin neticesidir ve herhangi bir algının oluşabilmesi için uyarıcı, uyarım, duyum, duyumu alacak bir organizma şeklinde özetlenebilecek ana unsurlar gereklidir. Bu unsurlar arasındaki girift ilişki ve organizmanın uyarıcıdan aldığı duyumu kayıtlı bilgiler yoluyla örüntülemesi sonucunda da algı oluşur. Bu örüntüleme süreci ise algıda organizasyon olarak adlandırılır. Algının birçok farklı türü bulunmaktadır. Simgesel algı, görsel algı, duygusal algı ve seçimleyici algı gibi algı türleri bunlardan birkaçıdır (Karabulut, 2014:316-318).



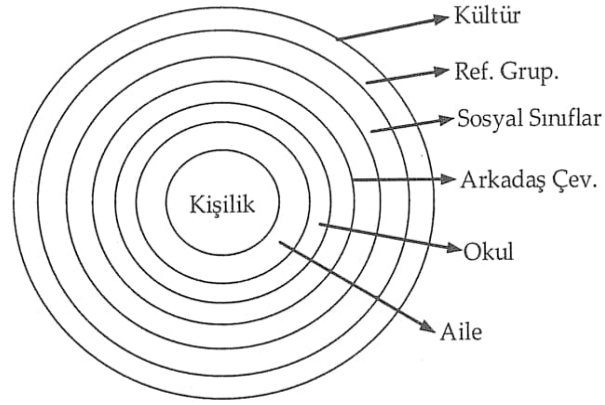
Şekil 2.5: Algıda Değişkenlik

Kaynak: Buran, 2018.

Hume, tüm bu kategorilerden önce; insanda iki tür algılayış biçimi olduğunu söyler. Birincisi izlenim, ikincisi ise fikirlerdir. İzlenimde insan dış gerçekliği anlık olarak algılar. Fikirde ise, izlenimin yeniden anımsanması durumu söz konusudur (Yengin, 1996:149). Algı; dış dünyadan gelen uyarıcıların alınması, anlamlandırılması ve sınıflandırılması sürecidir. Yunan doğa felsefesinde algının değerlendiriliş tarzı; hakikat karşısında düşünce, öz karşısında biçim ikilemi ve duyumsama ile deneyim gibi noktalara dayandırılmıştır. Fenomenolojinin kurucusu Edmund Husserl (1952-2004) için algının bilgiye dönüşmesinde gereken şey; en önemli özellik, yönelim ya da amaç olan bilinçtir. Amaç burada merkezdedir; çünkü sayısız uyarıcı içinden bilincin neleri algılayacağını ya da dışarıda bırakacağını belirleyen temel ölçüt amaçtır (Keskin, 2014:23). Carl Gustav Jung, algının mevcut tanımlamaları dışında tam algı şeklinde bir başka tanım daha yapmış ve etken tam algı ve edilgen tam algı şeklinde iki bilinç boyutundan söz etmiştir. Tam algı; yeni bir içeriğin anlaşıldığı, kavrandığı veya açık hale gelmesi için zaten var olan benzer içeriklerle birleştiği psişik bir süreçtir. Etken tam algı ise edilgen tam algıdan farklıdır. Etken tam algı sürecinde özne yeni bir içeriği kendi güdüleriyle bilinçli ve dikkatlice kavrar ve onu hazırda duran başka bir içeriğe özümsetir. Etken tam algı ise yeni içeriğin kendini ya (duyular yoluyla) dışarıdan veya (bilinçdışından) içeriden dayatarak bilince iter ve dikkati ve kavrayışı adeta kendi üzerinde toplar. Birincisinde etkin olan ben, ikincisinde ise kendini dayatan yeni içeriktir (Jung, 2016:75). Algının deneyci bir anlayış çerçevesinde sınırlı tutulup duyuma indirgenip indirgenemeyeceği meselesi, felsefe alanında temel bir sorgulama noktası olmuştur. Bu genel tartışma, Algılama, Duyma ve Bilme isimli yapıtta şu şekilde dile getirilmiştir: *“Dünyayı, zihinden bağımsız ve kendiliklerinden belirlenmiş nesnelere oluşmuş gibi düşünmek; deneyci filozoflarda öz niteliksel bir anlayış olmuştur. Bu, birçok konuların tartışılmasında idealist ya da usçu filozofların deneycilerden daha tutarlı oluşlarının sebebini açıklayabilir”* (Ayer, Moore ve Price, 1984:226). Algılar, dizayn edilebilme özelliğine sahiptirler ve tam da bu sebeple her türlü müdahaleye açıktırlar. Bu müdahale olumsuz boyutta kullanıldığında ortaya psikolojik hareket, toplum mühendisliği, algı operasyonu, algı yönetimi gibi durumlar çıkmaktadır. Olumlu boyutu ile işletildiğinde ise imaj yönetimi, kamu diplomasisi, halkla ilişkiler, PR gibi kavramlarla karşılaşmaktadır (Bulut,

2017:23). Bu bilgiler çerçevesinde, algının aslında kamuoyunu şekillendirmek isteyen erklerin bir nevi ham maddesi olduğu söylenebilir. Bu anlamda algının nasıl ve ne şekilde yönlendirildiği, toplumdaki sosyal, siyasal ya da ekonomik güç odaklarının en temel meselelerinden biridir. Bu yakın ilgideki asıl gaye ise, bireylere ya da gruplara ait algıların önce tutum sonra da davranış haline gelmesidir. Zira önce algıya sonra da tutum ve davranışa dönüşen düşünce tohumları; finansal, politik ya da sosyo-kültürel her çıkar grubunun kendi varoluş amacına hizmet etmektedir.

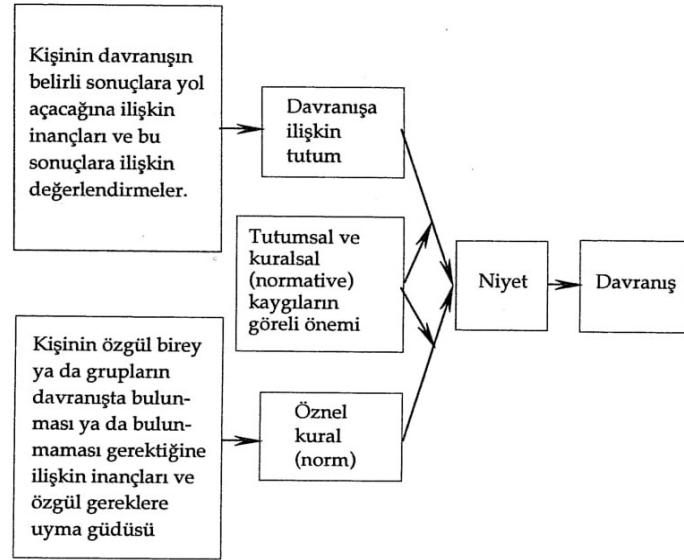
Metin İnceoğlu, bir süre sonra davranışlara dönüşen tutumun örgütlenme sürecini ilişkilendirme, tutum konusu ile doğrudan deneyim ve başkalarından öğrenme olmak üzere üç temel öğeye bağlamaktadır. Bu öğelerin tutum oluşturucu duygusal, zihinsel ve davranışsal öğelerle örgütsel bir ilişki içine girmeleri neticesinde de tutum ortaya çıkmaktadır (İnceoğlu, 2011:40). Algılar, hedef kitlede istenilen etkinin yaratılabilmesi ya da var olan tepkilerin istenildiği gibi yönlendirilmesi noktasında büyük önem taşımaktadır. Ancak bu süreç çok karmaşık bir süreçtir ve motivasyon tekniklerinin bilinçli biçimde uygulanmasına bağlıdır (İnceoğlu, 2011:10). Tarhan, duygu temelli ve düşünce temelli olarak ikiye ayrılan algının tabiatı itibarı ile yönetilmeye açık olduğunu şu sözlerle özetler: *“Algı teknoloji gibidir, bizatihi bağımsızdır ve yönetilmesi gerekir. Eğer biz özgür, bağımsız ve cesur isek algıların öznesi oluruz. Sorgulama kapasitemiz yoksa başkaları bizi yönetir toplumsal algıların nesnesi oluruz, seçim bizimdir. Yani hayat tercih ve seçimlerimizin sonucu bizi biz yapar. Ya kendimizi özgürce gerçeğe uygun seçimlerle yöneteceğiz veya birileri bizi gerçeğe rağmen yönetecek”* (Tarhan, 2017:52-64). Algı denilen sürecin şekillenmesinde kişinin zihninde var olan geçmiş kayıtların önemli bir yeri vardır ve *“Bireylerin düşünce ve davranışlarının şekillenmesindeki temel referanslar nelerdir?”* şeklinde bir soru sorulduğunda aşağıdaki şekilde bir şemaya ulaşılır.



Şekil 2.6: Sosyo-Kültürel Etkinin Halkaları

Kaynak: İnceoğlu, 2011:147.

Kişinin isteklerini, beklentilerini, amaç ve hedeflerini belirleyen ve sosyal etkinin çeşitli halkaları olarak nitelendirilebilecek birçok etken söz konusudur. Bunları kültür (evrensel kültür, kitle kültürü, ulusal kültür, yerel kültür, alt kültür), sosyal sınıf, referans grupları, arkadaş çevresi, okul, aile ve kişilik şeklinde sıralamak mümkündür (İnceoğlu, 2011:147).

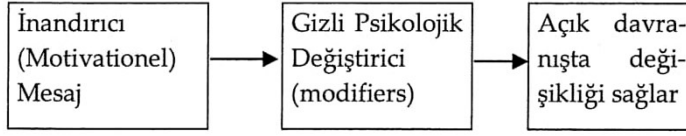


Şekil 2.7: Fishbein ve Ajzen'in Mantıksal Eylem Kuramı

Kaynak: Milburn, 1998:29.

Bireyin algısında geçmişe dönüş olarak etkisi bulunan bu temel faktörlerden anlık etkilenme sürecine doğru ilerlendiğinde; inandırıcılık işlevi gören mesaj

ile gizli psikolojik değiştiricinin, davranış değişikliği noktasında önemli bir etkisi olduğu görölr.



Şekil 2.8: İletişim Sürecinin Psikodinamik Modeli

Kaynak: İnceoğlu, 2011:202.

Algı dönüşümü denilen olgu; bireysel kavrayış süreci içerisinde, kişilere özgü özel deneyimler sonucu algılama, anlama ve anlamlandırma biçimlerinde meydana gelen köklü dönüşümdür. (Conversion) Dini, ideolojiyi ya da paradigma değiştirmeyi bunun birer örneği olarak nitelendirmek mümkündür (Aziz, 2015c:240). Araştırma şirketleri, çeşitli kamu kurum ve kuruluşları birçok konuda ‘algı araştırmaları’ yapmakta; kitlelerin belirlenen konular üzerindeki mevcut algısını bilmek istemektedirler. Örneğin İstanbul Aydın Üniversitesi Toplumsal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi TARMER’in 2013-2014 eğitim öğretim döneminde 10 fakülte, 3 enstitü ve 4 yüksekokuldan oluşan ve 27 bin öğrencinin bulunduğu bir araştırma evreninde 1064 öğrencinin katılımı ile gerçekleştirdiği Türkiye’de Gençlerin Dini Bayram Algısı başlıklı araştırma; bu tarz algı araştırmalarına somut bir örnektir. Araştırmada genç kitlenin dini bayramları bir tatil olarak mı, yoksa bir birleşme bütünleşme zemini olarak mı gördükleri araştırılmış ve gençlerin bu noktaya dönük algısını netleştirebilmek için çeşitli anket çalışmaları gerçekleştirilmiştir (Arslan, 2018:32). SETA (Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı) tarafından Ekim 2006-Haziran 2007 tarihleri arasında derinlemesine mülakat yöntemi ile gerçekleştirilen Türkiye’de Toplumun Batı Algısı araştırması da, yine bu tür algı araştırmalarına somut bir örnek teşkil etmektedir (Bülbül, Özipek ve Kalın, 2008:19). Algı süreci ve dil arasındaki önemli bağ da, düşüncelerin ve davranışların yönlendirilmesi noktasında üzerinde durulması gereken bir parametredir. Zira bireyin dünyayı algılayış ve değerlendirilişinde yalnız sözcüklerin değil, dilin de büyük etkisi bulunmaktadır. Bu güçlü etki üzerinde çalışma yapan uzmanlar her insanın zihninde kendi dilinin yapısının yerleşik olduğu görüşünü ileri sürmekte ve dilin dünyayı algılayışımızdaki

rolünü vurgulamaktadırlar (Zıllıoğlu, 2014:119-120). Bu anlamda algı yönetimi sürecinde hedef kitleye yönelik dilin, sürecin yönetiminde belirleyici konumda olduğunu söylemek mümkündür.

2.1.3 Yönetim ve yönetişim

Yönetenler-yönetilenler ayırımı, çalışmamızda ismini andığımız Devlet ve Politika gibi temel eserlerde de vurgulandığı gibi; efendi-köle ayırımının (feodalite) hakim olduğu dönemlere kadar uzanmaktadır. Bu çerçevede başlayarak süreç içinde farklı modellere evrilen yönetim güdüsü ve mekanizması, zaman içinde güç dediğimiz olgunun değişik formları üzerinden devam etmiş ve günümüz dünyasında iletişim araçlarının ciddi bir gelişim sergilemesi ile birlikte, mesajı verenler (kaynak) ve mesajı alanlar (alıcı) arasında gerçekleşen karşılıklı bir iletişim sürecini de zorunlu kılmıştır. İşte bu karşılıklı iletişim sürecini ve geri besleme ya da geri bildirim adı verilen mekanizmaları kapsayan güncel yönetim süreci, artık yönetişim şeklinde anılmaya başlanmıştır. Bu kapsamda yönetişim olgusu; yönetim ve iletişim kavramlarının birlikte var oldukları, hayatiyet kazandıkları sosyal sürecin adıdır. Ne var ki kendini yönetenler olarak gören ve çeşitli güç potansiyellerini ellerinde bulunduran erklerin ana yönlendiricisi konumunda olan pragmatik akılın, yani çıkar odaklı ve tek yönlü bir bakışın esas alındığı baskın stratejiler; çift yönlü iletişim olarak adlandırılan sürecin, yine yönetenlerin grupsal çıkarları çerçevesinde ilerlemesini sağlayacak manipülatif yöntemlere başvurumaktadırlar. Bu durum en net ve makro boyutunu; kitlelerin, demokrasi adı verilen ve çoğunluğun ya da genel ifade ile halkın tercihlerini esas alan adil bir yönetim mekanizması ile yönetildiklerini düşünürken, aslında demokrasi adı verilen illüzyon üzerinden yine otoriteryen bir düzende yönetiliyor oluşlarında bulur.

Jean Baudrillard'ın Can Çekişen Küresel Güç isimli eserinde geçen şu temel tespitler, bu gizli ama baskın otoriteryanizmin somut bir ifadesidir: *“Aydınlanma Çağı İdeolojisi'nin çok çalışıp çabalayarak ortaya koyduğu, iktidara düşgücü ya da zeka atfeden demokratik ilüzyona bir son vermek gerekir. 1968 Mayıs'ında üretilen; 'Düşgücü iktidara geçsin!', 'Arzularınızın gerçekliğini düşünün!', 'Hiçbir engel tanımadan zevk alın!' türünden çocukça ütopyaların gözden geçirilmesi gerekir. Sistemin gelişmesiyle birlikte sahiden*

gerçekleşen (daha doğrusu hipergerçekleşen) her şeyin gözden geçirilmesi gerekir” (Baudrillard, 2017:60). Bugün yönetenlerin (gücü elinde bulunduran, siyaset ve ideoloji üstü erkler) karşılıklı iletişim mekanizmasını devre dışı bırakmak ve yine kendi istedikleri sonuçlara ulaşmak için kullandıkları metotlardan biri de algı yönetimidir ve bu yaygın metot, kitlelerin başkalarının düşüncelerini kendi düşünceleriymiş gibi sahiplenerek istenilen yönde davranışlar sergilemelerini sağlamaktadır. Dolayısıyla günümüzde küresel ölçeklerde uygulanan makro algı yönetimi; aslında arka planda yönetim mekanizmasını işlev dışı bırakarak, yine eski dönemlerde geçerli olan efendi-köle ya da yönetenler-yönetilenler düzenini hakim kılmaktadır.

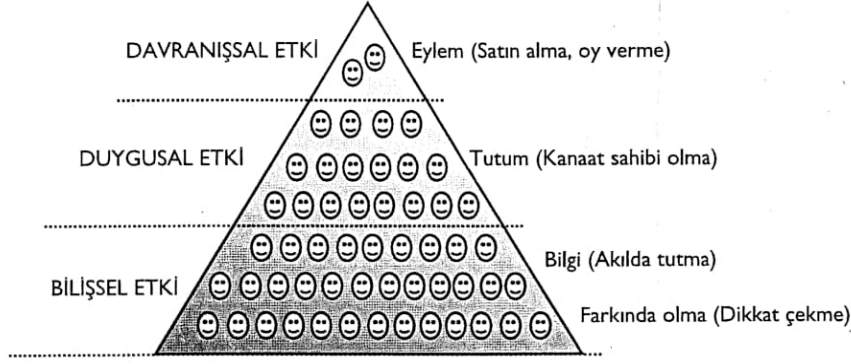
2.1.4 Algı yönetimi

Günümüzde algının istenilen şekilde yönetilebilmesi son derece büyük bir önem arz etmekte; algı yönetimi noktasında sağlıklı stratejiler üretilebilmesi için ciddi bütçeler ayrılmaktadır. Algı yönetimi bir süreçtir ve örgütlerin belirlemiş oldukları politikaların, stratejilerin, programların ve modellerin bireyler üzerinde nasıl bir algı yarattığının anlaşılması, yaratılan algının denetlenmesi, belirlenmiş hedefler doğrultusunda hedef kitlenin algılarının biçimlendirilmesi, yönlendirilmesi ve yaratılan algının sürdürülmesi gibi adımları içermektedir. Bu süreç 1990 yıllarda stratejik iletişimin bir parçası olarak görülmüş ve itibar yönetimi ile ilişkilendirilmiştir. Bu çalışmalarda farkındalık yaratmak ve seçilebilirliği artırmak gibi hedefler belirlenmiş ve bu yönde stratejiler oluşturulmaya başlanmıştır.

Geçmiş dönemde toplum mühendisliği ya da psikolojik savaş-psikolojik hareket gibi kavramlarla ifade edilen algı yönetimi; günümüzde ise toplumsal zeka ve politik zeka gibi kavramların etrafında şekillenmektedir. Politik zeka; başkalarının zayıflıklarını, güvensizliklerini, benzer ve farklı yönlerini keşfederek kendi kullanım araçlarına dönüştürme sanatıdır ve algı yönetimi bugün, siyasal uygulamaların vazgeçilmezi konumuna gelmiştir. Uluslar, hükümetler, organizasyonlar ve askeri kurumlar tarafından sıklıkla kullanılan algı yönetimi; insanları istenilen düşünceye ve davranışa yönlendirebilmeyi amaçlamaktadır (Keskin, 2014:23). Yukarıdaki tanıma baktığımızda algı yönetiminin toplumda herhangi bir mesajı yerleştirmek için uygulanan iletişim stratejisi boyutu ile karşılaşılmaktadır; ancak algı yönetiminin sadece bu olumlu

boyutta kullanılmadığı, daha çok kitleleri manipüle etmek noktasında kuvvetli bir araca dönüştürüldüğü bilinmektedir. Bu anlamda algı yönetimi meselesine odaklanıldığında; onun hem kullanılması, değerlendirilmesi gereken pozitif bir olgu olduğu, hem de tanınıp çözümlenerek sakınılması gereken bir durum olduğu bilinmelidir.

Günümüzde gerçeği herhangi bir müdahaleye uğramadan görebilmek pek kolay değildir. Dolayısıyla da bireylerin algı yönetimi ve manipülasyon mağduru olması son derece olağan bir durumdur. Ancak insanın kendi rızasıyla, arzusuyla ve kararıyla kendisine zarar vermesi son derece kötü bir durum olmasına rağmen algı yönetimi sürecinde bu yaşanmaktadır. Manipülasyona dayalı algı yönetiminin temel amacı budur ve bundan bir biçimde korunmak gerekmektedir. Korunabilmenin ilk şartı ise usta yalancıların yönettiği bir dünyada yaşadığımızın farkında olmak ve yalanları inandırıcı kılan özellikleri tanımaktır (Gültekin, 2017:11). Sonuçta iki tür algı yönetiminin var olduğunu bilmek ve manipülasyona dayalı algı yönetimin hangi yollarla gerçekleştirildiğini incelemek; halkla ilişkiler disiplini içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Algıların yönetilmesindeki belirleyici nokta ise iknadır. Lazar, ikna olgusunu şu şekilde tanımlamaktadır: *“İkna olayı, çeşitli iletilerle davranışları biçimlendirmek için girişimde bulunulan durumlara gönderme yapmaktadır. ‘İkna’da hem sembolik hem de toplumsal bir süreç söz konusudur”* (Lazar, 2009:69). Algılama sürecinde gönderici, göndereceği mesajı meydana getirirken kendisine ulaşan bilgileri kullanmaktadır ve bunları kendi amaç, değer yargısı ve anlayışı doğrultusunda belirli kodlara (yazılı metin, konuşma gibi) çevirmektedir. Bu durum da ortaya çıkan her mesajın, göndericinin algılama sürecinin bir sonucu olduğunu göstermektedir. Söz konusu bu algılama sürecinin bir çeşit filtre rolü oynadığı muhakkaktır ve birey aslında her şeyi değil, görmek istediğini görmekte ve anlamaktadır (Özsalmanlı, 2013:52). İletişim sürecinin insanlar üzerinde farklı etkiler doğurması ve bu farklılıkların nedenleri, algı yönetimine başvuranları yakından ilgilendirmekte; bu nedenle de algı yönetimi noktasında sağlıklı hedef kitle analizi önemli bir yer tutmaktadır.



Şekil 2.9: İletişimin Etkilerinin Hiyerarşik Modeli

Kaynak: Yüksel, 2013:20.

Algı yönetimi süreci, beynin sağ tarafına yönelik çalışmaları içermektedir. Çünkü beynin sağ tarafı soyut düşünceye yöneliktir ve algı yönetiminde en önemli kanal olan duygular buraya yüklenmektedir. Verileri bilinçaltına işlemek suretiyle zaman içinde duyguları ve alışkanlıkları değiştirmek mümkün olabilmektedir (Bağcı, 2017:11). Algı yönetiminde doğrudan algı yönetimi, dolaylı algı yönetimi ve karışık algı yönetimi gibi üç farklı yöntem kullanılabilir. Eğer oluşturulacak yöntem aşırı güveniliyorsa, doğrudan hedefe varmayı amaçlayan doğrudan algı yönetimi tercih edilmektedir. Oluşturulacak yöntem güvenilmiyorsa ise, daha zayıf ve içinde yanlış içeren bir yöntemi kitlelere sunmak mantıklı olacağından dolaylı algı yönetimi tercih edilmektedir. Bu algı yönetiminde, amaçlanmayan noktalar sunulmaktadır. Karışık algı yönetimi ise doğrudan ve dolaylı algı yönetiminin birlikte uygulanmasıdır. Bu yöntemde önce amaçlanmayan algı oluşturulmakta ve aynı anda iki amaç sağlanmaktadır. İstenilmeyen yanlışlanmakta, istenilen ise doğrulanmaktadır (Bağcı, 2017:13). Açıklandığı üzere manipülasyona dayalı algı yönetiminde, mesaja maruz kalan alıcının beyin ve duygu yapısı son derece önemlidir. Farkındalık düzeyi düşük, eleştirel akıldan ziyade duygusal refleksleri baskın olan kişiler, daha kolay ve daha sık algı yönetimine uğrarlar. Zaten algı yönetimini kurgulayan manipülatörlerin, duygu merkezinin etkin olduğu sağ lop odaklı çalışmalara yönelmeleri de buradan kaynaklanır. Bireyler, baskın duyguları yoluyla çok daha çabuk manipüle edilebildiklerinden; bu yol, algı yönetimini kurgulayan manipülatörler için son derece verimlidir.

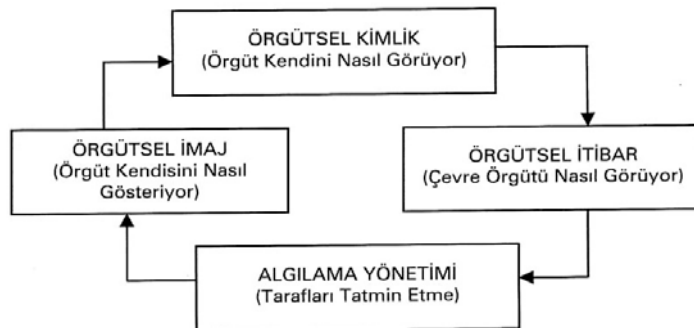
Özdağ, algı yönetiminin geçmişini şu şekilde özetlemektedir: “Algı yönetimi; hedef insan veya toplumu, hedef alanın istediği şekilde düşünmeye ikna etmek için etkilemektir. Bu anlamda algı yönetiminin tarihi çok eskidir. Aristoteles, Retorik adlı kitabında kapsamlı bir ikna teorisi geliştirerek algı yönetimi ile ilgili ilk teorik çalışmayı yapmıştır. Ayrıca algı yönetimi hususunu incelerken, algı yönetiminin amaç; propaganda, psikolojik savaş/harekat, örtülü operasyon, kamu diplomasisi ve enformasyon savaşı gibi olguların ise araç olduğu bilinmelidir” (Özdağ, 2017:13). Algı yönetiminden netice alabilmek için örgüt içindeki ya da dışındaki hedef bireyi tanımak, yorumlamak ve anlamak gerekmektedir. Algının sağlıklı yönetilebilmesi; bireyler hakkında elde edilen anlamları örgütsel süreçlerle yoğurmaya, örgütün ve aynı zamanda bireyin amaçlarının gerçekleşmesine katkı sağlayacak şekilde kullanmaya bağlıdır (Uğurlu, 2004:54). Günümüzde algı yönetimi sosyal düzlemden bir şekilde dönüt almak durumunda olan bütün çıkar odaklarının zorunlu uğrak yeri olmuş ve genellikle de manipülasyon odaklı algı yönetimi tercih edildiğinden, etik anlayıştan hızla uzaklaşan dejenere olmuş bir toplum yapısı ortaya çıkmıştır.

Küresel algı yönetiminin çözümlenmesi ile ilgili önemli belgesellere imza atan Banu Avar, tv üzerinden uygulanan algı yönetimini şu şekilde örneklendirmektedir: “*Son 10 yılda ekranlara damga vuran reality showlar aslında toplumda algı yönetimi sağlıyor. Survivor 1997’den beri ortalığı kasıp kavuruyor. Fikir, İngiliz Charlie Parsons’a ait. Şimdi İngiltere’nin en zengin medya figürlerinden biri. Survivor’ın ana fikri: ‘Hayatta kalmanın tek şartı var: Kazanmak isteyen her şeyi yapar, herkesi harcar!’dır. Bu kapitalizmin de ana kuralıdır. Kapitalizm orman kanunudur. Güçlü olan öbürlerini yok eder. Kural budur! Bunun için ekonomiyi, siyasi mekanizmaları, silahlı gücü, bilimi ve medyayı kullanır. İdeolojik taarruzun en önemli araçları eğitim ve medyadır. Medyanın en etkili dalı görsel olandır. Görsel medyanın toplum şekillendirmesinde önemli rolü vardır. Algı değişimini en kolay yoldan sinema ve tv yapmaktadır. Algı yönetimi, görünmez bir süreçtir ve ideolojik taarruzun en önemli ilkesidir” (Avar, 2011). Tv yayınları dışında algıyı yöneten en önemli olgulardan birisi de reklamdır.*

2.1.5 Algılama yönetimi

Algı yönetimi, son dönemlerde bireylerdeki algılama boyutunun yönetilmesi anlayışından hareketle algılama yönetimi şeklinde de kullanılmaya başlanmıştır. Örneğin halkla ilişkiler uzmanı Ali Saydam, bu ifadeyi tercih eden iletişim profesyonelleri arasındadır.

Saydam'a göre algılama yönetiminin temel kuralları, şu şekilde sıralanmaktadır; hedef kitlenin değerlerine uyum gösterilmelidir, hedef kitlenin kültürüne özen gösterilmelidir, beklentilerin üzerinde yaklaşım sergilenmelidir, kafa karışıklığı yaratılmamalıdır, sonuca odaklanılmalıdır, ölçümleme yoksa işlem yapılmamalıdır, gerçeklere dayanılmalıdır, tekrar yapılmalıdır, farklılaşmalar yönetilebilmelidir, görsellik doğru yönetilmelidir, düşüncelerden çok duygulara hitap edilmelidir (Saydam, 2012:205-361). Algılamanın istenilen yönde seyrini sağlayabilmek, hedef kitlenin değerleri ile uyumu gerektirmektedir. İkinci temel kuralsı düşüncelerden çok duygulara hitap etmektir. Bu iki şart yerine getirilmediği takdirde, algılama sürecini yönlendirmek mümkün olmamaktadır (Saydam, 2012:225). Halkla ilişkiler disiplini, çeşitli kurumlar/örgütler ya da bireyler için strateji geliştirmekte; kurumun mesajını hedef kitlede kalıcı hale getirebilmek için de ister istemez bir algılama yönetimi faaliyeti sergilemektedir. Tutar, bir örgütsel/kurumsal kimliğin algılama yönetimi açısından ne tür bileşenlere sahip olduğunu şu şekilde açıklamış ve şematize etmiştir: *“Örgütsel kimlik, örgütün tüm paydaşlarının örgütü nasıl gördükleriyle ilgilidir ve hem örgütsel itibarı hem de imajı içeren bir anlam içeriğine sahiptir”* (Tutar, 2008:197).



Şekil 2.10: Algılama Yönetimi Bileşenleri

Kaynak: Tutar, 2008:197.

Tutar, algılama yönetimi kapsamındaki faaliyetlerin genel özelliklerini şu şekilde sıralamıştır: hedef ve mevcut durum doğrultusunda, enformasyon talebi konusunda mantık yürütmek, farklı enformasyon taleplerini önem sırasına göre derecelendirmek ve aralarındaki ihtilafı çözümlenmek, karar vericiler arasında işbirliği ya da müzakere ortamı yaratarak algı oluşturma hedefinin eşzamanlı olarak yerine getirilmesini ve adaptasyonunu sağlamak, sensör aygıtlarına ek olarak, algılama sürecini desteklemek üzere diğer veri elde etme kaynaklarını yönetmek, kapsamı genişleyen ve faydası artan enformasyonla oluşturulmak istenen algılamayı destekleyerek sensör dışı aksiyonları planlamak, yakın gelecekte meydana gelmesi muhtemel bir olayla ilgili ilk elden enformasyon sağlayabilmek için mevcut durumla ilgili eğilimler dikkate alınarak kaynakları proaktif biçimde tahsis etmek ve planlamak (Tutar, 2008:104). Kavramla ilgili çalışmalarıyla bilinen Ali Saydam, algılama yönetimi meselesinin olgunlaşmış, üzerinde fikir birliğine varılmış bir alan olmadığını söylemektedir. Algılama yönetimi bazılarına göre hedef kitleleri kendi çıkarları doğrultusunda kandırmayı ve onları kendi hedefleri doğrultusunda kullanacakları birer unsur haline getirmeyi amaçlayan bir iletişim disiplini. Farklı bir görüşe göre ise algılama yönetimi; bir ürün, bir hizmet veya fikri satın alma konusunda birinci aşama olan ikna etme yolunda kullanılması gereken olmazsa olmaz teknikler bütünüdür. Bu çerçevede en yalın tanıma başvurulacak olunursa; algılama yönetiminin etki ve ikna yoluyla algılamanın belirlendiği psikolojik bir yönlendirme süreci olduğu söylenebilir (Bulut, 2017:25). Algı yönetiminin, herhangi bir mesajın hedef kitleye benimsetilmesine dayanan yönü; genel olarak etkili iletişim stratejilerine dayanır. Manipülasyon odaklı olan ve halk arasında algı operasyonu şeklinde ifade edilen diğer yönü ise daha çok duygular ve düşünceler üzerinde tatbik edilen sosyal bir illüzyon gibidir.

Mahmut Oktay; halkla ilişkilerin kurum içinde ve kurum dışında yönettiği algıyı, Halkla İlişkilerin Sistem Yaklaşımı başlığı altında şu şekilde özetlemiştir: *“Halkla ilişkiler danışmanının görevi, örgütsel sistem ile onun çevresi arasında bir arabulucu rolü oynayarak örgütün amaçlarını, hedeflerini ve icraatlarını örgüt dışı gruplara iletmek; bu grupların örgütsel sistemden taleplerini ve ona yönelttikleri eleştirileri de örgütsel sisteme geri bildirmektir. Halkla ilişkilerin örgüt içi fonksiyonu ise, örgütün alt sistemlerinden gelen*

değişim istekleri, baskılar ve eleştiriler ile örgüt yönetimi arasında karşılıklı iletişim ağını oluşturmak suretiyle gerekli tedbirlerin alınmasını sağlamak ve böylece örgütsel uyumun temin edilmesidir. Halkla ilişkilerci, örgüt yönetimindeki, örgüt dışındaki ve örgütün alt sistemleri arasındaki faaliyetleri çerçevesinde bir çeşit sınırlar arası (fonksiyonlar arası) iletişim ajanı rolü (boundary-spanning role) oynamaktadır” (Oktay, 2002:18-19). Oktay’ın halkla ilişkilerin kurum içi ve kurum dışı iletişim noktasındaki misyonunu tanımlarken iletişim ajanı ifadesini kullanması, aslında halkla ilişkiler uzmanının iletişim ötesinde ilave bir iş daha yaptığını göstermektedir. İşte o süptil ilave iş de; halkla ilişkiler uzmanının hedef kitlenin algısını istenilen yönde yönetmesi, bu konuda sergileyeceği maharettir. Bu anlamda halkla ilişkiler disiplini, başlı başına bir algılama yönetimi faaliyetidir.

Algılama, duyumları anlam şemaları içine oturtma işlemidir ve bu sebeple kültürel etkenler, anlam vermek olarak algılama sürecinde önemli bir işlev görmektedirler. Çünkü her kültür, duyumsal verileri kendine göre bir şemaya oturtarak anlama dönüştürmektedir (Tekinalp ve Uzun, 2013:75). Bu bağlamda algı/lama yönetiminin nasıl bir kültürel ortamda gerçekleştiği de bir o kadar önemlidir.

Algı yönetimi ile algılama yönetimi arasındaki temel farkın, çoğu zaman değişkenlik arz etmek ve çok net olmamakla birlikte şu hususla ilgili olduğunu söylemek mümkündür; algı yönetimi daha çok anlık manipülasyonlara ve iletişimsel bir illüzyona dayalı iken, algılama yönetimi ise bir mesajın hedef kitlede sağlıklı bir karşılık bulabilmesi ve zihinlere yerleşebilmesi adına yürütülen bir dizi sistemli halkla ilişkiler faaliyetidir. Dolayısıyla algı yönetiminin anlık ve çoğunlukla da etik olmayan bir boyuta dayandığını, algılama yönetiminin ise daha sistemli bir inşa faaliyeti olduğunu söyleyebiliriz.

2.1.6 Kitle psikolojisi

Algıyı yönetmek için en pratik yollardan bir tanesi de, duygusal reflekslerin etkin olduğu kitle psikolojisini iyi kullanabilmektir. Bu nedenle gerek halkla ilişkiler uzmanları gerekse manipülatörler, kitle psikolojisi ile yakından ilgilenirler.

Kitleler Psikolojisi kitabının yazarı Gustave Le Bon, kitleyi ve kitlenin psikolojisini şu cümlelerle tanımlamaktadır: *“Bir insan topluluğu bazı muayyen hallerde, onu vücuda getiren ayrı ayrı fertlerin malik oldukları karakterlerden çok farklı yeni karakterlere sahip olur. Bu durumlarda bilinçli kişilik ortadan silinir, bütün bu birleşmiş fertlerin düşünceleri ve duyguları tek bir tarafa yönelir. Şüphesiz geçici fakat pek açık özellikler gösteren bir kolektif bilinç oluşur. Kolektiflik o zaman; daha iyi bir ifade bulamadığım için oluşmuş bir kitle, başka bir söyleyişle psikolojik bir kitle diyeceğim şey olur. Kitle bir tek varlık haline gelir ve kitlelerdeki zihniyetin tekleşmesi kanununa uyar”* (Le Bon, 1997:20). Bireyin sosyal ortamdaki tavırları tek başına olduğu zamandan farklılık göstermekte ve kişi bir kitlenin içinde boğulup gittiğinde, tek başınayken asla gerçekleştiremeyeceği hareketleri sergileyebilmektedir. Bu hareketlerin çoğu, ceza hukuku tarafından öngörülebilir davranışlardır ve Sighele'nin kitlesi bu kapsamda, tanım gereği suçludur (Borlandi ve Raymond, 2011:419). Kamuoyunu istenen yönde şekillendirmek isteyen, bazı konuları gölgeleyerek farklı noktaları ön plana almak ve sahte gündem yaratma arzusunda olanlar, kitle psikolojisini çok iyi kullanmaktadırlar.

Le Bon, kitleler halinde bulunan bireylerin başlıca özelliklerini; bilinçli kişiliğin kaybolması, bilinçaltı ile hareket eden kişiliğin hakimiyeti, düşüncelerin, duyguların sirayet yoluyla aynı yöne doğru yönelişi ve telkin edilen düşüncelerin uygulamasına hemen başlama isteği şeklinde sıralamaktadır (Le Bon, 1997:28). Le Bon'a göre kitle, başında bir çoban aramakta, o çoban olmadan kendisini idare edememektedir. Ona göre lider ile kitle arasındaki ilişki, merkezde yer almaktadır (Okay, 2015:172). Kitle psikolojisinin merkez noktasını ise kolektif davranış teşkil etmektedir. Kolektif davranış, ayaklanmaları, modaları, panikleri ve uzam içinde birbirine yakın olan bireylerin yol açtıkları diğer tüm kitle olaylarını içine almaktadır. Bu davranış modelinde bireysel tercihlerin ve inanışların kümeleşmesi söz konusudur (Borlandi ve Raymond, 2011:422). Ne var ki bu kümeleşmenin temelinde ise, bireylerin biraradalığı gözetilerek oluşturulan algı yatmaktadır.

1851'de H. Steinthal'ın ortaya attığı halkların psikolojisi kavramı ile kitle psikolojisi birbirinden farklı kavramlardır; zira halkların psikolojisi kavramının temelinde, halkların ve ulusların bir karakteri olduğu düşüncesi yatmaktadır

(Borlandi ve Raymond, 2011:327). Kitle psikolojisi ise daha çok sosyal psikoloji alanı ile ilgili bir kavramdır. Sosyal psikoloji, toplumsal etkileşimi ve bireylerin birbirini nasıl etkilediğini incelemekte; insanların duygu, düşünce ve davranışlarının diğer insanların varlığı tarafından nasıl etkilendiğini bilimsel olarak araştırmaktadır. Sosyal psikolojinin araştırma alanına giren başlıca konular sosyal ilişkiler, stereotipler, önyargılar, tutumlar, uyum sağlama, grup davranışları ve saldırganlık gibi konulardır (Masaroğulları ve Koçakgöl, 2011:157). Kitle psikolojisi; insanları özgün bireysel özelliklerini yitirerek sürüler halinde hareket etmeye sevk ettiği için, zaman zaman bu kavram sürü psikolojisi şeklinde de kullanılmaktadır.

Birey, kitle içerisinde kendine ait olmayan pek çok özellik kazanmakta ve doğal halinin dışında farklı bir kimliğe bürünmektedir. Bireyin bastırıldığı içgüdüsel birtakım davranışlarını kitleden güç alarak ortaya çıkartması ciddi bir tehlikedir ve bu durum Freud tarafından kitlesel sorumsuzluk şeklinde tanımlanmıştır. Kitle psikolojisine kapılan birey davranışlarının bilincinde olmamakta ve bir çeşit hipnoz altına girmektedir. Kişi bu hipnoz altında, temeli saldırganlık olmak üzere pek çok problemleri tavır sergileyebilmektedir. Telkin yöntemiyle aldığı güçten hız alan birey; tek bir bireyden daha durdurulamaz, daha bilinçsiz ve tehlikeli bir konumda bulunmaktadır (Erdemir, 2016). Kitle psikolojini bilmek, tanımak ve hedef kitle olarak belirlenen kesimin hangi hususlarda hassasiyet taşıdığını ya da refleks verebileceğini analiz etmek; algı yönetimi açısından son derece önemli ve belirleyici bir husustur. Bu anlamda halkla ilişkiler disiplininin temel parametrelerinden biri olan hedef kitle analizinde kitle psikolojisinin oldukça önemli bir yeri vardır. Hedef kitle olarak belirlenen kesimin içinde bulunduğu ortam ve kültür de bir o kadar önemlidir.

Mills, kitle ve kamu arasındaki ayrıma dikkat çekmektedir. Zira kitle toplumuna duygu hakimken, kamu toplumuna hakim olan ise akıldır. Kitlede bireysellik ve bireysel akıl yitirilmekte, sürü psikolojisi ön plana çıkmaktadır. Birey nicelikli çoğunluk içerisinde bireysel farklılıklarını kaybetmekte, hızla kitleyle bütünleşerek diğerlerine benzer davranışlar sergilemektedir (Yıldırım, 2015:23). Bu anlamda bireysel farkındalık ile kitle kültürü arasında bir tezatlık olduğunu söylemek mümkündür.

2.1.7 Propaganda

Propaganda, halkla ilişkiler disiplini için son derece önemli bir faaliyet alanıdır ve tanım olarak, etkili politik iletileri yansıtmak için güçlü bir kaynak tarafından bilinçli olarak yönlendirilen iletişimi ifade etmektedir. Zaman zaman reklam ve propaganda birbirine karıştırılmakta; ancak bu durum terimin yanlış kullanılmasından kaynaklanmaktadır (Burton, 2008:224). Tarhan propagandayı şu şekilde tanımlamaktadır: *“Propaganda; gerçekleştiren odağa yarar sağlamak amacıyla, belirli bir grubun duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını, özetle bilincini ve bilinçaltını etkilemek, yönlendirmek, değiştirmek için hazırlanmış bütün bilgiler, fikirler, doktrinler veya özel çağruların hedef seçilen toplum, topluluk veya kişiye yönelik olarak sistematik bir şekilde, uygun araç ve teknikler kullanılarak iletilmesi ve benimsetilmesi girişimidir”* (Tarhan, 2003:36). Tanımlardan anlaşıldığı üzere propaganda, işlevi ve esas itibarıyla pragmatiktir ve taraf olduğu düşünce de nettir. Ancak bazı propaganda türleri netlikten yoksundur ve aslında taşıdığı dilsel ileti, söylenenden farklı bir dil ötesi iletiyi barındırmaktadır.

Kaynağına göre propaganda türleri; beyaz propaganda, gri propaganda ve kara propaganda olarak üçe ayrılmaktadır. Gri propaganda kaynağı belli olmayan, hedef kitlenin yorumuna bırakılan bir propaganda türüdür ve bu tür propagandada belirsizlik söz konusudur. Burada çeşitli dedikodu ve söylentiler bile değerlendirilmekte ve belirli kişi ya da kurumları yıpratma amacıyla sistemli olarak kullanılmaktadır (Özdağ, 2017:42). Propagandanın ana ilkeleri, şu şekilde sıralanmaktadır: bir ana eksen fikri/mesajı olması, merkezî planlanması ancak yerel uygulanması, profesyonel süreç olarak sürdürülmesi, inanılır ve güvenilir olması, hedef toplumun kültürel yapısına uygun olması, onurlu/olumlu bir öneride bulunması, dikkati üzerine çekmesi, sürekli olması, basit olması, bir ihtiyacı ortaya çıkarması, bir ihtiyaca cevap vermesi, karşı tarafın propaganda stratejisini hedef alması (Özdağ, 2017:27-34). Günümüzde bireyin adım başı bir propaganda faaliyetine denk geldiğini söylemek mümkündür. Çağdaş medyaya baktığımızda ise, medyanın beyaz propaganda ve silahlı propagandaya çokça maruz kaldığı görülmektedir. Siyasi liderler beyaz propaganda kullanarak karşı tarafı zayıflatmak, etkinlik ve gücünü pekiştirmek istemektedirler. Terör grupları ise silahlı propagandalarını iletişim araçlarıyla,

özellikle de televizyonlar aracılığı ile geniş kitlelere duyurma gayretindedirler. Propaganda sürecinde bir fikrin, ön yargılarımızı ve duygularımızı etkileyen imajların, sloganların ve sembollerin becerikli bir şekilde kullanılması söz konusudur ve o çağrıyı dinleyen, o fikri kendi isteğiyle kendi fikri gibi benimsemektedir (Övür, 2016:55-58). Propagandaya ait farklı kategorizasyonlar şunlardır: seviyesine göre propaganda, konusuna göre propaganda, yöntemine göre propaganda, amacına göre propaganda, hedef topluma göre propaganda, kapsamına göre propaganda, düzlemine göre propaganda, kaynağına göre propaganda (Özdağ, 2017:34). Özdağ'a göre propaganda ve psikolojik savaş/harekat kavramları itici, algı yönetimi ve kamu diplomasisi kavramları ise daha çekici ve rahat kullanılan kavramlardır (Özdağ, 2017:13). Propaganda, belirli bir maksadı olan sistemli bir çabadır ve propagandacının amaçlarının gerçekleştirilmesi niyetiyle hedef kitlenin algılarının şekillendirilmesi, bilgilerinin yönlendirilmesi ve davranışlarının yönetilmesi şeklinde açığa çıkar. 17. Yüzyıl'da Roma Katolik Kilisesi Hristiyan inancını yaymak amacıyla Congregatio de Propaganda'yı (Katolik İnancını Yayma Örgütü) kurmuş ve kavram ilk kez bu şekilde kullanılmaya başlanmıştır.

Özsoy, propagandanın etkisine en açık sosyal grupların fakir ve yoksullar, özgüvensizler, uyumsuzlar, umutsuzlar, benciller, azınlıklar, can sıkıntısı yaşayanlar, kadınlar, suçluluk hissi taşıyanlar, bağımlılar ve sempatizan sanatçılar olduğunu söylemektedir (Özsoy, 2009:77-82). Özsoy propaganda yöntemlerini ise; zamanlama, sürdürülebilirlik, tekrarlama, yoğunlaştırma, sadeleştirme, kitlede sinerji yaratma, simgeler, isimleri başka lakaplarla değiştirme ve kalıplaşmış imajların kullanılması şeklinde sıralamaktadır (Özsoy, 2009:82-86). Teknolojik imkanların gelişmesi ve beklenmedik boyutlara ulaşması, kullanılan propaganda araçları ile birlikte propaganda yöntemlerini de değiştirmiş ve dağıtılan kağıt bildirilerden hologram yolu ile gerçekleştirilen miting ya da konferanslara kadar oldukça farklı bir noktaya gelmiştir. İçinde bulunduğumuz çağ; kısa, dikkat çeken ve genellikle görsel ağırlıklı mesajlarla doludur. Bu tarz ikna edici imajlar yoğun mesaj ortamında daha çok dikkat çekmekte ve daha fazla başarılı olmaktadır. Bu nedenle çoğu zaman bu tarz mesajlar mantıklı argümanların yerini tutmakta, basit ve yalın olan derinlikli ve anlamlı olanın yerini almaktadır (Pratkanis ve Aronson, 2008:17). Baudrillard,

göstergeler imparatorluğu söylemi üzerinden bu mesaj yoğunluğuna dikkat çeken isimlerden biridir.

2.1.8 Manipülasyon

Manipülasyon, bugün modern insanın her an karşı karşıya olduğu tehditlerin başında gelmektedir. Zaman zaman Pavlov'un şartlı refleksi anlamında şartlandırma kavramı ile karıştırılan manipülasyon; psikolojik teknikler kullanarak hedef kişi ya da kitlede davranış veya kanaat değişikliği yaratmak anlamına gelmektedir. Sosyal psikoloji alanında çalışan uzmanlar, davranışları istenilen şekilde yönlendirmede güç ve manipülasyon olguları üzerinde durmaktadırlar. Manipülasyon, bir insandan istenilen davranışın onun özgür iradesi ile ortaya çıkmasını sağlamaktadır ve bu noktada yaratılan özgürlük illüzyonu büyük bir önem taşımaktadır. Manipülasyonda, herhangi bir zorlama olmaksızın itaat ortaya çıkmaktadır. Manipülasyon dar anlamda ise, enformasyon çarpıtma şeklinde kullanılmaktadır (Bilgin, 2016:236). Dolayısıyla manipülasyon, hem doğrudan hem de enformasyon savaşının temel bir yöntemi olması sebebi ile algı yönetimi ile doğrudan bir ilişki içindedir.

Modern dünyada algı yönetimi ve manipülasyon teknikleri, tam bir neticeye ulaşabilmesi amacı ile bazı kurallar çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Hedef kitlede istenilen değişimin sağlanması için bu kuralların uygulanması gerekmektedir. Bir kandırma sürecinde kandıran, kandırılan, kandırma konusu ve bağlam şeklinde dört temel unsur bulunmaktadır ve algı yönetimi ile uygulanan manipülasyon tekniklerinin başarıya ulaşması için, manipülatörlerin yetenekleri kadar kandırılanın durumu da belirleyici bir konumda yer almaktadır (Gültekin, 2017:21). Bu veriler çerçevesinde algı yönetimine odaklanan manipülatörlerin yadsıyamayacağı en önemli husus, sağlıklı bir hedef kitle analizidir. Zira düşünce ve davranış değişikliği hedeflenen kitlenin güçlü ve zayıf noktaları, karakteristik özellikleri ve yönelimleri; manipülatörler için son derece önemlidir. Söylemler hedef kitlenin mevcut haritasına göre geliştirilir ve yol boyu bu harita üzerinden ilerlenir.

Tarihteki etkili manipülasyon örneklerine bakıldığında; Edward Bernays'ın Lucky Strike sigara firması için 1929 yılında New York'ta yürüttüğü meşhur kampanya akla gelmektedir. Bu vaka, amacın gizlenmesi ve sahte amaç

üretilmesine ilişkin oldukça karakteristik bir örnektir. Halkla ilişkilerin ve pazarlama tarihinin öncü isimlerinden olan Bernays, Lucky Strike firmasıyla sigara satışlarını artırmak amacıyla bir anlaşma yapmış ve manipülasyon tekniklerini başarıyla uygulayarak firmaya büyük bir çıkış sağlamıştır (Gültekin, 2017:23-24). Kadınların sigara içmesini, kadınların özgürlüğü olarak lanse eden Bernays; bu çalışmasında medyanın da güçlü desteğiyle “*Sigara içen kadınlar, özgür kadınlardır!*” algısı oluşturulmuştur. Bu sahte algı sayesinde sigara içmeyen kadınlar özgür olacakları düşüncesi ile sigaraya bağlanmışlar ve şirketin sigara satışlarını artırarak onlara büyük bir kâr sağlamışlardır (Gültekin, 2017:25). Söz konusu örnekte de açıkça görüldüğü üzere, manipülasyonun kendi içinde gizli kodları bulunmaktadır. Tabloya bakan kişi bu gizli kodu değil vitrinde ön plana çıkarılan gerçeği gördüğü için farkında olmaksızın yönlendirilmekte ve manipülatörlerin amaçladığı asıl duruma hizmet etmektedir.

2.1.9 Demagoji, ajitasyon ve dezenformasyon ilişkisi

Demagoji, duygu ve önyargı faktörünü kullanarak bireylerin, grupların ya da toplumların fikirlerini yönlendirme cambazlığıdır. Bunu bir cambazlık olarak nitelendirmek yerinde olacaktır; zira demagojide duygular ve önyargılar kullanılarak hadiseler muhataplarına hiç olmadıkları şekilde gösterilmektedir. Bu kavram, Yunanca’da halk anlamına gelen demos kelimesi ile halka liderlik etme anlamına gelen agogos kelimelerinin birleşiminden türemiştir ve kökleri de antik Yunan ile Roma medeniyetlerine dayanmaktadır. Demagoji denilen olguyu başarılı bir şekilde sergileyenler ise, halk avcısı anlamına gelen demagog sıfatı ile nitelendirilirler. Demagoglar sıkça popülist söylemlerden yararlanırlar ve kuvvetli bir propaganda kabiliyeti ile iyi bir hitabet yetisi sergilerler. Ancak bu sıfat ilk etapta retorik yapmak gibi önemli bir yeteneğin sahibi olmak şeklinde algılansa da, aslında insan onurunu aşağılayıcı bir nitelik taşımaktadır. Zira demagogların yaptığı iş etik değildir. Örneğin ünlü şair ve edebiyatçı Necip Fazıl Kısakürek’e göre demagog, kelime oyunu içinde hakikati güme götüren bir hokkabaz olarak tanımlanmaktadır.

Demagojinin iyi bir münazara ustası olma şeklinde algılanan ve toplumca kabul görebilecek ılımlı bir tarafı olmakla birlikte; genel olarak olguları hiç olmadıkları bir boyutta sunma şeklinde tezahür ettiğinden, hiç de etik bir durum değildir. Ve bu etik olmayan, dili etkili bir biçimde kullanmaya dayanan

demagoji olgusu; algı yönetiminin de oldukça tercih edilir yöntemlerinden biridir. Haliyle demagoji daha çok, manipülasyona dayalı algı yönetiminin bir tezahürü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Demagoji gibi manipülasyona dayalı algı yönetimine hizmet eden ve demagoji ile benzerlik taşıyan bir diğer durum ise ajitasyondur. Fransızca bir kavram olan ajitasyonun Türkçe karşılığı ise kışkırtmaktır. Dağ bu kavramı, “*Ajitasyon heyecan, çalkantı, ayaklanma, taşkınlık, kargaşa gibi anlamlara gelse de; aslında duygu sömürüsü yoluyla algıyı farklı bir noktaya yönlendirme girişimidir.*” şeklinde tanımlamaktadır (Dağ, 2016:21). Demagoji ustalarına nasıl demagog deniyor ise, ajitasyon ustalarına da ajitator şeklinde bir sıfat verilir. Ajitatorların, konuların duygusal boyutlarını abartılı biçimde ortaya koyarak konuları saptırmaya çalışmaları; ajite etme edimi olarak adlandırılır.

Ajitasyon, aslında tıbbî bir rahatsızlıktır. Daha doğrusu tıbbî bir rahatsızlığın semptomudur. Psikiyatrik nitelik taşıyan bu semptom (belirti); huzursuzluk, taşkınlık, kuruntu, gerginlik ve aşırı duygusal tepkiler verme şeklinde açığa çıkar. Ajitasyon halini yaşayan kişi kışkırtıcı, tahrik edici, yani provokatif tutumlar sergiler. Bu nedenle kendini acındırma haline halk arasında acitasyon gibi farklı bir isim verilmiş; ajitasyon ise daha çok provokatif, yani kışkırtıcı yönelimler için kullanılır olmuştur. Ajitasyon yapan kişi anlamına gelen ajitator, Fransızca agitateur olarak ifade edilmekte ve kışkırtıcı, fitneci gibi anlamlara gelmektedir. Ajitator yerine zaman zaman demagog ya da propagandacı kelimeleri de kullanılmaktadır. Vladimir İ. Lenin, Ne Yapmalı adlı kitabında propagandacıyı kitleye birçok fikri, buna karşılık ajitatoru tek bir fikri aktaran kişi olarak tanımlamaktadır. Kitlenin memnuniyetsizliği ve kızgınlığı ajitator tarafından yüzeye çıkarılmakta; bu süreci tamamlayacak olan açıklama ve yönlendirmeler de propagandacıya bırakılmaktadır. Propagandacı basılı-yazılı, ajitator ise sözlü etkide bulunmaya çalışmaktadır (Keskin, 2014:17). Her türdeki propagandanın ve ajitasyonun, her zaman üç aşamalı bir psikolojik engel ile karşı karşıya olduğunu söylemek mümkündür ve o engeller şu şekilde sıralanmaktadır; kaynakları eleme eğilimi, algılamada eleme eğilimi ve bellekte eleme eğilimi (Yürükoğlu, 1980:31-32). Bu nedenle bu üç aşamada sergilenen bireysel dikkat, manipülasyondan korunma noktasında son derece önem taşımaktadır. Sonuç olarak provokatör, manipulator, spekulator, ajitator ya da

demagog gibi sıfatlarla tanımlanan tüm sosyal, medyatik ya da sosyo-ekonomik aktörler, algı yönetimi dediğimiz toplumsal olgunun önemli bir parçasıdır ve bireylerin, grupların ya da toplumların maruz kaldığı ulusal veya uluslararası algı yönetimini anlamının yolu bu tipolojileri iyi analiz etmekten geçmektedir. Dezenformasyon adı verilen ve yine algı yönetiminin bir parçası olan durum ise, doğrudan yanlış bilgi yayma ile ilgilidir. Dezenformasyonda, kirli bilgi kasıtlı olarak sisteme sokulmaktadır. Sahte belge, sahte el yazısı, fotomontaj gibi çıktılar; dezenformasyon amaçlı kullanılan malzemelerdir. Demogoji, ajitasyon ve dezenformasyon kavramları algı yönetimi ile ilişkili olan kavramlardır ve bu yönüyle aralarında bir bağlantı söz konusudur.

2.1.10 Psikolojik savaş

Propaganda konusunu bilim haline getiren H. D. Laswell; psikolojik savaşın amacının düşmanın direnme gücünün, eldeki savaşma kapasitesinin en sınırlı kullanımı sonucu kırılarak kazanılması olduğunu ifade etmektedir (Özdağ, 2017:67). Savaş, dünya tarihinin en belirgin ve tahrip edici olgularından biridir ve zaman zaman farklı şekillere bürünebilmektedir. Örneğin bir milletin, bütün kaynaklarını kullanarak ordusu ile diğer milletin ordusuna saldırması bir savaş türüdür ve aslında bu en bilindik türdür. Buradaki temel amaç, savaşılan orduyu etkili bir engel olmaktan çıkarmak, uyumlu ve bağımlı hale getirmek ya da yok etmektir. Bu tür girişimler genellikle konvansiyonel veya nizâmî savaş olarak anılmaktadır. Ancak bir savaşın yaşanması için muhakkak ordusu ile saldırılması da şart değildir. Hasım gücün iradesini konvansiyonel savaşlardan başka yöntemlerle eritmek, çürütmek, çözmek ve tahrip etmek de mümkündür. Karşıdaki gücü iradesini yok etmeye yönelik bu tarz savaşa ise psikolojik savaş denilmektedir (Özdağ, 2003:9). Psikolojik savaşta bilinen geleneksel yöntemler üzerinden sıcak bir savaş gerçekleşmese de, yine de taraflar arasında açık bir mücadele söz konusudur ve insan psikolojisi ile toplum psikolojisini yönetmeye yönelik strateji ve taktikler sürece hakimdir.

“Düşmanın kendi rızasıyla teslim olması en iyisidir. Saldırıp yenmek, bundan daha az önem taşır.” diyen Sun Tzu, savaş sanatında en mükemmel ve en üstün sonucun düşmanın mukavemetini onunla vuruşmadan kırmak olduğunu dile getirmektedir. Dolayısıyla harp sanatı hile üzerine kuruludur ve dolaylı saldırı da, savaşta oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Özdağ, 2003:13). Dolayısıyla

sosyal psikolojinin alanına giren kitle psikolojisinin nabzını tutarak hedef kitleleri istenen yönde düşünmeye ve davranış sergilemeye yöneltmek, amaçlanan yönde bir kamuoyu oluşumu sağlamak isteyen tüm aktörler; bugün psikolojik savaş tekniklerini bilmekte ve uygulamaktadırlar. Ne var ki propaganda ve psikolojik savaş farklı kavramlardır ve birbirine karıştırılmamaları gerekmektedir. Psikolojik savaş; kazanan taraf olabilmek adına karşı tarafın psikolojik durumunu zayıflatmak üzerine kuruludur ve ilk şartı da hedefi iyi tanımdır. Sürecin diğere adımları ise baskı ve ikna yöntemlerini ustaca kullanarak karşı tarafta psikolojik çöküntü uyandırmaktır (Karabulut, 2014:67). Psikolojik savaş taktiklerini iyi bilen birisi hem karşı tarafın uyguladığı psikolojik harekate karşı nasıl korunacağını, oradan gelen negatif tesirlerden etkilenmeyerek nasıl güçlü kalacağını bilir; hem de karşı tarafı hangi noktalardan psikolojik çöküntüye uğratılacağı noktasına hakimdir.

Psikolojik savaşın çeşitli stratejik amaçları vardır ve bu temel hedefler şu şekilde sıralanabilir; düşmanın siyasi, ekonomik, sosyal ve moral bakımından zayıflığını istismar ederek onun savaş gücünü zayıflatmak, kurtarılan bölgeleri teşkilatlandırıp askeri kontrolü kolaylaştırmak, düşmanın yenilgisini sağlamak için düşünce, heyecan, eğilim ve davranışlar üzerine ısrarlı etkiler yaparak direniş ve savaş azmini kırmak, morali bozarak manevi çöküntüye uğratmak ve korku duygusu uyandırarak cesaretini kırmak (Tarhan, 2003:23). Psikolojik savaşın taktik hedefleri ise şu şekilde sıralanmaktadır; toplumda itaat duygusunu artırmak, uluslararası kamuoyunu yanıltmak, halkla yönetimin arasını açmak, komutanları yanıltmak, kültür değişimini sağlamak (Tarhan, 2003:24). Psikolojik savaşta hem rakibe hem de kamuoyuna dönük bir algı yönetimi söz konusudur. Rakibin amacına ulaşmaya dönük algısı kırılmakta, kamuoyuna da bu tablo üzerinden bir güç ve güçlülük mesajı verilmektedir.

Psikolojik savaşta saldırı ve savunma silahı olarak propaganda, eğitim ve provokasyon gibi araçlar kullanılmakta; söz, yazı, resim, broşür ve e-posta şeklindeki bilgilerden de yararlanılmaktadır. Psikolojik savaşta amaç, beyin yıkama yöntemi ile insanları ikna etmek ve onları değiştirmektir (Tarhan, 2003:35). “*Psikolojik gerçekten bir savaş mıdır?*” şeklindeki soruya ise, Ümit Özdağ’ın şu temel tespiti çerçevesinde yanıt vermek mümkündür: “*İzlenen emel ve menfaatle çatışan, izlenen menfaat ve isteklere karşı koyan, direnen zıt*

iradeyi eritmeyi, dağıtmayı, çürütmeyi, çözmeyi, çarpıtmayı, yok etmeyi sağlayabilen, hasmın engel çıkarmasını, zarar vermesini, güç kullanabilmesini önleyebilen her türlü etkinlik; belirli şekilde şiddet unsurunu ihtiva etmese de savaş eylemidir, savaştır” (Özdağ, 2003:9). Dolayısıyla psikolojik savaş da bir tür savaştır ve dahası; algı yönetimi amacı güderek toplumda farklı cepheler açan manipülatörler, aslında sosyal zeminde farklı türden bir savaşı sürdürmektedirler.

Bir ülkenin psikolojik gücü, belirli unsurların bütünlüğü ile meydana gelmekte; bu bütünlükte ulusun morali, ulusal irade, ulusal karakter ve ulusal bütünlük gibi öğeler büyük bir önem taşımaktadır (Eslen, 2003:168). *“Yanıltma ustalığını öğrenen muzaffer olacaktır. Düşmanı tahrik edin, hareketliliğinin ve hareketsizliğinin nedenini öğrenin. Onu, kendini açığa vurmaya zorlayın ve böylece hassas noktalarını belirleyin. Bütün savaş uygulamaları, aldatmaya dayanır. Bu nedenle saldırıya yetenekli iken yeteneksiz gibi görünmeliyiz; kuvvetlerimizi kullanırken hareketsiz gibi görünmeliyiz. Yakınken uzakta olduğumuzu, yakınken uzakta olduğumuzu düşmana inandırmalıyız. Düşmanı cezbedecek yemleri uzatın. Sahte bozgun durumu gösterin ve onu ezin.”* diyen Sun-Tzu, bu net tespitleri ile savaşta düşmanı yanıltmanın gerekliliğine vurgu yapmaktadır (Eslen, 2003:215). Böylesi bir yanıltmada en önemli öğelerden birisi ise güçlü bir psikolojik hareket yürütebilmektir.

2.1.11 Enformasyon savaşı

Dünyanın bugün geldiği teknolojik seviyeye, ülkeler ya da kıtalar arası iletişim ağına bakıldığında, Marshall McLuhan’ın günümüz dünyasına yönelik global köy tanımı yerini bulmaktadır. Dolayısıyla dünyada yaşanan hızlı veri akışı, artık bilginin gücünü çok daha farklı bir boyuta taşımıştır.

Bilgi savaşı da denilen ve kat ettiği gelişmeye rağmen hâlâ doktrinden yoksun olan enformasyon savaşı; sınırları net olarak çizilmemiş bir savaş biçimidir. Bu savaş ilk başlarda orduların komuta-kontrol-iletişim ve istihbarat mekanizmaları ile birlikte bir ülkenin bütün iletişim sistemini elektronik anlamda hedef alan savaş biçimini ifade etmiştir. Ancak sonraki dönemde sivil dahil her türlü enformasyon üzerinde kurulmaya çalışılan hakimiyet de ‘enformasyon savaşı’nın bir parçası olarak algılanmaya başlamıştır.

“Enformasyon savaşı, düşmana yönelik olarak bazı hedeflere ulaşmak için bazı enformasyon araçlarını hedefleyen veya sömüren operasyonlardır. Enformasyon savaşı, bilgisayar casusluğu ve sabotajı, istihbarat ve casusluk operasyonları, iletişim dinlemesi, algı yönetimi ve elektronik savaşı da kapsayan bir dizi faaliyetten oluşur.” diyen D. E. Denning, enformasyon savaşının geniş faaliyet alanını özetlemektedir (Özdağ, 2017:188-189). Ancak enformasyon savaşı sadece bilgi alışverişi ya da veri aktarımı noktasına sıkıştırılmayacak kadar komplike bir durumdur. Enformasyon savaşında neyin doğru neyin yanlış, neyin tiksinti verici ve zararlı, neyin beğenilen olması gerektiğini kabul ettirecek olan bir hakimiyetin sağlanması son derece önemlidir ve bu durum enformasyon savaşının temelini oluşturmaktadır (Özdağ, 2017: 188-189). Prof. Dr. Ümit Özdağ, *Algı Yönetimi-Propaganda, Psikolojik Savaş, Örtülü Operasyon ve Enformasyon Savaşı* başlıklı çalışmasında; psikolojik savaş, çarpıtma/manipülasyon, haber/bilgi üretme, hile-tuzak-oyun, sosyal mühendislik, suçlama, komplo teorileri, karalama, taciz, reklam, sansür ve aldatma operasyonları ara başlıklarını, sivil enformasyon savaşının alt başlıkları olarak ele almıştır. Dolayısıyla bütün bu tanımların ana çatısının, sivil enformasyon savaşı olduğu görüşündedir.

Tarhan’a göre ise bilgi savaşı, bilgisayar çağında habercilerin kurşunla öldürülmesi, istihbarat ve komuta merkezinin bomba ile tahribi yerine düşmanın bilgisayarlara girerek enerji şebekesi, telefon sistemi, mali şebeke, ulaştırma tesisleri ve akaryakıt ikmal hatlarına taarruz etmesidir. Bu tür bir savaşta sosyal hayatı tahrip etme hedefi söz konusudur (Tarhan, 2003:17). Bilgi savaşları olarak ifade edilen kavram, bilgi ve fikirlerin çatışması ve mücadelesi olarak algılanmakta ve politikadan ülke güvenliğine, uluslararası ilişkilerden askeri literatüre kadar birçok farklı anlama gelmektedir. Yaşanan kazanma kaybetme sürecinde ortaya çıkan yalan haber, propaganda ve manipülasyon gibi birçok durum da bu kapsama girmektedir.

Bilgi savaşları, halkla ilişkiler ve imaj yönetimi faaliyetleri kapsamında ise; rakiplerin zedeleyecek, yıpratacak, suçlayıcı mahiyette bilgi ve söylentilerin yayılarak onlar hakkında olumsuz algı ve imajların oluşturulmasıdır (Karabulut, 2014:43-44). *“Enformasyon savaşındaki asıl amaç nedir?”* sorusunun yanıtı da yine algı yönetimi olgusuna bağlanmakta; istenilen yönde bir algı oluşturmak

için servis edilen bilgiler, kitleler üzerinde sürekli bir mesaj trafiğine neden olmaktadır. Dolayısı ile enformasyon savaşı kavramı ile algı yönetimi arasında yakın bir ilişki söz konusudur ve hatta kimi uzmana göre algı yönetimi, enformasyon savaşının içindeki bir kategoridir.

2.1.12 Sosyal mühendislik olgusu

Sosyal mühendislik, zaman zaman toplum mühendisliği şeklinde de ifade edilen sosyal bir dizayndır. Bu dizayn etme sürecindeki temel nokta ise; toplumu kimlerin, neden, nasıl değiştirmek istedikleri meselesidir. Zira amacın ve süreç sonucundaki değişimin kimlere hizmet ettiği noktası son derece önemlidir.

Sosyal mühendislikte, toplumu belirli projeler kapsamında yeniden yapılandırma girişiminde bulunan gruplar söz konusudur. Bu çerçevede insanlar, aslını bilseler yapmayacakları çeşitli eylemlere sevk edilmektedirler. Nasyonal Sosyalistler sosyal mühendislik kavramını, bütün bir toplumu yanıltmak anlamında kullanmışlardır. Doğrudan müdahalenin sıkıntılı olduğu durumlarda kullanılan sosyal mühendislik yöntemi; dolaylı özel kavramlar, tanımlar, psikolojik imgeler, duyguları harekete geçiren çeşitli aktörler aracılığıyla kitleleri yönlendirme işlevi görmektedir. Bu noktada hedef kitleyi iyi bilmek, tanımak ve kavramak; sosyal mühendisliğin stratejik kaynağını oluşturmaktadır (Özdağ, 2017:199). Karabulut, aynı anlama gelen ‘toplum mühendisliği’ kavramını şu şekilde açıklamaktadır: *“Toplumu oluşturan grup ve sınıfların belirli bir hedefe yönelik olarak şekillendirilmesini amaçlayan düzenlemelerdir. Bu düzenlemeler belirli bir konuda kamuoyu oluşturulmasını sağlamak gibi dar bir alanla sınırlı olabileceği gibi, bir toplumun yapısının tamamen değiştirilmesine yönelik büyük ölçekli projeler de olabilir”* (Karabulut, 2014:97). Sosyal mühendisliğin kuramsal tanımlarına bakıldığında; bu kavramın sosyal bir dizayn olduğu, topluma şekil vermek isteyen çeşitli grupların bir kurgusu şeklinde tezahür ettiği görülür. Bu bakış, kavrama makro bir yaklaşımı esas alır. Ancak bugün internet dilinde ve zemininde sosyal mühendislik, kişilerin zayıf noktalarından istifade edilerek türlü ikna ve kandırma yöntemleri ile amaçlanan verilerin elde edilmesi yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Bu iki yaklaşımda da bireylerin ya da toplumların manipülasyonu söz konusudur ve tam da bu sebeple sosyal mühendislik denilen olgu, algı yönetimi ile birebir ilişkilidir.

Algı yönetimi, sosyal mühendislik faaliyetlerinin odak noktasını oluşturmaktadır. Zira bilginin nasıl algılandığı ve bilgiye ne tür bir tepki verildiği bu tarz faaliyetlerde son derece önemlidir. Algının manipülasyona açık olması ise birey dışındaki aktörlerin karar sürecine müdahalesi için önemli bir alan yaratmaktadır (Karabulut, 2014:98). Sosyal mühendislik, günümüzün en popüler algı yönetim tekniklerinden birisidir ve manipülatif etkileri yadsınamayacak bir düzeydedir.

2.1.13 Kamu diplomasisi

Algı yönetiminin uluslararası boyutuna bakıldığında, kamu diplomasisi kavramı ile karşılaşılmakta; algı yönetimi ile kamu diplomasisi arasındaki son derece girift ilişki dikkat çekmektedir. Algı yönetimi, gerek ülke içinde gerekse yabancı ülkelerdeki hedef kitlelerin görüşlerini etkilemek için yapılan faaliyetlerdir ve bu faaliyetler yurtdışında gerçekleştiğinde de kamu diplomasisi adını almaktadır. Kamu diplomasisi ve algı yönetimi, hedef nüfusun siyasal olaylara bakışını kontrol etmeye yönelik bir propaganda stratejisidir ve bu iki yöntem istihbarat teşkilatları tarafından yabancı nüfusu istenen şekilde yönlendirmek için etkin kullanılmaktadır. Kamu diplomasisi alanında; bir hükümetin başka bir ulusun halkını ve aydınlarını, bu ulusun politikalarını kendi avantajına olacak şekilde döndürmek için çalışılmaktadır (Karabulut, 2014:325-326). Dolayısı ile algı yönetiminin hem ulusal hem de uluslararası zeminde geçerli bir faaliyet olduğunu; kamu diplomasisinin ise daha çok uluslararası mecralar üzerinden yürüdüğünü söylemek mümkündür.

Szondi, uluslararası halkla ilişkiler danışmanlarının hükümetleri adına ülkelerinin ekonomik ve politik çıkarlarının yurt dışında geliştirilmesi amaçlı kamu diplomasisi faaliyetlerinde bulduklarını ifade etmektedir. Bununla birlikte hükümetler halkla ilişkiler danışmanlarından ve ajanslarından kamu diplomasisi kampanyaları kapsamında stratejik tavsiye; medya ilişkileri, medya izleme, kamusal ilişkiler, lobicilik, etkinlik yönetimi, online halkla ilişkiler, konu ve kriz yönetimi gibi konularda da hizmet alabilmektedirler.

L'Etang kamu diplomasisinde faal olan diplomatlar ve halkla ilişkiler uzmanlarının fonksiyonlarını, şu üç başlık altında incelemektedir. Bunlar temsil

(retorik, hatiplik, müdafaa), diyalog (pazarlık, arabuluculuk) ve danışma (akıl hocalığı) fonksiyonlarıdır.

Ünal ise kamu diplomasisinin amaçlarını ve işlevlerini şu şekilde özetlemektedir: “*Köklü ilişkiler inşa etmek, ulusal çıkarların tanıtımını yapmak, hükümetlerin iletişim ve dış politikasını yönlendirmek, diplomatlar arasında iletişimi sağlamak, kültürler arası iletişim sürecini geliştirmek, ülke imajını diğer ülkeler nezdinde olumlu adına algılama yönetimi uygulamak, fikirlerin uluslararası dolaşımını sağlamak, ulusal hedeflere ve çıkar amaçlarına ulaşmak için doğru bilgiyi yaymak*” (Ünal, 2016:134-135). Bu anlamda kamu diplomasisi, uluslararası zeminde ve boyutta gerçekleştirilen etkili ve kapsamlı bir halkla ilişkiler faaliyetidir. Bu bakımdan da siyasetin, özellikle de dış politikanın çok önemli bir parçasıdır. Sıcak savaş döneminin geride kalması, yumuşak güç kavramının ön plana çıkması ile birlikte de daha fazla önem kazanmıştır.

	Davranışlar	Öncelikli Değerler	Hükümet Politikaları
Askeri Güç	Baskı Caydırma Önlem	Tehditler Güç	Zorlayıcı Diplomasi Savaş İşbirlikleri
Ekonomik Güç	Tahrik Baskı	Ödemeler Yaptırımlar	Yardım Rüşvet Yaptırımlar
Yumuşak Güç	Cazibe Gündem Oluşturma	Değerler Kültür Politikalar Kuruluşlar	Kamu Diplomasisi İki Yönlü ya da Çok Yönlü Diplomasi

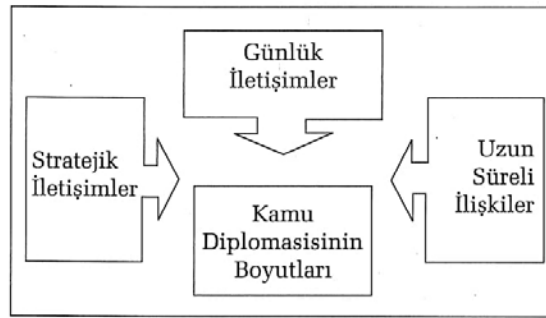
Şekil 2.11: Gücün Üç Çeşidi ve Yumuşak Güç

Kaynak: Sancar, 2014:29.

The George Washington Üniversitesi Kamu Diplomasisi Enstitüsü Eski Direktörü Bruce Gregory, kamu diplomasisinin bir yönüyle algı yönetimi olduğunu ileri sürmektedir. Algıyı yönetme ihtiyacı duyan devletler; kamu diplomasisinin temel amacı olan kamuoyu görüşlerini hükümet lehine çevirmek için ikna yoluna gitmekte ve bu şekilde bir algı yönetimi yürütmektedirler. Devletlerin algı yönetimini gerçekleştirme araçları ise; genellikle basın bültenleri, medya ve gazetecilere yönelik programlardır. Soğuk Savaş döneminde Pentagon’un Sovyetler ve Doğu Avrupa’ya Amerikalı gazetecileri gönderip onlardan yerel gazetelerde Amerika lehine yazılar yazdırması,

gazeteciler eliyle yapılan algı operasyonlarına bir örnek teşkil etmektedir (Ekşi, 2014:94-95.) Artık gerçek gücün yerini, yaratılan/kurgulanan bir ‘güç algısı’nın aldığını söylemek mümkündür. Bu nedenle de devletler ve hatta özel şirketler, kendileri ile ilgili algının istedikleri yönde oluşturulabilmesi adına ciddi bir gayret sarf etmekte; bu alana hatırı sayılır oranlarda bir bütçe, mali kaynak ayırmaktadırlar.

ABD Savunma Eski Bakan Yardımcısı Joseph S. Nye, yumuşak güç kavramını ilk kez 1990 yılında yayımladığı *Bound To Lead: The Changing Nature Of American Power* adlı eserinde ve yine aynı yıl *Foreign Affairs Dergisi*’ndeki *Soft Power* başlıklı makalesinde ortaya atmıştır. 1980’lerden beri ABD gücünün zayıfladığı ve ABD’nin gerilemeye başladığı iddialarına karşı geliştirilen bu kavram, sonrasında daha geniş mecralarda kullanılmaya başlamıştır. ABD’nin göreceli askeri ve ekonomik gücünün zayıfladığı iddialarına karşı argüman geliştiren Nye; ABD gücünün sırf sert güçten ibaret olmadığını ve tanıtım noktasında sahip olduğu evrensel değerleri, cezbedici yaşam tarzını, kurumlarını, politikalarını, kültür ve ideolojisini kullanabileceklerini vurgulamıştır. Bu çerçevede Nye’in temel tezi; Soğuk Savaş sonrasında uluslararası sistemin değişmekte olduğu, ABD hegemonyasının maliyeti daha az olan yumuşak güçle sürdürülebileceği üzerine kuruludur (Ekşi, 2014:34).



Şekil 2.12: Joseph Nye’ın Kamu Diplomasisi Boyutları

Kaynak: Yıldırım, 2015:135.

Kamu diplomasisi terimini ilk olarak Tuft Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Fakültesi Dekanı Edmund Gullion 1965’te kullanılmıştır. Eski Müsteşar Glassman ise “*Kamu diplomasisinin amacı, daha güvenli ve daha özgür bir dünyadır*” ifadesiyle ABD’nin konuya olan resmî bakış açısını ortaya koymuş ve kavramı desteklemiştir (Keloğlu ve İlkay, 2016:109-110). Amerikan



Şekil 2.14: Kamu Diplomasisi Uygulamalarının Oluşumu

Kaynak: Karadağ, 2016:26.

Algı yönetimi alanında önemli çalışmaları olan Saydam, kamu diplomasisi olmadan bir ülke veya kent markasını uluslararası platformlarda anlatmanın veya yönetmenin mümkün olmadığını; ülkeye ait algının sağlıklı yönetimi için kamu diplomasisinin olmazsa olmaz koşullardan biri olduğunu vurgulamaktadır (Saydam, 2012:210). Bu anlamda kamu diplomasisi, tanıtım amacı güden uluslararası yapıların görmezden gelemeceği bir çalışma alanıdır.

2.1.13.1 Türkiye ve kamu diplomasisi

Ülkemizin tarihine baktığımızda; uluslararası zeminde itibar kazandıracak birçok girişimin bir kurgu ürünü olarak değil, samimiyetle sergilendiği görülmektedir. Türk kamu diplomasisinin geçmişe ait en önemli avantajı; Türk kökenlilerin kurduğu devletlerdir. Bu devletlerin Asya'dan Avrupa'ya uzanan geniş bir coğrafyada yer almaları, çok sayıda akraba devlete ve farklı devletlerin çatısı altında yaşayan akraba topluluklara sahip olması, buralardaki tarihi ve kültürel eserlerin unutulmaz izler ve anılar bırakması; kamu diplomasisi faaliyetleri için iyi bir altyapı oluşturmaktadır.

Türkler, ana vatanları olan Orta Asya'dan Avrupa ortalarına kadar yayılışlarında ve Osmanlı dönemi dahil bütün ilerleyişlerinde ayak bastıkları coğrafyalarda yaşayan toplumlarla son derece iyi ilişkiler kurmuşlar ve fetih hareketi, ticaret, seyahat, dini nedenler başta olmak üzere idari, ekonomik, kültürel ve sosyal çeşitli kanallarla son derece güçlü bir sosyal ağ oluşturmuşlardır. Bilge

Kağan'ın ve Atilla'nın savaştıkları ülkenin krallarının kızlarıyla evlenerek o ülkeyle akrabalık kurmaları da bu sıcak ilişki biçimlerinden biri olarak görülmektedir. Dolayısıyla Selçuklular ve Osmanlılar dönemlerinde başlayan yayılma siyasetiyle oluşturulan tarihsel arka plan; Asya, Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Avrupa coğrafyasını da içine alan ciddi bir avantaj oluşturmaktadır.

Osmanlı Devleti özelinde bakıldığında ise başka devletlerle olan bürokratik ilişkilerin uzunca bir zaman askeri güç tarafından biçimlendirildiği görülmekte; Osmanlı Devleti'nin kuruluş ve yükseliş dönemlerinde, savaşın da bir diplomatik yöntem olarak görülmesi kapsamında ad hoc diplomasiyi kullandığı gözlemlenmektedir (Ünal, 2016:153). Türkiye'nin kamu diplomasisi noktasındaki tarihi arka planı genel hatları ile bu olmakla birlikte; Cumhuriyet dönemi şartları ile NATO'ya üye oluşumuz, bugünkü kamu diplomasisi faaliyetlerimizin ana eksenini oluşturmuştur. Zira yapılan tüm bağlayıcı anlaşmalar, kamu diplomasisinin de yönünü ve manevra alanını belirlemiştir.

Türkiye'ye ait, tarihteki ilk kamu diplomasisi uygulamalarından biri ise istimâlet politikasıdır. Bu süreç Osmanlı İmparatorluğu'nun Kırım Savaşı döneminde icra etmiş olduğu uygulamalarla devam etmiş ve Kurtuluş Savaşı yıllarında Afganistan ve Hindistan'daki Müslümanlar üzerinde tesirde bulunan uygulamalarla da farklı bir perspektif kazanmıştır.

Bu dönemlerde Mustafa Kemal Atatürk tarafından yurtdışına ve özellikle de Afganistan'a karşı yürütülen subay ve öğretmen gönderme politikası da son derece önem arz etmekte; Türkiye'nin birçok zorluk içinde bulunmasına ve Kurtuluş Savaşı gibi bir süreçle var olma mücadelesi vermesine rağmen adı geçen ülkelere böylesi bir yardımda bulunduğu görülmektedir. Yardım yapılan ülkelerin halkları, bu dönemlerde atılan iyi niyet tohumlarının bir neticesi olarak Kurtuluş Savaşı sırasında Türkiye'ye birçok maddi yardımda bulunmuş; ayrıca Hintli Müslümanlar da İngiltere aleyhinde gösteriler yapmak ve bildirimler yayımlamak suretiyle Millî Mücadele'ye destek sağlamıştır (Karadağ, 2016:191). Tarihçi Halil İnalcık, istimâlet politikasından söz etmekte ve bu uygulamanın Osmanlı'nın kuruluş yıllarında, özellikle de Batı'ya ve Balkanlar'a doğru genişleme ve yayılma serüveninin güzel bir örneği olduğunu vurgulamaktadır. Kamu diplomasisi kavramının ortaya atılmasından tam yedi yüzyıl önce Osmanlı Devleti tarafından uygulanan istimâlet politikası; uyma,

meyl etme, tatlı sözle kandırmaya çalışma, ikna etme, gönül çelme, cezbettirme, meylettirme gibi anlamlara gelen 'istemâlet' anlayışı üzerine kuruludur. İnalçık tarafından kaleme alınan Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi isimli eserin son kısmında bu kelime; bir kimseyi, bir şeyi kabule yatkın hale getirme, fethedilen yerlerdeki veya düşman topraklarındaki ahaliyi kazanma anlamlarına gelmektedir (Karadağ, 2016:192). Türkiye'nin güncel kamu diplomasisi çerçevesindeki faaliyetleri bağlamında dile getirilebilecek en son somut gelişme ise, şüphesiz ki 2010 yılında Başbakanlık bünyesinde kurulan Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü olmuştur. KDK (Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü) kuruluşundan bu yana birçok kurumla uyum içinde çeşitli faaliyetler gerçekleştirmiştir.

Türkiye'nin genel olarak kamu diplomasisi faaliyetlerini yürüten kamu kuruluşlarını şu şekilde sıralamak mümkündür; Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, Dışişleri Bakanlığı, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Avrupa Birliği Genel Sekreterliği (ABGS), Yurtdışı Türkler ve Akraba Toplulukları Başkanlığı (YTB), Türk İşbirliği ve Kalkınma İdaresi Başkanlığı (TİKA), Basın Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü (BYGEM), Anadolu Ajansı (AA), Başbakanlık Tanıtım Fonu vb. faaliyet yürüten diğer kuruluşlar (Ünal, 2016:162). Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü tüm bu kurumlarla eşgüdüm halinde çalışmakta; zaman zaman Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), Yunus Emre Enstitüsü (YEE), Türk Kültür ve Sanatları Ortak Yönetimi (TÜRKSÖY), Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (TASAM) gibi farklı kurumlarla da ortak çalışmalar yürütmektedir.

Yumuşak güç anlayışı; küreselleşmenin ve çok kutupluluğun etkisi ile karmaşıklaşan ve bir o kadar da zorlaşan uluslararası ilişkiler alanında son derece stratejik bir yere sahiptir. Ülkelerin farklı toplumlar nezdinde haklılığının kanıtlanması, bilgilendirme faaliyetleri, politikaların anlatılması süreci vb. konularda kamu diplomasinin temelini oluşturan yumuşak güç kavramı; bugün silahsız savaşın en stratejik aracı konumunda bulunmaktadır (Yıldırım, 2015:273). Artık uluslararası zeminde mücadele eden yapılar sıcak

savaşlar yaşamak istememekte, bu anlamda yumuşak güç olgusundan faydalanabilmeyi son derece cazip bulmaktadırlar.

2.1.13.2 Algı yönetiminin uluslararası boyutu olarak kamu diplomasisi

Küreselleşme sürecinin beraberinde getirdiği hız ve sürdürülebilirlik gibi temel olgular güç odaklarını farklı arayışlara sevk etmiş ve günümüzde sanki algıyı yönetmek her şeyi yönetmek anlamına geliyormuş gibi algı yönetimi odaklı bir konsept ortaya çıkmıştır. Bu mevcut anlayış hem ulusal hem de uluslararası düzlemde hakimiyet kazanmış ve bu sebeple de algı yönetiminin devletlerarası boyutu olarak tanımlayabileceğimiz kamu diplomasisi olgusu daha fazla ön plana çıkmıştır.

Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ulusal ve uluslararası yapılarda önemli değişimler yaşanmış ve BM, AB, IMF gibi bazı yapılar ulusların da üstüne çıkmıştır. Karşılıklı olarak ülkeler arası bağımlılıkların artmış, iletişim ve ulaşım ile birlikte kişisel temaslar gelişmiş, silah ve savunma sistemleri değişmiştir. Uluslararası sistemin niteliğini değiştiren bu gelişmeler devlet dışı aktörleri daha etkin hale getirmiş ve dünya yeni savaşlarla tanışmıştır. Henüz yerine oturduğunu söyleyemeyeceğimiz taşlar, dünyanın zeminini çok boyutlu olarak güncellemeye ve farklılaştırmaya devam etmektedir.

Uluslararası ilişkiler denildiğinde ilk akla gelen aktörler devletlerdir. Ancak sahaya bakıldığında; kısmen de olsa bağımsız ve otonom olarak davranabilen fakat egemen olmayan farklı farklı yapılar da görülmektedir. Papa, Filistin Kurtuluş Örgütü (PLO), Irish Republican Army (IRA), Euskadi Ta Askatasuna (ETA), BM Genel Sekreteri, General Motors, British Petroleum, Botswana, Dünya Bankası (WB), Uluslararası Para Fonu (IMF), Kuzey Atlantik Anlaşma Örgütü (NATO), IBM, Katolik Kilisesi, Uluslararası Kızılhaç Örgütü (ICRC), El Kaide Örgütü gibi yapıları buna örnek vermek mümkündür. Dolayısıyla da uluslararası ortamlarda sivil toplum kuruluşları, çok uluslu şirketler, mafya, terörist gruplar, hatta internet üzerinde oluşan platformlar bile devlet dışı aktörler arasında sayılmaktadır. Bu aktörler artık, kamu diplomasisi alanında adlarından söz ettirmektedirler (Yıldırım, 2015:114-115). Sonuç olarak küreselleşen dünyada propaganda ve psikolojik savaş gibi tarafı belli yöntemler kamu diplomasisi gibi estetik, kulağa barışçıl gelen bir kavramla yumuşatılmış; ancak küresel denklemin aktörleri, güç dengeleri ve bu dengeler arasındaki

mücadelede herhangi bir değişim olmamıştır. Olan sadece kullanılan kavramların estetize edilerek güncellenmesinden ibarettir.

Algılama yönetimi kapsamında kamu diplomasisi uygulamalarının en iyi örneklerini veren kişilerden birisi de, Filistin lideri Yaser Arafat olmuştur. Yaşadığı dönemde kamu diplomasisini çok iyi kullanan Arafat kamu vicdanını çok iyi etkilemiş ve bu algı yönetimi uygulamaları ile de teröristlikten Nobel Barış Ödülü sahipliğine doğru uzanmıştır. Dünya Yaser Arafat'ı, uçak korsanı olarak gazete sayfalarından tanımış; ancak sonrasında dünyaca tanınan bir lider haline gelmiştir (Özer, 2012:147-180). Bugün artık gerek algı yönetimi gerekse kamu diplomasisi; ulusal ya da uluslararası aktörler için yadsınamaz, görmezden gelinemez bir faaliyet alanı durumundadır.

2.1.13.3 Algı yönetimi ve kamu diplomasisi farkı

Bugün istihbarat teşkilatları, hedef nüfusun istenen ve belirlenen aşamalarına gelebilmeleri için algı yönetimi altında çok farklı faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu çerçevede önce faaliyetin uygulanacağı nüfusun kültürel eğilimleri analiz edilmekte, zayıf noktaları bulunmakta ve hassas noktaları belirlenmekte; ardından da bu göstergelere göre propaganda temaları geliştirilmektedir. Bu çalışmalar yürütülürken medyadan ve düşünce tanklarından yararlanılmakta; hedefe zarar vermek için söylenti ve taşlamalardan da istifade edilmektedir. Algılama yönetimi ve kamu diplomasisi; yabancıların kontrolü ve istenilen şekilde yönlendirilebilmesi noktasında hem devletlerin, hem de özel olarak istihbarat birimlerinin etkin çalışma alanları arasında bulunmaktadır (Bağcı, 2017:69). Dolayısıyla algı yönetiminde de kamu diplomasisinde de aslında asıl amaç önce düşünceleri sonra da davranışları değiştirebilmektir. Fakat yürütülen faaliyetlerde etik ihlallerin oranına bakılacak olunursa, algı yönetimi alanında bu tarz uygulamaların daha fazla olduğu görülecektir. Yani algı yönetimi ekseriyetle etik bir iletişim stratejisi olarak değil, bir manipülasyon yöntemi olarak kullanılmaktadır. Gerçi benzeri kurgular, yanlış bilgiler ve manipülasyonlar kamu diplomasisi alanında da kullanılır ancak bu tarz uygulamalar algı yönetimi çerçevesinde çok daha cesurca, filtresiz, açık bir biçimde gerçekleştirilmektedir. Çalışmamızda, örneklem olarak aldığımız iki filmde biri olan Kurtlar Vadisi Irak'ta, ABD'nin

kamu diplomasisi alanında ve Türkiye ile ilişkiler noktasında sıklıkla kullandığı stratejik müttefiklik algısı bu bağlamda özellikle vurgulanmıştır.

Hakeza ABD'nin 2003'te başlayan Irak Savaşı'nda uyguladığı, embedded journalism şeklinde anılan iliştilirilmiş gazetecilik uygulaması da bu anlamda karakteristik bir örnektir. Zira o dönem savaş bölgesine gönderilen ve Amerikan kamuoyunu Amerikan yönetiminin istediğı çerçevede aydınlatması istenilen birçok tırnak içinde gazeteci vardı ve onlardan biri olan Charles Lynch, yıllar sonraki bir itirafında şu çarpıcı cümleleri kurmuştu: “*Hükümetin propaganda kolu olmuştuk. Başlangıçta hükümetin sensorları bizi yönlendiriyordu. Kısa süre sonra biz kendimiz sensora dönüşmüştük. Hepimiz birer tribün amigosuyduk artık*” (Tunçdemir, 2014). Algılama yönetimi ile kamu diplomasisi arasında küçük farklılıklar söz konusudur ve algılama yönetiminde etkinliğı sağlayacak kaynaklardaki yetersizlikler; kültürel anlayış ve kavrayışlarda bütünleşmelere, psikolojik operasyonlara, kamu diplomasisine ve halkla ilişkilere yoğun olarak ihtiyaç duyulmasına sebebiyet vermektedir. Hem algılama yönetiminin hem de kamu diplomasisinin farklı şekillerde de olsa doğrulama projeksiyonları, operasyon güvenliğı ve psikolojik operasyonlarla ilgili olduğu söylenebilir. Ancak algılama yönetimi davranışları ve nesnel sorgulamayı etkileyen her türlü faaliyeti içerirken, kamu diplomasisi ise daha çok yurt dışına yönelik olarak psikolojik operasyonları ve kamunun bilgilendirme ve yönlendirilmesi faaliyetlerini kapsamaktadır (Bağcı, 2017:57). Bu kapsamda algı yönetiminin düşünce ve davranış değışikliğı sağlayabilmek adına yürütölen faaliyetlerin genel adı olduğunu; kamu diplomasisinin ise uluslararası arenadaki algı yönetimi olduğunu söylemek mümkündür.

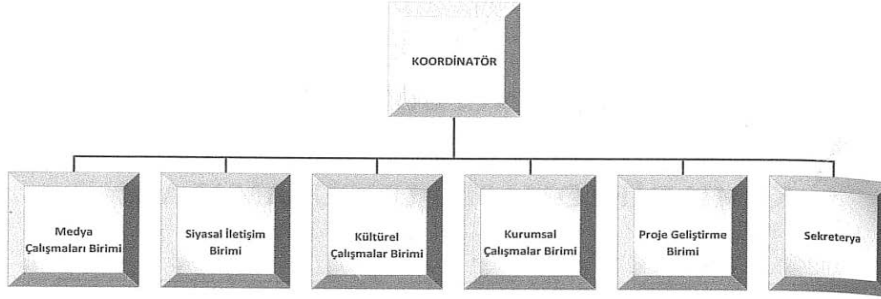
Gerek algı yönetimi gerekse kamu diplomasisi ile ilgili en önemli hususlardan biri ise etikdir. Genel olarak manipölasyona dayalı algı yönetiminin kamu diplomasisine göre çok daha fazla etik problem taşıdığı düşünölse de, aynı risk ve olumsuz etki kamu diplomasisi alanı için de geçerlidir. Kamu diplomasisi alanında etik açıdan herhangi bir standart bulunmamaktadır ancak çalışmaların etik açıdan uygunluğu kamu vicdanında sorgulanmaktadır. Ülkelerin gerçekleştirdikleri eylemlerle ilgili olarak uluslararası kamuoyuna sundukları gerekçeler son derece önem arz etmekte ve bu temellendirmeler çeşitli kanallar ve mesajlar aracılığı ile kamuoyuna ulaşmaktadır. Kamuoyuna ulaşan mesajların

ya da sergilenen eylemlerin tutarlı olmaması durumunda tamiri uzun yıllar sürecek olumsuz sonuçlar alınmakta; bu nedenle sunulan gerekçelerin kamuoyu tarafından gerçekçi bulunması gerekmektedir. Dolayısıyla kamu diplomasisi faaliyetlerinde tutarlılık son derece önem arz etmektedir (Erzen, 2014:159). Kamu diplomasisi uygulamaları ile etik arasındaki ilişkiyi göstermek bakımından Ali Saydam'ın Moody's, Fitch gibi kredi derecelendirme kurumlarıyla ilgili somut bir örneğini dile getirmek faydalı olacaktır: *“Moody's, Fitch gibi kredi derecelendirme kuruluşlarının 2011 seçiminin ardından Türkiye hakkındaki raporlarında verdikleri notları, bir kamu diplomasisi atağından başka bir şey değildir. Hiçbir devletin sözcüsü olmamakla yükümlü addedilmeleri gereken bu ABD orijinli derecelendirme kuruluşları, kamu diplomasisinin tüm olanaklarını kullanmaktadırlar”* (Saydam, 2012:211). Sonuç olarak hem algı yönetimi hem de kamu diplomasisi alanında etik sınırların korunması ve gözetilebilmesi, her zaman temel problemlerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.1.13.4 Kamu diplomasisi koordinatörlüğü

Türkiye'de kamu diplomasisi denildiğinde birçok yapının eşgüdümlü olarak yaptığı çalışmalar ön plana çıkmakta ancak bu alanı kurumsal olarak birebir temsil eden yapının KDK olduğu görülmektedir. Kamu Diplomasi Koordinatörlüğü'nün yapılandırılma amacı; uluslararası ortamda devletlerin yürüttüğü kamu diplomasisi uygulamaları ile rekabet edebilecek ve Türkiye'nin yurtdışında bu maksatla icra edeceği faaliyetleri koordine edecek bir merciye ihtiyaç duyulması olmuştur. Koordinatörlüğün hukuki alt yapısı ise 30 Ocak 2010 tarih ve 27478 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Başbakanlık Genelgesi ile oluşturulmuştur. Yurtdışında çeşitli yardım ve destek faaliyetleri icra eden kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum örgütleri arasında işbirliği ve koordinasyon sağlamak amacıyla yapılandırılan koordinatörlük, bir başbakan başmüşavirinin uhdesinde teşkil edilmiştir. Koordinatörlüğün hukuki dayanağı olan Başbakanlık Genelgesi'nde şu ifadeler yer almaktadır: *“Tüm kamu kurum ve kuruluşları sahip oldukları personel, mali kaynaklar, yurt dışı teşkilatları ve teknik bilimsel kapasiteleriyle Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün faaliyetlerinin yürütülmesine yardımcı olacaktır. Ülkemizin kamu diplomasisi faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için hazırlanacak yıllık faaliyet planları*

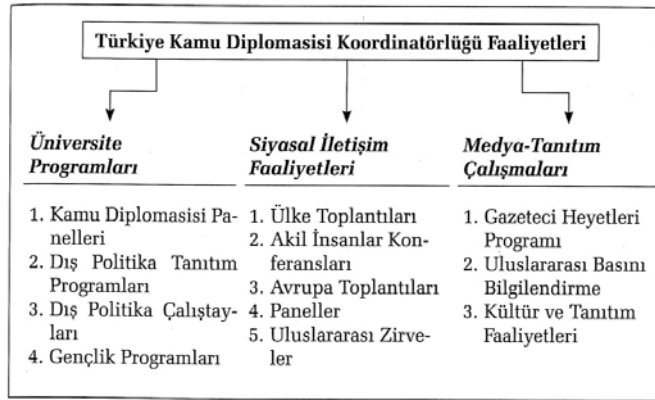
çerçevesinde ilgili kurum bütçelerine ödenek konulması sağlanacaktır” (30 Ocak 2010 tarihli ve 27478 sayılı Resmi Gazete KDK Genelgesi) (Karadağ, 2016:209).



Şekil 2.15: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Teşkilat Şeması

Kaynak: Karadağ, 2016:210.

KDK'nın teşkilat yapısında, bir koordinatör başkanlığında faaliyet gösteren beş farklı birim bulunmaktadır. Üniversitelerde kamu diplomasisi panelleri, gençlik programları, dış politika tanıtım programları ve çalıştayları icra etmek; yapının başlıca görevleri arasında yer almaktadır. Ayrıca yurt dışında Türkiye konusunda çalışan araştırmacılar ve uzmanları Türkiye'den araştırmacı ve uzmanlarla bir araya getirmek de yine amaçlanan çalışmalar arasında yer almakta; dünyanın karşı karşıya bulunduğu sorunlara, uluslararası alanda tartışılan meselelere, küresel ve bölgesel düzeyde yaşanan gelişmelere Türkiye perspektifini de katarak sağlıklı yaklaşımlar geliştirebilmek hedeflenmektedir (Karadağ, 2016:210).



Şekil 2.16: Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü Faaliyetleri Ana Başlıkları

Kaynak: Yıldırım, 2015:289.

Kamu diplomasisi, küreselleşme ile birlikte uluslararası ilişkilerin daha girift bir hal aldığı günümüzde uluslararası kamuoyunu etkilemenin ve yönlendirmenin en önemli araçlarından biri haline gelmiştir. Yükselen bir güç olarak Türkiye'nin stratejik iletişim ve kamu diplomasisi alanlarında etkin ve başarılı olması; ülkemizin izlediği politikaların meşruiyeti ve başarısı açısından büyük bir önem taşımaktadır. Bu çerçevede Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü; gerek ülkemizin güçlü mirasını ve çağdaş tecrübesini, gerekse son yıllarda bölgesel ve küresel siyasette artan etkisi geliştirme hedefi taşımaktadır. Bu hedef çerçevesinde farklı kesimlerle diyaloga geçilmekte ve çok taraflı bir iletişim ekseninde faaliyetler yürütülmektedir.

Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Türkiye'nin doğru ve etkin bir şekilde tanınması ve bilinmesi için kamu kurumları ile sivil örgütlenmeler arasında koordinasyon sağlamakta; Türkiye'nin dünyanın farklı kesimleri nezdinde doğru bir şekilde tanınması adına orta ve uzun vadeli çalışmalar planlamaktadır. Türkiye'nin tanıtımında ve algı yönetiminde merkezi bir öneme sahip olan ve diplomasi, dış yardımlar, bilim ve teknoloji, ekonomi, yükseköğretim, turizm, kültür, sanat ve medya gibi geniş bir alana yayılan kamu diplomasisi faaliyetleri; Türkiye'nin stratejik iletişiminde ve etkin tanıtımına katkıda bulunma amacıyla çalışmaktadır (KDK-Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Son Erişim Tarihi: 13.05.2018). Ne var ki kamu diplomasisi bir tek kuruma yüklenilerek icra edilebilecek bir alan değil, mutlaka geniş çaplı ve eşgüdümlü çalışmalarla verim alınabilecek geniş bir sahadır. Bu nedenle sadece Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü'nün değil, devlet mekanizmasının birçok biriminin bu konuda bilgili ve etkin olması gerekmektedir.

2.1.13.5 Kamuoyu oluşumunda sosyal yapılar arası senkronizasyon

Bir devletin, grubun, ticari yapının, STK'nın ya da bireyin kamuoyunda herhangi bir mesajı yerleştirebilmesi, belirlenen temalar çerçevesinde bir kamuoyunun oluşturulabilmesi için; kamuoyu oluşturucu temel ayaklar arasındaki uyum ve eş zamanlılık son derece önemlidir. Kamuoyu oluşumu noktasında etkin olan temel aktörlere, kamuoyu yapıcı ana unsurlara baktığımızda ise; siyaset, bürokrasi, medya, STK'lar, finansal unsurlar gibi ayakları görürüz.

Bu anlamda, belirlenen mesajın hedef kitleye ulaştırılması ve mesajla ilgili olarak istenilen yönde bir algının oluşturulabilmesi için bu ana ayakların hepsinin birden ve aynı zamanda aynı şeyi söylemesi son derece önemlidir. Olumlu nitelik taşıyan algı yönetimi için de manipülasyona dayalı algı yönetimi için de aynı durum geçerlidir. Bu sebeple de herhangi bir hususta algı yönetimi ya da kamu diplomasisi faaliyeti yürütüleceği zaman kamuoyunda yerleştirilmek istenen mesajın sahipleri; bu temel ayaklara mümkün mertebe nüfuz etmeye çalışırlar.

Bu duruma verilebilecek olan en somut örneklerden biri ise, Soros Modeli olarak adlandırabileceğimiz kamuoyu oluşturma metodudur. Zira Amerikalı finans spekülörü George Soros; başta STK ve medya alanı olmak üzere birçok etkili zeminde son derece sistemli bir biçimde yapılarak, dünyanın herhangi bir yerinde istediği mesajı istediği şekilde hedef kitleye ulaştırabilmektedir. Bu etkili vitrinin arka planında ise, şüphesiz ki büyük bir finansal güç vardır. Öyle ki; Soros'un Yugoslavya, Ukrayna gibi Doğu Avrupa ülkelerine yaptığı yardımın tutarı, bu ülkelere Birleşmiş Milletler (BM) tarafından yapılan yardım miktarını geçmiştir.

2.2 Bir İnşa Ve Manipülasyon Yöntemi Olarak Algı Yönetimi

Birinci bölümün bu ikinci kısmında algı yönetiminin bir mesajı inşa etmeye ya da manipülasyona dayalı olan iki farklı boyutu vurgulanacak ve sistem eleştirisi kültürü ile manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesi arasındaki bağlantı ele alınacaktır.

Algı yönetimi, çalışmamızda da vurguladığımız üzere; iki boyutlu bir süreçtir. Birinci boyutu ile algı yönetimi; herhangi bir kuruma, şirkete, sosyal gruba ya da bireye ait olan mesajın belirlenen hedef kitleye ulaştırılabilmesi ve o hedef kitlenin söz konusu mesajı satın alarak düşünce ve davranış değişikliğine gidebilmesi için uygulanan bir iletişim stratejisidir.

İkinci yönü ise, belirlenen hedef kitlenin manipüle edilerek gerçekte olmayan bir duruma inandırılması yöntemidir. Dolayısı ile kitlelerin manipüle edilmesine dayanan ve sıklıkla kullanılan bu ikinci yön, ciddi bir kritiği de gerekli kılmaktadır. Meseleye odaklanarak söz konusu manipülasyonu eleştirel bir bakış

açısı ile incelemek ve konunun etik boyutu ile doğurduğu neticeleri ele almak ise; doğrudan sistem eleştirisi kültürü ile ilgilidir.

2.2.1 Sistem eleştirisi ve algı yönetimi ilişkisi

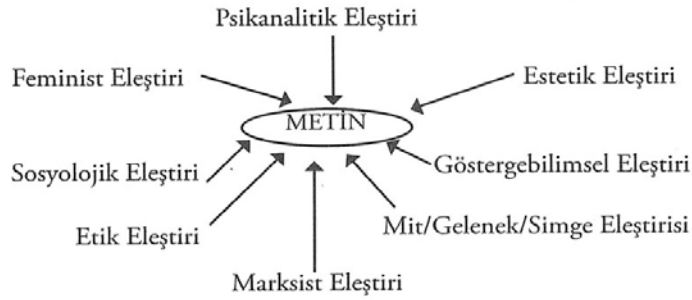
Amerika merkezli olan, 1930'lara dayanan, pozitivist ve kapitalizmin uzantısı olarak ele alınabilecek, iletişim literatüründe Egemen Yaklaşımlar olarak anılan temel iletişim paradigmaları hakim kültürün kritiğine yeterince yönelmemiş ve nicel tabanlı olan mevcut kuramların daha çok uygulayıcısı olmuştur. Eleştirel bakışa yönelik zayıf kalan bu kabullenici kültür doğal olarak alternatifini doğurmuş ve Avrupa merkezli, daha çok yorum ve nitel analizlere dayalı olan eleştirel yaklaşımlar ortaya çıkmıştır.

Kapitalist modernizmin eleştirisini yapan Frankfurt Okulu başta olmak üzere hegemonya kuramı, göstergebilim çalışmaları gibi alanlara yönelen eleştirel kuramcılar bir sistem eleştirisinde bulunmuşlar ve hakim ideolojilerin ne kadar gerçek ve kitlelerin çıkarlarına hitap eden sorun ya da durumlarla meşgul olduklarını sorgulamışlardır. Bu temel sorgulama, aslında egemen yaklaşımların yarattığı mevcut algının bir kritiğidir.

Frankfurt Okulu'nun önemli temsilcilerinden Theodor Adorno'nun ve Max Horkheimer'in kültürün metalaştırılmasını işaret eden kültür endüstrisi kavramı, Herbert Marcuse'un bireyin gelişim imkanını yitirerek teknolojik süreçler tarafından tektipleştirildiğini ifade eden tek boyutlu insan kavramı, Walter Benjamin'in teknoloji tarafından öldürülen sanata ilişkin çarpıcı görüşleri ve Neil Postman'ın günümüzü özetleyen gösteri çağı ile teknopoli gibi nitelermeleri hep bu mevcut algının sorgulanmasına ve kritik edilmesine yönelik çıktılardır.

Ayrıca şu temel tespitlerin sahibi olan S. Zizek'i de, günümüzün eleştirel düşünürleri arasında saymak mümkündür: *"Matrix vardır ve insanları kullanmaya devam ediyordur. Başka bir Smith'in hortlamama garantisi yoktur, insanların çoğu köleliklerine devam edecektir. Bu açmazı yol açan şey, 'matrix'in tipik bir ideolojik kısa devre içinde çifte alegori işlevi görmesidir: sermaye (bizden enerji emen makineler) ve öteki (simgesel düzenin kendisi) için"* (Zizek, 2015:98). Kültür eleştirisi son derece geniş bir alandır ve edebiyat, medya çözümlemeleri, popüler kültür eleştirisi, yorumsamacı kuram ve disiplinler (göstergebilim, psikanalitik kuram, Marksist kuram, sosyolojik ve

antropolojik kuram vb.), iletişim çalışmaları, kitle iletişim araştırmaları vb. çağdaş (ve çağdaş olmayan) anlam yaratma araçlarını kapsamaktadır (Berger, 2014:12). Sonuç olarak sisteme hakim olan yerleşik algı, küresel düzlemde yürütölen algı yönetimi ile birebir ilişkilidir. Bu küresel algı yönetiminin gündem edinilerek kritik edilmesi ise zaten sistem eleştirisi kültürünün özüdür. Bu durum da, sistem eleştirisi ile algı yönetimi arasında girift bir ilişki olduğunu göstermektedir.



Şekil 2.17: Eleştirel Alanlar

Kaynak: Berger, 2014:29.

Dünyayı global köy tanımlamasıyla bir ağ toplumu olarak niteleyen ve bu çerçevede enformasyon çağı kavramını da gündemimize sokan McLuhan'dan yola çıkılacak olunursa; mantıken tekamöl eden bir yeryüzü gezegeni ile karşılaşmamız gerekir. Ne var ki giderek güçlenen her türlü teknolojik imkana rağmen, önümüzde tekamöl eden bir dünya ya da insanlık medeniyeti değil; Aytmatov'un metaforik ifadesiyle mankurtlaşmış insan sürülerinden müteşekkil başıbozuk bir kitle vardır (Çalış, 2016:14). Dolayısıyla kendi makro hedefleri doğrultusunda kitleleri tüketim noktasına yönlendirerek ve adeta kitleyerek kendi asli çıkarlarını maksimize eden küresel güç odakları, dünya ölçeğinde bir algı yönetimi yapmakta ve bu yolla da kitleleri bir pazara dönüştürmektedirler.

2.2.1.1 Algı yönetimini çözümleyen kuramcılar

Sistem eleştirisi ile algı yönetiminin çözümlenmesi arasındaki yakın ilişki; sistem eleştirisi yapan birçok kuramcılığı ve düşünürü, manipölasyona dayalı algı yönetimi üzerinde düşünmeye ve mevcut algıyı çözümlmeye yöneltmiştir.

Hegemonya kavramının ve kuramının oluşturucusu olan Antonio Gramsci, gerçek aydınlanmanın eleştirel akılla geleceğini savunan ve Adorno'nun ğrencisi olan J. Habermas, Körfez Savaşının ve 11 Eylül Olayı'nın bir simülasyon olduğunu dile getirebilecek kadar açık bir eleştirel olan Jean Baudrillard, bilim felsefesi alanında kritik bir yaklaşımla ne çıkan ve bilimsel olanı bilimsel olmayandan ayırt etmek noktasında önemli argümanlar geliştiren Karl Popper ve İdeoloji Kuramı'nın kurucusu olan Louis Althusser bu isimlerden birkaçıdır.

Medya, popüler kültür gibi güncel olgular üzerine yazan ve günümüz eleştirellerinden biri olan Arthur Asa Berger'in Bir Postmodernist İçin Postmortem isimli eserinde geçen şu net tespitler de, yine sistem eleştirisinin ağdaş örneklerinden biri olarak kabul edilebilir: *“Amerika'da geleceği buluyoruz. Onu bu kadar ilgi çekici kılan şey de bu zaten. Amerika geleceği temsil ediyor ve ne yazık ki Fransa'nın da en nihayetinde, muhtemelen kısa süre sonra Amerika'ya benzeyeceğinden korkuyoruz. İşte alışveriş merkezlerinizle, hamburger restoranlarınızla, çılgın otellerinizle, pop sanatılarınızla, filmlerinizle ve televizyon şovlarınızla bu nedenle bu kadar ilgileniyoruz. Bizi bu kadar cezbeden medyanız, taklitler ve sözde taklitler toplumunuz, sanal gereklikleriniz ve hayal rnleriniz”* (Berger, 2017:43). Sonuç olarak toplumlarda yerleşik hale gelen tek boyutlu düşünce, ‘algı yönetimi’ne davetiye çıkarmaktadır ve sistem eleştirisi kültürü de, bu olumsuz durumun panzehiri olabilecek olan kritik akılı (eleştirel düşünme) n plana çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu anlayışın karakteristik isimlerinden biri olan Herbert Marcuse, Tek Boyutlu İnsan isimli eserinde bu durumu şöyle özetler: *“Kitle ulaşım ve iletişim araçları, konut, besin ve giysi türündeki metalar, eğlence ve bilişim işleyiminin direnilemez ürünleri; kendileri ile birlikte buyrulan tutum ve alışkanlıkları, belli entelektüel ve duygusal tepkileri de iletir. Bunlar tüketicileri az çok hoş bir biçimde üreticilere ve bunlar aracılığıyla bütüne bağlar. rnler doktrin aşılar ve manipüle ederler; kendi yanlışlığına karşı bağışık olan yanlış bir bilinci beslerler. Ve bu yararlı ürünler daha çok toplumsal sınıf için ve daha çok birey için erişilebilir olurken, doktrin aşılama reklam olmaya son verir, bir yaşam yolu olur. Böylece bir tek boyutlu düşünce ve davranış kalıbı doğar ki, bunda içerikleri nedeniyle yerleşik söylem ve eylem evrenini açan düşünce,*

özlem ve hedefler ya püskürtülür ya da bu evrenin terimlerine indirgenir” (Marcuse, 2015:27). Horkheimer ve Adorno ise, artık kişilere kendi toplumsal konumlarının değiştirilmezliğinin benimsetilmesi için eski çağlarda olduğu gibi zor gücünün değil bilinç endüstrisinin kullanıldığını söylemektedirler. Günümüz sanayi toplumlarında kişilerin düş kurmasının bile olanaksız olduğunu ileri süren bu eleştirel kuramcılar; çağdaş insanın kişisel düşlerini bile, hakim toplumsal söylem tarafından biçimlendirildiğini vurgulamaktadırlar (Oskay, 2010:240). Sistem eleştirisinde bulunan bütün düşünürlerin ortak paydası ise mevcudun kamu yararı açısından kritik edilmesine dayanmaktadır.

Antonio Gramsci ve hegemonya olgusu

Hegemonya kavramı; bir toplumda egemen olan grupların erkini doğal ve meşru göstermek, bir kültürde baskın ideolojiyi destekleyenlerin bu ideolojiyi baskı altına aldığı kümelerin onayını kazanarak yeniden üretmesi demektir. Yunanca önderlik anlamına gelen hegemonya kavramı, Antonio Gramsci, Stuart Hall ve H. Newcomb gibi düşünürler tarafından tartışılmış ve Bourdieu tarafından da açılımlanarak kuramsallaştırılmıştır (Tekinalp ve Uzun, 2013:182-183). Antonio Gramsci tarafından çokça üzerinde durulan hegemonya kavramı, sol ideoloji üzerinde oldukça tesirde bulunmuş olan bir kavramdır. Kavramın tarihçesine bakıldığında ise, Gramsci'nin de bu ifade biçimini yine aynı mecradan edindiği görülmektedir.

Hegemonyanın Rusçası olan gegemonia, 1890'lardan 1917'ye kadar Rus Sosyal Demokrat Hareketi'nin en temel siyasi sloganlarından biri olmuştur. Kodlaştırdığı fikir, ilk defa Plehanov'un 1883-1884 yazılarında belirmiş; Plehanov Rus işçi sınıfının işverenlere karşı ekonomik mücadeleyle yetinmeyip, çarlığa karşı siyasi mücadele de vermesi gerektiğini vurgulamıştır. 1884'te hazırladığı Emeğin Kurtuluşu Grubu'nun kuruluş programında Rus burjuvasının mutlakiyete karşı mücadelede öncü olamayacak kadar zayıf olduğunu belirten Plehanov'a göre; örgütlü işçi sınıfı, burjuva demokrasisi devriminin taleplerine sahip çıkmak durumundadır. Plehanov bu metinlerde siyasi iktidar için dominasyon-baskınlık (gospodstvo) terimini kullanmakta ve proleteryanın burjuvaziyi destekleyeceğini, bu süreçten de burjuvazinin bir gereklilik neticesi zaferle çıkacağını yazmaktadır (Anderson, 2007: 31). Gramsci'ye göre kavramın özü, iki önemli yapı arasındaki ilişkiye dayanır. Birinci yapı, sivil toplum olarak

halk kesimleri; ikinci yapı ise politik toplum olarak devlettir. Devlet, kültür ile ideolojiyi kullanarak halk üzerinde bir hegemonya kurar. Kültür üzerinden hegemonya oluşturan devlet, bu yolu izlediğinde ister istemez bir dil de oluşturur.

Gramsci, yaptığı dil araştırmasını hegemonya kavramı ile bağlantılar, dilin hegemonyanın önemli bir kurucu unsuru olduğunu vurgular ve dilin sorunları ile hegemonyanın oluşumu arasındaki ilişkiyi şu şekilde ifade eder: *“Ne zaman dil sorunu bir biçimde su yüzüne çıksa, bir dizi başka sorun da bununla birlikte öne çıkar; yöneten sınıfın formasyonu ve genişlemesi iktidar grupları ile ulusal halk kitleleri arasında daha yakın ve daha güvenli ilişkiler kurma ihtiyacı, başka bir ifadeyle kültürel hegemonyanın tanınması sorunları”* (Ives, 2011:134). Gramsci, egemen bloğun son derece geniş bir hakimiyet alanı olduğunu ifade etmekte ve bu hakimiyetin siyasal alanı aştığını söylemektedir. Ayrıca düşük bilincin, popüler kültür unsurlarının da bu hakimiyet alanında kullanılan önemli argümanlardan olduğunu vurgulamaktadır (Yengin, 1996:187). Politik toplum olarak devletin sivil toplum olarak halk üzerinde kurduğu hegemonyada kültürün ve ideolojinin kullanılma amacı ise; hegemonya sürecinin bir nevi altyapısının oluşturulması ve dahası durumun legalize edilmesi, meşrulaştırılabilmesidir. Bu temel mantık ve işleyiş de, esasen makro planda bir algı yönetimi örneğidir.

Hegemonya bir toplumsal grubun entelektüel ve ahlaksal açıdan toplum üzerinde yöneticilik yapma yetisine; kendi tasarısı çevresinde yeni bir toplumsal bağlaşımlar sistemi, yeni bir tarihsel blok kurma gücüne dayanmaktadır. Hegemonya kavramı, gücünü tamamen ekonomik erk kaynaklarını denetleme yetisinden alan egemen sınıf kavramını değiştirmekte; erkin çözümlenmesinde pazarlıkların, uzlaşımın ve arabuluculukların göz önüne alınması gereğini ön plana çıkartmaktadır. Gramsci'nin üzerinde durduğu bu önemli kavram, kültürel ve ideolojik sorunların sınıf ve ekonomik temel sorunlarına mekanik olarak uyarlanmasını kabul etmemenin erken bir belirtisi olmuş ve devletten ayrı bir sivil toplum sorununu ön plana çıkartmıştır (Mattelart, 2016:86-87). Çağın gelişen olanakları ve ortaya çıkan yeni küresel dil, bilindik hegemonya algısını da değiştirmiş ve ortaya yeni bir hegemonya modeli çıkmıştır. Ünlü ABD'li siyasetçi Zbigniew Brzezinski Büyük Satranç Tahtası isimli ünlü yapıtının Yeni

Bir Tür Hegemonya bölümünde bu yeni türü ABD genelinde şu cümlelerle özetlemektedir: *“Hegemonya, insanlık kadar eskidir. Ama Amerika’nın var olan küresel üstünlüğü; ortaya çıkışının hızlılığı, dünya çapındaki faaliyet alanı ve uygulanış biçimiyle diğerlerinden ayrılır. Tek bir yüzyıl içerisinde Amerika kendini, Batı yarıkürede oldukça soyutlanmış bir ülkeden dünya çapında örneği görülmemiş bir erişim ve kontrol gücüne sahip bir ülkeye dönüştürmüştü ve aynı zamanda uluslararası dinamikle dönüştürülmüştür”* (Brzezinski, 2017:17). Brzezinski ayrıca ideoloji ile hegemonya arasındaki girift ilişkiyi, ABD’nin küreselleşme sürecini resmi olmayan ideolojisi haline getirerek kendi hegemonik gücü adına kullanması üzerinden şu şekilde örneklendirmektedir: *“Küreselleşme kavramının tanısız işlevi ve görüntüdeki nesneliliği, Amerika’nın ideoloji karşıtı geleneğini daha önceleri komünizmi yıkma inancının getirdiği biçime soktu: öğretinin kendisinin reddedilip alternatif bir öğretinin çıkışına neden olacak şekilde yüceltilmesi. Böylece küreselleşme, ABD siyaset ve iş çevrelerinin seçkin kesiminin resmi olmayan ideolojisi oldu. Amerika’nın dünyadaki rolünü tanımladı ve Amerika’yı ortaya çıkmakta olan yeni çağın çıkarları ile özdeşleştirdi”* (Brzezinski, 2005:176-177). Sonuç olarak hegemonya her dönemde çağın şartlarına göre yeniden şekillenen ancak değişmeyen bir sosyo-politik olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hegemonya ve rıza ilişkisi

Gramsci’ye göre hegemonya; güç ilişkilerinin doğrudan değil dolaylı, açık değil örtük işlediği bir alandır ve bu alanın işleyişi, toplumda gücü elinde bulduran egemen kesim tarafından belirlenmektedir (Güngör, 2013:258). Gramsci’nin düşünce sisteminde önemli yer tutan hegemonya kavramını tamamlayan çok önemli bir kavram daha vardır ve o önemli kavram da rızadır. Rıza kavramı; hegemonyanın meşrulaştırılmasına, legalize edilmesine dayanır ve aslında bu olgu, iyi bir algı yönetiminin ürünüdür. Rıza, örtük baskı anlamına gelir. Gramsci’ye göre rıza ve hegemonya kavramları, egemenliğin günümüz modern kapitalist dünyasındaki biçiminin adıdır.

Gramsci, aydınların egemen sınıfın elçileri olduklarını ifade etmekte ve toplumsal hegemonya, politik yönetim gibi görevleri yerine getirdiklerini söylemektedir (Gramsci, 1967:29). Dolayısı ile Gramsci’ye göre aydınlar, devlet ile halk arasında gerçekleşen bu önemli süreçte ve rızanın oluşumunda

belirleyici bir rol oynamaktadırlar. Ayrıca felsefeyi oldukça önemli bir yerde gören Gramsci, söz konusu süreçte felsefenin durduğu yeri de şu şekilde özetler: *“Kamusal düşünüş, din ve felsefe arasındaki ilişki şu yönde seyrediyor... Felsefe, fikir hayatı ile ilgili bir bilgi düzenidir. Oysa ne kamusal düşünüş ne de din böyle olabilir. Gerçekte, din ile kamusal düşünüşün aynı olmadığını, buna karşılık dinin bütün öteki dağıntık unsurlar arasında nasıl kamusal düşünüşün bir unsuru olduğunu görmek lazımdır. Alt tarafı; kamusal düşünüş, din gibi kolektif bir isimdir. Yalnız tek bir kamusal düşünüş vardır, o da tarihsel bir ürün ve oluşur. Felsefe, hem kamusal düşünüşün hem de dinin eleştirilmesi ve aşılmasıdır. Bu anlamda kamusal düşünüşe karşı olan sağduyu (bon sens) ile aynı şey olur”* (Gramsci, 1975:20). Hegemonyayı var eden şey, rızanın üretimidir ve bu olgular birlikte işler, birbirlerini var ederler. Toplum genelinde rızanın oluşturulması, aynı zamanda hegemonyanın oluşturulmasıdır. Dolayısıyla hegemonya olgusunu anlayabilmenin ve çözümleyebilmenin yolu, rızanın üretim sürecini kavramaktan geçer. Rızanın üretimi ise, başta kitle iletişim araçları (KİA) olmak üzere bir çok unsurun entegre çalışmasına bağlıdır. Bu unsurlardan biri olan medyanın hegemonya ile olan ilişkisi son derece önemli ve de belirleyicidir. Zira medya grupların kendi çıkarlarını koruyabilme amacıyla bir hegemonya tesis etmesinde ve bunu kalıcılaştırmasında oldukça etkin bir rol almakta; güçlü ikna imkanı ile kitleleri uyuşturabilmekte ya da gerçeklerden uzaklaştırabilmektedir. Böylece kitleler farkında olmadan bu hegemonik baskının altında egemenlerin kendi çıkarlarını kendi istekleri gibi benimsemekte; köle gibi her istenilen yöne kolayca çekilebilmektedir (Keleş, 2014). Hegemonyanın kendisini hissettirmeden yapılanıyor olması ise, algı yönetimi olgusu ile birebir ilişkilidir.

Rıza ve yumuşak güç ilişkisi

Rıza kavramı; devletlerarası bir kavram olan kamu diplomasisinin özünü oluşturan yumuşak güç kavramından ziyade, algı yönetimi olgusu ile yakın ilişkilidir. Ancak yumuşak gücün oluşumu da yine algı yönetimi ile ilgili bulunduğundan rıza ile yumuşak güç arasında da bir bağlantı vardır.

Kamu diplomasisi yürüterek kendi mesajlarını uluslararası arenada yerleştirmeye çalışan devletler, yumuşak güç yaratarak uluslararası zeminde rıza oluşturmaya gayret etmektedirler. Örneğin örneklem çalışmamızda da

değineceğimiz üzere; ABD “Orta Doğu’ya barış getireceğiz!” yönündeki diplomatik açıklamaları ile aslında “Orta Doğu’ya barışın gelebilmesi için ABD’nin liderliğine ihtiyaç vardır!” yönünde bir algı yürütmekte ve bu noktada bir rızanın, uluslararası konsensüsün oluşabilmesi adına çalışmaktadır.

Kamu diplomasisinde algılama yönetiminin rolü, yumuşak güç kavramı ile ilgilidir ve günümüzde etkileme yoluyla, iknaya ulaşılmış dünya çapında olumlu imaj ve itibar; askeri ve ekonomik yollardan geleneksel olarak elde edilmiş olan topraktan, erişim ve ham maddeden çok daha önemli bir hale gelmiştir. Artık ülkelerin halkla ilişkiler çalışmaları daha çok görünür olmak, varlıklarını güçlendirmek ve arzu edilen imajı oluşturabilmek düşüncesine hizmet etmekte; böylelikle de algılama yönetimi, imajları güçlendirerek diğer halkla ilişkiler araçları gibi rıza üretimine ortam sağlamaktadır (Sancar, 2014:69). Dolayısıyla yumuşak güç olgusunu merkeze alan ve uluslararası boyutta bir algı yönetimi anlamına gelen kamu diplomasisinin, rızanın imalatı adına varlık gösterdiğini söylemek mümkündür.

Rıza ve algı/lama yönetimi ilişkisi

Kamu diplomasisinin omurgasını oluşturan yumuşak güç kavramı ile rıza arasındaki ilişkiden de anlaşılacağı üzere; rızanın oluşumunda algı yönetimi olgusu merkez durumundadır. Farklı bir ifade ile rızanın oluşumu, algı yönetimi çatısı altında gerçekleşmektedir.

Kitle medyası üzerinden nasıl bir propaganda modeli oluşturulduğunu anlatan, Noam Chomsky ve Edward S. Herman’a ait Rızanın İmalatı isimli yapıtta rızanın arka planı şu temel tespitlerle çözümlenmektedir: “*Propaganda modeli ve onun yansıttığı kurumsal düzenlemeler; önde gelen yatırımcıların uzlaştığı konular üzerinde partilerin rekabet etmesini önleyen aynı güçlerin, medyanın tercihlerine de egemen olacağını ve üzerinde uzlaşmış konularda kitlelerin meseleleri iyice düşünüp taşınması ve ifade etmesine izin vermeyeceğini ortaya koyar*” (Herman, Chomsky, 2017:46). Bu çerçevede rıza kurgulanmış bir olgudur ve ne halkın yararınadır, ne de kitlenin bilinçli isteğinin bir neticesidir. Rıza, güç odakları tarafından üzerinde çalışılmış, kurgulanmış, ciddi bir algı yönetimi ile şekillendirilmiş sahte bir halk onayıdır.

Algı yönetiminden söz ederken algısal güç kavramını da anmak gerekmektedir; zira algısal güç, algı yönetiminin başarıya erişmesini sağlayan en önemli unsurlardan

biridir. Algısal güç, gücün en önemli çeşididir ve askeri, ekonomik, siyasi güç gibi diğer önemli güçlerin birbirlerini etkilemesinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Algıyı yönetme gücünü elinde bulunduran kişiler, bunu çoğunlukla kendi çıkarları doğrultusunda kullanmakta ve kendi propagandalarını yapmaktadırlar. Bu sebeple de algılama yönetiminin, çıkarların sürdürülebilirliğine ve hegemonyaların güçlendirilmesine hizmet ettiğini söylemek mümkündür (Sancar, 2014:69). Sonuç olarak algı yönetimi faaliyetlerinin ve güç odakları arasındaki eşgüdümlü çalışmaların bir çıktısı olan rıza; kitleler üzerinde hegemonya oluşturmak isteyen yapıların amacına hizmet etmektedir.

Kamuoyunun oluşturulması ve hedef kitlelerde rızanın yapılandırılması sürecinde çeşitli unsurların rolü bulunmaktadır. Bu unsurları şöyle sıralamak mümkündür; toplumsal ilişkilerin içinde bulunduğu bilgi ve iletişim ortamı, belirli bir fikrin ya da ideolojinin aktarımındaki kitle iletişim araçları ve teknoloji, bu araçlar ile teknolojiyi askeri, politik, kültürel vb. alanlarda kullanacak disiplinlerin oluşturduğu kitle iletişim mimarisi ve bu mimariyi tasarlayacak, algıların şekillendirilmesinde kullanacak rıza uzmanları. Rıza uzmanları kavramını örneklendirmek gerekirse; topluma aktarılan her türlü bilginin süzgeçten geçirilip istenen yönde algılanmasında rol alan kanaat önderleri/entelektüeller, eşik bekçileri, etki ajanları veya nüfuz casusları bu grupta ismi sayılabilecek sosyal tipolojilerdir (Güler, 2018:50). Dolayısıyla rızanın ne şekilde kurgulandığını ve başarıya ulaştığını anlayabilmek için, bu kurgulama işini gerçekleştiren üretim sahiplerine bakmak gereklidir. H. Schiller'in Zihin Yönlendirenler yapıtında bu üretim sahiplerine medya menajerleri, zihin menajerleri, medya kontrolörleri, enformasyon kontrolörleri, kriz menajerleri ve zihin manipölatörleri gibi çeşitli isimler verilmiştir.

Amerika'daki etkin medya menajerlerinin yaptıkları işler şöyle sıralanabilmektedir; imajların ve haberlerin yaratılması, işlenmesi, rafine edilmesi ve bunlara riyaset edilmesi, inançların, tutumların ve davranışların belirlenmesi. Dolayısıyla da medya menajerleri; sosyal mevcudiyetin gerçeklerine tekabül etmeyen mesajları kasıtlı olarak ürettiklerinde, zihin menajerleri olarak işlev görmektedirler ve hayatın gerçeklerini kavrama gücünden yoksun bırakılmış bir şuuru yapılandıran mesajlar, zihin menajerleri tarafından manipülasyon amacı ile kasıtlı olarak üretilmektedir (Schiller, 1993:9). Rızanın İmalatı kavramını literatüre dahil eden Herman ve Chomsky'nin kitle medyasına yönelik görüşleri ise, rıza ile algı yönetimi arasındaki

yakın ilişkinin en somut göstergesidir. Herman ve Chomsky'ye ait olan, Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Polisi adlı yapıtı; kitle medyasının radikal eleştirisinde başyapıt olarak görülmektedir ve bu iki isme göre medya, çağımızda devlet iktidarının ve seçkinlerin gereksinimlerini karşılayan bir propaganda modelidir. Bu model gerçekliğin çarpıtılmış bir algısını sunmakta, belli gerçekleri gizlemekte ve bazılarının öne çıkartmakta, seçkinlerin gündemini toplum gündemi haline getirmektedir (Ünal, 2016:39). Rıza kavramı karşımıza, hegemonyayı legalize eden bir işlevle çıkmaktadır ve bu yönü ile süreç, algı yönetimi ile birebir ilişkilidir.

Jean Baudrillard

Jean Baudrillard, sistem eleştirisi kültürünün ayrılmaz parçalarından biridir ve çağımızın son dönemine damga vuran eleştireller arasında yer almaktadır. Baudrillard'a göre hegemonya denilen şey, kapital ya da hakim/egemen sınıfların maddi hakimiyetlerini sürdürme biçimlerinin hepsinden başka bir şeydir. *"Hegemonya, ekonomik güçten kaynaklanan baskınlık halinden çok daha kapsayıcı bir durumdur."* diyen Baudrillard, hakimiyet ile hegemonya arasındaki farkı şöyle açıklamaktadır: *"Hakimiyet ile hegemonya arasındaki fark çok önemlidir, zira açıkça her kültüre özgü direniş biçimlerini belirlemektedir. Bunun yanı sıra içinde bulunduğumuz küresel durumun gelişme gösterebileceği bakış açılarını da belirler. Hegemonyaya, hakimiyete verdiğiniz türden bir karşılık veremezsiniz. Bu konuda yanlış bir strateji gütmek gerekir."*

Hegemonyaya karşı her türlü olumsuz yaklaşım, eleştirel düşünce üretimi, güçler arası ilişkinin baskı karşısındaki tavrı ya da yabancılaşmaya radikal öznellik karşı çıkma gibi şeyler (sanal anlamda) güncelliğini yitirmiştir. Çünkü (sermayeyle bir ilişkisi olmayan) bu yeni hegemonik yaklaşım; alaycı aklın çizdiği kıvrımlar ya da tarihin oynadığı oyun doğrultusunda olumsuzla, yeniden harekete geçirme özelliğine sahip olumsuzluğu yutmuştur. Muazzam bir Stockholm Sendromu aracılığıyla yabancılaşanlar, ezilenler, sömürülenler; rehinesi oldukları sistemin yandaşı haline gelmişlerdir. Bütün bu insanlar bundan böyle sözcüğün gerçek anlamında sistemin bir parçasına, bu karmaşık yapının tutsaklarına dönüşmüşlerdir. Her durumda bu ağa bağlanmak zorundadırlar" (Baudrillard, 2015:51). Küreselleşme ve küresel karşıtlık oyununu kavrayabilmek için hakimiyet ile hegemonyayı birbirinden ayırmak gerektiğine sürekli vurgu yapan Baudrillard; hegemonyayı, hakimiyetin en son ve en gelişmiş aşaması, onun son evresi olarak tanımlamaktadır (Baudrillard,

2015:48). Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği isimli eserinde “Tanrının ortadan kaybolup gitmesi, bizi ‘gerçeklik’le karşı karşıya bırakmıştır. Peki ya ‘gerçeklik’ de ortadan kaybolursa, o zaman ne yapacağız?” şeklinde uç bir soru soran Baudrillard, gitgide devasa boyutlara ulaşan sanal gerçeklik olgusunun hegemonyayı da içinden çıkılmaz bir boyuta taşıdığını dile getirmektedir (Baudrillard, 2015:17). İçine düştüğümüz bu hipergerçekliğin temel koşullarından birinin de çok fazla enformasyon olduğunu vurgulayan Baudrillard; günümüz dünyasını mutlak keyifsizlik, küresel cehennem, sanal bir özgürleşme gibi ifadelerle tanımlamaktadır.

Baudrillard’ın yazılarında, çok fazla enformasyon meselesini tanımlamak için çeşitli tabirler kullanılmaktadır. Gerçeğin katli, sıfır derecesi, muzırlık gibi bir yok oluş halini tanımlayan bu kavramlar onlardan birkaçıdır. Baudrillard’a göre artık her şeyden fazlasıyla vardır ve bu sebeple de sürekli olarak karşımıza çıkan sonsuz bir imajlar geçidine boğulmuşuzdur. Bu durum toplumu öyle bir noktaya itmektedir ki; aşırı enformasyon, veri, işaret, yorum ve fikir yüklemesiyle belirginleşen bir bilinç bulanıklığı yaşanmaktadır (Toffoletti, 2014:108). Baudrillard; modernitenin sınıf ve sınıf çatışmasını öne çıkaran kuramlarının, postmodernite çağında içe doğru patlayarak (implosion) anlamlarını yitirdiklerini söylemektedir. Bunun temel nedeni ise; artık kitlelerin sınıf eylemliliği içinde değil, olağanüstü uyumluluk (hyperconformity) aşamasında yaşamalarıdır. Kitleleri böylesine uyumlu bir sessiz çoğunluk haline getiren temel motivasyonsa, medya devrimi sonucu oluşan aşırı enformasyon halidir (Yüksel, 2013:147). Sonuç olarak etkili ve keskin bir sistem eleştirisi yapan Baudrillard’ın etrafında dönüp durduğu temel kavramlardan biri hegemonyadır ve dile getirdiği sistem eleştirisini de bu kavramı analiz ederek gerçekleştirmiştir. Baudrillard’ın net tespitler çerçevesinde ortaya koyduğu sistem eleştirisi, bugünün sanal dünyası da dahil olmak üzere tüm küresel trendleri kurgulayan güç odaklarına dönüktür. Eleştiriye tabi tutulan kurgu ise, küresel ölçekli ve manipülasyona dayalı bir algı yönetiminin sonucudur. Baudrillard’ın şu açık tespitleri ve ayartma kavramı üzerinden şekillendiğini söylediği haz kültürüne yönelik cümleleri de bu anlamda önemlidir: “Ayartma, yalan dolana başvurularak üretim ve iktidar sürecinin içine yamanmaya çalışılmaktadır. Tersine çevrilemeyecek herhangi bir sürecin içinden karşımıza, onu hiç fark ettirmeden için için kemiren ve yıkan asgari bir tersine çevrilebilirlik süreci çıkabilmekte ve bu süreç kesintisiz bir

şekilde çok az da olsa haz alınmasını sağlamaktadır. Ki bu haz olmadan tersine çevirme, anlamsız bir şeye benzeyecektir. İşte bizim asıl çözümlenmesi gerektiğini söylediğimiz şey de bu sürecin kendisidir” (Baudrillard, 2013:62). Yaptığı net, keskin ve özgün sistem eleştirisi ile küresel ölçekli ve manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümlen Jean Baudrillard’ın şu net tespiti ise, bugün eşliğinden içeri adım attığımız hiper-gerçek döneminin manipülasyona dayalı algı yönetimi içi nedeni elverişli bir ortam sağladığını göstermektedir: *“Her türlü düşsel ve gerçek ayrımı artık bitmiştir. Ve gerçek bir daha asla geri dönmeyecektir. Artık, kendi kendini aynı yörünge çevresinde dolanan modeller aracılığıyla yineleyen ve farklılık simülasyonu üretmekten başka bir şey yapmayan hiper-gerçek dönemidir”* (Baudrillard, 2016:15) Günümüzde böylesi bir ortamın yaşanıyor olması ise manipülasyona dayalı algı yönetiminin sergilenmesi adına ciddi bir zemin oluşturmakta, manipülasyon süreçlerini kolaylaştırmaktadır.

Karl Popper

Pozitivizmin doğrulama ilkesine karşılık yanlışlama ilkesini bilim felsefesine dahil eden Popper, kritik aklın bilim alanındaki önemli bir temsilcisidir. Popper, bilime bir sınır çekme problemine getirdiği yeni çözümle adından söz ettirmiş ve bilim felsefesine önemli bir katkı yapmıştır. Popper’a kadar kabul edilmiş olan görüşe göre, bilim tümevarım yöntemiyle seçkinleşmekte; bilim sonuçlarına, mantıksal analiz yerine gözlem ve deney yöntemiyle ulaşılmaktadır. Ancak ne kadar çok ve uzun süreli gözlem yapılmış olursa olsun; eldeki veriler sınırlanmamış bir genellenmenin, tümel bir önermenin doğruluğunu saptamak için hiçbir zaman yeterli olmayacağı açıktır (Cevizci, 1996:425). İşte Popper bu açık noktayı gözlemlemiş ve yeni bir açılım yapmıştır.

Bilimde belirleyici olanın yanlışlama olduğunu dile getirerek farklı bir bilimsel paradigma yaratan Popper’ın toplum hayatı noktasındaki açılımı ise, açık toplum kavramına dayanır. Açık toplum, devlet yönetimine ait baskının ortadan kalktığı ve sosyal, ekonomik, kültürel, siyasal vs. bütün alanlarda tam serbestliğin hakim olduğu bir toplum modelidir. Bu yönü ile hegemonyanın panzehiri olarak konumlandırılabilir olan ve işlevini yitirmemiş bir ‘kamusal alan’la da oldukça yakın duran açık toplum kavramı, sistem eleştirisinin ve kitleler üzerindeki olası manipülasyonların en iyi irdelenebileceği ve çözüme kavuşturulabileceği üslerden biridir.

Popper; iktidarın kimlerin elinde olduğundan çok, iktidarın kişisel çıkar için olduğu kadar, toplumsal ya da siyasal dogmalar adına kötüye kullanılmasına dikkat çekmektedir (Cevizci, 1996:427). Bu sebeple de merkezden denetlenen ve fikir ayrılığına olanak tanımayan toplum, Popper'a göre en kötü toplumdur (Magee, 2000:223). Yanlışlama ölçütünü bilimsel alanın ardından tarih ve siyaset felsefesi gibi alanlara da uygulayan Popper, açık toplumu idealize etmiştir. *“Bilim, hataların sistematik olarak eleştirildiği ve zaman içinde düzeltildiği belki de tek insan etkinliğidir.”* tespitinde bulunan Popper, bilimin olmazsa olmazı olan bu eleştirel zihnin aynı şekilde sosyal yaşamda da var olması gerektiğini savunmaktadır. Sonuç olarak her şeyin serbestçe konuşulup müzakere edildiği kamusal alan kavramı ile Popper tarafından idealize edilen açık toplum kavramı arasında ciddi bir benzerlik ve bağlantı söz konusudur. Bu benzerliğin en belirgin boyutu ise, iki kavramın da hegemonyanın bertaraf edilebilmesi noktasındaki işlevleridir.

Louis Althusser

Bir kavram olmaktan çıkarak süreç içinde bir kuram haline gelen, Gramsci'ye ait hegemonya kavramı Althusser tarafından da oldukça önemli görülmüş ve Althusser, devlet yapısını benzer düşüncelerle incelemiştir. Hegemonyanın oluşum sürecinde çok önemli bir rol oynayan ideoloji olgusuna yönelmiş ve kitlelere yön vererek onlar üzerinde baskı kurmanın en büyük aracı olarak ideolojiyi görmüştür.

Marks, ideolojinin toplumla ilişkisini araştırarak açıklamaya çalışmış ve bu kavramın çeşitli anlamları üzerinde düşünmüştür. İdeoloji kavramının ilk anlamı, toplumsal gerçeğin çarpıtılmış olarak algılanması ve açıklanmasıdır. Buna verilen isimse mistifikasyondur. Kavramın ikinci anlamı, çağın toplumsal kurumlarının fikir düzeyinde yansımaları ve sistemli olarak açıklanması şeklindedir. Marks, insanların toplum içindeki konumlarına göre koşullanmakta olduklarını ve olguları bu koşullanmanın etkisi altında algıladıklarını söylemektedir. Dolayısıyla da kişinin içinde bulunduğu toplumsal koşullar, çarpıtılmış yanlış bir bilgi ve bakış açısı doğurarak onu etkilemekte; her türlü algısını ve yorumunu şekillendirmektedir (Oktay, 1996:123). İdeolojideki ana içerik, ikinci derecede bir ilişkidir ve imgeseldir. Bu durumda da insan, gerçekliği mutlaka bu ideolojik kopyalama çerçevesinde algılamakta; o sınırın dışına çıkamamaktadır (Kazancı, 2003). Bireyler dünyayı olduğu gibi görmek yerine olmasını arzu ettikleri gibi görmeyi tercih etmektedirler. İnanç, duygu, düşünce ve varsayımlar dünyaya bakış açısını etkilemektedir. Bu

durum Althusser'e göre ideolojik düzenin etkisi altında oluşmaktadır. İdeolojik düzen bireyleri öylesine etki altına almaktadır ki, evrende oluşan her türlü faaliyete yansız bakmak imkansız hale gelmektedir (Sucu, 2012). Bir bütünsel ideoloji, şu özellikleri taşımaktadır; bir eylem programı ya da planı olma, toplumun nasıl işlediğine dair belirtik, sistematik bir model ya da teori üzerine kurulma, bir bütün olarak toplumun radikal olarak dönüştürülmesi ya da yeniden inşasını amaçlama, teori ya da model için var olan kanıtın izin verdiği kadar fazla bir güvenle (tutku) benimsenme (Geuss, 2013:27). Althusser ideolojinin bu dönüştürücü ve belirleyici yapısını iyi tahlil etmiş ve devletin kitleler üzerinde baskı kurarken kullandığı temel aygıtlar arasında ideolojiyi oldukça önemli bir yerde konumlandırmıştır. Althusser'e göre devletin kitleler üzerinde hegemonya kurarken kullandığı iki tür aygıt vardır. Bunlar, devletin baskıcı aygıtları ve devletin ideolojik aygıtları olarak gruplandırılır.

Devletin ideolojik aygıtları, baskıcı devlet aygıtlarından farklıdır. Marksist teoride devlet aygıtları şu şekilde sıralanmaktadır; hükümet, idare, ordu, polis, mahkemeler, hapishaneler vb. Burada baskı sözcüğü, söz konusu devlet aygıtının en azından uç durumlarda şiddet kullanarak işlediğini anlatmaktadır. Devletin ideolojik aygıtları, gözlemcinin karşısına birbirinden ayrı ve uzmanlaşmış kurumlar biçiminde dolaysız olarak çıkan belirli sayıda gerçekliği ifade etmekte ve şu şekilde sıralanmaktadır; din ile ilgili aygıt (farklı kiliselerin oluşturduğu sistem), okul ile ilgili aygıt (gerek devlet gerekse özel okulların oluşturduğu sistem), aile ile ilgili aygıt, hukuk ile ilgili aygıt, siyaset ile ilgili aygıt (değişik partileri de içeren sistem), sendika ile ilgili aygıt, haberleşme ile ilgili aygıt (basın, radyo-tv vb.), kültür ile ilgili aygıt. (edebiyat, güzel sanatlar, spor, vb.) (Althusser, 2016:51). Althusser'in düşüncesinde hükümet, idare, ordu, polis, mahkemeler ve hapishaneler gibi yapılar doğrudan bir müdahale, sınırlandırma ya da cezalandırma işlevi gördüklerinden baskıcı gücü temsil ederler. İdeoloji ise zaman içinde farklı aktörlerin eşgüdümlü çalışmaları ile inşa edilen ve daha doğal görülen bir süreçtir.

Devletin İdeolojik Aygıtları'nı (DİA) insanların toplumsal pratikleri oluşturmaktadır. Bu anlamda DİA; eğitim sistemi, dinsel örgütler, sendikalar, aile ve medya gibi kurumlar ile bu kurumların sürekli olarak propaganda aracılığıyla topluma aktardıkları değerlerden ve fikirlerden meydana gelmektedir. Althusser; ideolojik pratikler olmasa, sınıflı toplumların kendilerini yeniden üretemeyeceklerini vurgulamakta ve ideolojinin bu toplumlarda sömürü ilişkilerini gizleyeceğini işaret

etmektedir (Yaylagül, 2016:121). Rıza nasıl bir nevi hegemonyanın ham maddesi ise; aslında ideoloji de, Althusser'in ele aldığı bu toplumsal pratik bağlamında algı yönetiminin bir ham maddesidir. Zira algının oluşturulabilmesi, toplumsal planda bir kurgunun ortaya çıkartılabilmesi için bazı donelere ihtiyaç vardır ve ideoloji de üzerinde çalışılarak şekil verilecek olan bu tür malzemeler için son derece elverişlidir. Bu anlamda Marx'ın ideolojiyi toplumsal sınıflandırmadan kaynaklanan yanlış bilinç şeklinde tanımlaması son derece önemlidir. Marx'ın bu düşüncesine göre insanların kendilerine ve sosyal yaşama dair tüm bilinçleri doğa ya da biyoloji tarafından değil, siyasal iktidarın sahibi olan egemen güçler tarafından oluşturulmaktadır (Yengin, 1996:164). Althusser'in bir pratik olarak ortaya koyduğu ideoloji kuramını, Marx'ın yanlış bilinç olarak ele aldığı ideoloji kuramının bir ileri aşaması olarak görmek mümkündür. Althusser, azınlığın çoğunluk üzerindeki iktidarının baskıcı olmayan araçlarla sürdürülmesinde ideolojinin rolüne dikkat çekmekte ve bu yönüyle farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Avrupalı ikinci kuşak Marksistlerden olan Antonio Gramsci ise bu alana yeni bir terim olarak hegemonyayı kazandırmakta; mevcut tespitleri tamamlayıcı bir açılım sergilemektedir. Zira hegemonya; çoğunluğun, kendisini ikincil konuma koyan sisteme gösterdiği rızayı oluşturan ve bunu sürekli olarak yenileyen son derece belirleyici bir anlayıştır (Fiske, 2015:302). Hegemonyanın toplumsal düzlemdeki oluşum süreci açısından Gramsci'nin ve Althusser'in düşünceleri birbirini tamamlamakta ve rıza ile ideolojinin bu oluşum sürecindeki yerleri de son derece önem arz etmektedir.

Althusser; yabancılaşma kavramının kurumsal bir eleştirisini yapmakta, bu kavramın Marksizm öncesi bir sorunsala ait olduğunu göstermeye çalışmakta ve Marx'ın ilk yazıları ile Kapital yapıtı arasındaki bilgi kuramsal kopuşun altını çizmektedir. Althusser ve öğrencileri, bu yapıtta bulunan ve 'toplumsal oluşumlara' ilişkin gerçek bir bilimin kurucusu olan kavramları (yapı, üst yapı, üretim ilişkileri, üst belirleyicilik) ortaya çıkarmışlardır (Mattelart, 2016:74-76). Sonuç olarak Althusser, toplumsal pratiklerin oluşumundaki yapıtaşları olan bireye, insan faktörüne de eğilmiş; ancak bireyin mevcut sistem içinde belirleyenden ziyade belirlenen bir konumda bulunduğunu ifade etmiştir.

Althusser; günümüz modern ve demokratik toplumlarında klasik baskı yollarının artık çok da işlemediğini tespit etmekte ve bunun yerine dolaylı baskı yollarının daha çok kullanımda olduğunu vurgulamaktadır. Ona göre kendisini özgür sanan günümüz

modern insanının bu yanılısına içerisinde düzene uyum sağlaması, sorgulamadan, eleştirmeden toplum içerisindeki yerinden hoşnut biçimde yaşamını sürdürmesi gerekmektedir; bunun için de sürekli olarak ideolojiyle beslenmektedir. Bu durum; insanların, toplumdaki güç ilişkileri çerçevesinde rızalarının alındığını ve hegemonik işleyiş biçiminde devam ettirildiğini ortaya koymaktadır (Güngör, 2013:262). Ayrıca Althusser, ideolojinin sosyo-kültürel ya da sosyo-politik alanın dışında bilim sahasında da etkili olduğunu, şu sözlerle ifade eder: “*Bilimin ya da bilimlerin taşıyıcıları pratik ideolojilerden korunmuş değildir. Pratik ideolojiler, bu taşıyıcıların içine battığı teorik ideoloji vasıtasıyla ya doğrudan (sınıfsal, dini, ahlaki, vb. gibi önyargılarla) ya da dolaylı olarak bunlar üzerinde kendi eylemlerini uygular*” (Althusser, 2012:61). Egemen gücü ve iktidarı elinde bulunduranlar, ideolojinin baskısını bir araç olarak kullanmakta ve kitlelerin rızasını kazanmaktadır. Kazanılan bu rızanın, mevcut ideoloji çerçevesinde işleyen kültürel kurumlarda ve ürünlerde yeniden üretilmesini sağlamak da, egemen güçler için bir o kadar önem taşımaktadır (Mora, 2011:92). Althusser, “*İdeoloji, yaşanan bir ilişki olarak algılanmalıdır.*” şeklinde bir görüşü geliştirmiş ve ideolojinin toplumda yarattığı etkileri mercek altına almıştır. Althusser, Gramsci’nin hegemonya kavramı ile kendisinin tartıştığı ideoloji kavramını ise şu şekilde karşılaştırmaktadır: “*Hegemonyada rıza önem taşır ancak ideoloji zorla dayatılabilir. Hegemonya ideolojiden daha geniş bir kategoridir, ideolojiyi kapsar ama ona indirgenemez. Hegemonya bir egemen iktidarın kendi yönetimi için hakimiyeti altındaki insanların rızalarını kazanmada başvurduğu stratejiler alanı olarak tanımlanabilir. Hegemonya altyapı ile üstyapı arasındaki sivil toplum alanı ile ilişkilendirilir*” (Yıldırım, 2015:23). Sonuç olarak, Althusser’in ideoloji kuramı çerçevesindeki görüşleri ile Gramsci’nin hegemonya kavramı üzerindeki teorik açıklamaları birbirini tamamlamakta ve rıza kavramının da desteği ile toplum üzerindeki yönetici ve yönlendirici tesirlerin ya da baskıların kuramsal arka planı net bir biçimde ortaya çıkmaktadır.

2.2.2 Bir siyasi araç olarak algı yönetimi

Algı yönetimi; gerek bir mesajın inşası adına siyasal iletişim stratejisi olarak, gerekse manipülasyon aracı işlevi ile siyaset alanında oldukça etkin kullanılır. Kullanım amacı ise siyasi iktidara güç kazandırmaktır.

Sosyal ve hukuki bir olgu olan siyasi iktidar; Max Weber’den beri çeşitli türlere ayrılmaktadır. Kaynaklarına göre bir ayırım düşünüldüğünde ise yasal iktidar,

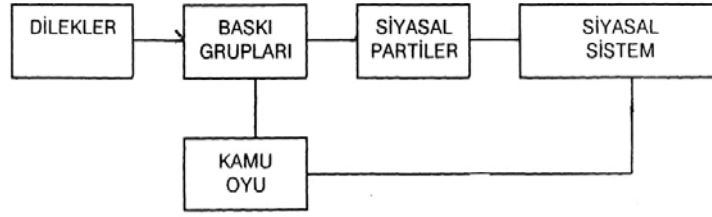
çağdaş toplumun hakim bir gücü haline gelmişlerdir (Kara, 2016:33). Bu anlamda siyasi mekanizmanın algı oluştururken yararlandığı en etkin yapıların başında, kitle iletişim araçları gelmektedir. Kitle iletişim araçlarının siyasi mekanizma ile olan ilişkisinde en belirleyici olan faktör ise ekonomik ve idari güçtür.

Habermas'a göre 20. Yüzyıl'ın ortasında gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kamusal olan araçlardır ve kitle iletişim araçlarıyla şekil verilen dünya, artık kamusal bir alan değildir. Bu sadece bir görüntüdür ve burjuvanın güçlü etkisi ile kamusal alan yapıları büsbütün değişmiştir. Artık siyasal partiler kamuoyunu medya teknikleriyle güdüp yönlendirmekte ve seçmenleri görüşler arasında değil, parti liderleri arasında bir seçim yapmaya zorlamaktadırlar (Tokgöz, 2014:114). Görüşler arasında değil parti liderleri arasında seçim yapmaya zorlanan kamuoyu vurgusu, demokratik illüzyona dayanan siyasal algı yönetiminin tespiti bakımından son derece önemli bir vurgudur.

İletişim araçları, birçok iletişimsel davranışın bir araya gelişiyle nesneleşmekte ve davranışların belli figürasyonları içinde etkileyici bir güce sahip olmaktadır. Bu nedensellik ilişkisi ise kendi kendine bir yetkinlik olarak değil, daha ziyade davranışların etkisinden doğan güçle meydana gelmekte; şekillendirici güç kavramı da bu durumu ifade etmektedir (Hepp, 2014:105-106). Siyasi mekanizmanın kitle iletişim araçlarının şekillendirici gücünü kullanarak kitleler üzerinde yaratmak istediği düşünce ve davranış değişikliği, aslında toplum hayatı içindeki tüm çıkar grupları için geçerlidir. Ancak siyaset mekanizmasının bu noktadaki değiştirme güdüsü farklı çıkar gruplarındaki gibi lokal değil, belirli bir ideolojik çerçeve içinde ve kitleseldir.

Örneğin kamuoyu oluşumu noktasında, baskı grupları adı verilen sivil toplum kurumları da oldukça etkindir ve algıyı belirli alanlarda şekillendirebilmek adına onlar da faaliyet gösterirler. Bu noktada bir mesajın hedef kitleye ulaştırılabilmesi ya da benimsetilebilmesi için baskı grupları da belirli bir algı yönetimi yaparlar. Ne var ki manipülasyona dayalı algı yönetimi baz alındığında; siyaset mekanizması bu tarz kamuoyu yapıcılardan çok daha etkin, çok daha baskın bir konumdadır. Bunun için de klasik propaganda tekniklerinin ötesine geçerek türlü algı yönetimi metotları ile kitlelerin kanaatlerine nüfuz etmeye çalışır. Genel olarak baskı grupları, siyasi iktidarı etkilemeyi amaçlamakta olup bir toplumun gerçek anlamda demokratik gelişiminin sağlanması için zorunlu olan ve birden fazla kişinin bir araya gelmesi ile

oluşan gruplardır. Dernek, vakıf, sendika, kooperatif, birlik gibi birçok yapı baskı grupları içinde sayılabilir (Kitapçıoğlu, 2013).



Şekil 2.19: Siyasal Sistemde Baskı Grupları ve Kamuoyu Oluşumu

Kaynak: Çam, 2011:459.

Toplumsal olarak birbirlerinden farklılaşan insanlar; toplumda maddi olanaklar, ün, saygınlık, statü gibi toplumsal kaynakların edinilmesi için birbirleriyle çetin bir yarışa girmektedirler. Bu durumun başlıca nedeni ise kaynakların kıtlığıdır. Dolayısıyla insanlar daha fazla kaynak elde etmek ya da denetleyebilmek için diğer kişi ve kümelerin belirli bir biçimde davranmasını sağlamaya çalışmakta; bu durum da algı yönetimi olgusunu vazgeçilmez bir konuma taşımaktadır (Kaya, 1984:24). İşaret edilen bu kaynak kıtlığı ve çıkar gruplarının toplumda çeşitli olanaklara sahip olabilmek adına sergilediği yarış, günümüzde algı yönetimine olan ihtiyacı da artırmaktadır. Bu genel durumun siyasetteki yansıması ise çok daha gözle görülür, hatta baskın durumdadır. Bu sebeple de siyasi arenada varlık gösteren yapılar kendi fikirlerini topluma kabul ettirmekle kalmayarak rakip yapıları da yıpratmanın, zayıf düşürmenin gayreti içerisine girmektedirler.

Siyasi kampanyaların amacı; rakipleri destekleyen seçmenlerde şüphe uyandırmak, kendi adaylarını ve partilerini olumlu bir kimlikle özdeşleştirebilmektir (Eke, 2008). Manipülasyona dayalı algı yönetiminin temel amacı, kitleler üzerinde psikolojik yönlendirmelerde bulunarak belirli bir davranış değişikliği sağlamaktır. Bu nedenle de çoğu siyasi söylem, aslında söylenilenden çok daha farklı bir anlamı barındırmaktadır.

Joseph Goebbels, siyasi propagandanın temel hedefine etkiyi yerleştirmekte ve Aristotelesçi bir retorikten kaynaklandığı belli olan şu cümleyi kurmaktadır: “*Biz bir şey söylemek için değil, belli bir etki sağlamak için konuşuruz*” (Çankaya, 2015:27). Daha çok korku ve sahte cennetler vaat etmek gibi ödül-ceza eksenindeki karşıt duygulara hitap edilen ve bu yolla inşa edilen siyasi söylemlerde, bireylerin kendi

şahsi özelliklerine göre farklı etkilenme düzeyleri ile karşılaşılrsa da; birçok noktada da ortak, kitlesel tepkiler açığa çıkmaktadır. Bu da manipülasyona dayalı siyasal algı yönetimi için ciddi bir kolaylık sağlamaktadır.

2.2.2.1 İdeoloji ve algı yönetimi ilişkisi

Siyaset mekanizması kitlelerin algısına yön vermeyi, düşünce ve davranış değişikliği sağlamayı amaçlarken çeşitli argümanlar kullanır. Kullandığı argümanların en başında ise ideolojiler gelir. Althusser'in ideoloji kuramında da detaylı olarak aktarıldığı gibi, siyaset mekanizmasının düşünce inşasında kullandığı en etkin ve verimli araç ideolojidir.

1796'da Destutt de Tracy'nin icat ettiği ideoloji sözü, Marx tarafından başka bir anlamla yeniden ele alınmış ve günümüzün en çok kullanılan kavramlarından biri haline gelmiştir. İdeolojiler; fikir, düşünce ve inanç sistemlerinden oluşmaktadır ve Marksist görüşe göre ideolojileri sınıflar yaratmaktadır. Bu anlamda ideolojilerle toplumsal sınıflar, aynı gerçeğin birbirini tamamlayıcı iki yönü olarak düşünülmelidir (Duverger, 1971:96). Siyaset mekanizması ideolojiler yoluyla kitlelerin düşünce dünyasını şekillendirirken; sembolleri, imgeleri de yoğun bir biçimde kullanır. Zira insanların zihin dünyalarına hızlıca nüfuz etmenin en verimli yollarından biri de sembolizmi etkin kullanmaktır.

Bir düşünsel yapı olan ideolojiler; içerdikleri simgelerle belirlenmekte, tanınmakta ve yayılmaktadırlar. İdeolojinin varlığı, simgesel düşüncenin yaşamımızdaki önemine dayanmakta ve tüm varlığı buradan kaynak almaktadır (Alçora, 2015:57). Nazilerin, kadim bir geçmişe sahip olan gamalı haç sembolünü kendi kimliklerini inşa ederken kullanmaları; algıların şekillendirilmesi sürecinde sembollerin gücünü gösteren somut bir örnektir. İnsanlık tarihinin en eski kutsal figürlerinden biri olan Gamalı Haç (swastika), Sanskritçe iyi talih ya da iyilik anlamlarına gelen svastika sözcüğünden türetilmiştir. Swastika (Gamalı Haç); Sanskritçe'de su (iyi) ve asti (olmak) kelimeleri ile 'ka' takısının birleşmesinden oluşmaktadır.

Nazi propaganda makinesinin ağırlıklı olarak simgeler üzerine kurulu olduğu görülmektedir. Örneğin çok arkaik bir ideogram ve pek çok farklı kültürde pozitif simge olarak kullanılmış olan gamalı haç, Nazilerle birleşmiş çok güçlü bir semboldür (Çankaya, 2015:27). Sembolleri içeren çeşitli düşünce tohumları ile kitlelere sunulan ideolojiler, siyaset olgusu üzerinden kitlelere toplu bir bakış açısı

kazandırır ve geniş insan topluluklarının belirli bir noktadan tutulup kavranarak istenilen doğrultuda yönlendirilmesini sağlar.

Toplumsal pratik ile ideoloji iç içe geçmiş sosyal olgulardır ve ideoloji tüm sisteme yayılmış, toplumsal varoluşun tüm biçimlerinde yer etmiştir. İdeoloji, gerçekliğin bir temsili değildir ve tersine bireylerin varoluş koşullarıyla ilişkilerinin hayali bir yansıması konumundadır. Bu durumda da hem gerçek, hem de imgesel bir ilişki ortaya çıkmaktadır (Becerikli, 2008:11). Sonuç olarak ideoloji ve algı yönetimi arasında son derece sıkı bir ilişki söz konusudur. Karşılıklı olarak birbirini var eden bu yakın ilişki en net ve kuramsal halini ise, Gramsci ile Althusser'in görüşlerinde bulur. Zira bu iki teorisyen, hegemonyayı var eden unsurları karşılıklı olarak incelemişler ve ideolojinin bu süreçteki rolünü net bir biçimde ortaya koymuşlardır.

Sacide Vural ideolojilerin, yönetimlerin kendi öz amaçları çerçevesinde nasıl şekil değiştirdiğini ve işlev gördüğünü şu cümlelerle özetlemekte ve örneklendirmektedir: *“İdeoloji, yetkecilikten ayrılarak özgürlükçülüğü benimseyen ve iletişim araçlarını özgürlükçü ilkeler doğrultusunda işleten ülkelerle kavram olarak özgürlüğü paylaşırken; özgürlüğün yorumunda ve onun uygulamaya dönüştürülmesinde onlardan farklılaşarak, adeta iki karşıt cephe oluşturmuştur. İdeolojiye göre özgürlük; ‘devletin bireye, konuşması ya da fikirlerini ifade etmesi için fırsat vermesini değil; ortam yaratması, aracı vermesidir’ şeklinde yorumlanmaktadır. Bu nedenle iletişim araçları Sovyet Halk Devrimi’ni gerçekleştirecek olan işçi sınıfının elinde ve onun sıkı denetimi altındadır”* (Vural, 1994:54). Özkan’ın şu temel tespitleri ise siyasal algının oluşturulmasında ideolojinin ne denli belirleyici bir konumda olduğunu özetlemektedir: *“Seçmene anlatılacak esaslı bir hikaye ve o hikayeyi oluşturacak büyük bir fikir yoksa, ortada siyasal iletişim yönetimi de yok demektir. Birtakım afişler, pankartlar, geniş katılımlı mitingler, televizyon ve gazete reklamları vardır ama yönetilecek bir siyasal iletişim ve seçim kampanyası vizyonu yoktur”* (Özkan, 2015:26). Duverger, ideolojinin bilimsel kuramdan farkını ise şöyle açıklamaktadır: *“Liberalizm, Marksizm, bütün büyük siyasal ve toplumsal doktrinler birer ideolojidir. İdeoloji ve bilimsel kuram, her ikisi de toplumu açıklayan birer sitem ve toplumun işleyişini anlamaya yardım eden birer düşünce ürünü oldukları için birbirlerine benzerler. İki noktada da birbirlerinden ayrılırlar. İlk bilimsel kuram, bir değer yargısı içermez. Oysa ideolojide bir değer sistemi vardır. İkinci olarak bilimsel kuram her şeyden önce bilimin daha önceden gözlemlediği ve*

kanıtladığı olgulara dayanır. Oysa ideoloji ilke olarak bu olguları da içermekle birlikte bunları aşar ve çoğunlukla öznel birtakım izlenimlere, yüzeysel gözlemlere ve kısmi yorumlara dayanır” (Duverger, 2014:17). Günümüzdeki hakim ideolojiye bakıldığında ise küreselleşmenin sert etkileri ile yüzleşilmekte ve güçlü teknolojik imkanların da desteği ile tüketim-haz-konformizm odaklı, farklı formatta ve baskın bir ideolojinin üretildiği görülmektedir. Sonuç olarak kitleleri çeşitli sembollerle, algılarla, akımlarla biçimlendiren baskın bir ideoloji mevcuttur; ama bu ideoloji artık kamplaştırılmış siyasal akımlardan ziyade küresel bir dil ve yaşam biçimi üzerinden kurgulanmaktadır.

2.2.2.2 Siyasi etik ve algı yönetimi

Bir mesajın hedef kitle tarafından kabullenilişini sağlamak ya da kitleleri herhangi bir konuda manipüle etmek için etkin bir biçimde kullanılan algı yönetimi, siyasal zemin başta olmak üzere bugün birçok alanda etik hassasiyetler gözetilerek kullanılmamaktadır. Dolayısıyla da adeta mesaj yağmuruna tutulan birey, başta siyaset alanı olmak üzere sürekli bir algı yönetimi riski ile karşı karşıyadır.

Felsefenin bir kolu olarak kabul edilen ve ahlak felsefesi anlamına gelen ‘etik’, siyasal iletişim açısından son derece önemlidir ve müstakil bir olgu olarak ele alınması gerekmektedir. Siyasal iletişimin etik ile olan ilişkisi; siyasetin düzeyini, kalitesini ve toplum üzerindeki inandırıcılığını belirlemektedir. Ne var ki günümüzde siyasal aktörlerin toplumda pek olumlu bir imajları yoktur ve bu durum, etik alanına gerektiğince önem verilmemesinden kaynaklanmaktadır. Siyasette etik bir anlayışın hakim kılınabilmesi ve bu konu üzerinde düşünce üretilmesi, sağlıklı bir toplum yaşamı için hayati bir öneme sahiptir (Aziz, 2015a:18). Siyaset yapanların çok fazla etik hassasiyetleri gözetemeyen insanlar olmadıkları yönünde yaygın bir kanaat söz konusudur ve bu kanaatin altında yatan temel sebepler, algı yönetimi ile son derece ilişkilidir. Zira algının şekillendirilmeye çalışıldığı çoğu mecrada manipülasyonun ve aldatmacanın başrolde olduğu görülmektedir. Örneğin siyasilerin kendi öncelikleri konuların kitle iletişim araçları vasıtası ile gündem haline getirilmesi, bu durumun en masum örneklerinden birisidir.

Yapılan birçok bilimsel çalışmada; bireylerin medya gündemini kendi gündemleri gibi kabul ettikleri görülmüş ve bunun ‘medyaya maruz kalma oranı’ ile alakalı olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla insanlar ne kadar gazete okur ve ne kadar televizyon seyrederse; bu araçların sunduğu içeriklerden o kadar fazla

etkilenmektedirler. Ayrıca medya gündeminin herhangi bir konuda aşamalı ve artan bir süreç aracılığıyla kamu gündemini etkilediği de bilinmektedir (Yüksel, 2001:113-114). İletişim literatürü içinde Gündem Belirleme Kuramı olarak yer alan kurama göre kitle iletişim araçları uyguladıkları bu yöntem aracılığı ile toplumda suni gündemler yaratmakta ve yaratılan bu gündemler de çoğu zaman siyasetin işine yaramaktadır. Zira yaratılan gündemle ya kitle asıl odaklanması gereken konudan koparılmakta ya da herhangi bir konuda manipüle edilmektedir.

ABD Başkanı Donald J. Trump'ın Yeniden Büyük Amerika kitabında yer alan, medyaya dönük şu açık tespitlerin arka planında, ciddi etik ihlallerde bulunarak medyayı araçsallaştıran siyaset bulunmaktadır: *“Bu ülkede medyanın aslında ne kadar sahtekar olduğu bana inanılmaz geliyor. İnsanlar bazen gazeteler ile televizyonların kâr eden (ya da en azından buna çabalayan) kuruluşlar olduğunu unutuyor. Dürüst habercilik ile kâr etmek arasında bir seçim yapmaları gerekse sizce hangisini tercih ederler”* (Trump, 2017:159). Siyasi mekanizma ile medya arasında ortak çıkarlara dayalı son derece girift bir ilişki vardır ve bu yakın ilişki çoğu zaman siyasi mekanizmadan kaynaklanan durumları medyanın kendisinden kaynaklanıyormuş gibi göstererek örter. Ne var ki popüler kültür dediğimiz mecrada da dahil olmak üzere medyada yer alan çoğu etik ihlalin kaynağı, asli işlevini yerine getirmeyen siyaset mekanizmasıdır.

Etik kavramı, Kuçuradi tarafından şu şekilde tanımlanmıştır: *“İnsanın değerleri, amaçlarına uygun şekilde gerçekleştirilen insan etkinlikleridir”* (Kuçuradi, 2006:170). Küresel ölçekte yaşanan ve tüm dünya halklarını yakından etkileyen çıkar mücadeleleri, bugün dünyayı dev bir gösteri alanına dönüştürmüş ve esas alınması gereken değerlerin yerini baskın bir şov kültürü almıştır. Şova, yani gösteriye dayanan bu güncel anlayışta doğrunun ya da yanlıştın analizinden ziyade trend ön plandadır.

Gösterinin temelden totolojik karakteri, araçlarının aynı zamanda amaç olması gibi basit bir olgudan kaynak almakta; gösteri olgusu, modern edilgenlik imparatorluğunun asla batmayan güneşi katına yükselmektedir. O, dünyanın tüm yüzeyini örtmekte ve ihtişamını sonsuza dek korumaktadır (Debord, 2017:37). Bir anlamda küresel algı yönetiminin deşifreyonuna dayanan sistem eleştirisi kültürü, kapitalizmin ve modern kapitalizmin şahsında bu tahripkar süreci kritik etmiş ve kültür endüstrisi adını verdiği bu düzenin sahte bir aydınlanma yarattığını

vurgulamıştır. Öyle ki, Adorno Kültür Endüstrisi başlıklı eserinin Kitlelerin Aldatılışı Olarak Aydınlanma bölümünde şu temel tespitlerde bulunmuştur: “*Dümenin başındakiler, tekelin varlığını örtbas etmek konusunda artık kaygı duymamaktadır. Öyle ki, varlığı itiraf edilirken ne kadar arsız olunursa gücü o kadar artar. Sinema ve radyo günümüzde kendilerini sanatmış gibi göstermek zorunda değildir. Herhangi bir işten farklı olmadıkları hakikatini, bilerek ürettikleri zirvaları meşrulaştıran bir ideoloji olarak kullanırlar*” (Adorno, 2012:48). Siyasi mekanizmalar ve siyasetin güdümünde olan medya, eşgüdümlü faaliyetlerle kitleler üzerinde istenilen psikolojik yönlendirmeleri gerçekleştirmekte ve bu süreçte kanaat önderleri olarak vazife yapan aydınlar da etkin bir rol oynamaktadırlar. Hoffer bu durumu şöyle özetlemektedir: “*Çoğu zaman kitle hareketlerinin, yerini aldıkları eski düzene oranla daha az kişisel özgürlük tanımalarının nedeninin, hareketin kritik bir noktada iktidara susamış bir komplonun eline geçmesinden ve bunların, doğacak özgürlük konusunda halkı aldatmasından ileri geldiği sanılır. Gerçekte bu süreçte aldatılan yegane kişiler öncül aydınlardır*” (Hoffer, 2017:106). Siyasal algı yönetiminde aydınların ve kanaat önderlerinin dışında dinin de sürekli olarak kullanılan bir unsur olduğunu, Duverger şu şekilde özetlemiştir: “*Yüzyıllar boyu din, iktidarı etkileyebilmiştir. Görünüş olarak katıksız bir şekilde dini olan buhranlar bile hükümet etmekle ilgili işlere daima bulaşırlar. Bu özellik henüz ortadan kalkmış da değildir. Sanat ve edebiyat da bazen siyasete bir örtü olmaya yaramaktadır*” (Duverger, 1965:27). Algı yönetiminin siyasi etik açısından doğurduğu en büyük yanlış ise, insanların gelecek yaşamları ile ilgili bir konuda maruz kaldıkları aldatmacadır. H. Schiller, Zihin Yönlendirenler isimli yapıtında Gore Vidal’dan şöyle bir cümle aktarır: “*İnsanları kendi çıkarlarına ters düşen bir doğrultuda oy vermeye ikna etmek, Amerikalı siyasetçilerin işin en başından beri sergileyebildikleri emsalsiz bir başarı olmuştur*” (Schiller, 1993:10). Sonuç olarak algı yönetimine maruz kalınan alanların en başında siyaset gelmekte ve çoğunlukla etik kuralları çiğneyerek icra edilen propagandist faaliyetler, artık neredeyse bu şekli ile kanıksanmaktadır.

3. HALKLA İLİŞKİLER DİSİPLİNİNDE ALGI YÖNETİMİNİN YERİ

Halkla ilişkiler, temel çalışma alanı algılar olan bir disiplindir. Bu bilim dalının faaliyet alanı; bireylerin, kurumların, grupların ya da kitlelerin algılarını istenilen yönde inşa etmeye dayanır. Gerek bir ürünün, gerek bir hizmetin, gerekse de bir fikrin topluma istenilen yönde benimsetilmesi; halkla ilişkilerin en önemli amacıdır. Dolayısıyla halkla ilişkiler disiplini, aslında bir algı yönetimidir. Ancak halkla ilişkiler disiplininin çalışma alanı olan algı yönetimi; süreç içinde sanki bu zeminden bağımsız, apayrı bir saha gibi görülmeye başlanmıştır. Bu nedenle toplumda bilimsel ve kuramsal arka plandan kopuk, güncel endeksli ve günün trendi ne ise ona uyumlu, değişken ve sağlıksız bir algı yönetimi tanımı/anlayışı oluşmuş; halkla ilişkiler stratejileri hakkında eğitimi ya da bilgisi olmayan birçok kişi, algı yönetimi uzmanı şeklinde lanse edilmeye başlanmıştır. Bu vakanın kendisi, habercinin habere giderken haber olması misali başlı başına bir algı yönetimi örneğidir.

Konuya bilimsel perspektif ve kuramsal çerçeve açısından bakıldığında ise; algı yönetiminin gerek bir mesajın inşasına dayanan genel boyutunun, gerekse de manipülasyona dayanan negatif yönünün halkla ilişkiler biliminin çatısı altında yer aldığı ve konunun geniş bir arka plana sahip olduğu görülmektedir.

3.1 İletişim Bilimi Olarak Halkla İlişkiler

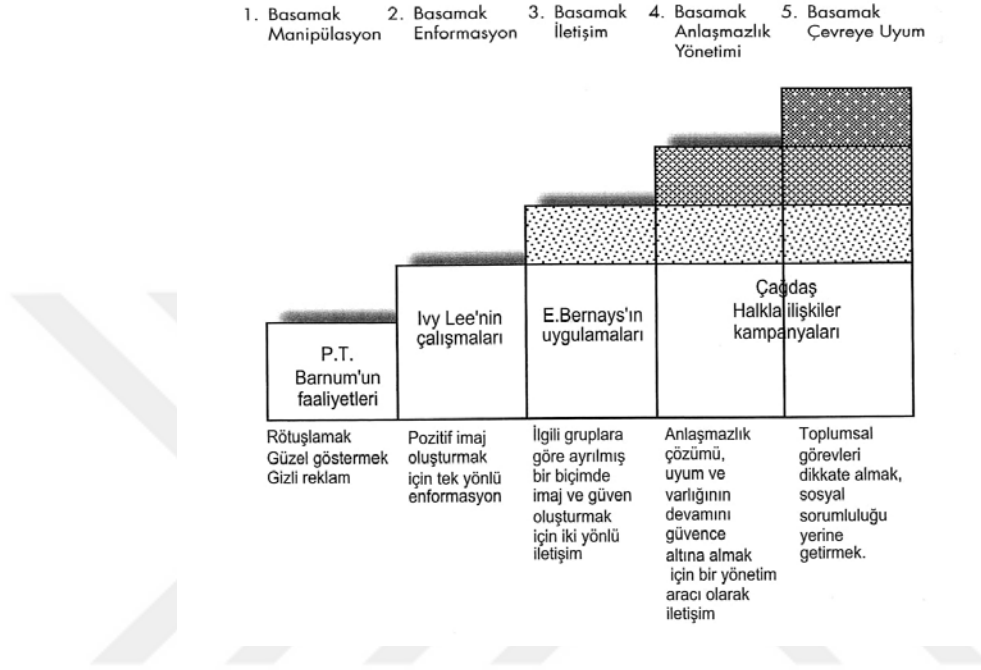
Halkla ilişkiler; tanıtım, finans yönetimi, reklamcılık, sorun ve kriz yönetimi, itibar yönetimi, lobicilik, kamu diplomasisi, pazarlama, sponsorluk, kurumsal kimlik, sosyal sorumluluk, medya yönetimi gibi çok geniş bir çalışma alanını kapsamaktadır. Bu geniş uygulama alanının kuramsal arka planı ise çeşitli ilişki teorilerine, davranış/biliş teorilerine ve halkla ilişkiler teorilerine dayanmaktadır. Belirli bir girişimde bulunan sosyal, siyasal gruplar ya da ekonomi odaklı her yapı halkla ilişkiler faaliyeti yürütmek durumundadır.

Girişimsel alan, uzmanlıkların rekabetine dayalı bir davranış düzlemi olduğundan çok yönlü hareket etmek ve farklı alanlardaki uzman görüşlerden destek almak gerekmektedir (Aytek, 2010:40-46). Bu bağlamda girişimcilere dönük hizmet veren halkla ilişkiler de çalışma alanı oldukça geniş bir disiplindir.

Harlow'un temel halkla ilişkiler tanımına bakıldığında; halkla ilişkiler disiplininin, bir örgüt ve kamuları arasında karşılıklı iletişim çizgisinin, kabulün ve işbirliğinin kurulmasına ve sürdürülmesine yardımcı olan, sorunların ya da konuların yönetimini içeren, yönetimin kamuoyu hakkında bilgilenmesine ve ona uyum göstermesine yardımcı olan, kamu çıkarlarına hizmet için yönetimin sorumluluklarını tanımlayan ve vurgulayan, yönetime değişimi etkili bir biçimde kullanmasında yardımcı olan, beklenen yönelimlerde erken uyarı sistemi olarak hizmet gören, araştırmayı ve etik iletişim tekniklerini araçları olarak kullanan bir yönetim fonksiyonu olduğu görülmektedir (Becerikli, 2008:14). Toplumsal bir olgu olarak halkla ilişkilerin tarihi oldukça eskidir ve bir görüşe göre halkla ilişkilerin geçmişi 5000 yıl öncesine, Çinli yöneticilerin uyguladıkları bazı iletişim yöntemlerine kadar gider. Ancak profesyonel anlamda bu dönem, 100 yıl öncesine dayanır. Yaklaşık 100 yıldır bir meslek olarak icra edilen halkla ilişkilerin belirli bir eğitim çerçevesinde bilimsel bir disipline dönüşmesi ise oldukça yenidir.

Halkla ilişkiler; 1900'lü yılların ilk yarısında sınırlı sayıda ve kapsamda, nispeten homojen bir yapıdaki kitle iletişim araçlarıyla türdeş denebilecek bir hedef kitleye kısıtlı amaçlar çerçevesinde yürütülen tanıtım faaliyetlerini kapsamaktaydı ve o dönemlerde halkla ilişkiler fonksiyonunun örgütsel yararları anlaşılmış değildi. Dolayısıyla da bir halkla ilişkiler mesleğinden söz etmek mümkün değildi (Oktay, 1996:405). O dönemlerde halkla ilişkiler, insanların para kazanmak için yaptıkları bir işti; ancak bunun için alınan bir eğitim söz konusu değildi. Yani halkla ilişkilerde resmî bir eğitim bulunmaktaydı ve akademik araştırmalara dayanan, öğretilen bir bilgi bütünlüğü de yoktu. Ayrıca etkili uygulamalar için belirlenmiş standartlar olmadığı gibi, halkla ilişkilerin ahlaki bir biçimde uygulanabilmesi için çerçevesi çizilmiş bir etik ilkeler alanı da söz konusu değildi (Okay, 2015:1). Fikir olmadan hiçbir olgunun, olgular olmadan da hiçbir fikrin sağlıklı şekilde ortaya çıkamayacağını söyleyen François Simiand, bu tespiti ile bilimsel araştırmanın karakterini çok güzel bir biçimde ifade etmektedir (Duverger, 1973:313). Bu anlamda halkla ilişkilerin ne tür bir sistemle çalıştığı, nasıl bir teorik

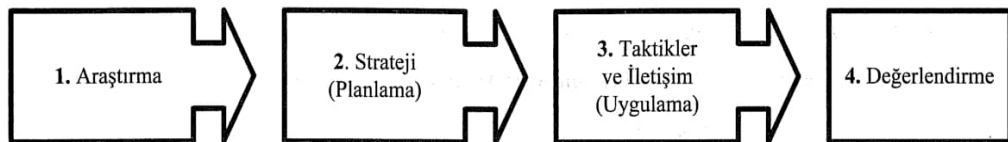
arka plana sahip olduğu gibi hususlar üzerinde durularak; pratikte aktif bir biçimde kullanılan bu alanın kuramsal boyutu yapılandırılmıştır. Kısacası teoriden ziyade pratiğe dayalı olarak icra edilen halkla ilişkilerin kuramsal arka planı, öğreti ve stratejileri ortaya çıkartılarak; bu alana bilimsel bir yapı kazandırılmıştır. Halkla ilişkilerin süreç içindeki uygulama seyri ise, aşağıdaki şekilde özetlenebilir:



Şekil 3.1: Halkla İlişkilerin Gelişim Basamakları

Kaynak: Okay, 2015:22.

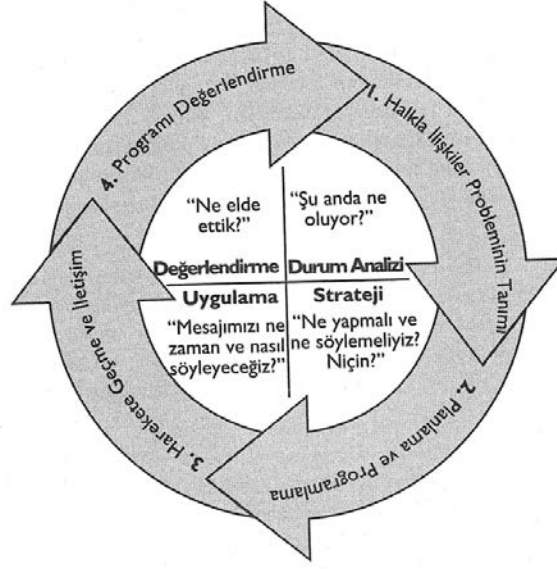
Halkla ilişkiler; çalışılan konunun araştırılmasına, izlenecek yolun belirli stratejiler çerçevesinde planlanmasına, gerekli taktiklerin uygulanmasına ve durumun değerlendirilmesine yönelik dört aşamalı genel bir yöntem izlemektedir. Bu klasik yöntem halkla ilişkilerde RACE şeklinde kodlanmıştır. (Research-Araştırma, Action-Eylem, Communication-İletişim, Evaluation-Değerlendirme)



Şekil 3.2: Dört Aşamalı Halkla İlişkiler Süreci

Kaynak: Demir, 2015:83.

Halkla ilişkilerin kapsamına giren bütün alanlarda genel olarak izlenen bu temel sürecin en önemli halkası ise planlamadır. Bu aşamaya gelindiğinde, aşağıdaki temel sorular çerçevesinde yine dört adımlık bir uygulama yapılmakta ve önce net bir durum tespitinde bulunularak problem tanımlanmaktadır. Akabinde çözüme yönelik strateji geliştirilmekte ve sonrasında da yine uygulama, değerlendirme gibi adımlar tatbik edilmektedir.



Şekil 3.3: Halkla İlişkiler Planlama Süreci

Kaynak: Süher, 2014:86.

3.1.1 Halkla ilişkilerde dört model

Halkla ilişkiler akademisyenleri ve ilgili yazarlar, halkla ilişkilerin türlerini anlatmak, işlevlerini tanımlamak ve önemine değinmek için; halkla ilişkiler sürecini belli kategorilere ayırmışlardır. 1984 yılında James Grunig ve Todd Hunt da halkla ilişkilere ait tarihsel gelişim sürecini iletişim şekline ve iletişimin ele alınış biçimine göre incelemiş ve dört temel kategoriden söz etmişlerdir (Demir, 2015:59). Halkla ilişkiler literatürü içinde Dört Model olarak geçen kategoriler bütünü, bu genel sınıflandırmayı içermektedir. Halkla ilişkilerde Dört Model, sırası ile şöyledir: Basın Ajansı-Tanıtım Modeli, Kamusal Bilgi Modeli, Çift Yönlü Asimetrik Model ve Çift Yönlü Simetrik Model.

Basın Ajansı-Tanıtım Modeli'nde tüm odak noktası, kamunun ilgisini çekmek üzerine kuruludur ve asıl amaç, ilgili konunun tanıtımıdır. Aslında bu uygulamada, bir tür propaganda yapılmaktadır. Zira kaynaktan hedef kitleye dikkat çekme, ikna etme ve etkileme amacıyla geri besleme olmaksızın ulaştırılan mesajlarda doğruluk aranmamakta; mesajların oluşumu ve sunumunda araştırmaya yer verilmemektedir. Bu model, abartıya dayanan tek yönlü bir iletişime dayanmaktadır. İnsanların ilgisini çekecek olaylar yaratarak bu olayların basında yer almasını sağlayan Phineas Taylor Barnum, Basın Ajansı/Tanıtım Modeli'nin en önemli temsilcisi olarak anılmaktadır (Kalender, 2015:109). Olmayan olaylar üzerine çeşitli kurgular yaparak aslında algı yönetiminin somut örneklerini veren Barnum; yaptığı manipülasyonlarla, istediği konuların tanıtımını yapmak ve basında yer almak noktasında sonuç almıştır. Ne var ki reklamın gücü üzerinden kısa vadede netice veren bu tarz modellerin uzun vadede itibar kaybına sebep olacağı, tartışma götürmez bir noktadır.

Dört Model'in ikincisi ise, zaman zaman Kamuyu Bilgilendirme Modeli olarak da anılan Kamusal Bilgi Modeli'dir. Kamuyu Bilgilendirme Modeli, 1900'lerden başlayarak 1929 buhranına kadar yoğun olarak kullanılmıştır ve en temel işlevi de, bir kişi ya da kurumun kendisi ve faaliyetleri hakkında hedef kitlesine bilgi vermesi olmuştur. Bu model, doğru ve eksiksiz bilgi sunma hedefini taşıması bakımından Basın Ajansı/Tanıtım Modeli'nden farklılaşmıştır ve hedef kitleyi ikna etmek ya da etkilemekten ziyade onlara doğru bilgilerin aktarılması amacına odaklanmıştır (Kalender, 2015:110). Modelin öncü ismi olan Ivy Ledbetter Lee, halkla ilişkilere etik bir bakış açısı kazandırma noktasında önemli bir isim olmuştur; zira Lee ile "Tanıtım olsun da ne şekilde olursa olsun!" şeklindeki çarpık bakış değişmiş, doğru bilgilendirmeyi esas alan doğru bir anlayış esas alınmıştır.

Dört Model'in diğer ikisi ise, Çift Yönlü Asimetrik Model ile Çift Yönlü Simetrik Model'dir. Bu modellerde, diğer iki modelde olan tek yönlülük ortadan kalkmakta ve geri besleme unsurunun devreye girmesi ile birlikte etkileşimi ortaya çıkaran çift yönlülük durumu ortaya çıkmaktadır. Basın Ajansı/Tanıtım Modeli ve Kamuyu Bilgilendirme Modeli, tek yönlü halkla ilişkiler yaklaşımları arasında yer almakta; bu modellerde henüz geri bildirim

mekanizması devreye girmemektedir (Demir, 2015:60). Çift Yönlü Asimetrik Model'in uygulayıcısı olarak Edward Bernays'ın ismi öne çıkmaktadır ve bu modelde bilgilerin kitlelere aktarılmasından ziyade tutum ve davranışlarda değişiklik yaratılabilmesi hususu önemlidir. Model, ikna ve rızanın inşası ile ilişkili olduğundan, zaman zaman ikna edici iletişim olarak da anılmaktadır.

Grunig, bu modeli şu şekilde tanımlamaktadır: “Çift Yönlü Asimetrik Model; bir kurumun istediğini, kendi davranışlarında değişiklik yapmaksızın ya da herhangi bir özveride bulunmaksızın elde etmesidir” (Demir, 2015:61).

Özellikler	MODEL			
	Basın Ajansı/ Duyurma	Kamuoyu Bilgilendirme	İki Yönlü Asimetrik	İki Yönlü Simetrik
Amaç	Propaganda	Bilgilendirme	Bilimsel İkna	Karşılıklı Anlayış
İletişimin Doğası	Tek yönlü; Doğruluk şartı yok	Tek yönlü; Doğruluk önemli	Çift yönlü; Karşılıklı dengesiz	Çift yönlü; Karşılıklı dengeli
İletişim Modeli	Kaynak→Hedef	Kaynak→Hedef	Kaynak→Hedef ← geri besleme	Grup →Grup ←
Araştırmanın Doğası	Çok Az; “evdeki hesap”	Çok Az; Okunabilirlik ve okuyucu araştırmaları	Formatif; Tutum değerlendirme	Formatif; Anlayış değerlendirme
Tarihi Figürler	P.T. Barnum 1850-1900	Ivy Lee 1900-1920	E.L. Bernays 1930-1960	Bernays Eğiticiler, 1970- günümüz
Günümüzdeki Uygulama Alanları	Spor, Tiyatro Ürün Promosyonu	Hükümet, Kar amacı gütmeyen kuruluşlar	Rekabetçi şirketler	Denetlenen modern yapılı şirketler

Şekil 3.4: Grunig ve Hunt'ın Dört Halkla İlişkiler Modeli

Kaynak: Kalender, 2015:108.

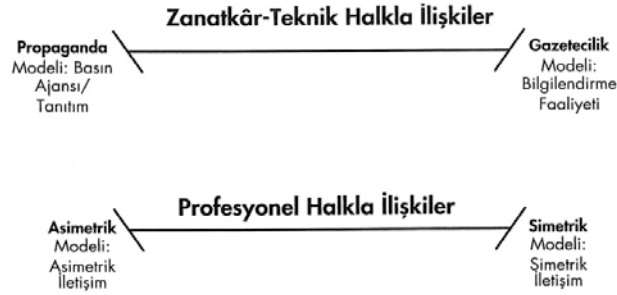
Bu tarafı ile Çift Yönlü Asimetrik Model; Dört Model içindeki en gelişmiş, en yetkin ve iyi yönde bir değişime yönlendirme açısından da en işlevsel olan model olarak ön plana çıkmaktadır.

3.1.2 Halkla ilişkilerde iki yönlü simetrik model

Dört Model içinde zaman açısından günümüze en yakın olan ve gelişmişlik düzeyi bakımından da en güçlü olanı Çift Yönlü Simetrik Model'dir. Bunun sebebi; Çift Yönlü Asimetrik Model'de gelen geri beslemeye yönelik bir değişikliğin olmaması, bu yeni modelde ise bu şekilde bir farkın bulunmasıdır. Çift Yönlü Simetrik Model'in İdeal Halkla İlişkiler Modeli olarak görülmesinin

sebebi de budur. Bu modelde monolog değil diyalog esastır ve dahası ortaya çıkan diyalog ortamı, mesajın çıktığı kaynağı gelen geri bildirimler neticesinde değiştirir. Grunig, sözü edilen bu dört ayrı model üzerinde ikişerli bir grupta yapmış ve Zanaatkar-Teknik Halkla İlişkiler ve Profesyonel Halkla İlişkiler şeklindeki iki ayrı başlığı şu şekilde netleştirmiştir:

İkişer Düzlem Boyunca Dört Halkla İlişkiler Modeli



Şekil 3.5: Grunig'in İkişer Düzlemlili Dört Modeli

Kaynak: Okay, 2015:129.

Çift Yönlü Simetrik Model'de kurumun yöneticileri kamularını oluşturan temsilcilerle fikir alışverişi yapmakta, diyalog kurmakta, empati sağlamakta ve kurumları ile uygulamalarını eleştirebilmektedirler. Böylece de hem ilgili kamular hem de söz konusu kurum, gerekli değişimleri sağlayabilmektedir (Demir, 2015:61). 1920'lerde iknaya dayalı olan İki Yönlü Asimetrik PR Model, 1960'larda ise İki Yönlü Simetrik Model kullanılmaya başlanmış; süreç içinde modellerin artı ve eksi yönleri analiz edilmiştir (McQuail ve Windahl, 1997:225). Dört Model çerçevesinde halkla ilişkiler uygulamalarının gelişim seyrine bakıldığında, gitgide daha verimli ve doğru bir tablonun ortaya çıktığı görülmektedir. Ne var ki bu son gelişmiş modelin sahada ne denli uygulanabildiği noktası önemlidir.

Okay, halkla ilişkilerin simetrik yönü için gereken koşulları şu şekilde sıralamaktadır; iletişimin anlaşmaya götürmesi, sistem yaklaşımı, karşılıklı bağımlılık, sistemlerin açık oluşu, akış dengesi, eşitlik, özerklik, yenilenme, yönetimin merkezîleşmesi, sorumluluk, çatışma çözümü ve ilgi gruplarının liberalizmi (Kalender, 2015:113). James Grunig ise, Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik isimli çalışmasında Çift Yönlü Simetrik Model'in

gelişmişlik düzeyini şu cümlelerle temellendirmektedir: “Bugüne kadarki araştırmalar, Çift Yönlü Simetrik Model’in örgütlerin etkinliğini artırdığını gösteren kanıtlar üretmiştir. Bu araştırmalar iki grupta toplanabilir: halkla ilişkiler etiği ile ilgili olanlar ve farklı modellerin halkla ilişkiler hedeflerine ulaşmaktaki etkinliğiyle ilgili olanlar. Esas olarak bu araştırmalar bize, Çift Yönlü Simetrik Model’in en etik halkla ilişkiler yaklaşımı olduğunu ve etik halkla ilişkilerin de örgütsel hedeflere ulaşmada en etkili modeli oluşturduğunu gösterir” (Grunig, 2005:330). Grunig tek yönlü, çift yönlü, simetrik ve asimetrik modellerin ardında bulunan değişkenleri, yön ve amaç olarak nitelendirmekte; yön özelliği, modelin tek ya da çift olmasını ifade etmektedir. Tek yönlü iletişimde monolog söz konusudur ve tek amaç, bilgiyi yaygınlaştırmaktır. Çift yönlü iletişim ise diyaloga dayalıdır ve bu modelde bilgi alışverişi için çalışılmaktadır. Amaç noktası ise iletişimin simetrik mi asimetrik mi olduğunu ifade etmektedir. Asimetrik iletişimde denge yoktur ve kurum değişmeden olduğu yerde durmakta; sadece hedef kitle değiştirilmektedir. Simetrik iletişimde ise denge söz konusudur ve her iki taraf da değişime uğramaktadır (Saydam, 2016:105). Halkla ilişkiler uygulamalarında asimetrik modelden simetrik modele geçilmesini bir keşif ya da özgün üretim olarak değerlendirmek de pek uygun olmaz. Zira günümüzde hakim olan, hıza, çok yönlülüğe ve çoklu stratejilere dayanan yeni iletişim süreci ile McLuhan’ın deyimiyle global bir köye dönüşen dünya düzeni bunu zaruri kılmaktadır. Dolayısıyla gelinen sürecin halkla ilişkiler disiplini bu değişime zorladığını ve açılımların bu şekilde gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

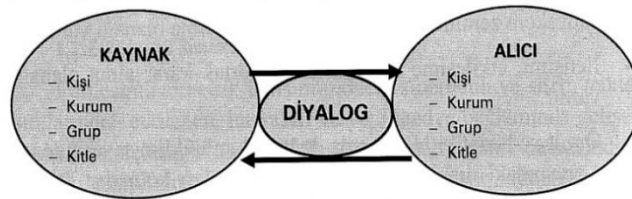
Halkla ilişkiler bir iktidar savaşı değildir ve karşılıklı etkileşim esasına dayanan, kurumların hedef kitleleriyle ortak paydada bütünleşmelerini sağlayan, savunduğu kurumun çıkarlarını gözetmenin yanı sıra toplumun bilgilendirilmesine ve refahına da yönelik faaliyetlerde bulunan planlı ve programlı bir iletişim yönetimidir (Yıldırım, 2015:11). Bu yönü ile halkla ilişkilerin bir sistemli algı yönetimi olduğunu söylemek mümkündür.

3.1.3 Halkla ilişkilerde mükemmellik kuramı

“Mükemmel halkla ilişkiler yaklaşımı, çift yönlü simetrik model mi?” sorusu, halkla ilişkiler bilimi açısından önemli bir sorudur. Zira etik ve verimlilik

açısından halkla ilişkiler uygulamalarında ulaşılan en son nokta olan Çift Yönlü Simetrik Model'in ne derece mükemmeli yakaladığı, sürekli olarak sorgulanmaktadır.

Grunig Çift Yönlü Simetrik Model'e çok önem vermiş ve bunun dışındaki modellerin neredeyse her amacı haklı gösterebilecek modeller olduğunu vurgulamıştır. Olasky ve Gandy ise her türlü halkla ilişkilerin asimetrik olduğu varsayımından yola çıkmış ve her türlü halkla ilişkilerin etik dışı olduğu görüşünü temellendirecek araştırmalarda bulunmuşlardır. Dozier de Grunig'i destekler şekilde, Çift Yönlü Simetrik Model'in sosyal sorumluluk kavramıyla uyuşan tek model olduğunu ifade etmiştir (Grunig, 2005:331). Grunig, iki yönlü asimetrik modelin daha ahlaki bir yaklaşım olduğunu ve uygulamada da daha etkili sonuçlar yarattığını savunmakta; diğer bakışların halkla ilişkiler teorilerini inşa etmek noktasında yetersiz kaldığını dile getirmektedir. Ona göre halkla ilişkiler teorisini üretme potansiyeline sahip olan yegane model, Çift Yönlü Simetrik Model'dir (Becerikli, 2008:187). Halkla ilişkiler klasik tanıtım ve ikna çalışmalarından ziyade sistemin tüm parçalarını içine alan daha profesyonel bir sürece doğru ilerledikçe; daha olgun, daha yetkin bir uygulama biçimine kavuşmuştur. Bu önemli süreçte, halkla ilişkilerin kuramsal arka planının oluşturan sistem teorisi, durumsal teori gibi teorilerin de önemli bir payı bulunmaktadır. Mükemmel halkla ilişkilerde; üst düzey yönetim mutlaka iletişim politikasının merkezî önemini anlamalı, iki yönlü hareket tarzını desteklemeli ve ilgili departmanları stratejik planlama sürecine dahil etmelidir (Grunig, 2005:2017).



Şekil 3.6: İki Yönlü Simetrik İletişim Modeli

Kaynak: Tutar, 2008:61.

Çift Yönlü Simetrik İletişim'de gönderici ve alıcı arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur ve iletişim sürecine sadece akıl değil, sezgiler de yön vermektedir. Dolayısıyla çift yönlü iletişim, aynı zamanda reflektif bir iletişim

türüdür ve hem kaynak hem de hedef sadece mesajın yalın anlamını değil, onu sezgisel boyutunu da kavramaya çalışmaktadırlar (Tutar, 2008:61). Grunig Durumsal Halkla İlişkiler Modeli isimli karma bir model de önermiş ve profesyonel modeller olarak gördüğü asimetrik ve simetrik modeli birleştirmiştir.

İletişim Uygulamasının Türü	Açıklama
1. Tamamıyla asimetrik model	Dahili yönetim kademesinin, ilgi grubunun, kendi (yönetimin) konumunu kabul etmesi için ikna edici iletişim uygulaması
2. Tamamıyla işbirliği (kooperasyon) modeli (asimetrik)	Çekirdek grubunun (işletme yönetiminin), ilgi gruplarının isteklerine, ilgilerine esnek davranması için, iletişimin kullanılması,
3. İki taraflı durumsal model (simetrik)	İletişim, ilgi grubunu, işletme yönetimini veya her ikisini de kabul edilebilir bir karşılıklı kazanç alanına yönlendirmek için kullanılır.

Şekil 3.7: Mükemmel Halkla İlişkilerin Durumsal Modeli - (Yeni İki Yönlü Simetrik Model)

Kaynak: Okay, 2015:218.

Grunig ve halkla ilişkiler araştırmasında katkısı olan diğer uzmanlar, bu modelleriyle artık kuruluşların ağırlıklı olarak iki yönlü simetrik ve iki yönlü asimetrik modelleri kullandıklarını dile getirmekte; bu model sayesinde halkla ilişkilerin tek yönlü iletişime dayanan zanaatkar ve teknik yöntemlerinin artık devre dışı kaldığını vurgulamaktadırlar. Ancak Türkiye açısından düşünüldüğünde, Grunig'in mükemmellik teorisinin ülkemize henüz uygun olmadığı görülmektedir. Zira Türkiye'de tatbik edilen halkla ilişkiler faaliyetlerinde daha çok ilk üç model kullanılmakta ve feedback mekanizması henüz sağlıklı olarak çalışmamaktadır (Okay, 2015:220). Halkla ilişkiler çerçevesinde çalışan profesyonellerin, uygulama örneklerinde derinleştikçe ve yapılan uygulamaların sayıları arttıkça nelerin yeterli nelerin yetersiz olduğunu görmeleri; uygulanan halkla ilişkiler modellerinin sürekli olarak revize edilmesine sebep olmuştur. Zaman içinde adım adım gerçekleşen bu açılımlar da süreci mükemmel halkla ilişkiler anlayışına taşımıştır. Gelinen aşamanın uluslararası zemindeki en etkin örnekleri ise kamu diplomasisi alanında gözlemlenmektedir.

Mükemmel halkla ilişkiler, en etkili ve etik yöntem olarak iki yönlü simetrik iletişimi benimsemekte; geri bildirim mekanizması sayesinde ortaya çıkan

sağlıklı değişimi esas almaktadır. Uzlaş, ortak anlayış, çatışma çözümü ve müzakere gibi temellere oturan iki yönlü simetrik halkla ilişkiler ve dolayısıyla mükemmel halkla ilişkiler; etkili bir kamu diplomasisi için de en uygun model olarak görülmektedir (Yıldırım, 2015:14). Çağın gereklerine uyum sağlayabilmek ve ihtiyaçları karşılayabilmek bakımından mükemmel halkla ilişkilerin sahaya taşınabilmesi bu anlamda önem taşımaktadır.

3.2 Halkla İlişkilerde Algı Yönetimi

Halkla ilişkiler, bir bilim olarak sistemli iletişim stratejilerini içermekle birlikte; algılara, dolayısıyla da duygu ve düşüncelere şekil verebilme noktasında reklam gibi, propaganda gibi ikna edici iletişim modellerine yakınlaşmaktadır. Reklam, halkla ilişkiler ve propaganda alanlarının hepsi, ikna edici iletişimin bir parçasıdır. İkna edici iletişim, kişilerin ve kitlelerin belli bir kanaat edinerek bu kanaate uygun davranmalarını amaçlamaktadır. Dolayısıyla reklam, halkla ilişkiler ve propaganda; ikna edici iletişim türleri olarak birbirlerine çok benzemektedirler (Becerikli, 2008:27). Ne var ki, halkla ilişkiler propaganda ile zaman zaman yakınlaşan bir alan olsa da arada çok ciddi bir fark vardır. Kaldı ki halkla ilişkilerin propagandaya benzemesi ve kendi öz varlık alanını yitirmesi, hiç de istendik bir durum değildir.

Propagandada, kitleleri bir yandan inandırırken öte yandan da yönetmek için bilimin sağladığı bütün olanaklardan yararlanma tekniği esas alınmıştır. Bu nedenle de propaganda samimiyet ya da doğruluk noktasında problemlili bir iletişim yöntemi olarak görülmüş ve olası etkilerinden endişe duyulmuştur. Halkla ilişkilerde ise karşılıklı anlayış ve kamu yararı esas alınmakta; tüm iletişim süreci güven, doğruluk ve etkileşim temelinde yürümektedir (Güllüoğlu, 2009). Halkla ilişkilerin bu anlamda reklam ve propaganda gibi alanlara yakınlaşması, aynı zamanda bir manipülasyon zeminine girmesini de beraberinde getirmektedir. Zira bu tür sıcak zeminlerde algılara yön verilebilmesi adına kullanılan manipülasyon teknikleri, bugün oldukça revaçtadır ve amaca giden yolda birçok kişi ya da kuruluş bu yolu kullanmaktadır. Dolayısıyla halkla ilişkiler alanında algı yönetimi denildiğinde ikircikli bir boyutla karşılaşılmakta; işin bir iletişim stratejisi boyutu bir de manipülasyon boyutu sahada ayrı ayrı müşahede edilmektedir.

Olasky 1984'te Bernays'la bir röportaj yapmış ve bu röportajda halkla ilişkiler felsefesine ilişkin olarak bazı tespitlerde bulunmuştur. Bu tespitleri şu şekilde sıralamak mümkündür: kitleler arasında duygu mantıktan daha güçlüdür ve kitlelerin halkla ilişkiler teknikleri yoluyla manipülasyonu, kaosu önlemenin ve kamu düzenini sağlamanın bir yoludur (Becerikli, 2008:52). Halkla ilişkiler alanının bilindik isimleri arasında yer alan Ali Saydam, Algılama Yönetimini Öğrenirler İnşallah başlıklı köşe yazısında algı/lama yönetiminin stratejik boyutuna dikkat çekmiş, sağlıklı iletişim stratejilerine dayanan boyutu ile profesyonel bir algı yönetiminin önemini şu cümlelerle özetlemiştir: *“Dehşet verici ölçeklerdeki değişim ve dönüşümlerin yaşandığı günümüz dünyasında ‘sağlıklı iletişim’, özellikle karar alma ve ikna süreçlerinde ihtiyaç duyulan enerji ve oksijenin kaynağına ulaşmak anlamına geliyor. Ve aynı zamanda sağlıklı iletişim kurma becerisi, kişiler, siyasiler, partiler, kamu ve özel sektör kurumları, medya, iş ve üretim dünyası için de günümüzde olmazsa olmaz hasletlerin başında. Bu nedenle dünyada pek çok kurum iletişim danışmanlığı hizmeti alarak hem olası krizlere karşı önlemlerini almaya, hem itibar yönetiminden konu ve liderlik iletişimine, medya ilişkilerinden etkinliklerine kadar pek çok alanda süreçlerini pazardaki büyük rekabet ve değişimlere karşı koruma altına almaya çalışıyor”* (Saydam, 2015). Halkla ilişkiler çatısı altında uygulanması gereken profesyonel algı/lama yönetimine bu tespitlerle vurgu yapan Saydam, işin zaman zaman kara propagandaya dönüşen ve tamamen manipülatif bir zeminde ilerleyen diğer yönüne ise şu cümlelerle dikkat çekmiştir: *“Bir ürün, fikir ya da hizmeti tamamen gerçekler üzerinden anlatarak hedef kitle nezdinde güven ve itibar oluşturma ve ikna eyleminin adı olan algılama yönetimi, işin içine istihbarat güçleri dahil edildiğinde postmodern bir iletişim çorbasına döndürülerek, tamamen savunmasız (Türkiye'nin istenilen düzeye ulaşmamış kamu diplomasisi hizmetleri nedeniyle) bir alanda at koşturup pekala kara propaganda olarak algılatılabilmektedir. Karşılığında da biz çok büyük bir iletişim olanağı olan ‘Algılama Yönetimi’ni uygulamayı bir yana bırakarak, işin sahtesi olan ‘Algı Operasyonu’ deyimini uydurarak, meşrulaştırarak kendi ayağımıza kurşun sıkıyor, neredeyse bu alandaki tüm iletişim hizmetlerinden kendimizi mahrum bırakarak, kendi kendimizi cezalandırıyoruz”* (Saydam, 2015). Sonuç olarak halkla ilişkiler disiplininin profesyonel mantığı dahilinde icra edilmesi gereken algı/lama yönetimi; aslında günümüzde çok önemli bir jokerdir, olmazsa olmazdır. Ne var ki *“Algılama*

Yönetimi, yaptıklarınızla (hakikatle), algılanan (gerçeklik) arasındaki uçurumu kapatmayı hedefler.” tespitinde bulunarak idealin sınırlarını çizen Saydam’ın da sürekli olarak vurguladığı üzere; bugün sahada bu profesyonel mantıktan ziyade Spin Doctor anlayışına dayalı sahte bir PR faaliyeti etkindir.

Significant Progress in the News, Türkçe karşılığıyla haberde belirgin seyir kelimelerinin baş harflerinden oluşan spin terimi; halkla ilişkiler alanında son derece popüler bir ifade haline gelmiştir. Fiil olarak döndürmek, çevirmek, eğirmek, bükmek, uydurmak, masal okumak anlamlarına gelmektedir ve bu işi gerçekleştiren Spin doctor’lar da, kimi zaman gündemi belirleyici kimi zaman da gündemi belirleyen medya mensuplarını araç olarak kullanan kimselerdir (Özgen ve Bayraktar, 2014). Halkla ilişkiler, duyguları hareketlendiren eylemler aracılığıyla insanların gözlerini boyayabilmekte ya da şaşkınlığın ürettiği atalet duygusundan yararlanarak belirli alanlarda statükonun kabulünü sağlayabilmektedir (Becerikli, 2008:45). Bu anlamda tıpkı algı yönetimi noktasında olduğu gibi iki farklı halkla ilişkiler söz konusudur ve aslında halkla ilişkiler algı yönetiminin kendisi, bir nevi ana disiplindir.

3.2.1 Bir halkla ilişkiler stratejisi olarak algı yönetimi

Halkla ilişkilerin ideal, yani profesyonel boyutu ile uygulanan bir algı/lama yönetimi; kullanan tarafa itibar getirecek, güç kazandıracak bir eylemler zinciridir. Zaten yapılan birçok halkla ilişkiler tanımında bu disiplinin bir yönetim fonksiyonu olarak görülmesinin sebebi, algı yönetimi ile olan birebir ilişkisidir. Zira halkla ilişkilerin yönettiği şey o kurumun ya da bireyin kendisi değil, o kurum ya da kişi ile ilgili algıdır. Bu bakımdan algı/lama yönetimi aslında halkla ilişkiler disiplininin omurgası durumundadır.

Dünya Halkla İlişkiler Dernekleri Birliği’nin (World Assembly of Public Relations Associations) 1978’de Meksika’da düzenlediği toplantıda bir halkla ilişkiler tanımı yapılmış ve mesleğin seyrinde bu genel tanımın ufuk açıcı bir rolü olmuştur. Bu tanımda halkla ilişkilerin; trend analizleri yaparak ve bu trendlerin doğuracağı sonuçları tahmin ederek, yöneticilere hem kamu hem de organizasyon yararına faaliyetler düzenlemesi konusunda danışmanlık yapan bir sanat ve sosyal bilim dalı olduğu dile getirilmiştir (Saydam, 2016:102). Tanımda belirtilen trend analizlerinin iki boyutu bulunmaktadır. Birinci boyut; *“Şu an gösterimde olan ve beğeni gören*

mevcut akımlar, diller, söylemler nelerdir?” sorusuna yanıt aramaktadır. İkinci boyut ise; danışmanlık verilen kişi, kurum ya da kuruluşun bu trend içindeki uygun yerini belirlemek ve o yerin içini dolduracak argümanları üretmekle meşgul olmaktadır. Bu meşguliyet süreci ister istemez bir imaj ve itibar yönetimi noktasına getirmekte, hedef kitleye sunulan figürün vizyon ve misyonuna uygun bir profil çizilmekte ve çizilen profilin hedef kitle ile olan sağlıklı iletişimini tesis edebilmek adına bir dizi iletişim stratejisi uygulanmaktadır. Belirlenen iletişim stratejilerinin uygulanması sürecinde etik hassasiyetlerin gözetilebilmesi son derece önemlidir. Zira manipülasyona dayalı bazı PR faaliyetleri o an kitlelere ilginç gelse de, orta ve uzun vadede ciddi bir itibar kaybına neden olmaktadır.

Halkla ilişkiler ile ilgili meslek kuruluşları 1960’lı yıllardan sonra alana eğilmişler ve bu konuda evrensel kabul görececek adımlar atmışlardır. Bu açılımlar meslek adına olumlu izlenimler yaratmış ancak oluşturulan deklarasyonların aynıyla sahada tatbik edilmesi mümkün olmamıştır. Bu kapsamda belirlenen ve evrensel olarak düşünülen etik değerler her ülkenin kendi yerel koşullarına uygun olmamış ve bölgelere göre anlam ve içerik değişiklikleri yaşanmıştır. Bu durum da, üzerinde durulan evrensel etik değerlerin pratikte netice getirebilmesine engel teşkil etmiştir (Kadıbeşegil, 2006:204-205). Halkla ilişkiler disiplininin geçmişinde, ülkelerin yerel farklılıklarından kaynaklanan bu tür bir uyumsuzluk söz konusu olsa da; aslında küreselleşen dünyada neyin insana yakışır ve neyin ise etik değerlere uygun olmayan bir yapı taşıdığı son derece açıktır. Bu anlamda beğenilme ve güçlenme tutkusunu içinde hareket eden tüm aktörlerin bu önemli hususu göz ardı etmemesi gerekmektedir.

Algı yönetimini yanlış tanımlayan ve icra edenler sebebi ile bu önemli iletişim stratejisinden yararlanmama, onu tamamen kötü ilan ederek sırt dönme noktası ise işin farklı bir boyutunu oluşturmaktadır. Günümüzde algı operasyonu kavramı kullanılırken büyük bir terminoloji hatası yapılmakta ve bu ifade, kara propaganda yerine kullanılmaktadır. Algı yönetimini de içine alan devasa stratejik iletişim dünyasının neredeyse tamamını inkar etmeye kadar çekilebilecek bir anlamlandırma ile algı operasyonu ifadesinin kullanılması son derece yanlıştır ve bu durum güçlü iletişim silahını elimizden almakta, algı yönetimini etkin ve başarılı kullanabilecek yapıları pasifize etmektedir (Saydam, 2016). Sonuç olarak algı

yönetimi iki yönlü bir süreçtir ve olumlu işlevlerinden azami ölçüde istifade etmek, olumsuz boyutundan da korunmak esastır.

3.2.2 Algı yönetimi ve geribildirim ilişkisi

Profesyonel algı yönetiminde, hedef kitleden kaynağa yönelen geribildirimler oldukça önemlidir. Zira algının istenilen yönde şekillendirilebilmesi ve dahası kalıcı kılınabilmesi için bu veriler doğrultusunda yeni söylem ve eylemler üretilmelidir. Geribildirim mekanizması, iki yönlü iletişimin açığa çıkardığı bir durumdur ve alınan verilerin sağlıklı analizi ve uygulanması nispetinde iyileşme sürecini hızlandırır.

Halkla ilişkilerin simetrik modeli, iki yönlü ve anlamaya dayalı bir iletişim biçimidir. Bu avantajı sebebiyle de sosyal sorumluluk kavramıyla tutarlı olan tek model olma özelliğini taşımaktadır. Bu modelde güçlü iletişim ve etkileşim, hedef kitlenin önemsendiğini ve değer verildiğini hissetmesi gibi ayırıcı faktörler söz konusudur (İnan). Geribildirim mekanizmasının profesyonel algı yönetiminde süreci iyileştirmek adına gördüğü işlev, manipülasyona dayalı algı yönetiminde ise çok daha farklı bir boyuta evrilmiştir. Zira orada alıcıdan gelen dönütler yeni bir manipülasyonun oluşturulmasına ya da mevcut aldatmacanın kuvvetlendirilmesine hizmet etmektedir. Bu nedenle gerçek ilişkilere, sağlıklı bir iletişime dayanması gereken ideal algı yönetiminde süreci iyileştirici gücü olan geri bildirim mekanizması, manipülasyona dayalı algı yönetiminde aynı fonksiyonu icra etmemektedir.

Ertekin, manipülasyona dayalı algı yönetimi ile ilgili bir örneği şu şekilde temellendirmektedir: *“Algı yönetimi, yanlış bir algıyı düzeltmek için kullanılabilceği gibi tam tersine insanları kandırmak, manipüle etmek, gerçekleri ve asıl niyeti gizlemek veya kötü niyetle menfaat elde etmek gibi amaçlarla da kullanılabilir. Algı yönetimi ile ilgili bazı örnekler vermek istiyorum. Mesela Sultan II. Abdülhamid’i bize Kızıl Sultan diye yutturdular. Türkler hâlâ Avrupa’da barbar olarak biliniyor. Bazı Batılılar tarafından, hâlâ bizim eski zamandaki kıyafetlerle günlük yaşamımızı sürdürdüğümüz imajı verilerek geri kalmış bir toplum algısı oluşturulmaya çalışılıyor. Hatta birçok Hollywood filminde Türkiye uyuşturucu, kaçakçılık ve her türlü suçların merkezi gibi gösterilmeye çalışılıyor. Oysaki Türkiye’deki suç oranları ABD’den çok daha düşük. İslamofobi de algı yönetiminin en başarılı örneklerinden birini oluşturuyor. Bu sayede üç beş terörist bahane*

edilerek koskoca İslam dünyası terörist gösterilmeye çalışılıyor. Bir yandan da demokrasi getireceğiz diye dünyayı ve İslam âlemini kana bulayan ülkeler demokrasinin beşiği olarak gösteriliyor” (Ertekin). Ertekin’in verdiği II. Abdülhamit örneği üzerinden gidilecek olunursa; bu noktada yaratılan algının sadece uluslararası zeminlere ait olmadığı, aynı algının ulusal zeminde de eşzamanlı olarak yapılandırıldığı görülecektir. Zira Tunaya’nın şu açık tespitleri bu durumu doğrulamaktadır: *“II. Abdülhamit’in yaşamı boyunca ‘Kızıl Sultan’, ‘Pinti Hamit’ ve koyu bir müstebit olarak tanıtılmasında İttihat ve Terakki’nin büyük rolü olmuştur. Bugünkü kuşaklar II. Abdülhamit’i İttihatçıların görüş açılarından ve yorumlarından tanımışlardır”* (Tunaya, 2015:193-194). Sonuç olarak manipülasyona dayalı algı yönetiminde geri bildirim mekanizmasının nasıl işlediğine bakılacak olunursa; alıcıdan gelen ya da gelecek olan geribildirimlerin, doğruluk zemininin yitirildiği bir ortamda yeni bir bilgi kirliliği yaratmaktan öteye gitmeyeceği görülecektir. Ancak aynı geribildirim mekanizmasına, sağlıklı iletişim stratejilerine dayanan profesyonel algı yönetimi açısından bakıldığında ise; çok daha net, sağlıklı, çift yönlü iletişime dayanan bir gelişim süreci ile karşılaşmaktadır.

3.2.3 Mükemmel halkla ilişkiler ve algı yönetimi ilişkisi

Çift Yönlü Simetrik Model’in ve dolayısı ile de etkin bir geri bildirim mekanizmasının devrede olduğu Mükemmel Halkla İlişkiler, algı yönetimi sürecinden verim almak noktasındaki en ideal halkla ilişkiler biçimidir. Zira bu bakış açısında ve uygulama modelinde bütüncül bakış esastır. Mükemmel halkla ilişkiler, sistem anlayışını içermekte ve iletişimin tüm unsurları arasında sürekliliğe dayanan bir bağlantı kurmaktadır. Mükemmel Halkla İlişkiler bu anlamda algı/lama yönetiminin işini kolaylaştırmakta ve azami ölçüde bir yararlılık sağlamaktadır.

Halkla ilişkiler disiplinindeki en temel parametrelerden birisi, doğru bir hedef kitle analizidir. Bu çerçevede hedef kitlelerin istek ve gereksinimlerinin net olarak belirlenebilmesi; bunların karşılanabilmesi ve doğru hizmetlerin sunulabilmesi için son derece önemlidir. Başarılı bir yönetim için iç ve dış paydaşlarla yakın ilişkiler kurulmasını ve etkin bir şekilde sürdürülmesini esas alan yaklaşım, J. Grunig’in Mükemmel Halkla İlişkiler anlayışıdır. Grunig ve arkadaşları her açıdan mükemmel sayılan örgütlerin aynı zamanda mükemmel iletişim programlarına sahip olup olmadıklarını belirlemek üzere bir literatür taraması gerçekleştirmişlerdir. Bu

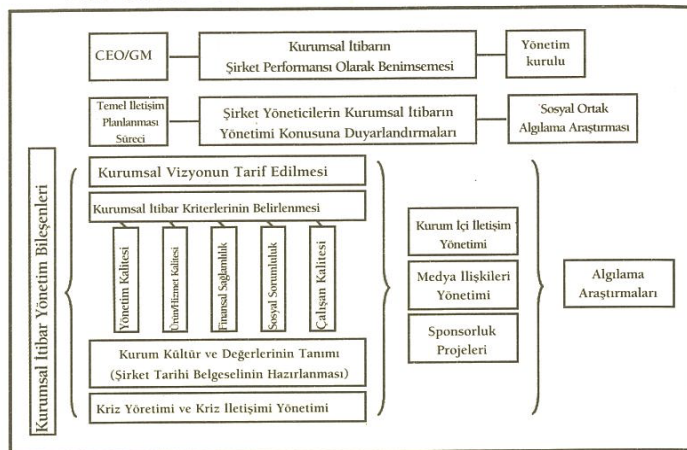
çalışmada, yönetimin mükemmelliği adına belirlenen parametreleri şu şekilde sıralamışlardır; insan kaynakları, organik yapı, girişimcilik, simetrik iletişim sistemleri, liderlik, güçlü-katılımcı kültürler, stratejik planlama, sosyal sorumluluk, kadınlara ve azınlıklara destek, kalitenin önceliği, etkin operasyon sistemleri, işbirlikçi bir toplumsal kültür. Bu özellikler içerisinde yer alan stratejik planlama ve simetrik iletişim sistemleri, ise; zaten mükemmel halkla ilişkiler uygulamalarının nitelikleri arasında yer almaktadır (Doğan, 2015:76). Mükemmel Halkla İlişkiler anlayışı çerçevesinde uygulanan bir algılama yönetimi, açık noktaların giderilmesini tesis edecek bütüncül bir bakışa sahip olduğundan; istenilen yönde bir algının oluşturulması noktasında sonuç vermektedir. Ancak tek yönlü iletişime dayanan, geri bildirim mekanizması sağlıklı işlemeyen, parçalar arası iletişimde belirli bir düzeyi aşamamış tüm modeller; sağlıklı algının oluşturulmasında ve korunmasında başarısız kalmaktadırlar.

Çift yönlü iletişime ve değişime dayanan bu bütüncül bakışın etkin kullanım alanlarından birisi de kamu diplomasisidir. Sistemli, aktif, çok yönlü bir paradigmayı içeren mükemmel halkla ilişkiler anlayışının uluslararası arenadaki kullanımı; ülkelerin geleceği ve dünyanın günümüz diline uygun çerçevede şekil alması bakımından son derece önemlidir. Devletler kendileri ile ilgili algıyı istenilen yönde yapılandırabilmek için mükemmel halkla ilişkileri kamu diplomasisi alanında etkin bir biçimde kullanmaktadırlar. Uluslararası ilişkiler alanının geçmişine bakıldığında, 1800'lü yıllar itibarıyla tek yönlü ve daha çok tavandan tabana doğru kullanılmaya başlanan halkla ilişkiler teknikleri görülmektedir. Ancak daha sonraki süreçlerde halkla ilişkiler alanında yaşanan gelişmeler kapsamında uluslararası arenada uygulanan yöntemler de değişmiş ve güncel iletişim dinamiklerinin gerektirdiği diyalog süreci ve çift yönlü simetrik modele dayanan çağdaş kamu diplomasisi faaliyetleri ön plana çıkmıştır. Halkla doğrudan ilişki kurulmasına olanak sağlayan çift yönlü simetrik sistem proaktif, hızlı ve dikkatli bir şekilde kullanıldığı zaman; kamu diplomasisi zemininde çok olumlu neticeler vermektedir (Erzen, 2014:111). Bu anlamda sahada uygulanan modellerin süreç içinde Çift Yönlü Simetrik Model'e doğru evrildiği görülmekte ancak çoğu zeminde de bu modelin sağlıklı tatbiki henüz sağlanamamaktadır.

3.2.4 Halkla ilişkilerde itibar yönetimi ve algı yönetimi ilişkisi

İtibar yönetimi de algı yönetimi de aynı amaca hizmet etmektedir ve bu faaliyet alanları son derece girift bir ilişki içindedir. Zira itibarın yapılandırılması için sürekli bir algı yönetimine ihtiyaç duyulmakta, algı yönetiminin başarıya ulaşması neticesinde elde edilen kalıcı sonuca da itibar denmektedir. Bu anlamda son derece benzer bir işlev gören bu iki alan, halka ilişkiler disiplininin temel çalışma alanı içinde yer almaktadır.

İtibar yönetimi noktasında önemli çalışmaları olan Kadıbeşegil, bu alandaki faaliyetlerin geçmişine yönelik olarak şu temel tespitlerde bulunmaktadır: “İtibar ve algılama kavramları ile ilgili 1990’ların ortalarında çok kaotik bir ortam vardı. Dünyanın önde gelen büyük, çok uluslu halkla ilişkiler şirketleri, kendilerini farklılaştırmak için bu kavramları kullanıyorlar ve halkla ilişkilerden farklı bir şey yaptıklarını iddia ediyorlardı. Oysa verilen hizmetlerin kapsamına ve içeriğine baktığımızda, marka iletişimi ve halkla ilişkilerden farklı bir şey yapmadıkları gibi bir izlenime kapılıyorduk. İşin ölçümleme ve araştırma boyutundaki değerlendirmelere baktığımızda da elde somut bir şey yoktu. Kurumsal itibarı hangi kriterlerle tanımladıkları, hangi performans göstergeleri ile ölçümleme yaptıkları ve bu ölçümlenmelerle ilgili araştırma yöntemleri konusunda ortaya net bir şey çıkmıyordu. Yani o dönemlerde itibar yönetimi veya algı/lama yönetimi konusunda ortaya konan çalışmaların büyük bir bölümü sağlıklı değildi” (Kadıbeşegil, 2006:201).



Şekil 3.8: Kurumsal İtibarın Yönetim Modeli

Kaynak: Kadıbeşegil, 2006:122.

Bu anlamda itibarın yönetilebilmesi ve sürdürülebilmesi açısından halkla ilişkiler stratejileri doğrultusunda birçok parametre oluşturulmakta ve bu parametreler çerçevesinde yapılan teknik ölçümler, alandaki algı araştırmaları ile desteklenmektedir. Bir bireyin, kurum ya da kuruluşun kendi kulvarında belirli bir itibar yönetiminde bulunması ve istenilen yönde güçlü bir algı oluşturması süreç içinde yeterli olmamakta; bu aşamada devreye 'sürdürülebilirlik' olgusu girmektedir. Zira ne kadar güçlü bir itibar elde edilirse edilsin, ne denli sağlıklı ve güçlü bir algı oluşturulursa oluşturulsun; sürdürülemedikten sonra bir anlamı kalmamaktadır.

Kurumsal itibar kalıcı bir durum olmadığından, ciddi bir sürdürülebilirlik istemektedir. Zira işletmenin veya markanın uzun yıllar boyunca emek, zaman ve para sarf ederek oluşturduğu itibar, yanlış bir davranış neticesinde birden yitirilebilir. Ancak bu tarz kriz durumlarında kurumsal itibarın gücü büyük önem taşımaktadır. Çünkü kurumsal itibar ne kadar yüksek olursa, olumsuz bir krizi atlatmak da o derece kolay olacaktır (Okay, 2016). İtibar yönetimindeki püf noktalardan biri ise, hedef kitleye sunulan ürün, hizmet ya da fikirle ilgili güçlü bir marka yaratabilmektir. Zira markanın kalıcılığı ve gücü, hedef kitleye sunum yapan aktörün itibarını belirler. Bu noktada güçlü markalar yaratarak itibar sağlayanların, aynı zamanda uyguladıkları marka yönetimi çerçevesinde kitlelere bir düşünüş modeli, yaşam tarzı aşıladıkları da söylenebilir. Zira kitlelere sunulan her bir markanın arka planında bir düşünsel ya da duygusal kod bulunmaktadır. Bu psikolojik ya da sosyal kodlar aracılığı ile sergilenen algı yönetimi, süreç içinde kitlelerin bilinçlerini de inşa eder. Harley Davidson markasının bu anlamda karakteristik bir örnek olduğu ifade edilebilir.

1903 yılında Amerika'da doğan Harley-Davidson, bugün sadece bir motor markası değildir ve bir kültürün, yaşam tarzının ifadesi olarak varlığını sürdürmektedir. Bu anlamda sahiplerinin kişiliklerine yansıyan bir marka olduğundan, ciddi bir sorumluluk taşımaktadır. Cehennem Melekleri'nden bugüne gelen Harley-Davidson, kullanıcılarının oluşturduğu HOG ile apayrı bir dünyada apayrı bir kültür, kimlik ve ruh paylaşmakta; üzerinde taşıdığı bu felsefeyi alıcılarına da yaymaktadır. Dünyada dövmesi yapılan ilk motor markası da yine Harley-Davidson'dır. Bugün yine aynı şekilde markalar arası büyük bir savaş söz konusudur ve markaların dışarı yansıttıkları fikirleri benliğinin bir parçası yapan tüketiciler, yani marka fanatikleri; Harley-Davidson dışında Apple, Coca-Cola, Google, BMW gibi markaları da

vücutlarında ölümsüzleştirmektedirler (Batı, 2015:307). Reklam kültüründeki en büyük sır doğallık ve bireyle kurulan yakınlıktır. Bu nedenle içten ve samimi bir yaklaşım benimseyen reklam mesajları; sürekli olarak arkadaşlık, sevgi, empati gibi pozitif duyguları anımsatarak hedef kitleyi yakalamaya çalışmaktadırlar (Tosun, 2014:573). Propaganda, ikna, kitle psikolojisi gibi alanlarda etkili çalışmalar yapan ünlü halkla ilişkiler uzmanı Edward Bernays'ın halkla ilişkilerin sosyal değer yarattığına dair vurgusu da bu durumu desteklemekte; itibar yönetimi için kullanılan argümanların aynı zamanda farklı bir algı yönetimi işlevi gördüğünü göstermektedir. Ne var ki en yalın, en düz anlamı ile algı yönetimi; sunulan ürün, hizmet ya da düşüncenin hedef kitle tarafından satın alınmasını sağlamakta ve sunum yapana, esaslı halkla ilişkiler stratejileri çerçevesinde iyi bir itibar kazandırmaktadır.

3.2.4.1 Halkla ilişkilerde imaj yönetimi

İmaj ve imaj yönetimi, halkla ilişkilerin başlıca faaliyet alanlarından biridir. Zira hedef kitlede istenilen yönde bir algı oluşturabilmek ve itibarı yönetebilmek için çeşitli argümanlara ihtiyaç vardır. İmaj, hedef kitlede istenilen algının oluşabilmesi noktasında en önemli öğelerden birisidir. Ancak imaj yönetiminin, sağlam stratejilere dayanması gerekmektedir.

Özsoy imajın ne olduğunu ve ne olmadığını şu cümlelerle özetlemektedir: *“İmaj, insanlara kendinizi gerçekte olmadığınız gibi gösterip aldatmak demek değildir. Bunun tam tersidir. Kim olduğumuzu ve başkalarına neler sunabileceğimizi dürüst ve samimi bir biçimde ifade etmemize yardımcı olacak yararlı bir araçtır. Burada hile değil, imajınızın sizin yararınıza çalışmasını sağlayacak etkili teknikler söz konusudur”* (Özsoy, 1999:8). Algı/lama yönetimi alanındaki uzman isimlerden Ali Saydam, imaj kavramının çok temelsiz, askıda kalmış bir kavram olduğunu vurgulamakta ve bunun yerine itibar veya algılamanın kullanılması gerektiğini şu sözlerle ifade etmektedir: *“Grunig gibi biz de iletişim boyunda (resim, fotoğraf vs. dünyasında değil tabii ki) ‘imaj’ yerine ‘itibar’ veya ‘algılama’ kavramının kullanılmasının daha doğru olacağına inanıyoruz. Sadece inanmıyoruz, biliyoruz da”* (Saydam, 2016). İmaj yönetimi, ticaret hayatından diplomasiye kadar birçok alanda kullanılmaktadır. Yine siyaset de imajın etkin kullanıldığı alanların başında gelmektedir. Politikada imaj yönetimi yöntemlerine ağırlık verilmesi, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra televizyon ile birlikte başlamıştır. Bu kavram hem politikacının

kişisel imajının hem de siyasal partilerin kurumsal imajının geliştirilmesine ve iyileştirilmesine yönelik biçimde kullanılmakta; bireysel ve sosyal nitelik taşımaktadır. Politikacılar artık sadece sözleriyle değil, bunu nasıl söyledikleri ve yaptıklarıyla da değerlendirildiklerinden; imaj çağı adı verilen bir dönem başlamıştır. Siyasal aktörler arasındaki politik farklar azaldığında ve hepsi birbirine benzemeye başladığında imaj daha da ön plana çıkmış ve ayırıcı bir özellik olarak işlev görmeye başlamıştır (Oktay, 2002:85). Yine ülkelerin uluslararası arenada kendilerini tanıtmak adına yaptıkları açıklamalar da imaj yönetiminin bir parçasıdır. Bir ülke kendisine nasıl bir misyon ve vizyon biçti ise, kendisi için seçtiği imaj da o doğrultuda yapılandırılmaktadır.

Kamu diplomasisi en basit anlamı ile kamuoyu oluşturma amacıyla algı şekillendirme veya imaj üretme sürecidir. Amaç algıları ve tutumları değiştirmek, istenilen doğrultuda bir imajı yapılandırabilmektir. Bir ülkenin düşünce, ideal, kültür, kurumları, siyaseti ve millî amaçlarının dış ülkelere iletilmesi süreci de yine bir kamu diplomasisi tanımıdır. Bu çerçevede ABD 11 Eylül sonrasında Müslüman ülkelere yönelik bir imaj çalışması başlatmış ve Amerika'ya ait dış politika anlayışını farklı ülkelere tanıtmayı amaçlamıştır. Bir başka uluslararası imaj çalışması örneği ise Türkiye'nin hükümet nezdinde Somali'ye başlattığı insani yardım faaliyetleri ve Arap Baharı ülkelerine yapılan ziyaretlerdir. Bu noktada yürütülen faaliyetler Türkiye'nin kamu diplomasisi stratejisi olmanın yanında, iç siyaset için de verimli çalışmalar olmuştur (Özdağ, 2011). İmaj, bir tasarımdır ve bu tasarım çeşitli düşünce kodlarını içermektedir. Bu kodlar çerçevesinde ortaya bir kompozisyon çıkmakta ve bu kompozisyonun oluşturduğu algı kitlelerin kabulü ile sosyal ortama aktarılmaktadır. Albert Bandura'nın 1977 ve 1994'te ortaya attığı Toplumsal Biliş Kuramı (TBK), medyanın etkilerini inceleyen psikoloji bilimi içinde ön plana çıkmış bir kuramdır ve genel hatları itibarıyla, başkalarının davranışlarının gözlemlemeyle öğrenilmesi üzerine kuruludur (Tokgöz, 2015:228). Toplumsal Biliş Kuramı bağlamında bireyler, kurum ya da kuruluşlar; tasarladıkları hikayeden, bu hikayenin oluşturduğu algıdan, o algıyı inşa eden imajlardan ve düşünce kodlarından sosyal sorumluluk bağlamında mesuldürler. Bunun için de kaynağın alıcıya nasıl bir mesaj verdiği ve bu mesajı nasıl yapılandığı son derece önemlidir.

Bu noktada devreye halkla ilişkiler uzmanı girmekte ve profesyonel halkla ilişkiler stratejileri kapsamında gereken açıklamaları sergilemektedir. Ancak herhangi bir idari

yönetici ile bir halkla ilişkiler uzmanının yapacağı işler birbirinden farklı olduğu için; imaj, itibar, algı yönetimi gibi hususlardaki strateji ve uygulamalar mutlaka halkla ilişkiler uzmanına bırakılmalıdır. Kadıbeşegil, itibar yönetimi noktasındaki eşgüdümü ve görev paylaşımını şu şekilde özetlemektedir: *“İletişim disiplininin farklı alanlarında faaliyet gösteren halkla ilişkiler uzmanları, reklamcılar ve iletişim danışmanları; ancak şirket içinde geliştirilen modele uygulama ve danışmanlık desteği verebilirler. Yönetim danışmanları ise kurum kültürüne uygun bir şekilde oluşturulacak itibarın yönetilmesi ile ilgili organizasyonel örgütlenmenin şekillendirilmesine dahil olabilirler. Ancak asla itibar yönetiminin sahibi olamazlar ve olmamalıdır”* (Kadıbeşegil, 2006:82). İtibar yönetimi sistemli ve uzun vadeli bir süreç olarak uygulanmakta ve gerçek başarısı ise zaman içinde ortaya çıkmaktadır.

3.2.4.2 Halkla ilişkilerde imaj ve itibar ilişkisi

İmaj ve itibar arasında son derece yakın bir ilişki bulunmaktadır. Zira itibarı sağlayacak olan uzun soluklu yolda imaj yönetimi adına yapılan uygulamalar son derece belirleyici bir konumdadır.

İtibar, meşhur olmak ya da gazete ve dergi sayfalarında hemen hemen ger gün boy göstermek demek değildir. Televizyon ekranlarından eksik olmamak tanınmayı, ünlü olmayı ve hatta kamuoyunca takdir edilen bir yıldız olmayı sağlayabilir ancak itibar olgusu farklı bir durumdur. Kaldı ki medyada sık yer bulmanın itibar getirip getirmediği meselesi her zaman çok tartışılmıştır. İtibar; kavramsal olarak güveni, saygınlığı ve kredibilitiyi simgelemektedir. İngilizce karşılığı olan ‘reputation’ın anlamları arasında ise nam, ün, şan gibi ifadeler yer almaktadır. Buradan çerçevede itibar ile şöhret arasında bir ilişki olabilir ancak bu durum nedensel, başka bir deyişle zorunlu bir bağ değildir. İtibar konusundaki bir diğer hassas mesele ise; itibar açlığının, itibarın en büyük düşmanı olduğudur (Kadıbeşegil, 2006:118-119). Kadıbeşegil’in vurguladığı üzere itibar uzun soluklu bir sürecin meyvesidir ve gerçek sırrı da sistemli bir çalışmaya, doğru analiz ve uygulamalara dayanmaktadır.

Halkla ilişkiler danışmanları, kurumun iç ve dış çevresinden bilgi toplayan birer ‘anten’ gibi çalışmakta ve tehdit arz eden durumları bir erken uyarı işlevi görek önceden işaret etmektedirler. Yine kurumu ve mensuplarını tehdit eden konuları ve olası problemleri analiz etmek suretiyle yetkilileri aydınlatmak da onların görev

dairesinde bulunan işlerdir. İyi bir halkla ilişkiler uzmanı bir yandan enformasyon işleyici rolünü yerine getirirken; diğer yandan da kurumu iyi temsil etmek durumundadır (Oktay, 2002:19). Halkla ilişkilerin temsil boyutu, imaj yönetimi ile itibar yönetimini içine almaktadır. Ancak bu temsiliyetin altında da sağlıklı stratejilerin belirlenmesi ve uygulanması bağlamında enformasyon yatar. Bilgiyi, veriyi doğru şekilde toplayan ve analiz eden bir halkla ilişkiler uzmanı bu çalışmasını doğru uygulamalarla desteklediği takdirde neticeye ulaşır ve olumlu bir imaj kazanır. Bu olumlu imajı sürdürülebilir kılacak uygulamaları gerçekleştirdiğinde ise imajda bir kalıcılık sağlar ve itibar elde eder.

Çeşitli sebeplerle medyada sık yer alma halini itibarla karıştırmak genel bir yanıştır. Zira medyada yer alan haberler aracılığı ile çizilmek istenen imaj yapılandırılabilir ve güçlendirilebilir; ancak itibar çok daha uzun soluklu ve imajdan daha köklü, kalıcı bir durumdur. İyi bir halkla ilişkiler uzmanı; kısa vadede getirisi olan başarılı bir imaj çalışmasıyla yetinilmemesi gerektiğini, mutlaka uzun vadeli çalışmalarla ana hedefe, yani itibar kazanımına odaklanılması gerektiğini bilmektedir.

3.2.4.3 Algı yönetimi, imaj ve itibar ilişkisi

Anlık ya da kısa süreli bir algının, hedef kitleye sunum yapan hiçbir kurum-kuruluş, ülke ya da şahsa sağlıklı bir getirisi olmamakta; amaca giden yolda mutlaka uzun vadeli ve sistemli bir halkla ilişkiler çalışması gerekli olmaktadır. Bu sistemli ve uzun soluklu süreçte imaj yönetimi ve itibar yönetiminin önemli bir yeri vardır. Ancak çizilen imajın gerçek bir hikayeye dayanması, sağlıklı toplumsal mesajları içine alması ve hedef kitleye yapılan sunumun diğer tüm unsurları ile net bir uyum içinde olması da başarıya giden yolda son derece belirleyicidir.

Kimlikler sadece bilimsel ve biyolojik olgularda var olan temel kavramlar olmayıp, aynı zamanda söylemsel uygulamalardan ve ilişkilerden de etkilenen sosyal üretimlerdir. Kimliklerin sosyal üretimler olması, onların imaj yönetimindeki işlevlerini de ortaya koymaktadır. Zira kimliği temel almayan bir imaj sadece görüntüde var olacak ve hedef kitlenin zihninde yanlış algılamalar yaratacaktır. Dolayısıyla imajın yönetilmesi demek, algılamının yönetilmesi demektir (Sancar, 2014:63). Halkla ilişkiler disiplininin çatısı altında yer alan profesyonel algı/lama yönetimi aslında algıyı yönetmektedir ancak bu yönetimdeki asıl amaç, hedef kitlede sağlıklı bir imaj doğurarak itibar yaratmaktır. Dolayısı ile de algı/lama yönetimi, imaj

ve itibar arasında son derece girift bir ilişki söz konusudur. Halkla ilişkiler stratejileri çerçevesinde yapılandırılan imajın, kazanılan itibarın ve oluşturulan algının ortaya çıkmasında en büyük pay ise iletişim araçlarınınındır. Zira hazırlanan etkili iletişim stratejilerinin çoğu uygulaması, bu araçlar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir.

Halkla ilişkilerde görsel iletişim son derece önemlidir ve basılı yayınlar aracılığıyla kurulan iletişim, mesajın kitleye sağlıklı aktarılmasını sağlamaktadır. Mesajın kapsamı ve içeriğinin belirlenmesi ile doğru yöntemler ve yayın türleri seçilmekte; üretim ve dağıtım sürecinin ardından da mesaj alıcıya ulaşmaktadır (Taşcıoğlu, 2013:4). Kitle iletişim araçlarının yarattığı durumlar, Kitle İletişim Yaklaşımları başlıklı çalışmada şu şekilde sıralanmaktadır: kampanya, toplumsal gerçekliğin tanımlanması ve toplumsal normlar, ani tepki ya da reaksiyon, kurumsal değişme, kültürel ve toplumsal değişim (Alemdar ve Kaya, 1983:58). Hedef kitleye verilecek olan tasarımın yapılandırılmasında ve imaj, itibar, algı yönetimi ağında; mesajın sahibi olan kişilerce sergilenen beden dili de bir o kadar önemli bir faktördür.

Beden dili olarak ifade edilen iletişim dili de algının oluşumu açısından son derece önem taşımaktadır. Herhangi bir alanda liderlik yapabilmek, bir yönlendirici olabilmek ve düşüncüyü zihinlere aksettirebilmek için iyi bir beden dili kullanmak gerekmektedir ve bugün ülke başkanlarının birbirleri arasındaki görüşmelerinde dahi bir beden dili savaşı yaşanmaktadır. Bu savaşın içinde yönlendirici olmak ve hakimiyet kurmak esastır. Beden dili öğelerini ise şu şekilde sıralamak mümkündür; göz iletişimi, yüz ifadesi (mimikler), duruş biçimi (jestler), el, kol, baş, parmak hareketleri, kişiler arasındaki mesafe (Bağcı, 2017:126-127). İmaj, itibar, algı yönetimi ağının uluslararası boyutuna ilişkin bir örneği ise Ekşi şu şekilde temellendirmektedir: *“Türkiye’nin dış politikası açısından bakıldığında, imajların ne kadar önemli olduğu görülecektir. Örneğin Sovyetler’in çökmesinden sonra Türkiye’nin Kafkasya ve Orta Asya açılım politikasına karşı Rusya’nın Türkiye’yi ABD’nin taşeronu imajıyla markalaştırmasının, bölgede Türkiye’nin yürüttüğü politikaların başarısız olmasında diğer faktörler kadar etkili olduğu söylenebilir”* (Ekşi, 2014:93). Sonuç olarak hedef kitleye sunum yapan ister kişi, ister kurum ya da kuruluş, isterse de bir ülke olsun; çizilen imajın realitede karşılığı bulunan bir hikayeye dayanması son derece önemlidir. Fakat sunum yapan bu durumu gözetse bile, herhangi bir rakibinin ya da alternatifinin kendisi hakkında çizdiği imajlara da

dikkat etmeli; itibarına gölge düşürecek bu tarz olumsuz imaj çalışmaları gündeme geldiğinde o tezi çürütecek net açılımlarda bulunmalıdır.

Kamuoyu zemininde, Spin Doctor olarak nitelendirilen birçok manipülatör iş görmekte ve bu durum sunum yapan tarafların imajlarını da olumsuz yönde etkileme riski taşımaktadır. Medya düzleminde son derece popüler olan Spin Doctor kavramının özü; eğirme, örme gibi anlamlara gelen ‘spin’ kelimesine dayanmaktadır. Bu eğirme işlemi kamu düzleminde öyle bir şekilde gerçekleşmektedir ki; durumlar hiç olmadıkları şekillere dönüşmekte ve ciddi bir manipülasyon durumu doğmaktadır. Ne var ki tek yönlü iletişime dayanan ve hiç de etik olmayan bu yöntem, günümüzde halkla ilişkiler uzmanları, basın ve hükümet sözcüleri ya da basın danışmanları tarafından sıklıkla kullanılmaktadır (Ünal, 2016:49). İmaj yönetimi, sosyal sorumluluk bilinci gerektiren son derece önemli bir faaliyet olmakla birlikte; sahada manipülasyona dayalı algı yönetimi çerçevesinde iş gören ve sosyal sorumluluk ya da etik anlayışına uygun hareket etmeyen birçok unsur bulunmaktadır. Dolayısı ile sağlıklı bir algı yönetimi, imajı ya da itibarı zedeleme noktasında ortaya çıkabilecek her türlü manipülasyona dayalı algı yönetimini de gözetmeli ve bu tarz risklere karşı hazırlıklı olmalıdır.

İletişim alanında güncele dönük önemli çalışmaları olan Neil Postman ‘Televizyon: Öldüren Eğlence’ isimli yapıtında; kamuoyundaki bu olası riskleri ‘televizyon’ üzerinden şu şekilde örneklendirir: *“Bu kitaptaki amacım, Amerika’da büyük bir medya-metaforu değişimi yaşandığını, sonuçta kamusal söylemlerimizin önemli bölümünün içeriğinin tehlikeli boyutlarda saçmalaştığını göstermektir”* (Postman, 2014:25). Kısacası sunum yapan hangi mesajı hangi hikaye çerçevesinde temellendirirse temellendirsün ya da hangi imajı oluşturursa oluştursun, bu tasarım kitle iletişim araçları yoluyla gelecek ufacık bir manipülatif darbeye alt üst edilebilir. Bunun için de kontrollü, sistemli, bilinçli bir halkla ilişkiler uzmanı bir yandan mesajların yapılandırılması ve temellendirilmesi ile meşgul olurken; diğer yandan da bu tarz olası darbelere karşı sağlıklı argüman geliştirmek durumundadır. Algıyı, imajı ya da itibarı yönetmek; eş zamanlı birçok faaliyeti bir arada götürürken, risk analizlerini de sürekli olarak güncellemeyi gerektirmektedir.



4. MANİPÜLASYONA DAYALI ALGI YÖNETİMİNİN ÇÖZÜMLENMESİ BAĞLAMINDA KURLAR VADİSİ GLADİO ve KURLAR VADİSİ IRAK ANALİZİ

Çalışmada; algı yönetiminin profesyonel halkla ilişkiler stratejilerine dayanan ve bir ürün, hizmet ya da fikrin hedef kitleye ulaştırılması ve benimsetilmesi noktasında büyük önem taşıyan olumlu boyutu ile kitlelerin manipülasyonuna dayalı olumsuz boyutu ayrı ayrı tanımlanmış ve algı yönetimi denildiğinde bunun ne tür bir algılama yönetimi olduğunun bilinmesinin son derece önem arz ettiğine dikkat çekilmiştir. Zira yaşanan kavram karmaşası ve popüler kültür içinde hakim konuma geçen medyatik dil sebebi ile algı yönetiminin olumlu ve olumsuz, faydalı ve zararlı yanları birbirine karışmış; tezin de araştırma sorularından biri olan “*Algı yönetimini doğru tanımlıyor, doğru konumlandırıyor, doğru kategorize ediyor ve bir yönetim stratejisi olarak doğru kullanıyor muyuz?*” sorusu önem kazanmıştır.

Çalışmanın yöntem bölümünde; algı yönetiminin olumsuz boyutu olan ve kitlelerin görüp okuması, korunması gereken tarafını teşkil eden manipülasyona dayalı algı yönetimine odaklanılmış ve kitleler üzerinde tesirde bulunan, manipülasyona dayalı algı yönetimini konu edinen iki somut örnek olan Kurtlar Vadisi Gladio ile Kurtlar Vadisi Irak filmleri örneklem kabul edilmiştir.

Genel olarak Kurtlar Vadisi Yapımı ile ilgili olarak 2007 yılından bu yana toplam 12 adet yüksek lisans tezi hazırlanmış ve bu çalışmalarda yapım üzerinden imaj yönetimi, medyanın terör konusunda bilgilendirilmesi, yapımın ergenler tarafından alımlanması, politik söylem, milliyetçilik, şiddet, film anlatısında özne sorunu, yapım yönetimi ve çekim teknikleri, bir popüler kültür örneği olarak mafya olgusu, ideoloji ve millî kimliğin inşası, erkek kimliğinin sunumu gibi konularda çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Çalışmamızda ise sadece Kurtlar Vadisi Yapımı'na ait olan iki ayrı film örneklem edinilmiş ve bu filmlerin manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesi noktasındaki işlevleri üzerinde durulmuştur.

4.1 Yöntem

Seçilen örneklerin manipülasyona dayalı algı yönetimi açısından incelenmesi için birbirini tamamlayan iki ayrı yöntem kullanılmış ve bu iki yöntem, derinlemesine mülakat tekniği ile desteklenmiştir. Kullanılan ilk yöntem; filmlerin kimliklerinin, öykülerinin, manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümleyen sahnelerinin ve olgu donanımlarının analiz edildiği; zaman, kişi ve uzam çözümlerinin yapıldığı filmsel anlatıdır.

Filmsel anlatı, tüm sinemasal öğelerin başarılı bir şekilde bir araya gelmesiyle ortaya çıkmakta ve bu öğelerin her biri kendi içinde bir tasarım sürecinden geçmektedir. Karakter ve tiplendirme, mekan, obje, renk-ışık-gölge uyumu, kurgu ve kostüm gibi çeşitli içerikler tasarımı meydana getirmekte ve bir film çözümlenmesi yapıldığında bu öğelerin tamamının gözönünde bulundurulması gerekmektedir (Yengin, 2018:15). Bu kapsamda; çalışma içeriği halkla ilişkiler disiplini ile ilgili olmakla birlikte filmsel anlatı yönteminden yararlanılması sebebiyle, örneklem edinilen filmler bu açılarından incelenmiştir.

Çalışmanın örneklem üzerinde derinleşme sağlayan ikinci araştırma yöntemi ise odak gruptur. İki ayrı film için oluşturulan 14'er kişilik gruplarla filmler izlenilmiş ve bu odak (focus) grup toplantıları anketlerle desteklenmiştir.

Odak grup görüşmeleri nitel araştırmalarda tercih edilmekte, son dönemlerde sıklıkla kullanılmakta ve arka planı sosyal psikoloji ile iletişim teorilerine dayanmaktadır (Çokluk, 2011:95-107).

Seçilen yöntemleri destekleyici, edinilen verileri zenginleştirici nitelik taşıyan derinlemesine mülakat tekniği çerçevesinde ise sinema eleştirmeni, stratejist ve film yapımcısı olan üç ayrı uzmandan görüş alınmıştır.

Derinlemesine görüşme tekniğinde, araştırmacı görüşme yaptığı kişiden aldığı cevapları sınıflamakta ve o cevaplardan hareketle yeni sorular oluşturarak konuyu detaylı bir şekilde incelemektedir. Bu bağlamda derinlemesine görüşme, esnek ve keşfedici bir veri toplama tekniğidir. Derinlemesine görüşmenin tarzı yapılandırılmamış, karşılıklı yüz yüze görüşme şeklindedir ve sorular bireysel tecrübeleri detaylı olarak anlatmaya imkan verecek şekilde oluşturulmaktadır. Derinlemesine görüşmeyi diğer görüşme türlerinden ayıran en belirgin özellik,

genellikle açık uçlu sorular oluşturarak detaylı bir anlatıma imkan verilmesidir (Tekin, 2006:103).

Sonuç olarak çalışma filmsel anlatı, odak grup, derinlemesine mülakat gibi farklı ancak birbirini tamamlayıcı yöntem ve teknikler çerçevesinde gerçekleştirilmiş; bu kapsamda edinilen veriler, örneklem içeriklerinin manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesi noktasındaki işlevini netleştirmek adına değerlendirilmiştir.

4.1.1 Filmsel anlatı

Çalışmada kullanılan iki ana yöntemden ilki filmsel anlatıdır. Bu bağlamda çalışmada ilk olarak örneklem edinilen filmlerin kimlikleri, öyküleri, olgu donanımı özellikleri, manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümlen sahneleri açıklanmış; filmler zaman, uzam ve kişi yönünden incelenerek filmsel anlatı çözümlenmesi gerçekleştirilmiştir.

4.1.2 Odak grup

Çalışmada kullanılan iki ana yöntemden ikincisi ise odak (focus) gruptur. Bu bağlamda filmler 14'er kişilik iki ayrı grup tarafından izlenilmiş ve film izleme işlemi sonrasında soru-cevap yöntemi ile katılımcılardan dönüt alınmıştır. Film öncesinde ve sonrasında uygulanan toplam 40 soruluk ankette de katılımcıların demografik özelliklerinin yanı sıra film içerikleri ile algı yönetimi ilişkisine dair veri sağlanmıştır.

4.2 Araştırmanın Künyesi

Çalışmada algı yönetiminin iki farklı boyutu kuramsal düzlemde açıklanmış ve algı yönetiminin etkili bir iletişim stratejisi olma yönü ile bir manipülasyon aracı olma boyutu birbirinden ayrılmıştır. Örneklem belirleme ve yöntem çalışması noktasında manipülasyona dayalı algı yönetimine odaklanılmış ve manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesi noktasında işlev gören iki yerli film örneklem olarak kabul edilmiştir.

Filmlerin algı yönetimini çözümlenme yönleri; filmsel anlatı, odak grup çalışması ve anket uygulaması, derinlemesine mülakat tekniği gibi yöntemlerle ortaya çıkarılmış ve çalışma genelinde, *“Algı yönetimini doğru tanımlıyor*

muyuz?”, “Algı yönetimini doğru konumlandırıyor muyuz?”, “Algı yönetimini doğru kategorize ediyor muyuz?”, “Algı yönetimini etkili bir iletişim stratejisi olarak kullanıyor muyuz?”, “Manipülasyona dayalı algı yönetimini tanıyor ve bu manipülasyondan korunabiliyor muyuz?”, “Sinema/tv filmleri, manipülasyona dayalı algı yönetimini tanıma ve bundan korunma noktasında etkili bir yöntem olabilir mi?” gibi sorulara yanıt aranmıştır.

4.2.1 Araştırmanın amacı

Çalışmanın öncelikli amacı, algı yönetimi ifadesi ile tanımlanan farklı edimleri birbirinden ayırmak ve algı yönetiminin sürekli olarak birbirine karıştırılan ya da birbiri yerine kullanılan iki ayrı yönünü netleştirmektir. Bu noktadaki kavram kargaşasının sonlandırılabilmesi, iki ayrı algı yönetiminin de tanınıp bilinmesi önem taşımaktadır ve algı yönetiminin olumlu boyutunun doğru kullanılması, olumsuz boyutundan da korunulabilmesi gerekmektedir. Çalışmanın bir diğer amacı ise, algı yönetiminin manipülasyona dayanan olumsuz boyutunun tanınması ve bu tarz bir algı yönetiminden korunabilmek adına eleştirel aklı hakim kılabilmek için farkındalık oluşturulabilmesidir.

4.2.2 Araştırmanın önemi

Algı yönetiminin iki farklı boyutunun sürekli olarak birbirine karıştırılması ve bu iki yönün çoğunlukla birbiri yerine kullanılması; toplumda ciddi bir kavram kargaşası oluşturmakta ve bu noktada bir netleşme henüz zihinlere tam anlamı ile yerleşmediğinden, ciddi bir zaman ve enerji kaybı yaşanmaktadır.

Manipülasyona dayalı algı yönetimine bakarak ve algı yönetimini bundan ibaret zannederek hareket eden kesimler son derece etkili bir iletişim stratejisi olan profesyonel algı yönetiminden mahrum kalmakta; konunun sadece iletişim stratejisi ve PR bölümüne odaklanması halinde ise manipülasyona dayalı algı yönetimini tanımak noktasında tehlikeli bir boşluk doğmaktadır. Bu anlamda çalışmamız önemli bir soruna eğilmekte ve algı yönetiminin iki farklı boyutunu da tanımak ve birbirine karıştırmamak gerektiğine vurgu yapmaktadır. Ayrıca seçilen örneklem ve uygulanan yöntemler çerçevesinde manipülasyona dayalı algı yönetiminin tehdit arz eden boyutları ortaya konulmakta ve kitlelerin bu tür bir algı yönetimini tanıyabilmesinin günümüzde son derece büyük bir gereklilik olduğu işaret edilmektedir.

4.2.3 Araştırmanın kapsamı

Çalışmamızda manipülasyona dayalı algı yönetiminin incelenebilmesi adına Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmleri örneklem olarak belirlenmiş ve bu filmlerin manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümlenme/deşifre etme noktasında gördüğü işlev incelenmiştir.

Kalitatif (nitel) bir özellik taşıyan çalışmanın filmsel anlatı bölümünde filmlerin kimliği, öyküsü, olgu donanımları, uzam(mekan)-zaman(süre)-kişi ilişkileri ve algı yönetimi çözümlenmesi yapan sahneleri analiz edilmiş; ikinci bir yöntem olarak da Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmlerine yönelik olarak odak grup toplantıları (focus group) gerçekleştirilerek 14'er kişilik iki ayrı grupta çalışılmıştır. Filmler ayrı gruplarla ve ayrı günlerde izlenmiş; 20 Mart 2018 Salı günü Kurtlar Vadisi Gladio, 22 Mart 2018 Perşembe günü de Kurtlar Vadisi Irak filmleri ile ilgili odak grup uygulamaları yapılmıştır.

Filmlerin izlenilmesinden önce ve sonra katılımcılara 20'şer soruluk anketler uygulanmış ve toplamda her grup için 40'ar soruluk anketler hazırlanmıştır. Bu anket sorularının 10 tanesi demografik verilerden, 10 tanesi televizyon izleme alışkanlıklarından, 20 tanesi de seçilen örnekleme ilgili sorulardan oluşmuştur. Örnekleme yönelik 20 sorunun ise yarısı klasik, yarısı da Likert Ölçeği'ne göre hazırlanmıştır. Ayrıca tez başlığını ve içeriğini tamamlayacak nitelikte derinlemesine mülakat tekniğinden faydalanılmış ve bu şekilde elde edilen bulgular da sonuç ve değerlendirme bölümünde irdelenmiştir.

Araştırma kapsamında hipotez edinilen hususlar ise şu şekilde sıralanmaktadır:

- Algı yönetimi; çift yönlü bir olgudur. Herhangi bir mesajın hedef kitle tarafından kabulüne dayanan iletişim stratejisi yönü pozitifdir ve bu yönün değerlendirilmesi gerekmektedir. Algı yönetiminin, kitlelerin manipüle edilmesine dayanan diğer yönü ise negatiftir ve bu manipülatif boyut tespit edilerek çözümlenmelidir.
- Sinema, manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesinde etkili bir yöntemdir.
- Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmleri, manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümlenme işlevi gören karakteristik sinema örnekleridir.

4.3 Araştırmanın Bulguları

4.3.1 Kurtlar Vadisi Gladio filminin filmsel anlatı analizi

Çalışmanın bu bölümünde Kurtlar Vadisi Gladio yapımına ait film kimliği ile film öyküsü bilgileri aktarılacak; çekim özellikleri, ışık ve renk, ses ve müzik, iç ve dış uzamlar, giysiler ve bezem gibi olgu donanımı öğeleri, uzam(mekan)-zaman-kişi gibi ana unsurları incelenecek ve manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümleyen sahnelerin analizi yapılacaktır.

Araştırmada örneklem edinilen söz konusu iki film, 2003 yılında dizi şeklinde gösterime giren ve günümüze kadar hem dizi hem de film şeklinde farklı çalışmalarla devam eden Kurtlar Vadisi yapımının sinema ürünleridir. Kurtlar Vadisi yapımı 2003’de bu isimle dizi olarak başlamış, daha sonra dizi serisine Kurtlar Vadisi Terör ve Kurtlar Vadisi Pusu isimleri ile devam etmiştir. Yapımın sinema filmleri ise Kurtlar Vadisi Irak (2006), Kurtlar Vadisi Gladio (2009), Kurtlar Vadisi Filistin (2011) ve Kurtlar Vadisi Vatan’dır. (2017)

4.3.1.1 Filmin kimliği

Filmin Adı: Kurtlar Vadisi Gladio

Yapım Yılı: 2009

Yapımcı: Necati Şaşmaz, Raci Şaşmaz, Zübeyr Şaşmaz

Yönetmen: Sadullah Şentürk

Senaryo: Raci Şaşmaz, Bahadır Özden, Cüneyt Aysan

Müzik: Gökhan Kırdar

Görüntü Yönetmeni: Selahattin Sancaklı

Tür: Aksiyon-Dram-Macera

Metraj: Uzun Metrajlı

Süre: 97 Dk.

Oyuncular: Musa Uzunlar, Tuğrul Çetiner, Ayfer Dönmez, Sinan Pekinton, Sezai Aydın, Köksal Engür, Ali Rıza Soydan, Mehmet Aras, Ozan Ayhan, Hakan İlçin, Hasan Şahintürk, Işıl Ayşe Ertuna, Erol Ozan Ayhan, Bahar Feyzan, Ali Başar, Rafet Özdemir, Erdal Güngör

(* Kanal D'nin haberine göre Kurtlar Vadisi filminin çekimlerine Gaziantep'te başlanmış ve çatışma sahnelerinin bir bölümü de Antalya'nın 500 haneli Kovanlık Köyü'nde çekilmiştir.)

4.3.1.2 Filmin öyküsü

Kurtlar Vadisi Gladio; NATO ülkelerine mensup yapılardan oluşan ve Sovyetler'in Avrupa'yı işgal ihtimaline karşı kurulan gizli ve güçlü bir teşkilat olan Gladio'nun Türkiye'deki faaliyetlerini konu almaktadır. Bu faaliyetler kapsamında vatanına hizmet ettiğini ve millî bir yapı adına çalıştığını zanneden birçok kimse, uygulanan profesyonel algı yönetimi ile çok uzun yıllar Gladio adına çalışmış ve farkında olmaksızın Türkiye aleyhine hareket eden aktörlerin emirlerini uygulamıştır. Filmde Abdullah Öcalan'ın yok edilmesi sürecinin engellenmesinden Özal'ın ölümüne kadar birçok önemli olayın perde arkasında bu karanlık yapının olduğu işlenmekte ve dünya sathında yürütülen eşgüdümlü faaliyetlerle nasıl bir küresel algı yönetimi yapıldığı, İskender Büyük karakterinin yaşadığı çarpıcı olaylar üzerinden anlatılmaktadır. Filmde küresel planda yaşanan çıkar çatışmalarının Türkiye'ye bakan yönü, vatana hizmet duygusu ile yüklü kişilerin bireysel psikolojilerinin kullanılması üzerinden aktarılmaktadır.

Türk derin devleti adına yıllarca türlü eylemlerde görev almış olan emekli istihbaratçı İskender Büyük, bir süre sonra içinde bulunduğu karanlık ilişkiler ve yaptığı eylemlerden dolayı yargılanır. Ancak kendisine, yine Gladio'ya çalışan bayan bir avukat tahsis edilir. İskender Büyük, oldukça uzun zaman sonra da olsa Türk Devleti'ne çalıştığını zannederken aslında yaptıkları bütün eylemlerin Gladio'ya hizmet ettiğini anladığı için; yargılanma sürecinde Gladio yapılanması ile hesaplaşmak ve bu kirli yapının uyguladığı küresel algı yönetimini deşifre etmek ister. Bu amaçla yargılanma sürecinde bildiği tüm üst düzey bilgileri açıklamaya başlayan Büyük'ün hedefi, Gladio'nun tüm kirli işleyişini ve uzantılarını ortaya çıkarmaktır. Yargılanma süreci içinde ifşa ettiği olaylar Türkiye'yi sarsacak büyüklüktedir ve deşifre ettiği her hadise gündem olmaktadır.

Hayatı boyunca süren, travmatik etkiler doğuracak cinsten sarsıcı bir algı yönetimine maruz kalan İskender Büyük intikam duygusu ile yanmaktadır ve uzun yıllar devlete çalışan bir insan olarak bildiği, sonrasında Gladio'nun ikinci

adamı olduğunu geç de olsa öğrendiği Bülent Fuat Aras'ı bir şekilde bulmak ister. Yargılanma sürecinde vereceği net ve somut bilgilerin onun yakalanmasına hizmet edeceği düşüncesi ile hareket eder ancak bu son derece riskli süreç içinde yeni bir algı yönetiminin mağduru olur. Kendisine tahsis edilen avukata bir süre sonra güvenmiş ve bu kişinin onunla birlikte aynı hedefe odaklandığına inanmıştır. Ne var ki bu genç bayan da Gladio'nun uzantısıdır ve İskender Büyük bir süre sonra Gladio'nun ikinci adamı olan Bülent Fuat Aras'ı bulup ortadan kaldırırsa bile kendisini kötü sonda koruyamaz ve bedenine şırınga edilen, şeker iğnesi süsü verilen bir ilaçla sakat bırakılır. Artık televizyon haberlerinde kendisini görmekte, her şey algılamakta ve anlamakta; ama bir şey yapamamaktadır.

Türkiye'nin yakın tarihini şekillendiren olayları konu alan Kurtlar Vadisi Gladio filminde ayrıca 8. Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın zehirlenmesinin Musul ve Kerkük'e girmesiyle olan yakın ilişkisi ele alınmakta ve “Cem Ersever, Gladio'nun hangi gerçeğini öğrendiği için öldürüldü?”, “Washington'dan gelen telefonla darbe girişiminden vazgeçen kimdi?”, “Gladio, Öcalan suikastini nasıl önledi?”, “28 Şubat süreci bin yıl sürecekken neden beş yılda sona erdi?” gibi sarsıcı sorulara da yanıt verilmektedir.

4.3.1.3 Kurtlar Vadisi Gladio filminin olgu donanımı

Çalışmanın bu bölümünde, Kurtlar Vadisi Gladio filminin çekim özelliklerine, ışık, renk, ses, müzik, iç ve dış uzamlar, giysiler ve bezem gibi özelliklerine dair bilgiler verilecektir.

Çekim özellikleri

Filmde yakın çekim, uzak çekim, genel çekim, alçak açılı çekim, kuşbakışı çekim (üst açılı çekim), gölgeli çekim, hareketli çekim, uzaklaşma tekniği, ters bakış gibi çeşitli çekim teknikleri kullanılmış; bu çekim teknikleri çerçevesinde aksiyon, heyecan ve gerilim sürekli olarak canlı tutulmaya çalışılmıştır. Gündüz ve gece çekimleri ile açık ve kapalı mekan çekimlerinin birbirine yakın oranlarda olduğu söylenebilmektedir ancak filmin ışıklandırma boyutu sürekli bir karanlık hissi verdiği için, gece çekimleri daha fazlaymış gibi bir algı oluşmaktadır. Ayrıca filmin başında, en sonunda ve bazı kısımlarında açılma-

kararma tekniği uygulanmıştır. Filmde kullanılan bazı çekim türleri şu şekilde örneklendirilebilir:



şekil 4.1: Genel Çekim Örneği - (Dk: 12.17)

Bu çekim örneğinde görüntü geniş bir panoramadan alınmış ve sınırlı bir düzeyde de aşağıdan çekim tekniği uygulanmıştır.



şekil 4.2: Alçak Açılı Çekim Örneği - (Dk: 14.52)

Bu örnekte kamera ile aşağıdan çekim alınmış ve bir alçak açılı çekim örneği sergilenmiştir.



şekil 4.3: Üst Açılı Çekim Örneği (Kuşbakışı Çekim) - (Dk: 14.43)

Bu sahnede kuşbakışı bir açıdan görüntü alınarak üst açılı çekim yapılmış ve farklı bir açı ekrana yansıtılarak izleyicinin görüntü aralığı zenginleştirilmiştir.



Şekil 4.4: Gölgele Baş Çekimi Örneği - (Dk: 01.47)



Şekil 4.5: Gövde Çekimi Örneği - (Dk: 02.00)



Şekil 4.6: Arka Profilden Boy Çekimi Örneği - (Dk: 02.07)

Filmin bu ilk sahnesi gölgele baş çekimi ile başlamış ve uzaklaşma tekniği ile görüntü gövde çekiminden boy çekimine doğru genişletilmiştir.



Şekil 4.7: Bel Çekimi Örneği - (Dk: 37.13)

Bu görüntüde hafif yan açılı bir bel çekimi gerçekleştirilmiştir.



Şekil 4.8: Karşı Açılı Çekim Örneği - (Dk: 36.40)

Bu sahnede karşı açı çekim örneği sergilenmiştir.



Şekil 4.9: Çerçeveleme Örneği - (Dk: 58.01)

Bu sahnede çerçeveleme tekniği kullanılarak gizem ve gerilim duygusu artırılmıştır.



Şekil 4.10: Objelerin Yakın Çekim Örneği - (Dk: 51.31, 51.59, 52.07)

Bu sahnelerde objelere yakın çekim uygulanarak merak duygusu yükseltilmiştir.



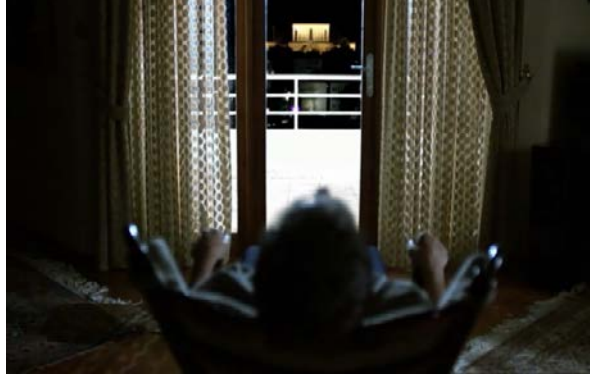
Şekil 4.11: Omuz Üstü Çekimi - (Dk: 60.32)

Bu sahnede omuz üstü çekim tercih edilerek görüntü kısmen perdelenmiştir.



Şekil 4.12: Hareket Halinde Gövde Çekimi Örneği - (Dk: 84.03)

Bu sahnede gövde çekimi yapılmış ancak çekim, aktör hareket halindeyken gerçekleştirilmiştir.



Şekil 4.13: Arkadan Çekim Örneği - (Dk: 50.46)

Bu sahnede arkadan çekim gerçekleştirilmiş ve bu görüntü Anıtkabir'in karşı açı çekimi ile bir araya getirilerek zengin bir görünüm elde edilmiştir.



Şekil 4.14: Ters Çekim Örneği - (Dk: 91.18)

Çarpıcı son sahnelerden biri olan bu kısımda ters çekim yapılmış ve filmin başkahramanı İskender Büyük'ün hazin sonu, Gladio'nun gözünden ekrana yansıtılmıştır.



Şekil 4.15: Uzak Çekim Örneği - (Dk: 84.21)

Bu sahnede uzak çekim örneği sergilenmiştir.

Işık ve renk

Filmde karanlık, gölge ve siyah renk baskın şekilde kullanılmıştır. Işığın rengi zaman zaman yeşil ve kızıl şekilde görülüyorsa da daha çok siyah tercih edilmiştir. Film müziği eşliğinde filme giriş kısmının verildiği, isimlerin yazdığı o ilk dakikalarda ekrana yansıyan ışık oyunu senaryo içeriği ile de son derece uyumludur. Zira girişteki bu estetik ışık oyununda nesnelere tam belirginleşmek üzere iken başka bir biçime dönüşmekte, hareket halindeki görüntülere net bir anlam verilememekte ve mevcut algı sürekli olarak değişmektedir. Şekillerle birlikte açık kırmızı ve siyah arasında bir renk değişimi de olmakta ve düşünceler anlam verilemez bir akış içinde seyretmektedir. Sonuç olarak ışık, film boyunca gölge ve karanlık baskın olacak şekilde etkin kullanılmıştır ve bu tercih filme bir ağırlık kazandırmıştır. Senaryoda işlenen konuların ciddiyeti ile uyum taşıyan bu tercih, seyirci tarafından anlamlandırılabilir.

Ses ve müzik

Film, mahkeme zabıtlarını andıran bir daktilo sesi ile başlamakta; giriş müziğinde verilen gizem, gerilim ve aksiyon duygusu film boyunca aynı şekilde devam etmektedir. Gökhan Kırdar'a ait olan film müzikleri, sadece Kurtlar Vadisi Gladio filminde değil diğer bütün film örneklerinde ve dizide de kullanılmış, izleyicinin zihninde kalıcı bir yer edinmiştir.

İç ve dış uzamlar

Film bir iç mekan olan mahkeme sahnesi ile başlamış ve mahkeme salonu, adliye koridorları, hapisanedeki görüşme odası, hücre ve Mahkeme Başkanı'nın odası şeklinde değişiklik gösteren bu adli konsept senaryo boyunca devam etmiştir. Ancak İskender Büyük'ün hapisten kaçması sonrasındaki aksiyon sahneleri ve daha çok da 1993-1994 yıllarına geri dönüş yapılan sahnelerin çoğu dış mekan şeklinde gerçekleşmiştir. Film boyunca kullanılan iç ve dış mekanları aşağıda sıralanan şekildedir ve adı geçen mekanların bir kısmı senaryonun muhtelif yerlerinde birkaç kez kullanılmıştır.

İç mekanlar: mahkeme salonu, hücre, hapisanedeki görüşme odası, mahkeme koridoru, Cumhurbaşkanlığı Konutu, Özal'ın kahvaltısı yaptığı salon, Bülent Fuat Aras'ın çalışma ofisi, hastane, Cem Ersever'in kaldığı ev, özel araç içi, polis arabası içi, yatak odası, İskender Büyük'ün evi, Savcı'nın odası, Adliye Sarayı, hapisane

koridoru, İstanbul'da eski bir konak/restoran, yeraltı mekanı, ambulans içi, mahkeme başkanı olan hakimin odası, Ümraniye T Tipi Kapalı Ceza İnfaz Kurumu, Genelkurmay Binası/komutanın odası, Genelkurmay'daki kamera izleme odası, Notacı Paşa'nın odası, konser binası içi, tuvalet.

Dış mekanlar: Bekaa Vadisi (çekim platosu), Boğaz Köprüsü'nün ayağındaki helikopter pisti, sokak, araçla seyir, tekne, açık deniz, konser salonu bahçesi, depo girişi, Anıtkabir görünümlü balkon, restoran bahçesi, Büyük Ada, faytonla seyir, kayalıklar.

Giysiler ve bezem

Giysiler ve kullanılan aksesuarlarda filmin yapım yılı olan 2009 dönemine uygun öğelere ve 1993-1994 yıllarında kullanılan nostaljik unsurlara yer verilmiştir. Operasyon ve çatışma sahnelerinde döneme ve ortama uygun arazi kıyafetleri (terörist kıyafetleri, poşu, parka vs.) seçilmiş, 1993-1994 yıllarında geçen iç mekan sahnelerinde o günün modasına uygun eski eşyalar kullanılmış ve çağrı cihazı, o dönem moda olan resimli duvar kağıtları ve eski model araçlar gibi dönemin ruhunu yansıtan öğelerden istifade edilmiştir.



Şekil 4.16: Ersever'in Kaldığı Ev - 1993 / Ankara

2009 döneminde geçen güncel bölümde modern kıyafet ve aksesuarlar kullanılmış, konunun ağırlığını ve senaryodaki karanlık işleri sembolize etmesi bakımından filmin başkahramanı olan İskender Büyük için ekseriyetle siyah takım elbise ve siyah gömlek seçilmiştir. Hatta İskender hücrede sınav çekerken bile siyah tişört-siyah eşofman kullanmıştır.



Şekil 4.17: İskender Büyük ve Avukat Ayşe'nin İlk Karşılışması

Bağımsız bir tabiata sahip olan ancak devlet görevi söz konusu olduğunda her türlü gereği yerine getirmeye hazır olan Büyük, devlet büyükleriyle olan görüşmeler haricinde ise genellikle kravat kullanmamıştır.

Bülent Fuat Aras'ın İskender Büyük tarafından son yakalandığı sahnede düğmesine bastığı sinyal verici özelliğe sahip kol düğmesi kullanılmış, Avukat Ayşe ile Büyük'ün ilk karşılaşmalarında da Ayşe'nin boynundaki yıldız kolye dikkat çekmiştir.



Şekil 4.18: Avukat Ayşe



Şekil 4.19: Büyük'ün Bülent Fuat Aras'ı Yakalaması

Fatoncu kostümü giyen ve faytoncu kılığına girerek Fuat'ı iskeleden alan İskender, yakalandığında Gladio'ya haber vermek amacı ile Fuat'ın kol

düğmesine bastığını görmemiş ama ilerleyen saniyelerde kırmızı ışık vererek yanıp sönen kol düğmesini fark etmiştir.

4.3.1.4 Kurtlar Vadisi Gladio filminin çözümlemesi

Çalışmanın bu kısmında Kurtlar Vadisi Gladio filmine uzam (mekan), zaman (sürem) ve kişi açısından bakılmış; bu unsurlar dahilinde oluşturulan kompozisyon, belirli sahne örnekleri üzerinden incelenmiştir.

Uzam (mekan)

Olgu donanımı ile ilgili bölümde de sıralandığı üzere filmde adlî mekanların ağırlık kazandığı iç mekanlar ile çatışma ve suikast sahnelerinde geçen dış mekanlar kullanılmıştır.

Zaman (sürem)

Filmde, yapım yılı olan 2009'u ve geçmiş olayların anlatıldığı dönem olan 1993-1994 yıllarını içine alan iki farklı dönem (yeni-eski/günümüz-geçmiş) birlikte işlenmekte; İskender Büyük'ün 2009 yılındaki yargılanma süreci içinde, Türkiye'yi yakından ilgilendiren geçmiş döneme ait olaylara periyodik bağlantılar kurulmaktadır. Film, Soğuk Savaş Dönemi'nde kurulan Gladio yapılanmasına dair şu genel tanımlama ile başlamaktadır: *“Soğuk Savaş Döneminde NATO Ülkeleri, Sovyetler'in Avrupa'ya İşgal İhtimaline Karşı Mücadele Edecek Bir Teşkilat Kurar. Bu Teşkilat; Üye Ülkelerin Hükümetlerini Doğrudan Etkileyebilecek, Gerektiğinde Yönetimleri Değiştirebilecek Kadar Güçlü ve Gizlidir. Bu Teşkilatın Adı, Gladio'dur.”* Dolayısıyla filmde 1990'lı yıllardan itibaren Soğuk Savaş Dönemi'nin yarattığı etkiler ele alınmış; ağırlıklı olarak da 1993 yılında Türkiye'de yaşanan önemli olaylar incelenmiştir. (Özal'ın ölümü, Ersever suikasti, PKK terörü vb.)

Kişi

Filmde başkahraman, bir ömür Gladio'ya hizmet ettiğinden bihaber Türk Devleti'nin çıkarları için çalıştığını zanneden İskender Büyük'tür. Bir asker olan İskender, küresel algı yönetiminin mağduru olan ve Türkiye'nin gerek iş gerekse dış politikasını etkileyecek denli önemli operasyonlarda görev alan bir devlet görevlisidir. İçine düştüğü büyük oyunu anladıktan sonra, devletin bekası

adına büyük bir tehdit arz eden Gladio yapılanmasının deşifre edilebilmesi için esaslı bir mücadeleye girişmektedir.

Senaryonun genel kurgusu içinde finale kadar bir yardımcı karakter gibi konumlandırılmış olan Avukat Ayşe ise aslında engelleyici bir karakterdir ve filmin sonunda bu durum izleyiciye açık bir biçimde sunulmaktadır. Filmin asıl engelleyici karakteri ise Gladio'nun ikinci adamı olan Bülent Fuat Aras'tır ve senaryo, İskender Büyük'ün kendisine yardımcı olduğunu düşündüğü Fuat'ın aslında engelleyici olduğunu anlayarak mücadeleye girişmesi üzerine kuruludur. Ayrıca Gladio adı verilen yapının bizzat kendisi engelleyici pozisyonadadır ve Gladio'nun adamlarından biri olan Notacı Paşa da yine engelleyici karakterler arasında yer almaktadır. Cem Ersever ise yardımcı bir karakter olarak İskender Büyük'ü içine düştükleri küresel algı yönetimine dair uyandırmaya çalışmakta; ne var ki, İskender kendisi gibi asker olan Ersever'in bu uyarıcı ve yardımcı konumunu ancak onun ölümünden sonra anlayabilmektedir.

Uzam/mekan-zaman-kişi üçlemesine dair sahne örnekleri

Sahne 1: Öcalan'a Suikast

İçerik: Abdullah Öcalan Suikast Girişimi

Uzam/Mekan: Bekaa Vadisi

Sürem/Zaman: Şubat 1993

Engelleyici: Bülent Fuat Aras (Operasyonu Öcalan'a Telefonla Haber Vermiştir.)

Destekleyici: Operasyonda Görev Alan Diğer Askerler

Ekran Görüntüsü Dk: (02.59),(03.06), (03.13)



Şekil 4.20: Öcalan'a Suikast Girişimi

Sahne 2: Büyük'ün Hapishaneden Kaçırılışı

İçerik: İskender Büyük'ün Hapishaneden Kaçırılışı

Uzam/Mekan: Ümraniye T Tipi Kapalı Ceza İnfaz Kurumu

Sürem/Zaman: 2009

Engelleyici: Baş Gardiyan

Destekleyici: Mahkeme Başkanı/Hakim (İskender'i Hapisten Kaçırmıştır.)

Ekran Görüntüsü Dk: (78.40)



Şekil 4.21: Mahkeme Başkanı'nın Büyük'ü Hapisten Kaçırması

Sahne 3: Notacı Paşa'nın Yakalanıp Konuşturulması

İçerik: İskender Büyük'ün Notacı Paşa'yı Yakalayıp Konuşturması

Uzam/Mekan: Konser Salonunun Tuvaleti

Sürem/Zaman: 2009

Engelleyici: Notacı Paşa'nın Yakın Koruması

Destekleyici: -

Ekran Görüntüsü Dk: (81.21), (81.51), (82.01)



Şekil 4.22: Notacı Paşa'nın Konuşturulması

Sahne 4: İskender'in Fuat'ı Öldürmesi

İçerik: İskender'in Fuat'tan İntikam Alması ve Onu Öldürmesi

Uzam/Mekan: Büyük Ada Kıyılarında İssız, Kayalık Bir Mekan

Sürem/Zaman: 2009

Engelleyici: -

Destekleyici: -

Ekran Görüntüsü Dk: (81.35), (85.53), (85.58), (86.01)



Şekil 4.23: Fuat Aras'ın Öldürülmesi

Seçili sahnelerin algı yönetimi analizi

Sahne 1: İskender Büyük, Öcalan Suikastini Kendisine Kimin Haber Verdiğini Sorguluyor ve Gladio'nun İkinci Adamı Bülent Fuat Aras Tarafından Yine Manipüle Ediliyor...

(1993 - İstanbul) / (Dk: 12.48)



Şekil 4.24: Büyük ve Aras'ın Öcalan Suikastının İhbar Edilişini Sorgulamaları

İskender Büyük: *"Bu operasyonu başka kimler biliyordu söyle bana!"*

Bülent Fuat Aras: *"Senle ben!"*

İskender Büyük: *"İyi! O zaman beni orda PKK'nın kucığına sen attın, öyle mi?"*

Bülent Fuat Aras: *"Sana satılma konusunu nasıl öğrettiğimizi unuttun mu? Eğer operasyonları yapanlar satmadıysa..!"*

İskender Büyük: *"Operasyon emrini verenler satmıştır!"*

Gladio'nun ikinci adamı olan Bülent Fuat Aras, Öcalan'a operasyon anında kaçması için bilgi veren kişi kendisi olmasına rağmen; bu cümlesi ile İskender Büyük'ü manipüle ederek hedef şaşırtmaya çalışmaktadır. Amacı ise sadece kendisini kurtarmak değil, Türk Devleti adına çalıştığını zannederken farkında olmaksızın Gladio'nun emirlerini uygulayan İskender Büyük'ü kendi devletine karşı da doldurmaktır. Bu çerçevede “*Operasyon emrini verenler satmıştır.*” cümlesi “*Seni Türk Devleti sattı!*” anlamına gelmektedir ve bu Gladio'nun sayısız manipülasyon örneklerinden biridir. Ayrıca İskender operasyon bölgesinden Bülent Fuat Aras'ı telefonla aradığı sırada Fuat üst düzey askerlere ders vermektedir ve salondaki tahtada yer alan şemanın üstünde Yeni Dünya Düzeninde Türkiye yazmaktadır. Burada, böylesi stratejik ve millî hassasiyet taşıyan bilgilerin yetkililere Gladio tarafından aktarıldığı işaret edilmektedir.

Çizelge 4.1: Öcalan Operasyonunun İhbar Edilmesi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	1993	İstanbul	Öcalan Operasyonunu
Bülent Fuat Aras	Öcalan Suikastı Sonrası	Helikopter Pisti	İhbar Edenin, Gladio Değil Türk Devleti Olduğu Algısı

Sahne 2: Yargılanma Sürecindeki İskender Büyük Mahkeme Salonunda,

Kendisine Tahsis Edilen İlk Avukatın Cübbesini Çıkartıyor

ve Avukatı Ağır Sözlerle Eleştiriyor...

(2009 - Mahkeme Salonu) / (Dk: 13.28)



Şekil 4.25: Büyük'ün İlk Avukatının Cüppesini Zorla Çıkartması

İskender Büyük: *“Avukatlık soytarılık değildir, onurlu iştir! Ben yıllarca memleketimi tek başıma savunmuşum, kendimi mi savunamayacağım! Ben bu mahkemede Gladio'nun ipliğini pazara çıkarıyorum, var mı bunları dinlemeye gücünüz!”*

Gladio'nun hukuk yapılanmasını deşifre eden film boyunca genel bir hukuk eleştirisi de yapılmaktadır ve İskender Büyük'ün ilk avukatına karşı gösterdiği bu büyük tepki, filmdeki hukuk eleştirisinin ilk halkasıdır.

Çizelge 4.2: Gladio'nun Hukuk Yapılanması

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009	İstanbul	Gladio'nun
	Yargılanma Süreci	Mahkeme Salonu	Hukuk Yapılanması

Sahne 3: İskender Büyük, Gladio Yapılanmasının Türk Devleti'nin Bekasını Tehdit Ettiğini Mahkeme Heyetine Anlatmaya; Onları Konunun Ciddiyetine İnandırmaya Çalışıyor...

(2009 - Mahkeme Salonu) / (Dk: 14.12)



Şekil 4.26: İskender Büyük'ün Yargılanması

İskender Büyük: “Ben idamdan da korkmam, müebbet hapisten de! Devletim beni nerede görmek istiyorsa orada olurum! Devletim beni idam sehpasında görmek istiyorsa orada olurum, hücreyse orda! Ama mesele devletin ne istediği meselesi değil, mesele devletin bekası meselesidir! Bağımsız olma meselesidir!”

Bir ömür boyu Gladio'nun Türkiye'de kurduğu o geniş ağa takıldığına, farkında olmaksızın kendi devletinin aleyhine çalıştığını uyanamayan İskender Büyük üzerinden, Türkiye'nin maruz kaldığı küresel algı yönetimi deşifre edilmektedir. Zira farkında olmaksızın Gladio'ya çalışanlar sıradan insanlar değil, Türk Devleti adına resmi görev almış kişilerdir.

Çizelge 4.3: Türk Devleti'nin Bekasını Tehdit Eden Gladio

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009 Yargılanma Süreci	İstanbul Mahkeme Salonu	Gladio'nun, Türk Devleti'nin Bekasını Tehdit Etmesi

Sahne 4: İskender Büyük, Kendisine Tahsis Edilen İkinci Avukatı Olan

ve Gladio Adına Çalışan Ayşe Yılmaz İle Tanışıyor...

(2009 - Hapishane, Görüşme Odası) / (Dk: 15.31)



Şekil 4.27: Avukat Ayşe'nin İskender Büyük'ü Bekleyişi

İskender Büyük: *“Ben İskender Büyük'üm. Benim kanımı, canımı, her şeyimi almak isterler. O yüzden senin gibi iki lafı bir araya getiremeyen genç bir avukatı yollarlar bana! Ben bunlara alışığım...”*

Hapishanedeki görüşme odasında gerçekleşen bu ilk karşılaşmada Gladio adına çalışan ve aslında İskender Büyük'ü kontrol etmek ve bitirmekle görevlendirilen Ayşe Yılmaz; son derece toy, şaşkın ve hatta masum bir avukat olarak görünmektedir. O kadar cahil, acemi ve aptal bir profil çizmektedir ki; İskender Büyük gibi bir istihbaratçı bile ondan şüphelenmez ve onun gerçekten amatör bir avukat olduğuna inanır. Gladio'nun bu genç ve acemi avukat üzerinden kendisinin elini zayıflatmak istediğini düşünür; ancak kurulan kumpas çok daha komplikedir. Dolayısıyla algı yönetimini çözdüğünü zannederken algı yönetimine maruz kalır. Bu sahnede profesyonel manipülatörlerin ne denli aptal, bilgisiz ve şaşkın bir profil çizebileceği vurgulanmış ve algı yönetimi noktasında en zayıf görülen noktalara dahi teyakkuzla yaklaşılması gerektiği işlenmiştir. Ayrıca algı yönetiminin tıpkı matruşka bebekler gibi olduğu, çözdüm zannedilen yerde yeniden ortaya çıktığı ve bireyleri beklemedikleri yerden kuşattığı vurgulanmıştır.

Çizelge 4.4: Gladio'nun Masum Görünen Mensupları

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009	İstanbul	Gladio'nun,
Avukat Ayşe	Yargılanma Süreci	Hapishanedeki Görüşme Odası	Şaşkın ve Masum Genç Bir Avukat Profili Çizen Hukukçusu

Sahne 5: Mahkeme Heyeti Gladio'nun Bir Numaralı Adamını Soruyor ve İskender Büyük Bir Numaranın Daima Uluslararası Bir İsim Olduğunu Söyleyerek Dış Güçleri İşaret Ediyor...

(2009 - Mahkeme Salonu) / (Dk: 20.48)



Şekil 4.28: İskender Büyük'ün Gladio'yu Deşifre Etmesi

İskender Büyük: *“Bir numaranın adının önemi yok!*

John, Jack, William demişim fark eder mi!”

Gladio'nun Türkiye'deki yapılanmasının Türkiye'den değil dışarıdan yönetildiği işaret edilmekte ve bu uluslararası örgütün gücüne vurgu yapılmaktadır.

Çizelge 4.5: Gladio'nun Türkiye Ayağı

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009	İstanbul	Gladio'nun
	Yargılanma Süreci	Mahkeme Salonu	Türkiye Ayağı

Sahne 6: İskender Büyük, Özal'ın Öldürüldüğünü İşaret Ediyor...

(2009 - Mahkeme Salonu) / (Dk: 21.24)



Şekil 4.29: İskender Büyük'ün Özal'ın Öldürüldüğünü Vurgulaması

İskender Büyük: “Apo'ya haber veren Reis-i Cumhur değilmiş.

Ölümünden sonra öğrendim.”

Mahkeme Başkanı/Hakim: “Yaz kızım! Terörist Başı Öcalan operasyonunu ihbar eden Cumhurbaşkanı değilmiş. Ben öyle düşünsem de, bu hususu ölümünden sonra öğrendim.”

İskender Büyük: “Öldürülmesinden sonra!”

Bu sahnede Gladio'nun, engel teşkil eden devlet büyüklerini dahi ortadan kaldıracak denli tehlikeli ve güçlü bir yapı olduğu deşifre edilmektedir. İskender mahkemenin ilerleyen etaplarında Bülent Fuat Aras'ın yerini bilen bir diğer Gladiocudan söz edecek ve Notacı Paşa olarak anılan bu kişiyi kast ederek “Adam dört yıldızlı general! Bizzat siz gitseniz generalin karşısına; önünüzü ilikler, elini sıkarak geri dönersiniz!” diyecektir. Fuat'ın kendisini kayıtlarda öldü göstermesi de yine mahkemede tartışma konusu olacak ve Hakim'in “Devlet'e mi inanacağız, Fuat'ın ölmediğini söyleyen sana mı?” demesi üzerine İskender “Aman! Ben devlete

inandım, siz inanmayın Sayın Başkan!” diyerek hiçbir şeyin görüldüğü gibi olmadığını vurgulayacaktır. Sonuç olarak senaryonun birçok yerinde Gladio’nun güçlü yapılanması ve yürüttüğü manipülasyona dayalı algı yönetimi işlenmekte; bu vurgu farklı örnekler üzerinden güçlendirilmektedir.

Çizelge 4.6: Gladio’nun Özal Suikastı

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009 Yargılanma Süreci	İstanbul Mahkeme Salonu	Gladio’nun Özal Suikastı

Sahne 7: İskender Büyük Gladio’nun Verdiği Manipülatif Bilgilere İnanarak; Cumhurbaşkanı Özal’a, Öcalan’a Suikastin Haber Verilmesi Konusunu Soruyor...

(Nisan 1993 - Ankara) / (Dk: 21.55)



Şekil 4.30: Büyük’ün Özal’a Öcalan Suikastının İhbar Edilişini Sorması

İskender Büyük: *“Sayın Cumhurbaşkanı!*

Bölücü başına operasyon bilgisini siz mi verdiniz?”

Kuvvet Komutanı: *“Evladım! O nasıl laf!”*

İskender Büyük: *“Biz bölücü başını öldürsek, örgüt bir ayda dağılacaktı!*

Bu mesele de bitecekti!”

Cumhurbaşkanı Özal: *“Bilmeden konuşmak, bu ülke için en zararlı şey!*

*Apo sonrası örgütün kimlerin elinde neler yapacağını
sen biliyor musun!”*

İskender Büyük: *“O zaman öldürülmesi talimatını niye verdiniz?”*

Cumhurbaşkanı Özal: *“Madem talimatı ben verdim, öldürseydiniz!”*

İskender Büyük: *“Adam bizim orda olduğumuzu biliyordu!”*

(Bu cümleyi söylerken kolundan tutulup ortamdan uzaklaştırılır...)

Gladio'dan aldığı emirleri Türk Devleti'nden aldığını zannettiği için süreçteki sorunları bizzat Cumhurbaşkanı'na soran İskender Büyük üzerinden, Gladio'nun gücü ve karanlık yapısı vurgulanmakta; ülkede sağlıklı bilgisi olmayanların yaptığı her hamlenin algı yönetimine davetiye çıkardığı deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.7: Gladio'nun Özal Manipülasyonu

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük Cumhurbaşkanı Özal	1993 Nisan Ayı	Ankara	“Öcalan Suikastındaki İhbarda, Müsebbip Özal!” Algısı

Sahne 8: Özal Musul ve Kerkük'ü Alma,

Kendi Güvenlik Hattını Oluşturma Projesini Anlatıyor...

(Nisan 1993 - Ankara) / (Dk: 22.17-22.28)



Şekil 4.31: Özal'ın Musul-Kerkük Planını Anlatması

Cumhurbaşkanı Özal: “İndirirsin birlikleri ta buradan Musul’a kadar, kendi güvenlik hattını oluşturursun. Musul Kerkük sende olur. Bak bakalım o zaman terörü besleyen ülkeler senin sözünden çıkıyor mu! PKK bugünün meselesidir, yarının meselesi değildir. Yarının meselesi Kürt meselesidir. Onun da çözümü basit! Daha büyük, daha demokratik, daha güçlü bir Türkiye!”

Türkiye’nin Kuzey Irak politikasının Gladio’yu rahatsız ettiği ve kendi ayakları üzerinde duran, terör meselesini çözmüş bir Türkiye’nin Batı için tehdit arz ettiği deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.8: Özal’ın Musul-Kerkük Planı

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	İnşa
Cumhurbaşkanı Özal	1993 Nisan Ayı	Ankara	“Musul ve Kerkük, Türkiye’nin Güvenlik Hattıdır!” Algısı

Sahne 9: Özal’ın Güvenlik Stratejilerini Tehdit Olarak Gören Bülent Fuat Aras, Kışkırtıcı Söylemler İle Herhangi Bir Talimat Vermeksizin İskender Büyük’ü Özal’ı Öldürmek Noktasında Programlıyor...

(Nisan 1993 - Ankara) / (Dk: 23.50)



Şekil 4.32: Aras’ın Özal’ı Öldürme Kararı

Bülent Fuat Aras: *“Bu cumhurbaşkanıyla olmayacak! Bak! Bu adam Musul’a Kerkük’e girmek için yapıyor bunları biliyorsun! Ve bu durum bizi böldürecek! Defalarca konuştuk bunu!”*

İskender Büyük: *“Ee! Ne diyorsun!”*

Bülent Fuat Aras: *“Pazartesi basın toplantısı yapacak, federasyon işini oldu bittiye getirmek için! Eğer Pazartesi köşkün sahibi aynı kalırsa, Türkiye diye bir şey kalmayacak! Biz de bunun altında kalacağız!”*

İskender Büyük: *“Kalmayız!”*

Bülent Fuat Aras: *“Kalamayız!”*

Bülent Fuat Aras *“Türkiye bölünecek!”* şeklindeki sahte tehdidi yaratarak İskender Büyük’ü yine manipüle etmekte ve onu profesyonel aldatma teknikleri uygulayarak Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin başı olan Özal’ı öldürme noktasına getirmektedir.

Çizelge 4.9: Gladio’nun Bölünme Algısı

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Bülent Fuat Aras	1993	Ankara	“Özal
İskender Büyük	Nisan Ayı		Ortadan Kaldırılmazsa, Türkiye Bölünür!” Algısı

Sahne 10: Avukat Ayşe, İskender Büyük’ün İyice Güvenini Kazanabilmek İçin Onun Hayatını Kurtarıyor ve Hastanede Ona Saldıran Adamlardan Birini Öldürüyor...

(2009 - Hastane) / (Dk: 32.48)



Şekil 4.33: Avukat Ayşe'nin İşlediği Cinayet

Gladio'nun emrinde olan Avukat Ayşe, İskender Büyük'ün hayatını kurtarmakta ve adam öldürdüğü için şoka girmiş bir insan psikolojisi ile aslında gerçekte olduğundan çok farklı bir profil çizmektedir. Dolayısıyla gerçekte olduğundan çok farklı bir algı yaratılmakta; artık bütün oyunları çözdüğünü ve uyandığını düşünen İskender Büyük, yeni bir algı yönetiminin içine çekilmektedir.

Çizelge 4.10: Gladio Namına Çalışan Avukat Ayşe'nin İşlediği Cinayet

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Avukat Ayşe	2009	İstanbul Hastane	Gladio Namına Çalışan Avukat Ayşe'nin Güven Telkin Etmek İçin İşlediği Cinayet

Sahne 11: İskender Büyük Avukat Ayşe'ye,

Gladio Tarafından Nasıl Aldatıldığını Anlatıyor...

(2009 - Konser Binasının Önü, Araç İçi) / (Dk: 39.04)



Şekil 4.34: Büyük'ün Gladio Tarafından Aldatılışını Anlatması

İskender Büyük: *“Hayatımda birçok kez yanıldım ama bir kez aldatıldım. Ben Gladio'ya hizmet ettiğimizi bilmiyordum. Sanıyordum ki; biz devlet için çalışan, bağımsız bir ekibiz.”*

Bu sahnede İskender Büyük üzerinden, Gladio'nun Türkiye üzerinde yürüttüğü küresel algı yönetimi deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.11: Gladio'nun Türk Devleti Üzerinden Yürüttüğü Manipülasyon

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009	İstanbul Araç İçi - Konser Binasının Önü	Gladio'nun Oluşturduğu “Türk Devleti İçin Çalışıyorsunuz!” Algısı

Sahne 12: Cem Ersever, İskender Büyük'ü

İçine Düşükleri Büyük Oyuna Karşı Uyandırmaya Çalışıyor...

(Kasım 1993 - Ankara / Ersever'in Kaldığı Ev) / (Dk: 41.17)



Şekil 4.35: Ersever'in Gladio Yapılanmasını Deşifre Etmesi

Cem Ersever: *"Ulan herif ayaküstü yedi bizi be!*

Hiçbirimiz bir şey anlamadık"

İskender Büyük: *"Hangi herif?"*

...

İskender Büyük: *"Korkma, sana bir şey olmaz. İzin vermeyiz!*

(Ki bu düşüncede olan İskender Büyük, ilerleyen sahnelerde Bülent Fuat Aras'ın şantajla karışık manipülasyonu çerçevesinde Ersever'i öldürmek durumunda kalmaktadır.)

....

Cem Ersever: *"Operasyonu Apo'ya kim haber vermiş!"*

İskender Büyük: *"Cumhurbaşkanı."*

Cem Ersever: *"Nah cumhurbaşkanı!"*

...



Şekil 4.36: Binbaşı Cem Ersever

(Dk: 43.19)

Cem Ersever: “Biz devlet için yaptığımızı sanıyorduk. Bütün paralar nereye akmış?

Fuat’a! Elimde dosya var!”

İskender Büyük: “Herkesin dosyası çıkar günün birinde!”

...

İskender Büyük: “Fuat niye böyle bir şey yapsın? Hem benimle operasyon yapacak, hem de Apo’ya haber verecek!”

Cem Ersever: “Sen harbiden vatani kurtardığını mı sanıyorsun! Bir süre sonra İskender diye bir şey kalmayacak! Seni de buruşturup atacaklar! Fuat piçi Gladio’nun öz piçiymiş öz!”

İskender Büyük: “Ya ne Gladiosu! Bağladın psikopata, herkese sallıyorsun!”

Cem Ersever: “Kim seçti seni beni? Biz iyi asker olduğumuz için mi? Ulan madem iyiysek, şimdi niye bizi harcıyorlar! İskender! Şunu aklına yaz! Vatanını en çok sevene, en pis işi yaptırırın! Bir tane çaplı olanımızı görüyor musun üst konumda bir yerde? Çaplı olanlar nerde? Namlunun ucunda, cephede! Tek tek dışarıdan karar veriyorlar her şeye onlar! Kimin Gladiocu kimin Gladiocu olmayacağına da onlar karar veriyor!”

Filmin en can alıcı sahnelerinden biri olan ve Cem Ersever ile İskender Büyük arasında geçen bu zengin diyalogda küresel algı yönetiminin ulusal ayağı deşifre edilmekte ve “Vatanını en çok sevene en pis işi yaptırırın!” ifadesi ile de duyguların insanları manipüle etmek noktasında ne denli etkin kullanıldığı vurgulanmaktadır. Ayrıca Gladio’nun düşünce anlayışına ve işleyişine dönük çözümler yapılan diyalogda, ‘vatani kurtarmak’ algısı üzerinden kurgulanan birçok kirli oyun açık edilmektedir. İskender Büyük ise çok uzun yıllar bu hipnozun içinde olan birisi olarak bunun hayatlarına mal olan güçlü bir algı yönetimi olduğunu kabul etmek istememektedir.



Şekil 4.37: Ersever'in Evindeki Örülmüş Pencere

(Dk: 40.10)

Ayrıca İskender Büyük'ün Ersever'in evine girdiğinde penceredeki perdeyi açması ve dışarıya açılması gereken pencerenin tuğlalarla örülmüş olduğunu görüp şaşırması da metaforik anlamda önemlidir. Zira bu durum ilk etapta keskin nişancı tüfeği ile vurulma riskini ortadan kaldırmak için Ersever'in aldığı bir güvenlik tedbiri gibi görülse de; 'belirli duygusal şartlanmışlıklarla kendini gerçek olana kapatan insanın yaşadığı trajedi' de bu tablonun yansıttığı bir yan anlam olarak okunabilmektedir.

Çizelge 4.12: Ersever'in Büyük'ü Uyandırma Girişimi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa		
Binbaşı Cem Ersever	1993	Ankara	Gladio'nun	Vatan	Millet
İskender Büyük	Kasım Ayı	Erseverin Kaldığı Ev	Sevgisi	Gibi	Güçlü Duyguları Kullanması

Sahne 13: İskender Büyük, Fuat Tarafından Cem Ersever'in Hain Olduğuna İnanırılıyor ve Maruz Kaldığı Şantajla Karışık Bir Manipülasyon Neticesinde Arkadaşı Cem Ersever'i Öldürüyor...

(1993 - Ankara/Depo) / (Dk: 50.12) - (Dk: 50.16)



Şekil 4.38: Binbaşı Cem Ersever'in Öldürülmesi

Bülent Fuat Aras: *“Gel İskenderim Gel! Cem bize nasıl ihanet ettiğini anlatıyordu şimdi! Tam paraları nereye sakladığını söyleyecekti ki sen geldin!”*

İskender Büyük: *“Ne parası?”*

Bülent Fuat Aras: *“Biz buna güvendik mi, güvendik! Terörle mücadelenin başına getirdik mi, getirdik! Bu gitti PKK ile bir oldu, uyuşturucu sattı! Bunların cezasını vermemiz gerekmez mi İskenderim? Örgüte bizim silahları verip eroin almış! ‘Kimden aldın lan bizim silahları?’ diyorum, ‘İskender!’ diyor şerefsiz!*

...

Artık sıkıldım bundan! İhanetin cezası belli! Sık kafasına!”

İskender Büyük: *“Seninle konuşmam lazım!”*

Bülent Fuat Aras: *“Sen bununla ortak mısın!”*

İskender Büyük: *“Seninle konuşmam lazım!”*

Bülent Fuat Aras: *“Ortak mısın değil misin!”*

Bülent Fuat Aras bu son cümleyi söylerken bir yandan da elindeki silahı İskender'e uzatmaktadır. Aynı anda Fuat'ın adamları da ellerini bellerine atmaktadırlar. Çaresiz kalan İskender silahı almakta, tereddütler içinde Ersever'i öldürmekte; hemen akabinde de ekran kararmaktadır. Bu sahne; Gladio'nun üst düzey yöneticisi ve Türkiye sorumlusu olan Bülent Fuat Aras'ın sergilediği şantaj, manipülasyon, kışkırtma, birbirine düşürme vs. eylemler için son derece belirgin, spesifik bir örnektir ve film boyunca sürekli olarak kullandığı, bu sahnede de son derece dikkat çeken 'İskenderim!' ifadesi bile bu büyük algı yönetiminin bir parçasıdır. Zira 'İskender!' yerine 'İskenderim!' ifadesinin sürekli olarak tekrarlanması, aslında “*Sen bizim adamımızsın ve asla bizim sözümüzden çıkamazsın!*” algısını duygusal, sahiplenici, samimi bir söylem üzerinden güçlü bir biçimde inşa etmektedir. Bu

noktada manipülasyona dayalı algı yönetimine ait çeşitli nüansların, kişilerin şahsi özelliklerine göre uygulandığını ve bir tür hedef kitle analizi olan bu yöntemle daha net sonuçlar alındığını söylemek de yerinde olacaktır.

Çizelge 4.13: Bülent Fuat Aras'ın Ersever Manipülasyonu

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Bülent Fuat Aras	1993	Ankara	Gladio'nun İkinci Adamı
İskender Büyük		Depo	Aras'ın Büyük'ü Manipüle
Binbaşı Cem Ersever			Ederek Erseveri Öldürtmesi

Sahne 14: Cem Ersever'i Öldüren ve Evinde Sabaha Kadar Bu Olayı Düşünen İskender Büyük, Evinin Balkon Camından Anıtlı Bakışlarla Anıtkabir'i Seyrediyor...

(1993 - Ankara/Anıttepe) / (Dk: 51.03-51.06)



Şekil 4.39: İskender Büyük ve Anıtkabir

Ersever'i öldürdüğü gün sabaha kadar karışık düşüncelerle boğuşan İskender Büyük, gece ışıkları altında Anıtkabir'e bakarak adeta bir vicdan muhasebesi yapmakta; pişman olacağı şeyleri öğrenmekten korkmaktadır. Ancak İskender o gecenin sabahında Ersever'in ölmeden önce kendisine gönderdiği evrakları ve kaseti kapısında bulmakta, artık Bülent Fuat Aras'ın intikamı ile yanmaktadır. Anıtkabir sembolü üzerinden Atatürk'e atıf yapılmakta, bir Türk subayı için son derece önemli bir makamda bulunan Mustafa Kemal Atatürk ile aldatmacalar içindeki bir Türkiye profili yan yana getirilerek izleyici düşünmeye sevk edilmektedir.

Çizelge 4.14: Cumhuriyet Türkiye'si - Gladio İkilemi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	İnşa
İskender Büyük	1993	Ankara Anıttepe İskender'in Evi	“Güçlü Bir Cumhuriyet Türkiyesi İle Gladio Üzerinden Yaşanan Kumpaslar Yanyana Gelmemeli!” Algısı

Sahne 15: İskender, Avukat Ayşe'ye

Gladio Tarafından Aldatılışını Anlatmaya Devam Ediyor...

(2009 - İstanbul/Konser Binasına Yakın, Araç İçi) / (Dk: 53.41)



şekil 4.40: İskender Büyük'ün Gladio'ya Dair Açıklamaları

Avukat Ayşe: “Hiç aldatılabileceğini düşünmedim.”

İskender Büyük: “Sen hiç aşık oldun mu?”

Avukat Ayşe: “Neden?”

İskender Büyük: “Ben vatani o kadar çok sevdim ki, gözüm ondan başka bir şey görmedi! Gözümün önündeki Fuat'ı, Gladio'yu bile!”

Bu sahnede, güçlü duyguların etkili bir algı yönetiminde son derece önemli olduğu vurgulanmıştır.

Çizelge 4.15: Güçlü Duyguların Aldatılma Riskini Artırması

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009	İstanbul	Vatan ve Millet Sevgisi
Avukat Ayşe		Araç İçi - Konser Binasının Önü	Gibi Çok Güçlü Duyguların Aldatılma Riskini Artırması

Sahne 16: Bülent Fuat Aras, Kendi Direktifleri Doğrultusunda Çalışan

Gazete Sahibi Ali Bey’i Aşağılıyor...

(Ocak 1994 - İstanbul’da Bir Konak/Restoran) / (Dk: 01.03)



Şekil 4.41: Bülent Fuat Aras’ın Gazete Sahibi İle Diyalogu

Bülent Fuat Aras: “Yani şu senin gazeteye yardım, yardım, yardım; bittik tükendik! Size verdiğimiz paralarla bütün Türkiye’yi satın almıştık şimdi!”

Gazete Sahibi Ali Bey: “Hocam yapmayın, kağıda her gün zam geliyor! Hükümet tepemizde! Tek başımıza bağımsızlık mücadelesi veriyoruz!”

Bülent Fuat Aras: “Bana mı anlatıyorsun Ali Bey, ne kadar bağımsız olduğunuzu!”

Gladio’nun medya içindeki yapılanması işaret edilmiş ve Gladio ile medya arasındaki çıkar ilişkilerine dair çözümleme yapılmıştır.

Çizelge 4.16: Gladio'nun Medya Yapılanması

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Bülent Fuat Aras	1994	İstanbul	Gladio'nun
Gazete Sahibi Ali Bey	Ocak Ayı	Tarihi Bir Konak Restoran	Medya Yapılanması

Sahne 17: İskender Tarafından Yakalanan ve Sorgulanan Bülent Fuat Aras,

Yeniden İskender Büyük'ü kandırmaya çalışıyor...

(Ocak 1994 - İstanbul'da Bir Yeraltı Mekanı) / (Dk: 01.05)



Şekil 4.42: Büyük'ün Aras'ı Sorgulaması

İskender Büyük: *"Fuat sen kimsin? Kime çalışıyorsun? Ekibinde kimler var?"*

Bülent Fuat Aras: *"Seni kandırmışlar İskenderim!"*

İskender Büyük: *"Beni kandıran sensin!"*

Bülent Fuat Aras: *"Biz seninle bu yolda ölüme gittik birlikte! Bunları sana kim söylediye o kandırıyor seni! Ne istiyorsan ispat ederim sana!"*

Konuşmanın bu aşamasında İskender Büyük kendisine gelen dosyayı, dosyadaki havale makbuzlarını ve Bülent Fuat Aras'ın Öcalan'la çekilmiş olan samimi fotoğrafını göstermektedir. Fotoğrafi gören Fuat, konuya devlet görevi çerçevesinde Öcalan ile görüşmüş gibi bir süs vererek gülmeye başlamaktadır.

İskender Büyük: *“Ne sırtıyorsun lan!”*

Bülent Fuat Aras: *“Seni daha akıllı biri zannediyordum! Yazık!”*

Bu söz üzerine İskender ses kaydı tuşuna basar ve Öcalan'a operasyonu haber veren Bülent Fuat Aras'a ait ses kaydını kendisine dinletir. Artık İskender'i manipüle edecek bir argümanı kalmayan Fuat, İskender'e ortaklık teklif eder.

Bülent Fuat Aras: *“İskender! Büyük işler yapacağız seninle! Eğer delilik etmezsen, bu ülkeyi tamamen biz yöneteceğiz! Bütün şartlar lehimize işliyor. Amerikalılar yeni bir proje geliştiriyor! Bu projeyi hayata geçirmek için her şeyi yapmaya hazırlar!”*

İskender Büyük: *“Kusura bakma, sensiz yapacaklar! Amerikalıların projesi mi biter? Haydi İskender, 12 Eylül gelecek! Haydi İskender Sovyetler gidecek! Haydi İskender, Orta Asya gelecek! Haydi İskender, Orta Doğu! Haydi İskender, bağımsızlık! He baba, İskender büyük! Ama yorgun! Ulan vatani sevdik be! Orospuyu değil ki ölene kadar dert çekelim!”*

İskender bu aşamada tam Fuat'ı öldürmek için tetiği çekecekken Gladio'nun adamları gelerek Fuat'ı kurtarmaktadır. Fuat ile İskender arasında geçen bu önemli diyalogda Fuat aşama aşama yeni bir algı yönetimi daha kurgulamak istemekte ancak İskender'in elindeki deliller ile kandırılmışlıktan yana yaşadığı büyük yorgunluk, bu yeni aldatmacaya müsaade etmemektedir.

Çizelge 4.17: Gladio'nun Matruşka Söylemleri

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Bülent Fuat Aras	1994	İstanbul	Gladio'nun İkinci Adamı
İskender Büyük	Ocak Ayı	Bir Yeraltı Mekanı	Aras'ın, Gladio'yu Çözen Büyük'ü Yeniden Aldatma Girişimi - Gladio'nun Matruşka Söylemleri

Sahne 18: İskender Büyük, Kısa Bir Süreliğine Dışarıya Çıkararak

Fuat Aras'ı Bulmak Noktasında Mahkeme Başkanını

İkna Etmeye Çalışıyor...

(2009 - İstanbul/Mahkeme Başkanı Hakimin Odası) / (Dk: 01.16)



Şekil 4.43: Büyük-Hakim Görüşmesi

İskender Büyük: *“Adam elimden uçup gitmeden beni buradan çıkar!”*

Mahkeme Başkanı/Hakim: *“Ben hayatımı sizin gibileri buraya tıkmak için adamışım, ne diyorsun sen bana!”*

İskender Büyük: *“Tık! Yine tık! Ama bir tek beni tıkma! Bütün benim gibileri tık, bütün Gladiocuları tık, bütün çetecileri tık!”*

Mahkeme Başkanı/Hakim: *Hepsi karşımıza çıktığında ‘Kullanıldık!’ diyor! ‘Devlet emretti, biz yaptık!’ diyor! ‘Devletten habersiz hiçbir şey yapmadık!’ diyor!”*

İskender Büyük: *“Ben sana masumum demiyorum ki! Bu millete, bu devlete, bu vatana son borcumu ödemek için bana izin ver! Şu Fuat'ı bulup geleyim, bu pislik ortadan kalksın!”*

Mahkeme Başkanı/Hakim: “*Madem borcunu ödemek istiyorsun, gizli tanık ol! Ben de devletin bütün kurumlarını toplayayım, anlattıkların doğrultusunda hepsini içeri tı kayım!*”

İskender Büyük: “*Bu iş anlatmakla, tanıklıkla olmaz başkan; anlamıyor musun! Tek tek deşifre etmedikten sonra hiçbir şey elde edemeyiz! Bunlar her yerdeler! Belki sen de onlardan birisin, boşuna dil döküyorsun!*”

Gladio yapılanmasının gücünü ve ilişkiler ağını ortaya koyan bu önemli diyalogda, küresel algı yönetimi ile mücadelede hukukun yetersiz kaldığı ortaya konulmaktadır.

Çizelge 4.18: Gladio İle Mücadelede Hukukun Yetersiz Kalması

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009	İstanbul	Gladio İle Mücadelede
Mahkeme Başkanı		Hakimin Odası	Hukukun Yetersiz Kalması

Sahne 19: Gladio'nun Adamı Olan Notacı Paşa, ‘Bağımsızlık Destanı’ İsimli Müzik Eserinin Dinleyicilere Sunulduğu Akşam; Fuat'ın Yerini Söyledikten Sonra İskender Tarafından Öldürülüyor...

(2009 - İstanbul/Konser Binası) / (Dk: 01.19)



Şekil 4.44: Notacı Paşa'nın İronik Eseri

Filmin bu kısmındaki en önemli algı çözümlemesi, Notacı Paşa'nın müzik eserinin ‘Bağımsızlık Destanı’ adını taşımasıdır. Gerek gazete haberinde gerekse konser afişinde bu isme zoom yapılmasının sebebi de budur. Film burada her bağımsızlıktan

bahsedenin ülkenin bağımsızlığı için çalışmadığını vurgulamakta ve bu tarz söylemlere karşı eleştirel, sorgulayıcı bir anlayışla yaklaşmak gerektiğini işaret ederek manipülasyona dayalı algı yönetimine dikkat çekmektedir.

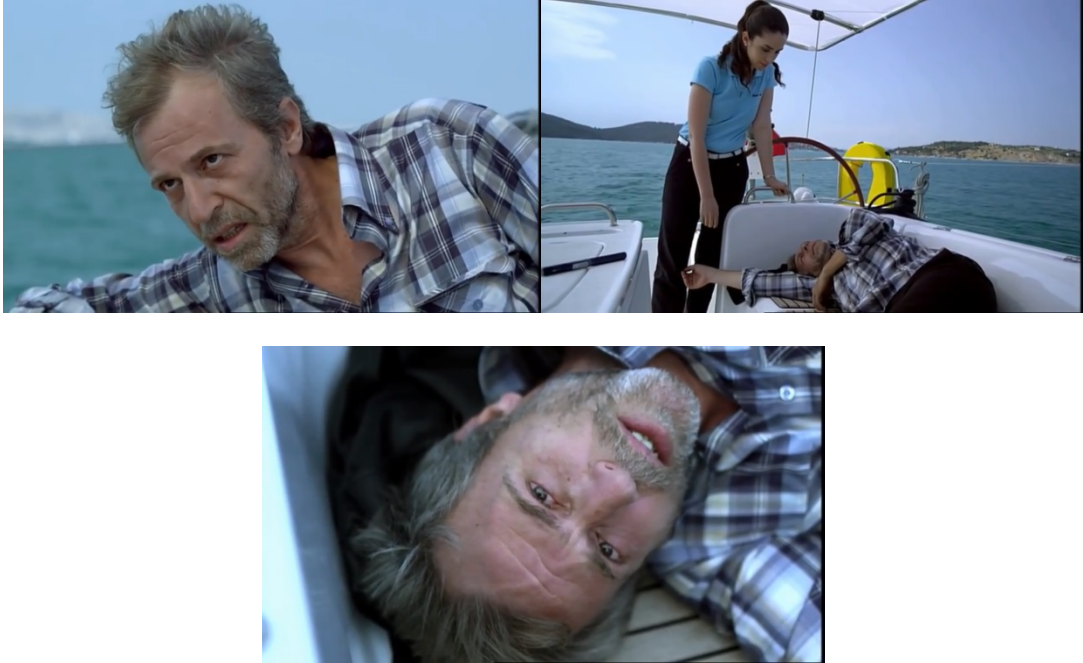
Çizelge 4.19: Gladio'nun Bağımsızlık Söylemleri

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009	İstanbul	Gladio'nun
Notacı Paşa		Konser Binası	Bağımsızlık Söylemleri

Sahne 20: Gladio'ya Çalışan Avukat Ayşe,

İskender Büyük'e İlaç Vererek Onu Sakat Bırakıyor...

(2009 - İstanbul/Tekne) / (Dk: 01.31)



Şekil 4.45: Büyük'ün Gladiocu Avukat Tarafından Sakat Bırakılması

Avukat Ayşe: “*Gladio Fuat Aras'tan nasıl vazgeçti?*”

İskender Büyük: “*Yeni dönem başladı. Yeni dönemde Fuat yok! Yeni Osmanlılık dönemi. Orta Doğu'da Araplarla İsrail'i aynı masada oturtmayacakları artık çok açık. Ee Araplara da bir çoban lazım ki kendilerini patlatıp durmasınlar!*”

Avukat Ayşe: *“Araplar bizi mi takar!”*

İskender Büyük: *“Arapların başında bu kuklalar oldukça öyle bir takarlar ki!*

....

Ne yapacaksın sen bunları? Başımıza politikacı mı olacaksın, yoksa Gladiocu mu?”

Avukat Ayşe: *“Merak ediyorum!”*

İskender Büyük: *“Türk’e güvenilir mi? En küçüğüne sorsan, başbakan olmak istiyor. Biraz zorlasan, dünyayı fethetmek istiyor. Türk’ün başında bela olmazsa, Türk dünyanın başına bela! O yüzden Kürtleri ayırmak istiyorlar. Ama başaramayacaklar! Laboratuvara girmişler, proje üretiyorlar! Ama ürettikleri proje laboratuvara uygun, bize değil!”*

Avukat Ayşe: *“Kimin Gladiocu olduğunu nereden anlayacağız?”*

İskender Büyük: *“Kalabalığın içinde azgın bir azınlık varsa, bil ki orda Gladio var!*

...

Bir tek koruması bile yoktu! (Fuat’ı kastetmektedir.) Arkadan gelen fayton bile yoktu!

...

Artık senin de başın dertte! Sen de Gladio’nun düşmanısın.”

Avukat Ayşe: *“Düşmanı değilim!”*

Bu söz üzerine İskender aldatıldığını anlar ve o sırada Avukat Ayşe kendisine ait şeker iğnesini göstererek denize atar! Az evvel kendisine uyguladığı iğne şeker iğnesi değildir ve İskender hızla kötüleşerek teknede yığılır! Avukat Ayşe yığılıp kalan İskender’in başında bekler ve *“Artık konuşamayacaksın! Anlatacağın bir şey de kalmadı.”* der. Bu olayların yaşandığı, Avukat Ayşe’ye ait teknede dalgalanan Türk Bayrağı ise ‘sembollerin yarattığı mevcut algı’nın ne denli gerçeğe hizmet ettiğini anlamak bakımından son derece manidardır. İskender’in Gladio tarafından etkisiz hale getirildiği bu sahne, filmin en can alıcı sahnesidir ve bir ömür boyu maruz kaldığı algı yönetimini deşifre ettiğini, çözdüğünü zanneden İskender Büyük, hayatına kasteden yeni bir oyunun kucağına düşmektedir. Bu sahnede yer alan diyaloglarda hem küresel algı yönetimine dair yeni dönem kodları deşifre edilmekte, hem de Türk milletinin yediden yetmiş yediye yüksek özgüveninden ve üzerine

kurgu yapılamayacak olan özgün yapısından söz edilerek bir öz kimlik algısı inşa edilmektedir.

Çizelge 4.20: Gladio'nun Hiç Beklenmedik Noktalarda Yapılanması

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
İskender Büyük	2009	İstanbul	Büyük'ün Sakat
Avukat Ayşe		Tekne	Bırakılması - Gladio'nun Hiç Beklenmedik Noktalarda Yapılanması

Sahne 21: Gladio Dosyasını Rafa Kaldırmadığı İçin Merkeze Çekilen Mahkeme Başkanı Odasını Topluyor ve Gladio'yaya Hizmet Eden Avukat Ayşe İle Son Süreci Değerlendiriyor...

(2009 - İstanbul/Mahkeme Başkanı Hakimin Odası) / (Dk: 01.32.23)



Şekil 4.46: Mahkeme Başkanı-Avukat Ayşe Diyalogu

Avukat Ayşe: “Gladio dosyasını kapatmadığınız için mi Ankara'ya geri gönderildiniz?”

Mahkeme Başkanı/Hakim: “Büyüklerimiz böyle takdir etmiş.”

Avukat Ayşe: “Ama efendim! Gitmenizle Gladio dosyası sahipsiz kaldı!”

Mahkeme Başkanı/Hakim: “İskender anlattıklarıyla büyük bir yol açtı. Bu yolun sonuna kadar gitmek sadece yargının değil, topyekun bütün milletimizin meselesidir.”

Bu sahnede filmin ana mesajı olarak nitelendirilebilecek denli önemli bir mesaj verilmiştir. Zira Hakim’in kurduğu bu son cümle, ülkece üzerimizde uygulanan küresel algı yönetimi ile mücadelede sağlıklı bir çıkış önerisinde bulunmakta; çözümün hukuk gibi sınırlı bir alanda değil, topyekun milletin uyanışında ve gayretinde olduğunu işaret etmektedir.

Çizelge 4.21: Gladio - Hukuk İlişkisi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Avukat Ayşe	2009	İstanbul	Gladio’nun
Mahkeme Başkanı		Hakimin Odası	Hukuki Tuzakları

Sahne 22: Hayatına Bakımevinde Tekerlekli Sandalyeye Mahkum Olarak Devam Etmek Durumunda Kalan İskender Televizyonda Kendisi ve Gladio İle İlgili Haberleri İzliyor, Anlıyor Ancak Konuşmak Dahil Hiçbir Şey Yapamıyor...

(2009 - İstanbul/Bakımevi) / (Dk: 01.33.19)



Şekil 4.47: İskender Büyük'ün Bakımevi Günleri

İskender şok edici bir şekilde etkisiz hale gelmiştir ve aslında onun bu gören, anlayan ancak hiçbir tepki veremeyen hali; Türkiye'nin o yıllarda Gladio'nun karşısındaki problemlili durumuna oldukça benzemektedir.

Çizelge 4.22: Gladio'nun Her Türlü Tehdidi Bertaraf Etmesi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Avukat Ayşe	2009	İstanbul	Gladio'nun
İskender Büyük		Tekne	Her Türlü Tehdit Unsurunu Etkisiz Hale Getirmesi

Kurtlar Vadisi Gladio, yukarıda sıralanan çeşitli sahnelerde ve diyaloglarda da görüldüğü üzere manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümlemiş ve bu deşifreyonu türlü materyaller ile senaryo geneline yaymıştır. Ancak sadece algı çözümlenmesi yapmamış, algıyı çözümlerken aynı zamanda kendi vermek istediği mesajlarla da farklı bir inşada bulunmuştur.

Örneğin Sahne 20’de geçen şu sözler, filmin oluşturmak istediği algının en somut delili konumundadır; *“Türk’e güvenilir mi? En küçüğüne sorsan, başbakan olmak istiyor. Biraz zorlasan, dünyayı fethetmek istiyor. Türk’ün başında bela olmazsa, Türk dünyanın başına bela! O yüzden Kürtleri ayırmak istiyorlar. Ama başaramayacaklar! Laboratuvara girmişler, proje üretiyorlar! Ama ürettikleri proje laboratuvara uygun, bize değil!”*

Bu kapsamda Kurtlar Vadisi Gladio, küresel algı yönetiminin boyutlarını ortaya koymak bakımından son derece cesur bir açılım yapmış; ancak bu büyük tehdidin karşısında Türkiye’nin de kendine özgü farklı nitelikleri ile belirli bir konumda yer aldığını vurgulamıştır.

Ayrıca zaman zaman akış içinde verdiği bazı kodlar da söz konusudur. Örneğin İskender’in kendisine gelen Ersever postasını aldıktan sonra kapıda bıraktığı, kapı koluna asılı gazetede PKK-Ermeni yazısı dikkat çekmektedir. Kapıdaki günlük gazetenin manşeti olan bu iki kelime, aslında küresel algı yönetiminin kullandığı iki kanalı ve bu iki kanal arasındaki girift bağlantıyı izleyiciye hatırlatmaktadır. Yine Bülent Fuat Aras dosyasındaki havale makbuzları ve makbuzlar üzerinde görülen banka isimleri de Gladio’nun finansal üsleri noktasında bir fikir vermekte, Aras’ın en son Büyükkada’da saklanması da yine bu çerçevede önem taşımaktadır.

Mahkemede kimlik bilgileri hakim tarafından tekrarlanan İskender Büyük’ün kendisi için ‘emekli memur’ tabiri kullanıldığında *“Kim demiş emekli olduğumu!”* şeklinde yanıt vermesi ve *“Ne iş yaparsın o zaman?”* denildiğinde de *“Her zaman ne yaptysam! Devletime hizmet!”* şeklinde bir cümle kurması ise; devlet görevinden emekli olunamayacağı gibi bir algıyı oluşturmaktadır.

İskender Büyük’ün kaldığı hücrede küçük de olsa bir kitaplığın olması, zaman buldukça hücrede spor yaparak sınav çekmesi gibi detay görülen unsurlar ise ‘iyi bir devlet görevlisinin her şart ve koşulda zihinsel ve bedensel gelişimini devam ettirdiği’ yönünde bir algı oluşturmaktadır. Ayrıca kendisine tahsis edilen avukatla davanın hangi mahkemede görülmesi gerektiğine dair hukuk içerikli sohbeti de birçok konuda bilgi sahibi bir kişi olduğunu göstermekte, bu tarz görevlerde bulunan kişiler için genel bir profil çizmektedir.

4.3.2 Kurtlar Vadisi Irak filminin filmsel anlatı analizi

Çalışmanın bu bölümünde Kurtlar Vadisi Irak yapımına ait film kimliği ile film öyküsü bilgileri aktarılacak; çekim özellikleri, ışık ve renk, ses ve müzik, iç ve dış uzamlar, giysiler ve bezem gibi olgu donanımı öğeleri, uzam(mekan)-zaman-kişi gibi ana unsurları incelenecek ve manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümleyen sahnelerin analizi yapılacaktır.

4.3.2.1 Filmin kimliği

Filmin Adı: Kurtlar Vadisi Irak

Yapım Yılı: 2006

Yapımcı: Raci Şaşmaz - Pana Film

Yapımcı Yardımcıları: Hasan Kaçan, Mehmet Canpolat

Senaryo Süpervizörü: Ömer Lütfi Mete

Yönetmen: Serdar Akar

Yardımcı Yönetmen: Sadullah Şentürk

Senaryo: Raci Şaşmaz, Bahadır Özdeniz

Senaryo Konsept Danışmanı: Soner Yalçın

Müzik: Gökhan Kırdar

Görüntü Yönetmeni: Selahattin Sancaklı

Kurgu: Kemalettin Osmanlı

Genel Yayın Yönetmeni: Kemalettin Osmanlı

Seslendirenler: Umut Tabak, Mehmet Atay, Atilla Yiğit, Kadir Çermik

Özel Efekt Süpervizörü: Mark Meddings

Sanat Yönetmeni: Yavuz Fazlıoğlu

Kostüm Dizayn: Ebru Kayahan

Işık Şefi: Hakkı Yazıcı

Özel Makyaj: Lynda Armstrong

Sound Mixer/Ses: Alan O'Duffy

Set Amiri: Mustafa Boduroğlu

Tür: Aksiyon-Macera

Metraj: Uzun Metrajlı

Süre: 122 Dk.

Oyuncular: Necati Şaşmaz, Bergüzar Korel, Gürkan Uygun, Kenan Çoban, Erhan Ufak,

Billy Zane, Ghassan Massoud, Gary Busey, Diego Serrano, Tito Ortiz,

Spencer Garrett, George Baltimore

(* Kurtlar Vadisi Irak filmi, Cannes Film Festivali'nde Jüri Özel Ödülü'ne layık görülmüştür. Dört ayrı dilde çekilen filmde 3000 figüran yer almış ve Billy Zane, Gary Busey gibi Hollywood'tan tanınan birçok önemli isim de Türk oyunculara eşlik etmiştir. Filmin bir diğer önemli özelliği ise, 2012 yılında çekilen ve 18.2 milyon Dolar bütçesi olan Fetih 1453 filminden sonra 14 milyon Dolarlık bütçesi ile yerli yapımlar içinde ikinci sırayı almasıdır. Çekildiği yıl itibarı ile de en yüksek bütçeli yerli sinema filmi olmuştur. Sıralanabilecek diğer özellikleri ise şöyledir: farklı ülkelerden yabancı oyuncu sayısı yüksek olan bir yapımdır, canlı bombanın kendini havaya uçurduğu sahnede 6 farklı kamera kullanılmıştır, en çok ve özgün özel efekt (special effect) kullanılan Türk filmidir, Hollywood'tan dublör getirtilen ilk yerli filmidir, filmde 3391 adet kostüm kullanılmıştır, Türkçe-İngilizce-Arapça ve Kürtçe olmak üzere filmde 4 ayrı dil konuşulmuştur, özel makyaj tasarımları gerçekleştirilmiş ve özgün kostüm tasarımları hazırlanmıştır.

4.3.2.2 Filmin öyküsü

Film, 4 Temmuz 2003 tarihinde gerçekleşen ve Türk kamuoyunda büyük tepki ile karşılanan Çuval Olayı ile başlamakta ve uzun yıllar boyu stratejik müttefiklik söylemi üzerinden Türkiye'yi dost ülke ilan eden Amerika Birleşik Devletleri'nin, Orta Doğu'ya huzur ve barış getirme yönündeki vitrine dönük argümanları çerçevesinde bölgede nasıl bir küresel algı yönetimi sergilediğini deşifre etmektedir.

Çuval Olayı; müttefik Amerikan kuvvetlerinin 4 Temmuz 2003 günü, Kuzey Irak'ta konuşlanmış olan özel Türk kuvvetinin gayr-ı resmî yarı gizli karargahına gelmeleri ve on bir Türk askerinin kafalarına birer çuval geçirilerek bölge halkının gözleri önünde elleri kelepçeli bir biçimde sınır dışı edilmeleri hadisesidir. Film, Kuzey

Irak'ta görevini icra ederken Çuval Olayı gibi onur ve güven kırıcı bir olayı yaşayan Üsteğmen Süleyman Aslan'ın intiharı ile başlamakta ve Üsteğmen'in 'Sevgili Kardeşim' hitabı ile devlet adına çalışan özel eğitilmiş bir istihbaratçı olan Polat Alemdar'a yazdığı o son mektup, filmdeki aksiyonu başlatmaktadır.

Uzun yıllar devlet adına sayısız ulusal ve uluslararası operasyona katılmış olan Polat Alemdar böylesi hassas bir mektuba ve mektubun sonundaki vasiyete kayıtsız kalmamakta; en güvendiği adamlarını yanına alarak Kuzey Irak'ın yolunu tutmaktadır.

Polat Alemdar ve adamları Irak'taki olayların iç yüzünü anlamaya çalışırken ilk büyük olay gerçekleşmekte ve Amerikan askerleri bir düğünde birkaç kez havaya ateş açılmasını bahane ederek, gereksiz bir kimlik kontrolü başlatmaktadırlar. Düğüne gelen bölge insanını terörist yaftası ile geren Amerikan askerleri ortamda sıkıntı çıkarmakta ve akabinde de küçük bir çocukla damat başta olmak üzere birçok masum kişiyi öldürerek büyük bir katliam gerçekleştirmektedirler. Bu sıralarda Polat Alemdar ve adamları Çuval Olayı ile ilgili ilk intikam girişimlerini başlatmakta ve Amerikan yönetiminin kontrolünde olan lüks bir otelin temellerini dinamitlerle donatarak bölgenin kontrolünü elinde tutan Amerikalı Sam William Marshall'ı otele çağirtmaktadırlar. Sam, uzun yıllar yurtdışı operasyonlarda bulunmuş emekli bir Amerikan askeridir ve son üç yıldır da bölgede CIA'in emri ile kurulmuş gizli bir birimin başkanlığını yapmaktadır. Sam otele gelmekte ve Polat'la önemli bir görüşme gerçekleşmekte ancak Türkler'in zaaf noktalarını çok iyi bilen Amerikalılar otele birçok çocuk getirdikleri için Polat oteli patlatma planını uygulayamamaktadır. Oteli patlatmama karşılığında Amerikalıların başlarına çuval geçirmek ve bu şekilde intikam almak düşüncesini taşıyan Polat başarısız olmakta ve otelden ayrılmaları ile birlikte Sam W. Marshall ile olan sert mücadele başlamaktadır.

Amerikalıların hapisanedeki esirlere yaptıkları işkencelere, İsrail ile örtüşen çıkarlar çerçevesinde yürütülen organ ticaretine, Hıristiyanlık ve Musevilik inanışındaki cennet anlayışlarına, bölgedeki Araplar, Kürtler ve Türkmenler üzerindeki Amerikan oyununa da yer verilen filmde; düğündeki katliamda eşi olacak kişiyi kaybeden Türkmen kızı Leyla ile Polat arasında doğal bir dayanışma gelişmektedir. Polat ile Sam'in mücadelesinde oldukça önemli bir yere oturan bu doğal dayanışma gittikçe güçlenmekte ve senaryoya Leyla üzerinden, Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki karakteri dahil olmaktadır. Kerküki; bölgede Kürt, Türk, Arap demeksizin herkesin

sevgili olan, büyük saygı gören bir şeyhtir ve filmde sağlıklı İslam anlayışını temsil eden güçlü bir karakterdir. Öyle ki, eşi olacak kişiyi Amerikalıların yaptığı katliamda kaybeden ve bölgedeki zulme artık tahammülü kalmayan manevi kızı Leyla canlı bomba olmak gibi bir eyleme meylettiğinde onu durdurmakla kalmamakta; sağlıklı İslam anlayışının inşası anlamında çok belirleyici bir duruş sergilemektedir.

Bölgede gerçek barışı, anlayışı ve hoşgörüyü yaymaya çalışan bu din âlimi filmin ilerleyen bölümlerinde Sam W. Marshall tarafından ciddi bir tehdit olarak görülmekte ve Kerküki'nin hayatını korumak için Leyla ile birlikte şeyhin mekanına giden Polat Alemdar ve adamları, ağır silahlarla teçhiz edilmiş Amerikalılar tarafından sıkıştırılmaktadır. Sam W. Marshall, Polat'a destek veren Türkmen lideri Hasan'ı da öldürdükten sonra Kerküki'yi yok etmek için harekete geçmekte ve bu aşamada, kendisine sürekli olarak yardımda bulunan Kürt liderin, Şeyh Kerküki'nin yok edilmesi fikrine itiraz etmesi önem arz etmektedir. Kerküki tasavvufi yaşam tarzı, hali, söylemleri ve gerçek İslam'ın yaşanması noktasındaki samimi mücadelesi sebebiyle bölgede gerçekten sevilme ve Amerikalıların emirlerini uygulayan Kürt lider ile Sam W. Marshall, ilk kez bir konuda ters düşmektedirler.

Finalde Kerküki'nin mekanında büyük bir çatışma yaşanmakta ve Sam ile Polat, adamları ile birlikte karşılıklı olarak çarpışmaktadırlar. Leyla, düğündeki katliamda eşinden aldığı, Selahattin Eyyubi'nin davasını sembolize eden hançeri ile Sam'in yardımcısı Dante'yi öldürmekte ancak Sam tarafından vurulmaktadır. Uzun soluklu bir mücadelenin sonunda Polat Leyla'nın intikamını almakta ve onun tarihi hançerini Sam'in kalbine saplayarak bölgedeki kirli oyuna büyük bir darbe vurmaktadır. Film, Polat Leyla'nın gözlerini kapatırken avucuna düşen hızma ile son bulmakta; Kerküki'nin *"Bunu benliğinin kölesi olmaktan kurtulduğun zamana kadar çıkartma!"* dediği hızma Polat'ın kanlı avucunda dururken, fonda bir Kerkük türküsü olan Altın Hızma duyulmaktadır...

4.3.2.3 Kurtlar Vadisi Irak filminin olgu donanımı

Çalışmanın bu bölümünde, Kurtlar Vadisi Irak filminin çekim özelliklerine, ışık, renk, ses, müzik, iç ve dış uzamlar, giysiler ve bezem gibi özelliklerine dair bilgiler verilecektir.

Çekim özellikleri

Filmde yakın çekim, uzak çekim, genel çekim, alçak açılı (aşağıdan) çekim, kuşbakışı çekim (üst açılı çekim), karşıdan çekim, çerçevesiz çekim, gölgeli çekim, bulanık çekim, baş-gövde-omuz üstü-yan çekim gibi çeşitli çekim teknikleri kullanılmış; çatışma sahnelerinde ise ağırlıklı olarak hareketli çekim tercih edilerek aksiyon hissi artırılmıştır. Filmde gece çekimlerinin gündüz çekimlerine oranla daha fazla olduğu görülmekte ve açık mekanların kapalı mekanlara oranla daha fazla tercih edildiği gözlemlenmektedir. Filmde kullanılan bazı çekim türleri şu şekilde örneklendirilebilir:



Şekil 4.48: Yakın Çekim Örneği - (Dk: 02.59)

Bu sahnede yan profilden yakın çekim yapılmış ve net-bulanık düzlemde bir obje-fon görüntüsü yakalanarak sahnedeki gerilim duygusu artırılmıştır.



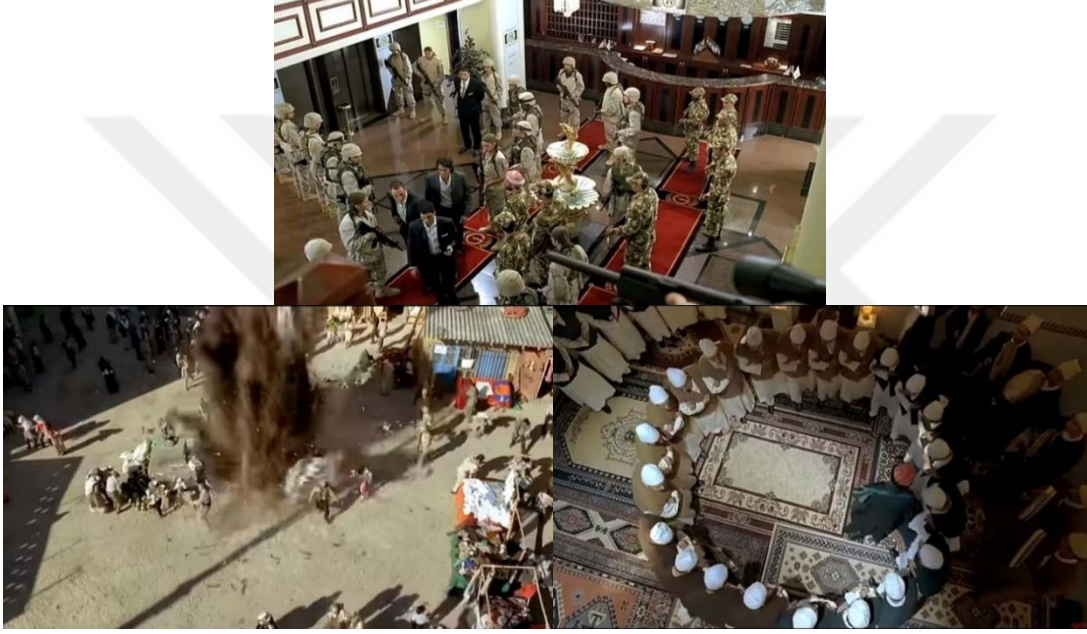
Şekil 4.49: Omuz Üstü Çekim Örnekleri - (Dk: 03.39, 03.59)

Bu sahnelerde omuz üstü çekim tekniği uygulanmıştır.



Şekil 4.50: Baş Çekimi Örnekleri - (Dk: 45.13, 54.28)

Bu sahnelerde baş çekimi uygulanmıştır.



Şekil 4.51: Üstten Çekim Örnekleri - (Dk: 40.47, 83.25)

Bu sahnelerde kuşbakışı bir perspektiften çekim yapılmış ve üstten çekim tekniği ile heyecan duygusu artırılmıştır.



Şekil 4.52: Aşağıdan Çekim Örnekleri - (Dk: 94.26, 75.11)

Bu sahnelerde aşağıdan çekim yapılarak sahnedeki heyecan duygusu yükseltilmiştir.



Şekil 4.53: Genel Çekim Örnekleri - (Dk: 01.36,13.09)

Bu sahnelerde genel plan çekim yapılarak geniş bir görüntü elde edilmiştir.



Şekil 4.54: Gövde Çekimi Örnekleri - (Dk: 02.18, 47.00)

Bu sahnelerde yandan ve karşıdan olmak suretiyle gövde çekimleri yapılmıştır.



Şekil 4.55: Uzak Çekim Örneği - (Dk: 08.33)

Bu sahnede uzak çekim gerçekleştirilmiştir.



Şekil 4.56: Birinin Gözünden Çekim - (Dk: 60.06, 60.09)

Bu sahnede canlı bombanın gözünden çekim yapılmış ve aynı zamanda bulanık çekim örneği de sergilenmiştir.



Şekil 4.57: Çerçevesel Çekim - (Dk: 54.31)

Bu sahnede görüntü silah dürbünü üzerinden çerçeveye alınarak heyecan yükseltilmiştir.

Işık ve renk

Filmdeki gece çekimlerinde gölgeleme teknikleri yoğun olarak kullanılmış, gündüz çekimlerinde de yer yer güçlü ışık tercih edilmiştir. Çekimin yapıldığı bölgenin kırıç olması ve bölgedeki evlerin de genel görüntü ile uyum sağlamasından dolayı toprak renkleri filme hakim olmuş; ancak bölgedeki otantik kostümlerin rengarenk kullanımı ile film hareketlenmiştir. Yer yer duvara yansıyan gölgeler ve ışık oyunları tercih edilmiş; bu şekilde filmdeki heyecan duygusu artırılmıştır.



Şekil 4.58: Gölge ve Işığın Kullanımı - (Dk: 113.53)



Şekil 4.59: Film İçinde Farklı Renklerin Birlikte Kullanımı - (Dk: 14.26, 16.05)

Ses ve müzik

Çuval Olayı'nın yarattığı gerilim ve askerî atmosfer ile başlayan film, ilk sahnelerde fonda gerilimi yükselten trompet sesi ile başlamış ve filme girişte kullanılan bu arka fon müziği, akış boyunca filmin girişine askerî bir hava katmıştır. Yapımın genelinde aksiyonu, gerilimi ve heyecanı artıran müzikler kullanılmış; çatışma sahnelerinde bu gerilim tarzı iyice tırmandırılmıştır. En geniş bütçeli yerli yapım özelliğini kazanan filmde gerçek silahlar kullanılmış ve ses efektleri, teknolojik aygıtlardan da yararlanan güçlü bir ses ekibi ile desteklenmiştir. Sahnelerdeki duygu akışına göre yer yer hareketli yer yer düşük ritimli enstrümantal ve sözlü müzik eserlerinin kullanıldığı filmde, ağıt ve ilahi gibi farklı müzik formlarına da yer verilmiştir. Yapımda düzenlemesini Gökhan Kırdar'ın yaptığı ve çoğunluğu sözsüz olan on dokuz çeşit müzik parçası kullanılmış ve film bir Kerkük türküsü olan Altın Hızma ile final yapmıştır.

İç ve dış uzamlar

Film bir açık mekan çekimi olan karargaha giriş görüntüleri ile Süleyman Üsteğmen'in kapalı mekanda gerçekleştirilen intihar sahneleri ile başlamış; film boyunca iç ve dış mekanlar dönüşümlü olarak kullanılmıştır. Film boyunca

kullanılan iç ve dış mekanları aşağıda sıralanan şekildedir ve adı geçen mekanların bir kısmı senaryonun muhtelif yerlerinde birkaç kez kullanılmıştır.

İç mekanlar: Özel Kuvvetler mensubu Süleyman Üsteğmen'in odası, Süleymaniye'deki Türk Özel Kuvvetler Karargahı, araç içi, Grand Harilton Oteli, Şeyh'in misafir odası, damadın evi, Leyla'nın evi, düğün hazırlığı yapılan evler, dergah, Ebu Garip Hapishanesi, kamyonet içi, Türkmen Lider Hasan'ın evi, pazar yerindeki lokanta, Sam'in evi, Sam'in ofisi.

Dış mekanlar: Süleymaniye'deki Türk Özel Kuvvetler Karargahı'nın girişi ve bahçesi, araçla seyir, Grand Harilton Oteli'nin girişi, düğün hazırlığı yapılan evler ve meydan, pazar yeri, dergahın bahçesi, Ebu Garip Hapishanesi'nin girişi ve bahçesi, Türkmen Lider Hasan'ın evinin önü ve sokak, Sam'in evinin önü ve ofisinin önü, Sam'e ait mekanın balkonu, dergahın yakınındaki sokaklar.

Giysiler ve bezem

2006 yapımı olan filmde 2003 ve sonrasındaki döneme ait modern ve otantik kostümler kullanılmış; bölgedeki doğal yaşamı yansıtan duvar halısı, poşu, yazma, kadınlara ait süslü başlık, kolye ve küpe gibi unsurlara yer verilmiştir. Amerikan askerlerinin asiliği sembolize zincir vs. gibi marjinal aksesuarları özellikle tercih edilmiş; yüzük, çuval, hızma, hançer gibi özel aksesuarlar ise belirli düşünce kodlarını temsil etmesi bakımından sembolleştirilmiştir.



Şekil 4.60: Haçlılar İle Mücadeleyi Temsil Eden Hançer Sembolü - (Dk: 94.08)



Şekil 4.61: Göreve Adanmışlığı Temsil Eden Yüzük Sembolü

Bu sahnelerde, aynıysından Polat'ta da olan ve göreve adanmışlığı sembolize eden bir yüzük kullanılmıştır. Ki yüzük sembolü bu tarz birlik sembolizasyonlarında sıklıkla kullanılan bir aksesuar olmaktadır.



Şekil 4.62: Esareti ve Onurun Kırılmasını Temsil Eden Çuval Sembolü



Şekil 4.63: Nefis Mücadelesini Temsil Eden Hızma Sembolü - (Dk: 96.46)



Şekil 4.64: Kullanılan Poşu Örnekleri - (Dk: 28.30, 68.38)



Şekil 4.65: Türkmen Bayrakları - (Dk: 68.42)



Şekil 4.66: Görkemli Çatışma Sahnelerinde Kullanılan Gerçek Silahlar - (Dk: 70.44)



Şekil 4.67: Filmde Kullanılan Reklam Unsuru - (Dk: 04.50)

4.3.2.4 Kurtlar Vadisi Irak filminin çözümlemesi

Çalışmanın bu kısmında Kurtlar Vadisi Irak filmine uzam (mekan), zaman (sürem) ve kişi açısından bakılmış; bu unsurlar dahilinde oluşturulan kompozisyon, belirli sahne örnekleri üzerinden incelenmiştir.

Uzam (mekan)

Olgu donanımı ile ilgili bölümde de sıralandığı üzere, filmde Irak'ı canlandıran dış çekim ortamı başta olmak üzere çeşitli iç ve dış mekanlar kullanılmıştır.

Zaman (sürem)

Filmde, yapım yılı olan 2006'yı yansıtan ve senaryonun merkezinde olan Çuval Olayı'nın gerçekleştiği 4 Temmuz 2003 gününü canlandıran sahneler birlikte işlenmektedir. Senaryo akışı içinde zaman zaman tarihi dönemlere göndermeler yapılmakta (Selahattin Eyyubi, Babil Krallığı, Marshall Planı vb.) ancak film genel itibarıyla 2003 sonrası dönemi anlatmaktadır.

Kişi

Filmde başkahraman, özel bir devlet görevlisi olan Polat Alemdar'dır. Yardımcı/destekleyici kahramanlar ise Leyla, Memati, Abdülhey, Erhan ve Türkmen Lideri Hasan şeklinde sıralanmaktadır. Filmin asıl engelleyici karakteri ise eski bir ABD askeri olan Sam William Marshall'dır. Paralı Amerikan askeri Dante ile diğer adamlar da Sam'in yardımcıları konumundadır.

Uzam/mekan-zaman-kişi üçlemesine dair sahne örnekleri

Sahne 1: Ebu Garip Hapishanesindeki İşkenceler

İçerik: Kadın Amerikan Askerinin Uyguladığı İşkenceler

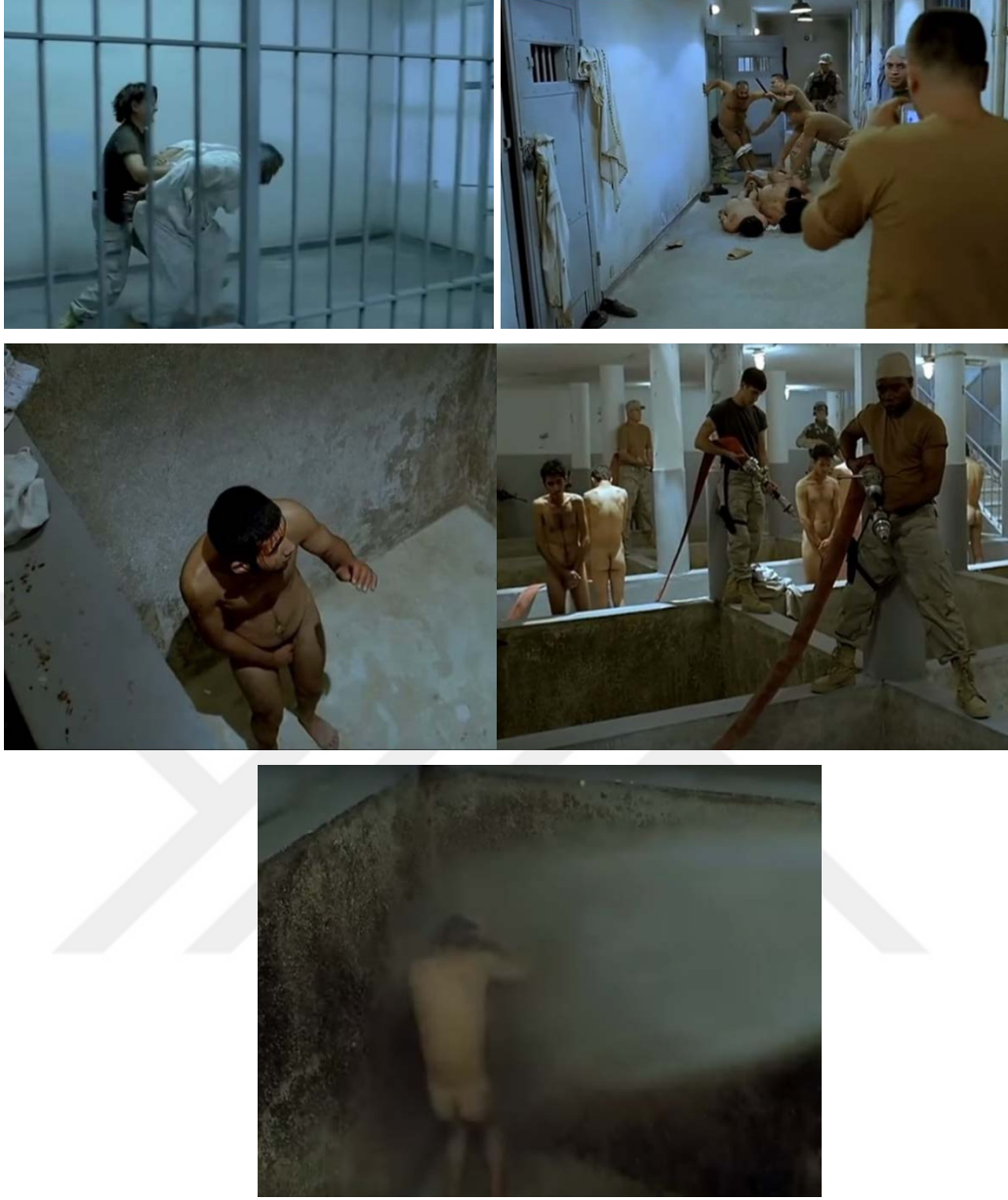
Uzam/Mekan: Erbil - Ebu Garip Hapishanesi

Sürem/Zaman: 2003 Sonrası

Engelleyici: -

Destekleyici: Diğer ABD Askerleri

Ekran Görüntüsü Dk: (43.50, 46.20, 46.29)



Şekil 4.68: Ebu Garip Hapishanesindeki İşkenceler

Sahne 2: Leyla'nın Dante'yi Kalbinden Hançerlemesi

İçerik: Leyla'nın Dante'yi Öldürmesi

Uzam/Mekan: Dergahın Yakınındaki Ara Sokak

Sürem/Zaman: 2003 Sonrası

Engelleyici: Sam

Destekleyici: Polat

Ekran Görüntüsü Dk: (91.41)



Şekil 4.69: Leyla'nın Dante'yi Öldürmesi

Sahne 3: Leyla'nın Vurulması

İçerik: Sam'in Leyla'yı Öldürmesi

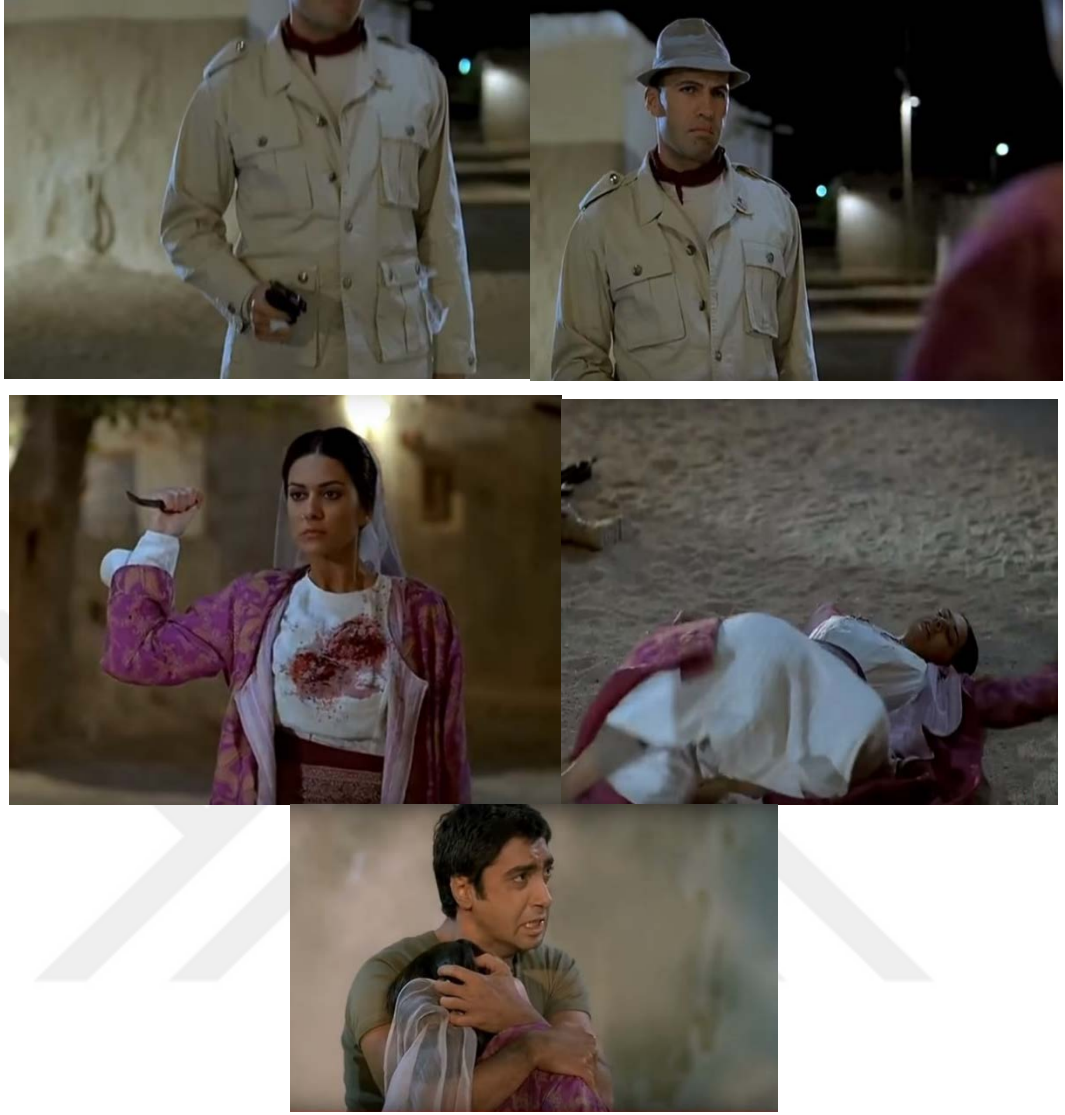
Uzam/Mekan: Dergahın Yakınındaki Sokaklar

Sürem/Zaman: 2003 Sonrası

Engelleyici: Polat

Destekleyici: Sam'in Adamları

Ekran Görüntüsü Dk: (91.00, 92.00)



Şekil 4.70: Leyla'nın Öldürülmesi

Sahne 4: Polat'ın Sam'i Kalbinden Hançerlemesi

İçerik: Polat'ın Sam'i Öldürmesi

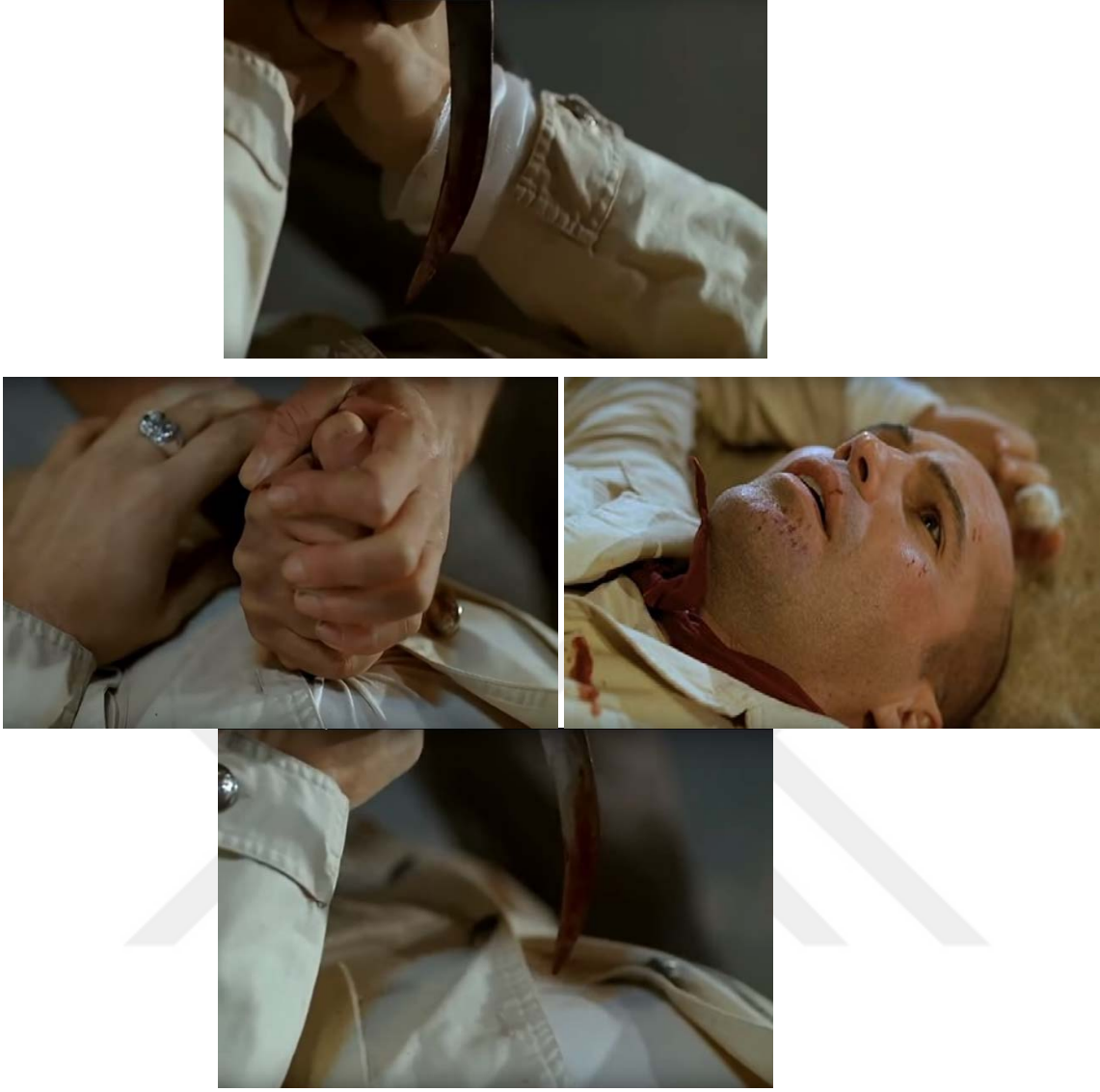
Uzam/Mekan: Dergahın Yakınındaki Sokaklar

Sürem/Zaman: 2003 Sonrası

Engelleyici: Sam'in Adamları

Destekleyici: Leyla

Ekran Görüntüsü Dk: (93.33, 93.39, 94.00)



Şekil 4.71: Sam'in Öldürülmesi

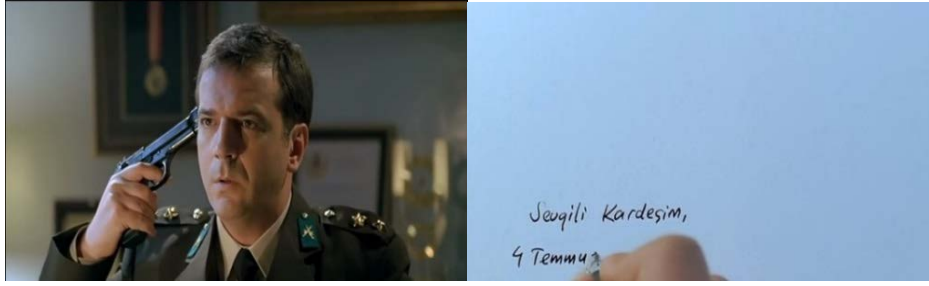
Seçili sahnelerin algı yönetimi analizi

Sahne 1: Çuval Olayı'nı Yaşayan ve Askerlik Gururu Kırılan

Üsteğmen Süleyman Aslan,

Polat'a Bir Mektup Yazarak İntihar Ediyor...

(Süleyman Üsteğmen'in Odası-Çuval Olayı'ndan -2003- Sonra) / (Dk:
00.15, 07.37)



Şekil 4.72: Süleyman Üsteğmen'in İntihar

Üsteğmen Süleyman Aslan: *“Sevgili Kardeşim... 4 Temmuz 2003 günü Süleymaniye Kuzey Irak'ta on askerimle birlikte bölgenin güvenliği için hizmet verirken; daha dün çayımızı içen, beraber çarpıştığımız adamlar karargahımıza baskın düzenleyip bize silah çektiler.*

Irak'ta olduğumuz her gün şunu düşündük; 'Bizim burada ne işimiz var?' Ama zaman içinde gördük ki, bu topraklara her hükmeden bu toprakların insanlarına zulüm ediyor. Bunu bir tek atalarımız yapmadı. Ve biz maalesef o gün atalarımıza layık olamadık. Adalet için, zulmü önlemek için, şerefimiz için ölemedik. Şimdi ben bunu senden istiyorum. Ne acı değil mi? Kardeşin Süleyman.”

Hem algı çözümlemesinin hem de algı inşasının yapıldığı bu giriş sahnesinde, Irak bölgesindeki Orta Doğu topraklarında çok uzun yıllardır bir sömürü politikasının hüküm sürdüğü ve bunun en son halkasının Çuval Olayı'nı gerçekleştiren Amerika Birleşik Devletleri olduğu deşifre edilmekte ve bu sömürü anlayışına ortak olmayan tek onurlu duruşun Türkler tarafından sergilendiği fikri inşa edilmektedir. İnşa edilen temel kod; “Türk ezmez, sömürmez.”

Çizelge 4.23: ABD ve Sahte Stratejik Mütteliklik

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Üsteğmen Süleyman Aslan	2003 Sonrası	Üsteğmenin Odası	ABD'nin Sahte Stratejik Müttelikliği (İfşa) - “Türk Ezmez ve Sömürmez!” Algısı (İnşa)

Sahne 2: Amerikan Askerleri Türk Karargahını Basmak Üzereyken

Karargah Komutanı Merkezden Çarpışmama Emri Alıyor...

(Süleymaniye'deki Türk Özel Kuvvetler Karargahı - 4 Temmuz 2003) /

(Dk: 03.18)



Şekil 4.73: Karargah-Merkez Görüşmesi

Karargah Telefonundaki Asker: *“Komutanım! Israrla çarpışmayın emri geliyor!”*

(Bunu söyledikten sonra, telefonu karargah komutanına vermektedir.)

Karargah Komutanı: *“Komutanım benim! 11 kişiyiz, çatıda makinalımız var! 100 Amerikan 60 yerel askerin yarısını vuracak gücümüz var! Bunların amacı arama yapmak değil komutanım! Çay verdiğimiz adamlar bize silah doğrultuyor! Bunların eylemi bize yönelik değil, Türk milletine yönelik! Ölmek için 10 askerimle birlikte emir ve görüşlerinize hazırım komutanım!*

....

Komutanım! Ölmek için emirlerinizi bekliyorum dedim, arz ederim!”

Mustafa Kemal Atatürk'ün *“Ben size taarruz emretmiyorum, ölmeyi emrediyorum!”* sözleri hatırlatılarak millî bilincin ve özgürlük şuurunun işlendiği bu sahnede, Amerika'nın Türk milletinin onurunu kırmaya yönelik bilinçli bir girişim içinde olduğu deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.24: Amerika'nın Uyguladığı Psikolojik Harekat

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Karargah Komutanı	4 Temmuz 2003	Süleymaniye - Irak Türk Özel Kuvvetler Karargahı	Amerika'nın, Türkler'in Psikolojik Gücünü Kırmaya Yönelik Hamlesi

Sahne 3: Amerikan Askerleri,

Sam W. Marshall Önderliğinde Türk Karargahını Basarak

11 Türk Askerini Tutukluyor...

(Süleymaniye'deki Türk Özel Kuvvetler Karargahı - 4 Temmuz 2003) /

(Dk: 03.18)



Şekil 4.74: Sam ve Adamlarının Karargahı Basması

Karargah Komutanı: *"Biz askeriz! Tutuklu ya da esir değiliz!"*

Sam W. Marshall: “Adamlarınız üniformalı değiller. Bu durumda da sizin asker mi yoxsa terörist mi olduğunuza karar vermek bizim için çok zor olacaktır.

Sizi sorgulamadan bunu bilemeyiz.”

Karargah Komutanı: “*Senin üniforman yok. Bir rütben yok.*

Hiçbir yetkin yok. Sen bir asker bile değilsin!”

Sam W. Marshall: “*Ama askerdim... Tutuklayın!”*

Karargah Komutanı: “*Buna hakkınız yok! Biz askerlerin şerefiyle oynamayın!”*

Sam W. Marshall: “*Binbaşı! Bu adamlar asker, çok gururludurlar. Yüzleri görülmessin!”*

Küresel düzlemde Amerika tarafından uygulanagelen aşağılama politikası mevcut sahne üzerinden somutlaştırılmakta ve Sam W. Marshall’ın sondaki alaycı cümlesi üzerinden Batı’da onuru için yaşama gibi bir değer anlayışının olmadığı deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.25: ABD’nin Terörizm Manipülasyonu

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Sam W. Marshall	4 Temmuz 2003	Süleymaniye - Irak	“Sizi Sorgulamadan, Terörist Olup Olmadığınızı Bilemeyiz!” Algısı
Karargah Komutanı		Türk Özel Kuvvetler	
Diğer Askerler		Karargahı	

Sahne 4: Amerikan Askerleri 11 Türk Askerini

Başlarına Çuval Geçirerek Sorgulamaya Götürüyor...

(Süleymaniye’deki Türk Özel Kuvvetler Karargahı - 4 Temmuz 2003) /

(Dk: 06.39)



Şekil 4.75: Çuval Olayı

Türkiye’yi çok uzun yıllarca stratejik müttefik, dost ülke gibi kavramlarla tanımlayan Amerika Birleşik Devletleri’nin bölge üzerinden sergilediği küresel algı yönetimi ve kamu diplomasisi faaliyetleri çerçevesinde Türkiye’yi kullandığı; gerçekte ise Türkiye’yi bir tehdit olarak algıladığı deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.26: ABD’nin Türkiye İle İlgili Tehdit Algılaması

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Başlarına	4 Temmuz 2003	Süleymaniye –	ABD’nin
Çuval Geçirilen		Irak	Türkiye’yi Bölgede Büyük
11 Türk Askeri		Türk	Bir Tehdit Olarak Görmesi
		Özel Kuvvetler	- Çuval Olayı
		Karargahı	

Sahne 5: Polat Alemdar ve Adamları, Erbil’e Girmek Üzere Araçla Seyrediyorlar...

(Erbil Yakınları - 2003 Sonrası Bir Tarih) / (Dk: 09.00)

Memati: “Neredeyiz Abdülhey?”

Abdülhey: “Geldik abi!”

Memati: “Hani kırmızı halıyı göremiyorum?”

Polat: “Az sonra görürsün kırmızıyı, yeşili, sarıyı!”

(Memati şaşkın bir yüz ifadesi ile araçta arka tarafa doğru dönerek

Polat’ın yüzüne bakmaktadır.)

Polat: “Trafik ışıkları Memati!”

Bölge yönetiminin ve bölge üzerinde hakimiyet kuran ABD’nin teröre verdiği destek; kırmızı, yeşil ve sarı renkleri üzerinden deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.27: ABD’nin Gizli Terör Desteği

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Polat Alemdar	2003 Sonrası	Erbil’in Girişi	-ABD’nin
Memati		Irak	Teröre Verdiği
Abdülhey			Destek

Sahne 6: Polat Alemdar ve Adamları,

Kürt Yönetimine Bağlı Askerlerce Durduruluyor...

(Erbil’in Girişi - 2003 Sonrası Bir Tarih) / (Dk: 10.25)

Abdülhey: “Abi ilerde çevirme var!”

Memati: “Bunlar polis mi asker mi?”

Abdülhey: “Şehirde polis, dağda asker! Bir ayrım yok.”

Bölgedeki karışıklık ve uygunsuzluklar deşifre ediliyor.

Iraklı Asker: “Adın ne senin?”

Polat: “Pasaportta yazıyor!”

Iraklı Asker: “Ben sana sordum!”

Polat: “Polat Alemdar.”

Iraklı Asker: “Erbil’e niye geldiniz?”

Polat: “Ticarete!”

Iraklı Asker: “Ne ticareti?”

Polat: “İnsan ticareti! Burada ucuzmuş adam alıp satmak!”

Küresel algı yönetimi yapan güçlerin, zaafı olan bölge insanlarını kullandıkları; onları para ile satın alarak kendi çıkarlarına hizmet ettirdikleri deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.28: Küresel Güçlerin Pragmatizmine Alet Olan Bölge İnsanı

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Polat Alemdar Memati Abdülhey	2003 Sonrası	Erbil’in Girişi Irak	-Küresel Güçlerin Bölge İnsanının Zaaflarını Kullanarak Onları Kendi Çıkarlarına Hizmet Ettirmeleri

Sahne 7: Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki,

Manevi Kızı Leyla’ya Hızma Takıyor...

(Şeyh’in Evi/Dergah - 2003 Sonrası Bir Tarih) / (Dk: 10.43)



Şekil 4.76: Şeyh’in Leyla’ya Hızma Takması ve Nasihat Etmesi

Kerküki: “Benliğimize yeniden söz geçirene kadar esir kalırız.”

(Şeyh, bu sözü Leyla’ya hızmayı takarken söylemektedir.)

Leyla: “Baba!”

Kerküki: “Kızım Leyla! Hür olana kadar bunu asla çıkarma.”

Şeyh’in bu sözü ve nefis mücadelesinin bir sembolü olan hızmaya üzerinden, tasavvufi bilinç inşa edilmektedir.

Çizelge 4.29: Tasavvufi Bilincin İnşası

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	İnşa
Şeyh Kerküki Leyla	2003 Sonrası	Irak - Dergah	Tasavvufi Bilinç

Sahne 8: Damat, Müstakbel Hanımı Leyla’ya Selahattin Eyyubi’den Kalan Bin Yıllık Hançeri Veriyor ve Karşılıklı Ant İçiliyor...
(Gelinle Damadın Odası) / (Dk: 13.16)



Şekil 4.77: Leyla’nın Bin Yıllık Hançeri Teslim Alışı ve Ant İçilmesi

Damat: “Bundan sonra bu senindir!”

Leyla: “Çok güzel...”

Damat: “Ata yadigarıdır, çok kıymetlidir. Selahaddin Eyyubi’den bugüne soyumun erkekleri bu hançeri eşlerine verdiler. Soyumuzu namusumuzu korusunlar diye.”

Leyla: “Evladımın emaneti bendedir.”

Damat: “Evladımın emaneti bendedir.”

Irak'ta yaşamış ve Haçlı Ordusu'na karşı büyük zaferler kazanmış olan Eyyubi Hanedanı'nın kurucusu Selahattin Eyyubi üzerinden, bölgedeki emperyal güçlerle mücadelenin bir Haçlı mücadelesi olduğu deşifre edilmekte ve soyu önce Araplara sonra da Kürtlere dayanan Eyyubi'nin onurlu mücadelesi ve sağlam duruşu vurgulanmaktadır.

Çizelge 4.30: Küresel Güçlerle Verilen Haçlı Mücadelesi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	İnşa
Damat Leyla	2003 Sonrası	Irak - Dergah	“Küresel Güçlerle Mücadele, Bir Haçlı Savaşıdır!” Algısı

Sahne 9: Polat Alemdar ve Adamları, Sam W. Marshall İle İlk Kez Karşılaşıyor...

(Grand Harilton Oteli - 2003 Sonrası Bir Tarih) / (Dk: 13.43)



Şekil 4.78: Sam'in ve Polat'ın İlk Karşılaşması

Polat: “*Sam William Marshall! Onun buraya gelmesini istiyorum.*”

Otel Sahibi Mr. Fender: “*Bay Marshall'ın otelimizle hiçbir ilgisi yok.*”

Polat: “Maaşını siz ödemiyor musunuz?”

Amerikan askerlerinin patronu, Amerikan kapitalizmi değil mi?”

Otel Sahibi Mr. Fender: “Anlayamadım!”

Polat: “Arayın!”

Amerikan Devleti’nin kurumsal değil finansal bir zihniyetle yönetildiği vurgulanmakta ve Amerikan kapitalizminin her türlü gücü sadece ve sadece parayla yönettiği işaret edilmektedir.

Sam W. Marshall: “Amacın ne? Oteli havaya uçurmak istiyorsan uçur,

benden alacağın bir şey yok!”

Polat Alemdar: “Senden almak istediğim bir şey yok; ama senin bana verebileceğin bir şey var. Bu çuvalı kafana geçireceğim! Aynını adamlarına da yapacağım. Hep birlikte başınızda çuvalarla otelden çıkacaksınız ve gazeteciler resminizi çekecekler. Bu kadarını bana verebilirsin değil mi? Ben de bunun karşılığında sana Grand Harilton’u vereceğim. Ve çekip gideceğim!”

Sam W. Marshall: “Bu çuvalar senin askerlerinin başına geçirdiğim çuvalar değil mi?”

Polat Alemdar: “Başın hâlâ gövdenin üstündeyken geçir şu çuvalı başına!

Yoksa sana tam uyacak bir kefen bezim var!”

Sam W. Marshall: “Tamam, bak Türk! Tam 15 yıldır bu bölgedeyim ve Türkleri çok iyi tanırım. Övünmeyi seversiniz. Sizin kendi kurallarınız, kırmızı çizgileriniz vardır. Değişmez Irak politikalarınız vardır ve hep ‘Biz istemezsek kimse burada bir şey yapamaz!’ dersiniz. Sana bir şey söyleyeyim mi? Kırmızı çizgilerinizi çoktan sildik! Irak politikanızın içine ettik! Sizi anlıyorum. Yani buna alınmadınız da, başınıza geçen iki çuvala mı alındınız? Neye alındığınızı söyleyeyim! Birleşik Devletler son 50 yıldır size para ödüyor. Donunuzun lastiğini bile biz gönderiyoruz. Neden bir şey üretemiyorsunuz? Para istiyorsunuz, yolluyoruz! Daha fazla istemek için mi birbirinizi dolandırıyorsunuz! Silah istiyoruz dediniz, kabul ettik gönderdik. Ama askerlerinizi göndermeden pazarlığa kalktınız! Ve sonra yine para istediniz. Nasıl unutursunuz, komünistlerden kurtarmamız için yalvardığınızı! Niye alındığınızı söyleyeyim. Çünkü artık size ihtiyacımız yok.”

Polat Alemdar: *“Ben siyasi parti lideri değilim. Diplomat ya da asker de değilim! Aynen senin de dediğin gibi ben Türk’üm ve bir Türk’ün kafasına çuval geçirecek adamın dünyasını başına yıkarım! Şimdi! Kes kesini ve tak şunu!”*

Sam W. Marshall: *“Peki! Tamam patlat! Umurumda mıymış görelim! Hadi yap!*

Sen benim Kabemi patlat, ben de seninkini!”

Sam’in talimatı ile adamları çocukları içeri almakta

ve Polat oteli patlatma planını gerçekleştirememektedir.

.....

Sam W. Marshall: *“Aslında bazen merak ediyorum. Tüm çocukları büyümeden öldürsek, dünya nasıl bir yer olurdu acaba? Sence?”*

Polat Alemdar: *“Sen zaten çocuk katilisin! Buradaki otuz çocuğu getirmek için kaç çocuk öldürdün? Onları öldüremeyeceğimi mi söylüyorsun? Sana bir şey söyleyeyim! Ben onları öldürmem, ben onları kullanmam! Bunu yapsam ikimizin arasında ne fark kalırdı ki!”*

Sam W. Marshall: *“Seninle benim aramdaki farkı söyleyeyim! Sen 11 adamını bile feda edemezsin! Bu yüzden oturup ülkenin yok oluşunu izlersin. Oysa ben gerekirse 11 bin adamımı feda ederim! Sen duyguların yüzünden 30 çocuğa kıyamazsın, oysa ben onların duyguları için hepsini tek tek öldürürüm. Barışı bozacak herkesi öldürürüm. Ben senin gibi tesadüfen burada değilim. Barışı sağlamak için beni Tanrı görevlendirdi! Bunu sağlayan Tanrı’nın çocuğudur.”*

Polat Alemdar: *“Benim senin gibi bir çocuğum yok!”*

Sam W. Marshall: *“Düğmeye basmak istiyorsan durma!”*

Polat Alemdar: *“Şimdi gidiyorum. Nasılsa yine karşılaşacağız...”*

Bu konuşmalar içinde Türk’ü Batılı anlayıştan ayıran insani kodlara vurgu yapılmış ve insana ait onur gibi, vefa gibi, merhamet gibi, cesaret gibi değerlerin Batılıların gözünde bir anlamı olmadığı deşifre edilmiştir. Amerikan emperyalizminin Kabe olarak görebileceği tek değer para olduğu ortaya konulmuş ve Batılıların gözünden Türk’ün ne anlama geldiği özetlenmiştir. *“Birleşik Devletler son 50 yıldır size para ödüyor. Donunuzun lastiğini bile biz gönderiyoruz. Neden bir şey üretmiyorsunuz?”* gibi ağır sözler üzerinden gidildiğinde; Marshall Planı ve Truman Doktrini gibi tarihi

öğelere atıf yapmak ve söz konusu emperyal mantığın bugün de aynı şekilde devam ettiğini anlatmak için Sam'a 'Marshall' soy isminin verildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca Sam'ın Hz. İsa heykeli önünde gerçekleştirdiği monologda (Dk: 78.00) ya da Yahudi doktorla gerçekleştirdiği sohbetinde de olduğu gibi Tanrı'nın barışı sağlamak için görev verdiği fikri işlenmekte ve Amerikan emperyalizminin, tüm dünyada yürüttüğü küresel algı yönetimini inanç öğeleri ile güçlendirdiği açık edilmektedir. Sam'ın, sandalyesindeki bomba imha edilene kadar piyano çalarak çocuklarla birlikte söylediği Beethoven'ın 9. Senfonisi ise; bu küresel algı yönetimini deşifre eden bir başka örnek olmaktadır. Zira *“Kardeş olun ey insanlar, bunu ister Tanrımız! Dünyada her şey geçer, yalnız sana dost kalır. İnsanlığa, doğruluğa; göğsünü aç korkma sakın. Hür doğmuştur insanoğlu, hür yaşamak hakkıdır.”* diyen Batı insanları birbirine düşürmekte, bölmekte, yalanlarla yönetmekte ve katletmektedir.

Çizelge 4.31: Vahşi Amerikan Kapitalizmi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Polat	2003 Sonrası	Irak	Vahşi Amerikan
Sam W. Marshall		Grand Harilton	Kapitalizmi İle Türklerin
Polat'ın Adamları		Oteli	İnsani Hasletleri
Sam'ın Adamları			Arasındaki Büyük Fark

Sahne 10: Sam'ın En Yakın Adamı Dante,

Düğünden Alıp Kamyona Doldurdukları İnsanları

Kurşun Yağmuruna Tutuyor

ve ABD Askeri İle Paralı Asker Dante Kavga Ediyor...

(Erbil-Açık Arazi) / (Dk: 27.10)



Şekil 4.79: Dante'nin Tutukluları Kurşuna Dizmesi

ABD Askeri: *“Orada havasızlıktan ölürlər!”*

Paralı Amerikan Askeri Dante: *“Haklısın. Arabayı durdur! Arabayı durdur!”*

Dante araçtan inmekte ve arkadaki kamyonette tutuklu vaziyette hapishaneye götürülen bölge insanlarını, taramalı tüfekte kamyonetin dışından kurşuna dizmektedir.

ABD Askeri: *“Sen ne halt ettiğini sanıyorsun!”*

Paralı Amerikan Askeri Dante: *“Nefes almalarını sağlıyorum.*

Artık havasızlıktan ölmeyecekler!”

ABD Askeri: *“Bu insanlar terörist olabilir. Ama sakın unutma, biz askeriz!”*

Paralı Amerikan Askeri Dante: *“Şimdi beni iyi dinle!*

Benimle bir daha asla böyle konuşma!

Bunu anladın mı?”

ABD Askeri: *“Seni rapor edeceğim! Bu rezilliğini!”*

Paralı Amerikan Askeri Dante: *“Beni kime rapor edeceğin umurumda değil.*

Şimdi çekil gözümün önünden!”

ABD Askeri: *“Hiçbir yere gitmiyorsun! Seni tutukluyorum!”*

Dante bu söz üzerine, tereddüt bile etmeden kendi ülkesinin askerini öldürmektedir.

Paranın patronları tarafından yönetilen ABD ordusu ile gerçek ABD ordusu yan yana getirilip mukayese edilmekte, Amerikan emperyalizminin amaca giden yolda her şeyi mubah sayarak askeriyenin kurumsal ve disipliner yapısını da paraya endeksleyip bozduğu anlatılmaktadır.

Çizelge 4.32: Amerikan Kapitalizminin Askerî Boyutu

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Paralı ABD Askeri Dante	2003 Sonrası	Erbil	Paralı Amerikan
Normal ABD Askeri		Açık Arazi	Ordusunun Askeri Şuur ve Disiplinden Yoksunluğu

Sahne 11: Tutuklanıp Getirilen Bölge İnsanlarının Organları Alınarak

İsrail, Amerika ve İngiltere'ye Gönderiliyor...

(Abu Ghraib Hapishanesi) / (Dk: 28.54)



Şekil 4.80: Ebu Garip Hapishanesi'ndeki Organ Alımı

Bölgeye huzur, barış, güvenlik getirme iddiasıyla Kuzey Irak'ta konuşlanan Amerika'nın, organ alınarak İsrail, Amerika ve İngiltere'ye gönderilmesi hususu gibi birçok gizli faaliyetin içinde olduğu deşifre edilmekte; dünyada oluşturulan bölgeyi terörden arındırma algısının tam tersi bir amaca hizmet ettiği çözümlenmektedir.

Çizelge 4.33: Küresel Organ Pazarı

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon *İfşa
Yahudi Doktor	2003 Sonrası	Irak Abu Ghraib Hapishanesi	Bölge İnsanından Zorla Alınan Organların, İsrail- Amerika ve İngiltere'ye Gönderilmesi

Sahne 12: Leyla Canlı Bomba Olmak İçin

Manevi Babası Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki'den İzin İstiyor
ve Şeyh Hakiki İslam'ın Ne Olduğunu Anlatıyor...

(Dergah) / (Dk: 46.52)



Şekil 4.81: Şeyh Kerküki'nin Canlı Bomba Açıklamaları

Leyla: “Kocam, Allah yolunda şehit oldu! Eğer bir damla gözyaşı dökersem, Allah beni kahretsin. Ama Ali’yi neden, neden öldürdüler? Valla öldürenleri öldürmek için üstüme bombaları bağlayıp üstlerine yürüyeceğim. O zaman yemin ederim onlar da görecekler, bir Leyla'nın canı onların kaçının canına bedel! Görecekler. Baba! İzin ver bana kendimi de onları da öldüreyim! ”

Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki: “Leyla! Benim böyle bir şeye izin verebileceğimi nasıl düşünürsün! Bu kapıyı bilen biri bunu nasıl ister! İslam’ı anlayan, böyle bir hırsa nasıl kapılır!”

Leyla: “Bundan başka ne yapabilirim ki!”

Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki: “Leyla! Kızım! Canlı bomba olmak demek, Allah’a bir değil iki fiilde isyan demektir. Birincisi Allah’tan umudu keserek kendi canına kıyman, ikincisi de düşmanla birlikte masum insanların canına kıymayı göze alman! Leyla! Canlı bomba olduğun zaman kaç masumun öleceğini bilebilir misin? Bilemezsin. Bunu bilemediğin için de gerçekte şu veya bu kadar masumu değil, aslında bütün insanlığı öldürmüş gibi olursun. Müslümanlara bu fikri aşılayanlar ve onlardan intihar komandosu devşirenler, Hassan Sabah fitnesini hortlatanlardır. Bu bir kıyamet alametidir ve bil ki şeytan işidir. Acını anlıyorum kızım. Ama Müslümanları dünyaya korkunç insanlarmış gibi gösteren canlı bombalara heves ettiğini görünce üzülüyorum. Unutma kızım, Allah aciz değildir. Bizim şu anki acizliğimiz ve zafiyetimiz; Allah’ın kitabı ve Resulünün yolundan sapmışlığımızdan ve birlik olamayışımızdandır. Her intihar eylemi bu acizliği ve zafiyeti artırır. Düşmanlarımız da böyle eylemlerin artmasını istiyor. Hatta belki de kendileri düzenliyor. Yegane kurtuluş ümidi, Allah’ın ipine sarılmaktır. Dua edelim, gayret edelim, bir olalım, hür olalım...”

Şeyh’in bu çarpıcı ve net tespitleri üzerinden, küresel algı yönetimini yönlendiren güçlerin çarpık bir İslam algısı yaratarak Müslümanları canlı bomba eylemleri aracılığıyla korkunç insanlar olarak gösterdikleri deşifre edilmekte ve bir yandan tuzak işaret edilirken diğer yandan da hakiki İslam anlayışı ve tasavvufi bilinç inşa edilmektedir.

Çizelge 4.34: Küresel Aktörlerin Sağlıksız İslam Anlayışını Araçsallaştırması

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Şeyh Kerküki Leyla	2003 Sonrası	Dergah	Küresel Aktörlerin Çarpık İslam Anlayışı Üzerinden Bölgeyi Dizayn Etmeleri

Sahne 13: Türkmen Lider Hasan,

Bölgedeki Amerikan Oyunlarını Polat'a Anlatıyor...

(Türkmen Lider Hasan'ın Evi) / (Dk: 51.35)



Şekil 4.82: Polat-Türkmen Lider Hasan Diyalogu

Türkmen Lider Hasan: *“Dağı Kürtlere, çölü Araplara, Petrolü de kendilerine ayırdılar! Bizimse gidecek yerimiz dahi yok!”*

Polat: *“Planı bugün yapmadılar.”*

Türkmen Lider Hasan: *“Marshall bizi bağımsız olarak yan yana bile getirmiyor.*

Toplantıları kendi himayesinde yapıyor.”

Amerika'nın bölgedeki Kürt, Türk ve Arap halkı nasıl dizayn ettiği ve bu yapıların anlaşmaya varmaması için gücü sürekli olarak kontrolünde tuttuğu vurgulanmaktadır.

Çizelge 4.35: ABD'nin Orta Doğu'daki Hegemonyası - Etnik Unsurların Kontrolü

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Polat Alemdar	2003 Sonrası	Türkmen Lider	ABD'nin
Türkmen Lider Hasan		Hasan'ın Evi	Bölgedeki Etnik Yapıları Kontrol Etmesi

Sahne 14: Yahudi Doktor ve Sam,

Amerika-İsrail Dengeleri Hakkında Konuşuyorlar... (İkinci Diyalog)

(Saim'in Çalışma Ofisi) / (Dk: 51.35)



Şekil 4.83: Sam-Yahudi Doktor Diyalogu

Yahudi Doktor: *“Sen aklını mı kaçırdın? Burada insanların hayatını kurtarıyorum!”*

Sam: *“Sen zenginleri kurtarmaya çalışıyorsun!”*

Yahudi Doktor: *“Beni, seni yetkililere şikayet etmek zorunda bırakma; çünkü yaparım! Sam arkadaşımın ama neden burada olduğumuzu unutmayalım!”*

Sam: *“Ben hep buradayım! Sizin güvenliğiniz için kendimi tehlikeye atıyorum. Kürtleri, Türkleri ve Arapları birbirine düşürdüm; sense bir böbrek için şikayet ediyorsun!”*

Dalga mı geçiyorsun!”

Yahudi Doktor: “*Nasıl bu kadar benci olabiliyorsun!*”

Sam: “*Beni sıkıştırmaktan vazgeçer misin! Beni rahat bırak! Ne kadar zorlandığımı biliyor musun! Bir fikrin var mı? Böyle basit konularla beni rahatsız etme.*”

Yahudi Doktor: “*Bak! Senden tek istediğim mahkumlara iyi davranılması. Bana lazımlar! Kimi öldürdüğün umurunda değil! Niye öldürdüğün, kaç kişiyi öldürdüğün beni ilgilendirmez! Ama bana birilerini getireceksen, adamlarına onları sokakta vurmamalarını emretmeni istiyorum! Benim organlara canlı ihtiyacım var!*”

Sam: “*Tamam bunu yapacağım, anlıyorum tamam! Tamam...*”

Amerikan emperyalizminin bölgedeki etnik unsurları birbirine karşı kullanan pragmatik yapısı ile Yahudi kanadının sadece kendi parasal çıkarları için Amerika ile ortaklık yaptığı deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.36: Hıristiyan ve Yahudi Pragmatizmi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Sam W. Marshall	2003 Sonrası	Irak	Hıristiyanların
Yahudi Doktor		Sam'in Çalışma Ofisi	ve Yahudilerin Pragmatik Ortaklığı

Sahne 14: Sam W. Marshall, Bölgedeki Liderlerle Toplantı Yaparak

Onların Taleplerini Dinliyor...

(Pazar Yerindeki Lokanta) / (Dk: 57.55)



Şekil 4.84: Sam İle Bölge Liderlerinin Toplantısı

Sam: “*Otel bombacılarını buldunuz mu?*”

Kürt Lider: *“Maalesef efendim! Olayı araştırıyoruz. En ufak detaylarına kadar!”*

Sam: *“Anladığınızı sanmıyorum! Benim tek bir gayem var, o da Irak’ı bir arada tutmak! Ve sizlerin burada barış içerisinde yaşayabileceğinizi kanıtlamak için kalıcı bir hükümet kurmak. Siz Türklerle ittifaka devam ettiğiniz sürece (Türkmen lidere bakarak), siz de Arap dünyasıyla buna devam ettiğiniz sürece (Arap lidere dönerek), sizin de bağımsız bir Kürt devleti kurma çabalarınız sürdüğü müddetçe (Kürt lidere dönerek) bu bölgede asla barış olmaz! Beyler! Benim tek itirazım, bu kutuplaşma üzerine...”*

Arap Lider Ebu Tarık: *“Ama bize eşit davranmıyorsunuz. Biz suçluyuz! Çünkü Saddam’ı biz yarattık. Size göre hepimiz teröristiz! Neden düğündeki insanlar terörist ilan edildiler? Sırf havaya ateş açtıkları için mi?”*

Sam: *“Hayır! Çünkü teröristle bombacı yetiştirmeye devam ediyorsunuz.”*

....

“Pekala, sorunlarınızı anlatın. Çözüm bulmaya çalışacağım.

Türkmen Lideri Hasan: *“Bakın, söylendiği gibi köylerimiz sadece işgücü nedeniyle boşaltılmıyor. Köylerdeki aileler uydurma bahanelerle sistemli bir biçimde göç etmeye zorlanıyor. Sadece bizimkiler de değil! Arap köyleri de aynen bizim köyler gibi boşaltılıyor.*

Sam: (Arap lidere dönerek) *“Söyledikleri doğru mu Ebu Tarık?”*

Arap Lider Ebu Tarık: *“Maalesef doğru. Tabi bunun tek bir nedeni var. Petrol! Musul ve Kerkük’teki petrol noktalarından, teker teker çıkmaya zorlanıyoruz. Petrol bu bölgenin topraklarından çıkan bir değerdir. Bunda bizim de hakkımız yok mu?”*

Sam: *“Tabii ki bunda hakkınız var! Ama önce güvenliği sağlamalıyız. Sonra ekonomik meselelerle ilgileniriz! İstikrar olmadan bu zenginliği paylaştırmamı bekleyemezsiniz benden!*

İsterseniz şimdi, somut taleplere geçelim. Dinliyorum!”

Arap Lider Ebu Tarık: *“Ne yazık ki terör örgütüyle bağlantısı olduğu iddiasıyla tutuklanıp işkence gören, polis tarafından gözaltına alınan bir sürü masum Arap var. Bu tutuklamalardan sonra gözaltında yakın akrabalarını kaybeden birçok aile var!”*

Sam: *“Bu konuyla şahsen ilgileneceğim.”*

Türkmen Lideri Hasan: “Bizim talebimiz açık ve net. Köylerinden zorla göç ettirilen ailelerin sağ salim geri dönmesini istiyoruz. Kürtler de artık bize azınlık muamelesi yapmaktan vazgeçmeliler.”

Sam: “Tamam, göç eden ailelerle ilgileneyeğim. Yerleştirildikleri yerle ilgili bir sorunları varsa köyelerine sağ salim dönmeleri için elimden geleni yapacağım.”

Kürt Lideri: “Güvenlik ve istikrar için daha fazla maddi destek gerek.

Ve bölgenin kalkınması için eğitilmiş insanlar lazım.”

Sam: “Doğrusunu isterseniz, CIA’de son yirmi yıldır bu cümlelerin Kürtçesini ezberlemeyen stajyer bile yok.”

Emperyalist politikalar güden ve bölgede güvenliği sağlayıp istikrarı egemen kılma algısı üzerinden bölgenin sahibi olan etnik gruplara zulmeden Amerika resmedilmekte ve kendini dünyanın sahibi olarak gören küresel aktörlerin petrolün yönetimi adına Orta Doğu’da yürüttükleri küresel algı yönetimi deşifre edilmektedir.

Çizelge 4.37: Amerika’nın Orta Doğu’daki Etnik Algı Yönetimi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Sam W. Marshall	2003 Sonrası	Irak	Bölgedeki Etnik Yapılara
Arap Lider		Pazar Yerindeki	Zulmeden ve Onları
Türkmen Lider		Lokanta	Sürekli Olarak Aldatan
Kürt Lider			Amerika

Sahne 15: Sam, Hz. İsa’nın Ruhaniyeti İle Konuşuyor...

(Çarmıha Gerilmiş Hz. İsa Heykeli Önünde - Sam’in Evi) / (Dk: 78.00)



Şekil 4.85: Sam'in Hz. İsa'nın Ruhaniyeti İle Konuşması

(Monolog)

Sam: *“Efendim! Bazen isyan ediyorum, neden beni yanında istemiyorsun diye! Ama anlıyorum ki sana karşı vazifelerim bitmedi. Kışkırtmalara direnen kişi kutsandır! Çünkü yorulduğu zaman yaşam tacını alır. Ölen kahramanların ve kahraman olacakların ruhlarını takdis et, bize huzur ver! Bize hep yol göster! Bu fedakarlıklar hep görev aşkıyla yapılıyor! İsa Efendimizi ve dünya barışını korumak için. Yüce Efendim! Bütün gücümle vazifelerimi yerine getirmeye çalışıyorum. Bu dünya, sana sadakatimi ispatlayacak işler yapmam için yaratıldı. Sen yeryüzüne dönmeden önce kutsal kitapta vaat ettiğin Babil hesaplaşmasını tamamlamamı sağla! Gelecek nesiller Tanrı'nın krallığını inşa edecek kahramanlara minnettarlığını sunarken, dualarında beni anmaları benim için ne büyük bir şereftir. Aziz Petrus Roma'yı terk ettiğinde, sen yüce efendimiz; ona 'Quo Vadis!' demiştin. 'Nereye gidiyorsun! Burası Babil, benim vatanım!' Bana 'Nereye gidiyorsun!' demeyeceksin, sana söz veriyorum! Ben bu topraklarda öleceğim! Kanım bu topraklarda akacak! Kanım vaat edilmiş zamana kadar, yani sen gelene kadar, yani vaat edilmiş topraklar bizim olana dek akacak! Vaat edilmiş topraklar bizim olduğunda barış gelecek ve barışı sağlayan Tanrı'nın çocuğu olacak!”* (Yehuda Krallığı, M.Ö. 6. Yüzyıl'da Babilliler tarafından ele geçirilmiştir.)

Vaat edilmiş topraklar konsepti üzerinden tarihi ve dini öğelerin küresel emperyalizme malzeme edildiği; paranın patronlarının 'barış' gibi, 'Tanrı'nın krallığı' gibi manevi unsurları kullanarak insanları kendi şeytani çıkarlarına alet ettikleri çözümlenmektedir. Bu sahnede, paranın patronlarının küresel çıkarları adına hizmet eden Sam'in de bu küresel algı yönetiminin gönüllü bir kurbanı olduğu deşifre edilmektedir.

Amerika'nın Irak'ı işgalinde kullandığı 'demokrasi' ve 'barış' şeklindeki gerekçeler, birçok farklı noktada da aynı şekilde kullanılmıştır. Bu dünyanın Tanrı'ya sadakatini ispatlayacak işler yapması için yaratılmış olduğunu söyleyen Marshall, “*Sen yeryüzüne dönmeden önce, kutsal kitapta vaat ettiğin Babil hesaplaşmasını tamamlamamı sağla!*” diyerek Tanrı'dan yardım dilerken; aynı zamanda gerçek amacını ve hedefini de ortaya koymaktadır. Bu hedef; vaat edilmiş topraklar olarak görülen, içinde Babil kentinin de bulunduğu Mezopotamya'yı (petrol bölgesini) ele geçirmektir. Sonuç olarak dini fanatizm ve vahşet üzerine kurulan Amerikan emperyalizmi, Hıristiyan inancıyla bütünleştirilerek meşrulaştırılmaya çalışılmaktadır (Selçuk, 2006: 183-210). Hz. İsa'nın manevi huzurunda gerçekleştirilen Sam'e ait bu monoloğun hemen akabinde Kürt Lider ile Sam'in bölge halkının karşısına çıkararak karşılıklı şov yaptıkları sahneye geçilmekte ve o kısımda Sam Kürt liderin kulağına eğilerek ve Türkmen lideri Hasan'ı yok ettiğini ima ederek “*Türkmenlerin işi bitti, sıra Araplarda!*” demektedir. Bu tavır da Amerika'nın Kürtleri manipüle etmek ve kullanmak için, Araplara ve Türklere uyguladığı politikadan daha farklı bir politika tercih ettiğini göstermektedir.

Çizelge 4.38: Dini İnanışlar Üzerinden Küresel Algı Yönetimi

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Sam W. Marshall	2003 Sonrası	Sam'in Evi	Dini Unsurların ve
İsa'nın Ruhaniyeti		Hz. İsa	İnanışların Küresel Algı
		Heykelinin	Yönetimine Malzeme
		Önü	Edilmesi

Sahne 16: Dua Ediliyor ve Toplu Zikir Yapılıyor...

(Dergah) / (Dk: 82.00)



Şekil 4.86: Dergahtaki Zikir Töreni

Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki'nin Sesinden

Dua ve Toplu Zikir: *“Ya Rabbi! İşittik ve itaat ettik! Allah muhakkak işinde galiptir. Görünen ne olursa olsun, kim yenersen yensin, kim yenilirse yenilsin; galip olan, hakim olan, yapan ve yaptıran sensin! Sen ki, Muhammed Mustafa'ya dahi yenilgi sınavını yaşatansın. Sen zulmetmezsin Ya Rabbi! Ya Rabbi! İnandık ve tasdik ettik. Zulmeden biziz Ya Rabbi! Senin yolunda kenetlenmeyip benlik hevesiyle ayrı düştüğümüz ve bölündüğümüz için kendimize zulmettik. Biz bize zulmettiğimiz için düşman da şimdi bize zulmediyor. Bütün zalimlerden ve senden sana sığındık Ya Rabbi! Bizler gafil olduk, günahkar olduk, mahkum olduk, mağlup olduk. Kur'an ve sünnetin hikmetleriyle uyanmadık, sen bizleri düşmanın saldırılarıyla uyandırdın! Şimdi de lûtfet Ya Rabbi! Bize bu saldırıları defedecek güç ve enerji ver. Bilinçli sabır ve sebat ihsan eyle. Ya Rabbi! Bizi, barış dini İslam'ı getiren kutlu peygamberin hürmetine; onun mecbur kalıp savaştığı zaman titizlikle sadık kaldığı vuruşma hukuk ve ahlakından ayırma Ya Rabbi!”*

Abdurrahman Halis Kerküki'nin sesinden ve toplu zikir sahnesine giriş olarak verilen bu dua ile tasavvufi bilincin inşası sağlanmakta; Müslümanlar için uyarıcı cümleler sarf edilmektedir.

Çizelge 4.39: İslam Aleminin Uyarılması

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	İnşa
Şeyh Kerküki	2003 Sonrası	Dergah	Sağlıklı
Dervişler		Zikir Meydanı	İslam Anlayışının İnşası

Sahne 17: Bir Amerikalı Gazeteci Bölgedeki Radikal İslamcılar Tarafından İnfaz Edilecekken Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki Yetiştiriyor ve Gazeteciyi Kurtarıyor...

(Örgüt Evi) / (Dk: 94.00)



Şekil 4.87: Şeyh'in İnfaz Edilecek ABD'li Gazeteciyi Kurtarması

Radikal İslamcı: “Herkes Irak’a gelen işgalcilerin, Amerikalıların sonunu görsün! Amerikalılar, İngilizler, Yahudiler Irak’tan defolup gitmedikçe herkesin kafasını teker teker keseceğiz!”

Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki: “Ne yapıyorsunuz siz! Kime özeniyorsunuz? Kime! Zalimlere çalışan kuklaları mı taklit edeceksiniz? Peygamberimizin yapmadığını siz kimden öğrendiniz?”

Radikal İslamcı: “Bu adam katillerin uşağı, gazeteci! Masum biri değil!”

Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki: “Ne dedin? Sen Allah mısın ki masum olmadığını bileceksin?

...

Zalim biri olabilir, yalancı da olabilir. Bu adam, biri sizin kellenizi uçursa; büyük bir keyifle fotoğrafınızı çekerek ‘Müslümanlar birbirlerini kesiyor!’ da diyebilir. Siz kendinize bir zalimin yaptığı işi nasıl yakıştırıyorsunuz? Nasıl...

....

(Gazeteciye hitaben) *Kalk! Kalk!* (Kılıcı eline vererek) *Al bunu!*

(Radikal İslamcıyı göstererek) *Kes kafasını! Uçur kafasını! İçinden geçeni yap! Haydi! Haydi!*”

Gazeteci: (Eline verilen kılıcı yere atarak) *Ben sadece bir gazeteciyim.*

Beni anlıyor musunuz!

(Kerküki’nin ayaklarına kapanarak) *Şükran! Şükran...*”

Gerçek İslami bilincin inşası adına çarpıcı mesajlar verilmekte ve küresel algı yönetimi ile şiddet aracılığıyla değil ancak gerçek İslam anlayışı ile mücadele edilebileceği işlenmektedir.

Çizelge 4.40: Hakiki İslam ve Gerçek Mücadele

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	İnşa
Şeyh Kerküki Radikal İslamcılar Amerikalı Gazeteci	2003 Sonrası	Irak Örgüt Evi	Küresel Algı Yönetimi İle Gerçek Mücadele Yolunun Şiddet Değil, Hakiki İslam Olduğu Algısı

Sahne 18: Memati ve Abdülhey Çatışma Esnasında Kürtler İle İlgili Konuşuyorlar...

(Çatışma Alanı - Dergahın Yakınındaki Sokaklar) / (Dk: 98.08)

Memati: *“Hep bu Kürtlerin yüzünden!”*

Abdülhey: *“Ne Kürdü?”*

Memati: *“Kürt işte!”*

Abdülhey: *“Ben de Kürdüm!”*

Memati: *“Sen başkasın Abdülhey!”*

Abdülhey: *“Her şey böyle başlıyor abi!”*

Küresel düzlemde uygulanan manipülasyona dayalı algı yönetiminde Kürtlerin kendilerini kullandıkları deşifre edilmekte; her türlü ayrılıkçı söylemin ise manipülatörlerin işine yaradığı vurgulanmaktadır.

Çizelge 4.41: Küresel Algı Yönetimine Malzeme Olan Kürtler

Kişi	Sürem (Zaman)	Uzam (Mekan)	Manipülasyon * İfşa
Memati	2003 Sonrası	Irak	Küresel
Abdülhey		Dergahın	Algı Yönetiminde
		Yakınındaki	Kürtlerin Kullanılması
		Sokaklar	

4.3.3 Odak Grup Analizi

20 Mart 2018 (Kurtlar Vadisi Gladio) ve 22 Mart 2018 (Kurtlar Vadisi Irak) tarihlerinde 14'er kişilik iki farklı grupla gerçekleştirilen odak (focus) grup çalışmalarında film izleme etkinliği öncesinde ve sonrasında 20'şer sorudan oluşan toplam 40 soruluk anketler uygulanmış; film izleme ile anket uygulaması bölümleri tamamlandıktan sonra da katılımcılarla film içeriklerinin manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümleme işlevine dair görüş alışverişinde bulunulmuştur.

Film izleme etkinliği gerçekleştirilmeden evvel, çalışma öncesinde hazırlanan genel bilgilendirme metni tüm katılımcılara sesli olarak okunmuş ve çalışmanın içeriği hakkında net bir bilgilendirme yapılmıştır.

Çalışma öncesi yapılan genel bilgilendirmede, şu bilgilere yer verilmiştir:

Odak Grup Çalışmaları ya da diğer adı ile Focus Grup Çalışmaları, belirli sayıda katılımcının bir konu üzerine odaklanması ile gerçekleştirilen bir araştırma yöntemidir. Bu yöntemde amaç; sınırlı sayıda katılımcının dikkatini konu üzerine vermesini sağlayarak, araştırma çerçevesinde daha net bilgiler elde edilebilmesidir. Dolayısıyla bu yöntem, herhangi bir kişiye herhangi bir yerde herhangi bir konu ile ilgili soru sorulduğunda alınabilecek genel cevapları daha sağlıklı hale getirebilmek adına uygulanmakta; olabildiğince gerçek yanıtlara ulaşmayı hedeflemektedir.

Bu çalışmanın parçası bulunduğu tezin konusu, “Bir Kamuoyu Oluşturma ve Manipülasyon Aracı Olarak Algı Yönetimi: Kurtlar Vadisi Örneği” şeklindedir. Dolayısı ile çalışmamızda Kurtlar Vadisi Yapımı'na ait olan iki film örneklem olarak belirlenmiş ve bu örneklemeler üzerinden algı yönetimi konusuna odaklanılmıştır.

Çalışmadan net ve doğru sonuçların elde edilebilmesi; söz konusu film izleme çalışmasının, algı yönetimi meselesini merkeze alarak, dikkatli, objektif ve konuya odaklanmış bir şekilde gerçekleştirilmesine bağlıdır. Bu bağlamda çalışmamız boyunca doğal, meseleleri kendi akışı içinde ve kendi öz bakışınızla değerlendirebileceğiniz şekilde rahat olmanızı; ancak dikkatinizi konu dahilinde tutarak genel bir film izleme eyleminden biraz daha farklı şekilde davranmanızı talep ediyoruz.

Çalışma öncesinde size sunulacak olan 20 adet anket sorusu, kişisel grafiğiniz, yönelimleriniz, tv izleme alışkanlıklarınız ve tv-algı yönetimi ilişkisine dair fikirlerinizle ilgilidir. Filmi tamamen izledikten sonra size sunulacak olan diğer 20 adet anket sorusu ise, filmin içeriğine ve Kurtlar Vadisi Gladio/Kurtlar Vadisi Irak-Algı Yönetimi ilişkisine dair olacaktır. Yanıtların, filmde edinilen izlenimler çerçevesinde objektif olması son derece önemlidir.”

Toplam dört bölüm halinde katılımcıların görüşlerine sunulan anket kağıtlarının giriş kısmında ise şu kısa açıklama yer almıştır: *“Bu anketi cevaplayarak, akademik çalışmalara katkıda bulunacaksınız. Vereceğiniz hiçbir cevap doğru ya da yanlış olarak değerlendirilmeyecektir. Anket bilgileri hiçbir şekilde basın organlarında yer almayacaktır. Kimlik bilgileri gizli tutulacak, cevaplarınız yalnızca akademik araştırma kapsamında kullanılacaktır.”*

4.3.3.1 Kurtlar Vadisi Gladio filminin odak grup analizi

Kurtlar Vadisi Gladio filmi 14 kişilik grupta izlenmeden evvel uygulanan 20 soruluk ilk anketin 10 sorusu demografik verilere, diğer 10 sorusu ise televizyon izleme alışkanlıklarına yöneliktir. Demografik verilere ve televizyon izleme alışkanlıklarına yönelik ilk 20 soruluk kısma göre; çalışmaya 5 bayan, 9 erkek katılmıştır. Katılımcıların 10 tanesi 18-24 yaş aralığındadır ve 13 katılımcı yükseköğretim ve üstü eğitim seviyesindedir. Geneli öğrenci olan katılımcıların azami çoğunluğu evli bulunmamaktadır. Anne ve babalarına yönelik eğitim düzeyi ise ekseriyetle ortaöğretimdir. Katılımcıların ağırlıklı ilgi alanları siyaset, uluslararası gündem, tarih ve sanattır. Yarı kadarı bir STK üyesi olan grubun aylık gelir durumu ise genellikle 1000 TL’den azdır.

Katılımcıların günlük çalışma saatleri 4-8 saat arasında değişmekte ve grubun yarı kadarı düzenli olarak televizyon izlememektedir. Katılımcıların büyük oranına ait

televizyon izleme ortamı bilgisayardır ve büyük çoğunluğu televizyon ile 2000’li yıllarda tanışmıştır. Katılımcıların 9 tanesinin düzenli takip ettiği bir televizyon programı bulunmamakta, grubun geneli güncel gelişmeleri internet aracılığı ile takip etmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu yabancı yapımları izlemeyi tercih etmekte ve televizyonu daha çok gündem takibi amacı ile kullanmaktadır. Televizyonda daha çok haber, açıkoturum ve dizi gibi programları tercih eden katılımcılar; televizyonun hâlâ etkili bir algı yönetimi aracı olduğunu ancak sosyal medyanın televizyonun vazgeçilmezliğini kırdığını düşünmektedirler.

Genel özellikleri bu şekilde olan katılımcı grubunun Kurtlar Vadisi Gladio filmine yönelik klasik sorulara verdikleri yanıtlar şu şekildedir:

Katılımcıların tamamı, filmdeki asıl mesajın “*Vatan millet duygusu gibi hassas yönlerimizin sömürülmemesi ve kullanılmaması için dikkatli olmalıyız.*” (9 katılımcı) ve “*Devlet içindeki tehlikeli yapılanmaları görmeli ve sorgulamalıyız.*” (5 katılımcı) cümleleri ile ifade edilebileceğini düşünmektedir. Bu anlamda izleyicinin, filmde ortaya konulan manipülasyona dayalı algı yönetimini ve bu duruma karşı sergilenen duruşu kavradığı görülmektedir. Katılımcıların çok büyük bir çoğunluğu, İskender Büyük ile uyanış halini, kandırılmışlık duygusunu ve büyük hataların yinelenmemesi için verilen mücadeleyi özdeşleştirmektedir. Filmin başında geçen şu ifade ise, katılımcıların çoğunda filmin gerçekleri yansıttığı ve gizem taşıdığı hissini uyandırmıştır: “*Soğuk Savaş Döneminde NATO Ülkeleri Sovyetler’in Avrupa’ya İşgal İhtimaline Karşı Mücadele Edecek Bir Teşkilat Kurar. Bu Teşkilat, Üye Ülkelerin Hükümetlerini Doğrudan Etkileyebilecek, Gerektiğinde Yönetimleri Değiştirecek Kadar Güçlü ve Gizlidir. Bu Teşkilat’ın Adı, Gladio’dur.*”

Filmde en sevilen karakterler, 8 katılımcının tercihi ile İskender Büyük ve 4 katılımcının tercihi ile mahkeme başkanı hakim olmuştur. İzleyici bu tercihi ile Gladio’ya karşı verilen mücadelenin tarafında yer almıştır. Film müziklerinin gizem verdiğini (9 kişi) düşünen katılımcılar, “*Vatanını en çok sevene en pis işi yaptırırın!*” şeklindeki repliğin genellikle şu iki düşünceyi oluşturduğu fikrinde buluşmuşlardır: “*Vatan duygusu kuvvetli olanları manipüle ederek kirli işlerde kullanabilmek için çalışan profesyonel şebekeler vardır.*” (8 katılımcı), “*Güçlü duygularımız ve tutkularımız, en zayıf yönlerimizdir.*” (6 katılımcı).

Gladio’ya hizmet eden Notacı General’in bestelediği müzik eserinin “*Bağımsızlık Destanı*” ismini taşıması, katılımcıların tamamında bir üst dikkat oluşturmuş ve grup

bu durumun şu iki anlama geldiği hususunda birleşmiştir: “*Bağımsızlık mücadelesini söylem haline getiren ancak tam tersi bir amaca hizmet edenler vardır.*” (8 katılımcı), “*Bağımsızlık gibi millî duygularımıza hitap eden söylemlerin ardına bakmalıyız.*” (5 katılımcı).

Katılımcıların 8’i, filmin en çok “toplum olarak üzerimizde oynanan oyunların çözümlenmesi” gibi bir fikir verdiğini, 5’i de filmin izleyiciyi “küresel sistemin gücünü anlama” noktasına yönlendirdiğini düşünmektedir. Bu ağırlıklı tercihler, izleyicinin film içeriği ile manipülasyona dayalı algı yönetiminin deşifre edilmesi arasındaki bağı kavradığını göstermektedir. Filmin sürpriz finali 10 katılımcıya çaresizlik ve güçsüzlük, 2 katılımcıya şaşkınlık, 2 katılımcıya öfke, yalnızca birer katılımcıya uyanış ve kamçılanma hissi vermiştir. Bu da izleyicinin film okumaları noktasındaki derin duygusallığını ortaya çıkarmakta ve mesajları genellikle düz anlamları ile kavradığımızı göstermektedir. Film içeriğinin algı yönetimi ile olan ilişkisi noktasında ise toplam 10 katılımcı Kurtlar Vadisi Gladio filminin ülkemize yönelik küresel algı yönetimini deşifre ettiğini ifade etmiştir. Bu oran da izleyicinin, çalışmanın ana konusu olan manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesi hususunu kavradığını göstermektedir.

Katılımcıların Kurtlar Vadisi Gladio filmine yönelik olarak Likert Ölçeği ile hazırlanan sorulara verdikleri yanıtlar ise şu şekilde olmuştur: “*Kurtlar Vadisi Gladio filmi, bugün yaşadığımız olayların arka planını anlatıyor.*” cümlesine toplamda 12 katılımcı kesinlikle katılıyorum ya da katılıyorum demiş, sadece 2 kişi katılmıyorum seçeneğini tercih etmiştir. Bu anlamda film içeriği izleyicinin büyük çoğunluğu tarafından gerçekçi bulunmuştur. Bu sorunun asimetrik bir versiyonu olan “*Kurtlar Vadisi Gladio filmi, gerçeklerle ilgili olmayan kurgular üzerine yazılmış bir senaryodur.*” cümlesinde ise 9 kişi katılmıyorum, 2 kişi hiç katılmıyorum, 2 kişi ise kesinlikle katılıyorum seçeneğini tercih etmiştir. Bu durum da yine film içeriğinin hayatın gerçekleri ile uyumlu olduğunun düşünülmesi bakımından anlamlıdır.

“*Kurtlar Vadisi Gladio filmi, bize verilen her bilgiyi mutlaka sorgulamamız gerektiği mesajının altını çiziyor.*” cümlesine 8 kişi katılıyorum, 5 kişi kesinlikle katılıyorum, 1 kişi ise katılmıyorum demiştir. Bu durum, filmin eleştirel akla olan davetinin ve manipülasyondan korunma noktasındaki hassasiyetin izleyici tarafından algılandığını göstermektedir.

“Kurtlar Vadisi Gladio filmini izleyen biri, küresel algı mühendisliğine karşı her an teyakkuzda olmamız gerektiğini anlar.” cümlesine toplamda 11 kişi katılmış (4 kişi kesinlikle katılıyorum, 7 kişi katılıyorum); 3 kişi fikri olmadığını beyan etmiştir. Bu soruda katılmıyorum seçeneğinin hiç tercih edilmemesi ve çoğunlukla katılıyorum kısmının seçilmesi, izleyicinin filmdeki temel mesajı sahiplendiğini göstermektedir.

“Kurtlar Vadisi Gladio filmi; hem manipülasyona dayalı küresel algı yönetimine ilişkin bir tespitte bulunuyor, hem de çıkışı işaret ediyor.” diyen 7 katılımcı olmuş; 4 kişi katılmıyorum, 3 kişi de fikrim yok seçeneğini işaretlemiştir. *“Kurtlar Vadisi Gladio filminin yapılaş amacı, kitleleri küresel algı yönetimine yönelik olarak bilinçlendirmektir.”* gibi temel bir cümle ise toplamda 10 kişiden karşılık bulmuş (7 katılıyorum, 3 kesinlikle katılıyorum); 4 kişi ise fikrim yok seçeneğini tercih etmiştir. Bu durum da katılımcıların büyük çoğunluğunun, filmin manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini anlamaya ve anlatmaya dönük misyonunu kavradığını ortaya koymaktadır.

Kurtlar Vadisi Gladio filminin izlenmesi ve anketlerin uygulanmasından sonra katılımcılarla yapılan fikir alışverişinden çıkan çeşitli görüşler ise şu şekilde sıralanmaktadır;

- Vatan sevgisi güçlü bir duygu olmakla birlikte ciddi bir farkındalığı ve sorgulama yetisini de beraberinde getirmektedir.
- Film çoğunlukla kurgu değildir, birebir gerçekleri anlatmaktadır.
- Final sahnesindeki şaşırtıcı bitiş, uyarıcı nitelik taşımaktadır.
- Final sahnesindeki şaşırtıcı bitiş, güçsüzlük ve acizlik psikolojisi yaratmaktadır.
- Film, 15 Temmuz sürecinde yaşananların tarihi arka planına da ışık tutmaktadır.
- Film, kamçılanma duygusu oluşturmaktadır.
- Film, hamasi söylemlerin yerini sistemli mücadelenin alması gerektiğini işaret etmektedir.
- Film küresel güçlerin ve manipülatörlerin çalışma prensiplerini deşifre ederek buna karşı nasıl bir hazırlık yapılması gerektiğini anlatmaktadır.

Sonuç olarak izleyici; Kurtlar Vadisi Gladio filmine dair içeriğin, manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümlmek noktasında bir işlev gördüğünü düşünmektedir.

4.3.3.2 Kurtlar Vadisi Irak filminin odak grup analizi

Kurtlar Vadisi Irak filmi 14 kişilik grupta izlenmeden evvel uygulanan 20 soruluk ilk anketin 10 sorusu demografik verilere, diğer 10 sorusu ise televizyon izleme alışkanlıklarına yöneliktir. Demografik verilere ve televizyon izleme alışkanlıklarına yönelik ilk 20 soruluk kısma göre; çalışmaya 9 bayan, 5 erkek katılmıştır. Katılımcıların çok büyük bir çoğunluğu 18-30 yaş aralığındadır ve tamamı yükseköğretim ve üstü eğitim düzeyindedir. 12 kişinin öğrenci, 2 kişinin çalışan olduğu grupta; 12 bekar, 2 evli katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların anne ve babalarının eğitim düzeyi ise yarı yarıya yükseköğretim ve altı şeklindedir. Genellikle sanat, tarih, siyaset ve uluslararası gündem gibi konulara ilgisi olan grubun yarısı bir STK üyesi, yarısı ise değildir. Katılımcıların aylık gelir durumları 1000-2000 aralığında olup, günlük çalışma saatleri ise 4-10 arasında değişmektedir.

Katılımcıların 9'u 20.00-24.00 saatleri arasında televizyon izlemekte, 5 katılımcı ise televizyon izlememektedir. Grubun televizyon izleme ortamı genellikle bilgisayar olup, katılımcıların televizyon izleme alışkanlığının başladığı yıllar 1990-2000 aralığında seyretmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (11 katılımcı) düzenli olarak bir televizyon programını takip etmemekte, 9 katılımcı kaçırdıkları programların özetlerine bile bakmadıklarını ifade etmektedir. Televizyon yapımlarında genellikle yabancı yapımları tercih ettiklerini (10 kişi) belirten katılımcılar; televizyonu ekseriyetle bilgi edinmek, gündemi takip etmek ve dizi-film izlemek için kullandıklarını ifade etmektedirler. Katılımcılar genellikle haber-açıkoturum programları ve dizi-film türü programları tercih ettiklerini belirtmekte ve televizyonun genellikle etkili bir algı yönetimi aracı olduğunu düşünmektedirler. Bununla birlikte 5 katılımcı ise televizyonun daha çok insanları şüursuzlaştırdığını ifade etmektedir.

Elde edilen bu bulgular günümüzdeki hız olgusunun insanların televizyon izleme alışkanlıklarını ve ortamlarını belirgin ölçüde değiştirdiğini göstermekte ve televizyonun olumlu ya da olumsuz algı yönetimi noktasındaki işlevi devam ediyor olsa bile izleyicilerin net, vurucu, ihtiyaca yanıt veren, uzun vadeli bir dikkati gerektirmeyen yapımlara odaklandıklarını işaret etmektedir.

Genel özellikleri bu şekilde olan katılımcı grubunun Kurtlar Vadisi Irak filmine yönelik klasik sorulara verdikleri yanıtlar şu şekildedir:

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu, filmdeki asıl mesajın “*Orta Doğu’ya barış getireceğiz söylemlerinin ardındaki küresel algı yönetimini görmeli ve sorgulamalıyız.*” (9 katılımcı) cümlesi ile ifade edilebileceğini düşünmektedir. Bu da izleyicinin filmde işlenen manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini gördüğünü ve bu algı yönetiminin deşifreyonuna yönelik mesajı aldığını göstermektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu, filmin başkahramanı olan Polat’ın mücadeleyi (7 katılımcı) ve onuru (5 katılımcı) sembolize ettiğini düşünmektedir. Filmde ABD’li Sam Marshall tarafından söylenen ve Türkiye’yi kasteden “*Donunuzun lastiğini bile biz gönderiyoruz! Neden bir şey üretmiyorsunuz?*” şeklindeki sözler; katılımcılarda özeleştirici (8 katılımcı), aşağılık kompleksi (2 katılımcı) ve kamçılanma (2 katılımcı) gibi duyguları uyandırmıştır. Filmde en çok beğenilen karakter ise sağlıklı İslam anlayışını temsil eden Şeyh Abdurrahman Halis Kerküki (10 katılımcı) olmuştur. Filmin başkahramanı Polat bile 2 katılımcı tarafından seçilirken Kerküki karakterinin en çok beğenilen karakter olması, gerçek İslam anlayışı gibi hassas konularda doğru mesajlar verildiğinde bu mesajların bireyler tarafından anlaşıldığını ve sahiplenildiğini göstermektedir.

Filmin müzikleri katılımcıların genelinde hüznün (5 katılımcı), derin düşünme (3 katılımcı), heyecan (2 katılımcı), aksiyon (4 katılımcı) gibi duygular uyandırmış; filmin izleyicide uyandırdığı genel düşünce ise büyük bir çoğunlukla “barış kavramı üzerinden yürüyen uluslararası algı yönetimi” (10 katılımcı) şeklinde olmuştur. Bu durum da izleyicinin filmin manipülasyona dayalı küresel algı yönetiminin deşifreyonu noktasındaki işlevini kavradığını göstermektedir.

Filmin finali grubun genelinde mücadele kararlılığı (8 katılımcı), uyanış (2 katılımcı) gibi duyguları ortaya çıkarmış; film içeriği ile algı yönetimi ilişkisi çerçevesinde katılımcıların 10’u, “*Kurtlar Vadisi Irak, Orta Doğu’ya yönelik küresel algı yönetimini deşifre ediyor.*” düşüncesinde birleşmiştir. Filmde bir tarikat şeyhinin ve mensuplarının geniş yer bulması ise, katılımcıların genelinde “*İslam’ın gerçek anlamını izleyiciye aktarmada iyi bir işlev görüyor.*” (11 katılımcı) düşüncesini uyandırmış; 3 katılımcı da “*Tasavvufun bir çıkış önerisi olabileceğine vurgu yapıyor.*” (3 katılımcı) yönünde bir fikri benimsemiştir. Edinilen bulguların en net örneklerinden biri ise, bütün grup üyelerinin (14 katılımcı) “*Amerikalıların terörist*

anlayışı nedir?” sorusunu “bölgedeki Amerikan çıkarlarına engel olan herkes” şeklinde yanıtlamalarıdır. Bu durum; filmin manipülasyona dayalı küresel algı yönetimine yönelik çözümlemesinin, izleyici tarafından kavrandığını göstermektedir.

Katılımcıların Kurtlar Vadisi Irak filmine yönelik olarak Likert Ölçeği ile hazırlanan sorulara verdikleri yanıtlar ise şu şekilde olmuştur: “*Kurtlar Vadisi Irak filmi, bugün yaşadığımız olayların arka planını anlatıyor.*” cümlesine toplamda 13 katılımcı kesinlikle katılıyorum ya da katılıyorum demiş, sadece 1 kişi katılmıyorum seçeneğini tercih etmiştir. Bu anlamda film içeriği izleyicinin büyük çoğunluğu tarafından gerçekçi bulunmuştur. Bu sorunun asimetrik bir versiyonu olan “*Kurtlar Vadisi Irak filmi, gerçeklerle ilgili olmayan kurgular üzerine yazılmış bir senaryodur.*” cümlesinde ise 10 kişi katılmıyorum/hiç katılmıyorum, 2 kişi fikrim yok, 2 kişi ise katılıyorum/kesinlikle katılıyorum seçeneğini tercih etmiştir. Bu durum da yine film içeriğinin hayatın gerçekleri ile uyumlu olduğunun düşünülmesi bakımından anlamlıdır.

“*Kurtlar Vadisi Irak filmi, Orta Doğu’ya barış ve huzur getirme söylemlerini mutlaka sorgulamamız gerektiğinin altını çiziyor.*” cümlesine 5 kişi katılıyorum, 8 kişi kesinlikle katılıyorum, 1 kişi ise hiç katılmıyorum demiştir. Bu durum, filmin eleştirel akla olan davetinin ve manipülasyondan korunma noktasındaki hassasiyetinin izleyici tarafından algılandığını göstermektedir. “*Kurtlar Vadisi Irak filmi, Müslüman olmanın içi boş söylemlerle gerçekleşmeyeceğine; mutlaka şuur ve farkındalık gerektirdiğine işaret ediyor.*” cümlesine 10 katılımcı kesinlikle katılıyorum, 4 katılımcı katılıyorum demiştir. Bu durum da, filmin eleştirel aklın hayata geçirilmesi ve farkındalık noktasındaki temel mesajının alındığını göstermektedir. “*Kurtlar Vadisi Irak filmi izleyen biri, uluslararası çıkar dengelerini gözetken küresel algı mühendisliğine karşı her an teyakızda olmamız gerektiğini anlar.*” fikrine 5 kişi kesinlikle katılıyorum, 6 kişi katılıyorum, 3 kişi ise katılmıyorum demiştir. Bu durum da filmin izleyicide oluşturduğu algının, manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini tanımaya ve bundan korunmaya odaklandığını göstermektedir. “*Kurtlar Vadisi Irak filmi; hem manipülasyona dayalı küresel algı yönetimine ilişkin bir tespitte bulunuyor, hem de çıkışı işaret ediyor.*” ifadesine ise 8 kişi katılıyorum, 4 kişi katılmıyorum, 1 kişi hiç katılmıyorum, 1 kişi ise fikrim yok şeklinde yanıt vermiştir. Soruların geneline bakıldığında filmin manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini deşifre etmek bakımından işlev

gördüğü ancak çözümü işaret edip bir çıkış önerisi getirmek noktasında belirsiz kaldığı düşünülmektedir. “*Kurtlar Vadisi Irak filminin yapılaş amacı, kitleleri Orta Doğu’daki küresel algı yönetimine yönelik olarak bilinçlendirmektir.*” cümlesine ise 3 kişi kesinlikle katılıyorum, 8 kişi katılıyorum, 1 kişi fikrim yok, 1 kişi katılmıyorum, 1 kişi hiç katılmıyorum demiştir. Bu durum da grubun büyük bir çoğunluğunun, filmin misyonu ile küresel algı yönetiminin çözümlenmesi arasında bir ilişki olduğunu düşündüğünü ortaya koymaktadır.

Kurtlar Vadisi Irak filminin izlenmesi ve anketlerin uygulanmasından sonra katılımcılarla yapılan fikir alışverişinden çıkan çeşitli görüşler ise şu şekilde sıralanmaktadır;

- Filmde, küresel ölçekli ve manipülasyona dayalı algı yönetimi örneklendirilmekte; algıyı yönetenlerin etnik yapıları bölgede nasıl birbirlerine düşürdükleri ve bunu da barış, huzur, güvenlik, istikrar gibi söylemler üzerinden yapılandırıdıkları çözümlenmektedir.
- Filmde, sağlıklı bir İslam anlayışını hayatlarımıza taşıyamamış olmamızın küresel algı yönetiminin işini kolaylaştırdığı vurgulanmaktadır.
- Filmde Batı’nın terör tanımını, kendi çıkarları doğrultusunda bir dolgu malzemesi olarak kullandığı ve bu şekilde bir algı yaratarak kendi emperyal politikalarına zemin hazırladığı deşifre edilmektedir.
- Filmde Türk kimliği etnik değil tasavvufi bir perspektiften sunulmuş ve doğru bir zemine oturtulmuştur.
- Filmde evanjelizm üzerinden ve tarihi unsurlar vasıtasıyla dinsel inanışların küresel algı yönetimine malzeme edildiği ve bundan da sonuç alındığı işaret edilmektedir.
- Tarihteki Haçlı mücadelesinin, bugün emperyalizm anlayışı ile mücadele üzerinden aynıyla devam ettiği vurgulanmaktadır.

Sonuç olarak izleyici; Kurtlar Vadisi Irak filmine dair içeriğin, manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümlenmek noktasında bir işlev gördüğünü düşünmektedir.

4.4 Bulguların Değerlendirilmesi

Günümüzde KIA üzerinden kitlelere ulaşan mesaj sayısı oldukça fazladır ve bu mesajların içerik açısından önem arz eden büyük bir bölümü çözümlenmeye

muhtaçtır. Bu tarz çözümlenmelerde ilk akla gelen yöntemler; içerik çözümlemesi, göstergebilimsel çözümleme ve söylem çözümlemesidir. Ayrıca retorik çözümlemesi, üslup çözümlemesi, yorumsamacı yaklaşım (hermenötik) gibi yollar da tercih edilebilmektedir (Atabek ve Atabek, 2007:15). Çalışmamızda ise çözümleme için filmsel anlatı yöntemi seçilmiş ve uygulanmıştır.

Gerek çalışmada uygulanan filmsel anlatı yöntemi çerçevesinde, gerek 14'er kişilik farklı gruplarla gerçekleştirilen odak grup çalışmaları kapsamında, gerekse de derinlemesine mülakat tekniği ile uzmanlardan alınan bireysel değerlendirmeler doğrultusunda elde edilen çeşitli veriler göstermektedir ki; hedef kitleye sunulan her mesajda sunulan mesajın içeriği, mesajın sunuluş biçimi ve mesajı alanın yapısı son derece önem arz etmektedir. Algı yönetimi denilen olgunun pozitif ya da negatif boyutta ortaya çıkışı bu temel unsurlara bağlı olarak gelişmekte ve hedef kitle analizinin yapılması, algı yönetim tekniklerinin uygulanması gibi belirleyici işlemler bu ana unsurlar çerçevesinde gerçekleşmektedir.

Çalışmamız kapsamında elde edilen bulgular, algı yönetiminin gerek yararlı gerekse zararlı boyutunun doğru algılanmasında içeriğin, mesajın sunuluş biçiminin ve mesaja maruz kalan bilincin son derece önemli unsurlar olduğunu ve ortaya çıkan algı yönetimi olgusunun bu faktörlerin birleşimi ile ortaya çıktığını doğrulamıştır. Örneğin odak grup çalışmalarında uygulanan anket sorularının hazırlanış biçimi ile gelen yanıtlar arasındaki ilişki; mesaja maruz kalanların doğru noktalara yönlendirilmesi halinde doğru cevapların alınabileceğini göstermiştir. Bu kapsamda hazırlanan anket sorularında örneklem olarak belirlenen Kurtlar Vadisi filmlerinin manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümleyip çözmediği hususu üzerinde durulmuş ve sorular senaryonun bu boyutuna odaklandığında bireylerin o işlevi yakalayabildikleri tespit edilmiştir. Zira bireyler günümüz şartları içerisinde yoğun bir mesaj akıntısı içinde bulduklarından algılarını bu tarz spesifik noktalara odaklayacak yönlendirmelere ihtiyaç duymakta, eğer bu tür net bir yönlendirme olursa konuya ilişkin doğru yaklaşımları ve doğru tepkileri verebilmektedirler.

Bireylerin toplumsal anlamda önem taşıyan noktalara yeterince odaklanamamalarındaki ve zorlayıcı ya da sevk edici bir durum olmadıkça belirli hususlara yönelik bir duruş belirleyememelerindeki temel olgu; günümüz şartlarının doğurduğu hız olgusudur. İki ayrı grup halinde gerçekleştirilen odak grup çalışmalarının ikisinde de görülmüştür ki; artık bireyler ve özellikle de 15-35 yaş

bandındaki kesim klasik bir televizyon izleyicisi olmanın dışına çıkmış, zaman zaman tv izlese bile bunu telefon-tablet vs. gibi mobil cihazlar aracılığı ile gerçekleştirir duruma gelmiştir. Dolayısı ile toplumsal yaşamın kaçınılmazı olan hız olgusu bireyleri yaş, cinsiyet, eğitim, gelir düzeyi, sosyal aktivite aralığı vs. gibi özellikleri ne olursa olsun ciddi bir biçimde kuşatmış ve önemli meselelere odaklanamama şeklinde tezahür eden bu problematik süreç apayrı bir bilinç yapısı oluşturarak bireyleri manipülasyona dayalı algı yönetimine maruz kalmak noktasında açık hedef haline getirmiştir. Aslında bireyler birçok problematik olguyu görmekte, algılamakta ve farketmekte; ancak popüler tabirle trend haline getirilen ve sadece eşyanın tüketimine değil değerlerin de tüketimine neden olan tek tip ve yüzeysel bir bilinç boyutunu yaşamaktadırlar.

Küreselleşme olgusunun etkisi ile ulusal ve uluslararası bütün zeminlerde vücut bulan bu durum, kamusal alandan bireylere yönelen yapıcı ve uyarıcı/uyandırıcı mesajlara duyulan ihtiyacı artırmakta ve KİA'nın mevcut süreci beslemekten ziyade bu önemli probleme ayna tutacak bir işlev görmesi gerekmektedir. Çalışmamızda bu önemli işlevin yapılandırılmasında rol alabilecek temel unsurlardan biri olan sinema olgusu kapsamında filmsel anlatı yöntemi uygulanmış ve bu yöntem kapsamında Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmlerinin manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesi noktasındaki işlevleri incelenmiştir.

Bu kapsamda elde edilen bulguları şu şekilde değerlendirmek mümkündür:

Kurtlar Vadisi Gladio filmi

- Üzerimizde uygulanan küresel algı yönetiminin ulusal ayağına ışık tutulmuş ve vatan sevgisi örneği üzerinden tüm güçlü, tazyikli duyguların bireylerin ya da kurumların manipülasyonuna zemin hazırlayabileceği gösterilmiştir.
- Film 2009 yılında çekilmesine ve 1990'lı yıllardaki olayları çözümlemesine rağmen, senaryo bugün hâlâ geçerliliğini koruyan problemleri kapsamış; çalışma genelinde bu küresel hipnozdan çıkış için bireysel ve toplumsal bilinçlenmenin kaçınılmaz olduğu fikri temellendirilmiştir.
- Devlet kurumlarınca yürütülen çalışmalarla milletin kamusal düzlemde aydınlatılması süreçlerinin birbiri ile uyumlu yürümesi gerektiği vurgulanmış; hukuk ve adalet mücadelesinin bir toplumun bütün unsurları ile birlikte verilebileceğinin altı çizilmiştir.

- Bağımsızlık, eşitlik, insan hakları, demokrasi vs. gibi evrensel değerlerin söylemleri ile temsilleri arasındaki uçuruma dikkat çekilmiş; manipülasyona dayalı algı yönetimine maruz kalmamak adına böylesi söylemleri üreten kaynaklara karşı daha dikkatli olunması gerektiği vurgulanmıştır.
- Bireylerin algı yönetimini çözdüklerini zannederken farklı bir algı yönetiminin malzemesi olabilecekleri somut örneklerle işlenmiş ve manipülasyona dayalı algı yönetiminin zincirleme ilerleyen bir süreç olduğuna dikkat çekilmiştir.
- Bölgede güçlü bir Türkiye'nin küresel güçlerce asla istenilmediği gerçeği somut açılımlarla örneklendirilmiş ve iç içe oyunların sahneye konulduğu bu bölgede ayakta kalabilmek için kritik akıl yetisinin toplumca ve milletçe etkin bir biçimde kullanılması gerektiği anlatılmıştır.
- Dost-düşman, doğru-yanlış, yalan-hakikat gibi temel ayırımların yapılabilmesi için dikkatin bireysel ve toplumsal planda daima canlı tutulması gerektiği işlenmiş ve bu bağlamda daimi bir teyakkuz hali işaret edilmiştir.
- Siyaset, medya, sermaye, STK türü sosyal yapılar ve farklı aktörler arasındaki girift ilişkilerin küresel hegemonlar tarafından yönlendirilmeye çalışıldığının akıldan çıkarılmaması gerektiği vurgulanmıştır.

Kurtlar Vadisi Irak filmi

- Uluslararası politikalar ve kamu diplomasisi çerçevesinde üretilen dost ülke, stratejik müttefik gibi terminolojilerin reel düzlemde bir karşılığının olmadığı ortaya konulmuş ve ABD-Türkiye ilişkileri üzerinden Orta Doğu'daki küresel algı yönetimi deşifre edilmiştir.
- Evanjelizm örneği üzerinden, küresel hegemonların dini motifleri kendi pragmatik politikalarına nasıl alet ettikleri örneklendirilmiş ve küresel çıkarlara hizmet eden bu yolda, insanların dinsel unsurlar çerçevesinde nasıl kullandıkları gösterilmiştir.
- Sahte İslam anlayışının ortaya çıkarılmasının ve bu çarpık algının sürekli olarak beslenmesinin küresel hegemonlar için oldukça fonksiyonel bir araç olduğu anlatılmış ve çıkışa yönelik en doğru yolun sağlıklı İslam anlayışını algılamak ve yaşatmak olduğu vurgulanmıştır.

- Anadolu'nun en büyük gücünün ve ayırıcı özelliğinin tasavvufi bakış olduğu ifade edilmiş ve gerçeğe taşınmış bir tasavvuf anlayışının bireysel, sosyal ve uluslararası sorunların çözümünde büyük bir işlev göreceği işaret edilmiştir.
- Türk olma olgusunun etnik bir tanım olmadığı ve eşitlik, adalet, merhamet, onur, mücadele azmi, mesuliyet şuuru gibi birçok değeri kapsayan sosyolojik bir bilinç düzeyi olduğu temellendirilmiştir.
- Bölgede gerçekleştirilen işkenceler, usulsüzlükler ve haksızlıklar işlenmiş; organların bölge insanlarından alınarak küresel sistemin zirvesindeki tabakaya servis edilişi gibi somut bir örnek üzerinden para ve insan arasındaki uçuruma dikkat çekilmiştir.
- Canlı bomba olma örneği ile farklı fikrî argümanlar üzerinden, Müslüman aleminin kendi dinini algılayış ve yaşayışındaki eksikliklerin ya da çarpıklıkların manipülasyona dayalı küresel algı yönetimine çok uygun bir zemin hazırladığı; küresel manipülatörlerin işini kolaylaştırdığı ortaya konulmuştur.
- Orta Doğu'daki tüm etnik unsurların küresel algı yönetimine karşı uyanık olması gerektiği işaret edilmiş ve güvenlik, barış, istikrar gibi sihirli kelimeler üzerinden yürütülen emperyal politikalar çözümlenmiştir.

Sonuçta, örneklem olarak belirlenen filmlerin içerikleri ile ya da bu içeriklere dönük katılımcı yorumları ile ortaya çıkan tüm veriler; seçilen filmlerin manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümlene işlevi gördüğünü doğrulamaktadır. Ancak derinlemesine mülakat tekniği ile görüş alınan uzmanların görüşleri kapsamında şu noktayı da ayrıca vurgulamak gerekir ki; sinemanın bu işlevi sağlıklı bir biçimde yerine getirebilmesi ve bu noktada süreklilik sağlanabilmesi için bir sinema endüstrisi oluşturulmak durumundadır. Bir ülkede iyi ya da kötü sinema yapılıyor olması o ülkede bir film endüstrisi olduğu anlamına gelmemekte; algı yönetimi noktasında sinemanın bir deşifreyon aracı olarak değerlendirilmesi gibi tüm sistemli faaliyetler için ciddi bir ağ ve kurumsallaşma ihtiyacı duyulmaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgular kapsamında sinemanın sadece olumlu ya da olumsuz bir algı inşası yapmadığı, aynı zamanda negatif nitelik taşıyan algı yönetiminin deşifresi noktasında da iyi bir işlev görebileceği görülmüştür.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Algı yönetiminin, herhangi bir mesajın hedef kitledeki kabulüne yönelik boyutu günümüzdeki iletişim zemininin olmazsa olmazı durumundadır ve bir iletişim stratejisi olması yönü ile profesyonel algı yönetimine muhakkak ki ihtiyaç vardır. Ne var ki; algı yönetiminin, etik bir çerçevede içinde ve halkla ilişkiler disiplininin çizdiği bilimsel sınırlar içinde sahaya taşınması gereken bu boyutunun dışında kalan manipülatif tarafı da bir o kadar önemlidir. Zira acımasız bir mücadeleye dayanan ve artık tamamen algı savaşlarına dönüşen küresel rekabet ortamı gerek ülkeler ve toplumlar arası iletişimi, gerekse ülke içindeki ulusal dengeleri yakından etkilemektedir. Bu kapsamda “*Algı yönetimini doğru tanımlıyor muyuz?*”, “*Algı yönetimini doğru konumlandırıyor muyuz?*”, “*Algı yönetimini doğru kategorize ediyor muyuz?*”, “*Algı yönetimini etkili bir iletişim stratejisi olarak kullanıyor muyuz?*”, “*Manipülasyona dayalı algı yönetimini tanıyor ve bu manipülasyondan korunabiliyor muyuz?*” gibi sorular ön plana çıkmakta ve algı yönetiminin olumlu ve olumsuz boyutlarının sürekli olarak birbirine karıştırıldıkları gözlemlenmektedir.

Çalışmamızın başlangıç kısmında kamuoyu oluşumu sürecinde rolü olan temel kavramlar ele alınmış ve gerek olumlu gerekse olumsuz algı yönetiminin, birçok faktörün ve eylemin birleşiminden oluşan çok boyutlu bir süreç olduğu görülmüştür. Bu anlamda algı yönetimini oluşturan unsurları ve işlevlerini bilmek, bu temel unsurları sağlıklı konumlandırabilmek; algı yönetimi olgusunun işleyişini kavramak bakımından önem taşımaktadır.

Dünya toplumları üzerinde ve dünya genelinde uygulanan, en geniş ölçekli manipülasyona dayalı küresel algı yönetimi; elde edilen teknolojik imkanların ve adeta bireyi kuşatma altına alan mesaj bombardımanının yarattığı her an izleniyor, gözetleniyor olma psikozudur. Bu algı insanları farkında olmaksızın baskı altına almakta, küresel düzlemde bir suskunluk sarmalı yaratarak tektipleştirmektedir. Bu durumu somutlaştıran en bariz örneklerden birisi ise, Jeremy Bentham tarafından tasarlanan sekizgen biçimindeki hapishane modelidir. Sürekli olarak merkezden gözetlenen bu hapishane modeli panoptikon toplumunu doğurmakta ve insanlar

sürekli gözetlendikleri algısı ile kendileri gibi davranamayıp gösterimdekine uyum sağlamaktadırlar. M. Foucault'nun da vurguladığı üzere bu tip bir korku, toplumu modern güç olgusunun kölesi durumuna düşürmekte ve bu sosyal hipnozdan uyanılabilmesi için ciddi çıkış koridorlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Araştırmamızın teorik boyutunda ele alınan hegemonya ve ideoloji kuramları, belirli güç dengeleri kapsamında manipülasyona dayalı mevcut algı yönetiminin nasıl meydana geldiğini ve işleyiş mekanizmasını ortaya koymuş; kamusal alan ve açık toplum gibi kuramsal boyutu destekleyici kavramlar ise çıkışa dair noktaları işaret etmiştir. Her ne kadar Habermas artık kamusal alanın sermaye gücü tarafından bloke edildiğini söylese de ya da Popper'ın açık toplumunun ideal anlamda realize edilemediği görülse de; mevcut durumdan kurtuluş, yine de kitle iletişim araçlarının çıkışa yönelik kullanımındadır. Zira söz konusu ağdan kurtulabilmek için başka bir araç görünmemekte; her ne kadar sermaye ile kitleyi sosyal hipnozdan uyandıracak girişimler bir araya gelmese de, kitlelerin lokal düzlemde de olsa uyandırılışları ancak medya araçlarının stratejik ve etik kullanımı ile mümkün olabilecektir. Bu noktada tv, sosyal medya, sinema gibi kitleye dönük araçlar ön plana çıkmakta ve kitap okuyan kesim sınırlı olsa da, görsel dünya ile ilgisi olan geniş kesimlerin manipülasyona dayalı algı yönetimine karşı bilinçlendirilmeleri için bu kanalların stratejik bir biçimde kullanımları gerekmektedir. Bu kapsamda karşımıza çıkan en net sorulardan biri ise *“Sinema/tv filmleri, manipülasyona dayalı algı yönetimini tanıma ve bundan korunma noktasında etkili bir yöntem olabilir mi?”* sorusu olmakta; küresel aktörlerin her türlü kitle iletişim aracını kullanarak uyguladıkları manipülasyona dayalı algı yönetiminin vurucu senaryolarla çözümlenebileceği ve dahası bu adımlarla kitlelere manipülasyona dayalı algı yönetimini deşifre etmeye yönelik doğal bir eğitim verilebileceği fikri ortaya çıkmaktadır. Halkla ilişkiler disiplini bu yönü ile sinemayla ilgilidir ve sinema üzerinden yürütülen algı yönetimi, halkla ilişkiler disiplininin algıyı şekillendirmek noktasındaki misyonu açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda sinema, halkla ilişkiler disiplininin önemli bir parçası olan algı yönetimi için son derece işlevsel bir uygulama alanıdır.

Sinemanın Aristocu anlayışın bir uzantısı olan arındırmacı işlevi genel kabul gören bir durumdur ve Arınma Hipotezi olarak adlandırılan bu yaklaşıma göre bireyler sinema izleme halinde şahit oldukları eylemleri sanki kendileri gerçekleştirmiş gibi bir boşalım duygusu yaşamaktadırlar (Yengin, 2018:102). Dolayısıyla sinema bu

yönü ile bir arınma aracı olarak görülmektedir. Ancak sinemanın manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümüleme işlevi ise daha üst, daha sosyal bir edim olarak görünmektedir. Zira bu noktada etkili bir kod açımı sergilenmekte ve dahası filmler üzerinden bireylere kod çözümlemeye dair doğal bir öğretim yapılmaktadır.

Çalışmamızda Kurtlar Vadisi yapımına ait iki ayrı filmin örneklem edinilmesindeki temel sebep bu önemli işlevin netleştirilebilmesi olmuş, kamu diplomasisi alanında da ses getirici etkiler yaratan bu tarz Kurtlar Vadisi yapımları Batı'nın Türkiye üzerindeki kurgularını deşifre etmeye, çözümlemeye yönelik o önemli itkiyi kamusal alana taşımış ve temel düzlemde de olsa algı yönetimi eğitimine yönelik doğal bir ortam oluşturmuştur. Bu filmler aracılığı ile tabir yerinde ise havasın (elit) işi olarak görülen stratejik okumaları avama (halk kitlesi) öğretebilmek için ciddi bir girişimde bulunulmuş ve hem üzerimizdeki Batı eksenli algı yönetimi çözümlenmiş, hem de mevcut algı yönetimi deşifre edilirken farklı mesajlara yönelik bir algı yönetimi gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak hem manipülatif olan çözülmüş, hem de inşa edilmek istenilen mesajlar yapılandırılmıştır.

Örneklem edinilen iki ayrı filme yönelik odak grup çalışmaları, anketler, filmsel anlatı analizleri ve derinlemesine mülakatlar göstermiştir ki; halkın sezinleme düzeyinde olduğu, kısmen anladığı ya da hiç fark edemediği tehditkar noktaların film senaryoları içerisinde ve net bir biçimde işlenmesi halinde verilen mesajlar izleyici tarafından alınmakta, yapılan çözümlemeler kavranmaktadır.

Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmleri kapsamında, hedef kitleye manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümlemek bağlamında birçok veri sunulmuş ve izleyicilerin verilen mesajları çoğunlukla gerektiği gibi kavradıkları görülmüştür. Bu anlamda örneklem edinilen filmler ile ilgili olarak şu iki temel yargı cümlesinde birleşildiği görülmüştür:

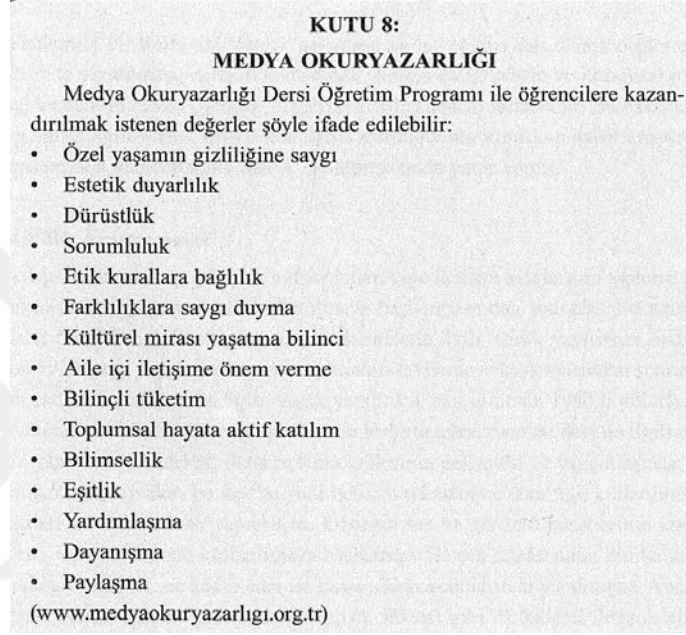
- Kurtlar Vadisi Gladio filmi, vatana hizmet anlayışı üzerinden yürütülen küresel bir algı yönetimini deşifre etmektedir.
- Kurtlar Vadisi Irak filmi, Orta Doğu'ya barış, huzur, güvenlik ve istikrar getirme anlayışı üzerinden yürütülen küresel bir algı yönetimini deşifre etmektedir.

Dolayısıyla sinemanın manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümleme noktasına yöneldiğinde netice alınabilecek bir alan olduğu bu somut örnekler

üzerinden anlaşılmış, izleyiciye eleştirel bakış yeteneğini kazandıracak bu tarz görsel medya ürünlerinin artırılmasında fayda olacağı kanaatine varılmıştır. Ne var ki bu tarz film örnekleri daha fazla sayıda yapılsa bile izleyici kitlesinin yapılan çözümlenmeleri sağlıklı şekilde algılayabilmesinde daha farklı faktörler de rol oynamaktadır. Örneğin film okuyabilmek ve bu kapsamda sinema üzerinden yapılmış bir algı yönetimi deşifreyonunu gerektiği şekilde anlayabilmek için bireylerde hem eleştirel düşünme yetisine (kritik akıl), hem de algıları var eden semboller dünyasına yönelik temel bir bilgi düzeyi gerekmektedir. Bu anlamda seçmeli ders olarak eğitim müfredatına konulan medya okuryazarlığı derslerinin manipülasyona dayalı algı yönetiminin deşifreyonu bağlamında içeriksel olarak zenginleştirilmesi ve gençlere medya okuryazarlığı kazandıracak olan bu tarz eğitimlerin daha farklı düzenlemelerle zorunlu eğitim sürecine dahil edilmesi faydalı bir açılım olabilecektir. Zira günümüze hakim olan sosyal atmosfere bakıldığında küreselleşmenin sert etkileri ile yüzleşilmekte ve güçlü teknolojik imkanların da desteği ile tüketim-haz-konformizm odaklı, farklı formatta ve baskın bir ideolojinin üretildiği görülmektedir. Sonuç olarak kitleleri çeşitli sembollerle, algılarla, akımlarla biçimlendiren baskın bir ideoloji mevcuttur; ama bu ideoloji artık kamplaştırılmış siyasal akımlardan ziyade küresel bir dil ve yaşam biçimi üzerinden kurgulanmaktadır. Toplumlarda yerleşik hale gelen tek boyutlu düşünce ‘algı yönetimi’ne davetiye çıkarmakta ve sistem eleştirisi kültürü de, bu olumsuz durumun panzehiri olabilecek olan kritik akıl (eleştirel düşünme) ön plana çıkarmayı amaçlamaktadır.

Medya okuryazarlığı bakımından yapılan pek çok kavramlaştırmada, şu hususların yer aldığı söylenebilir... Medyanın iletileri kurgulanmıştır ve gerçek, iletiler içinde inşa edilir; medyanın ticari uygulamaları vardır; medyanın ideolojik, siyasal uygulamaları bulunmaktadır; medyada yer alan biçim, içerik, içinde yer aldığı her mecraya göre uyarlanmıştır; bu mecraların hepsinin ayrı ayrı farklı estetiği, kodları, gelenekleri vardır; izleyiciler, medyada yer alan anlamlar için kendilerine göre tartışma yolunu seçmektedirler (Tokgöz, 2015:391). İnal, medya okuryazarlığının hangi noktalarda önemli bir ihtiyaç haline geldiğini şu şekilde özetlemektedir: *“Medya okuryazarlığının günümüz kuşağı için hayati önemde olmasının nedeni; tv program ve reklamlarından gazete haber ve hikayelerine, billboardlara, radyo bültenlerine, satış kataloglarına ve internetten edinilen enformasyona değin maruz*

kaldığımız görsel, işitsel ve multimedya mesajlarının yükselen selidir. Okuryazarlık, anlamla boğuşabilmek için bir metne angaje olmayı gerektirirken; multimedyaadaki mesajlar, bu mesajların altında yatan fikir, değer ya da güdüleri ve onların üreticilerini sorgulamayı ve incelemeyi durmaksızın kabul etmektedir” (İnal, 2009:45-46). 2007 yılından itibaren ortaokul düzeyindeki tüm okullarda seçmeli ders olarak okutulmaya başlanan medya okuryazarlığı derslerinin öğrencilere kazandırmak istediği özellikler ise, aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:



Şekil 5.1: Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programının Kazandırdığı Değerler

Kaynak: Aziz, 2016:197.

Ne var ki yeni neslin günümüzdeki algı yönetimi merkezli manipülatif ve değişken zemini doğru okuyabilmeleri ve hem algının inşası hem de deşifreyonu noktasında başarılı olabilmeleri için daha etkin ve sürekli olarak güncellenen bir temel eğitimin verilmesi daha etkili olacaktır. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen odak grup toplantısında katılımcılarla film içeriklerine ilişkin fikir alışverişleri gerçekleştirilmiş ve bu kapsamda görsel medyayı okuma ya da film izleme kültürümüzün ekseriyetle düz bir mantıkla gerçekleştiği müşahade edilmiştir. Bireylerin genellikle karmaşık ya da detaylı olmayan net mesajlar aradıkları ve analiz yetisi noktasında genel bir zayıflık içinde oldukları görülmektedir. İçinde bulunduğumuz, hazırcılığa ve ezberciliğe dayalı tüketim kültürünün bir getirisi olan bu durum ise; yoğun bir algı yönetimine maruz bırakıldığımız günümüzde adeta manipülasyona davetiye çıkarmaktadır. Enigmatik çağ kavramı ile tanımlanan, birkaç doğru bilginin arasında

birçok yanıltıcı bilginin ve yalanın servis edildiği, zihinlerin mixerlenerek doğru ile yanlış ayırt etme yetisinin baltalandığı günümüz dünyasında iç gözlem, refleksiyonlu düşünme, analitik bakış, sistemli okuma gibi birçok önemli haslet ortadan kalkmakta ve tabir yerinde ise bireyler otomatik pilotta yol almaktadır. Dolayısıyla olaylara tersten bakmayı ve hadiselerin arka planını keşfetmeyi sağlayacak güncele dönük bir aydınlanmaya şiddetle ihtiyaç duyulmaktadır. Aksi halde Platon'un Mağara Teorisi'nde anlattığı o esaret hayatı çok daha vahim bir boyuta ulaşacak ve duvara yansıyan her gölge hakikatimiz haline gelerek bizi trajik bir anlam yitiminin ortasında nefessiz bırakacaktır. Manipülasyona dayalı algı yönetiminde, mesaja maruz kalan alıcının beyin ve duyu yapısı son derece önem arz etmektedir. Zira farkındalık düzeyi düşük, eleştirel akıldan ziyade duygusal refleksleri baskın olan kişilerin daha kolay ve daha sık algı yönetimine uğradıkları bilinen bir gerçektir. Zaten algı yönetimini kurgulayan manipülatörlerin, duyu merkezinin etkin olduğu sağ lop odaklı çalışmalara yönelmeleri de buradan kaynaklanmaktadır. Bu anlamda duygusal boyutumuz ve korkularımız algı yönetimi uzmanlarınca kullanılmaktadır. Bireyler baskın duyguları yoluyla çok daha çabuk manipüle edilebildiklerinden; bu yol, algı yönetimini kurgulayan manipülatörler için son derece verimli olmaktadır. Böylesi kaotik bir ortamda kitle iletişim araçları ile sanatı ve stratejik zekayı yan yana getirmek, kitlelerin doğal eğitimine önemli bir katkı verecektir. “*Sanatçı, karşısındakine tamamlanacak bir yapıt sunar*” diyen Umberto Eco'nun Açık Yapıt Kuramı'nda okuyucuya biçtiği etkin rol, sadece sanat alanında değil siyasal ve kültürel nitelik taşıyan alanlarda da geçerli olmalıdır (Eco, 2016:91). Ki eleştirel bakış, hem nitelik hem de nicelik boyutu ile güçlenebilir; kurgulanmış mesajların yoğun baskısı altında kalan birey, sürecin mekanize ettiği bir seri üretim malzemesine dönüşmesin. Kadim bir ayırım olan yönetenler-yönetilenler ayırımı bugün kendini küresel sistemin sahibi olarak gören finansal güçler ile dünya toplumları arasında aynı ile yaşanmakta; algı yönetimi kitlelerin, başkalarının düşüncelerini kendi düşünceleriymiş gibi sahiplenerek istenilen yönde davranışlar sergilemeleri için etkili bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla bugün küresel ölçekte uygulanan makro algı yönetimi; aslında arka planda yönetim mekanizmasını işlev dışı kılarak yine eski dönemlerde geçerli olan efendi-köle ya da yönetenler-yönetilenler düzenini hakim kılmaktadır. Yönetim erkini elinde bulunduran kesimin yönetilenler üzerindeki egemenliği ve hakimiyeti sebebiyle temel bir problemle karşılaşmakta; tıpkı Habermas'ın kamusal alan kavramında

olduğu gibi sosyolojik bir emniyet supabına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu noktada da, çalışmada örneklem edinilen filmlerde olduğu gibi sistemin sorgulanmasını sağlayacak ve gösterimde olan devasa algı oyununda kitleleri adeta bir dolgu malzemesine dönüştüren küresel aldatmacalara ayna tutacak görsel medya yapıtları temel bir ihtiyaç olarak ön plana çıkmaktadır.

Akıl Hastalığı ve Psikoloji isimli yapıtında *“Hastalık aynı anda hem en kötü öznelliklerin arasına çekiliş, hem de en kötü nesnelliklerin arasına düşüştür”* diyen Michel Foucault; aslında nesnellik vurgusu üzerinden, zihin dünyamıza birbiri ardına düşen ve doğru ile yanlış algımızı birbirine karıştıran mesajların ruh dünyamızı ve dengemizi nasıl bozduğuna da ışık tutmaktadır (Foucault, 2015:73). Bugün KİA ve tüm teknolojik araçlar üzerinden üstümüze gelen iletiler mevcut sistemi ululamakta ve tüm varlığın asıl muhatabı olan insanı ise aşağılık kompleksi, değersizlik hissi, sürü psikolojisi gibi duvarlara mahkum etmektedir. *“Dostoyevski’nin ‘Büyük Engizisyoncunun Efsanesi’nde olduğu gibi medya genel olarak bizleri özgürlük değil de ekmek ve güvenlik peşinde koşan, yani eleştirel şüphelerden çok kesinlik ve otoriteye ihtiyaç duyan varlıklar olarak görür. Bu türden bir manipülasyon, -en masum ve göze batmayan şekliyle- bakış açılarının çoğulluğuna saygı biçiminde kendini gösterir”* diyen Morresi, bu durumu net bir biçimde özetlemektedir (Morresi, 2006:11). Sonuç olarak küresel düzlemde demokrasi, eşitlik, insan hakları, hümanizm türünden tüm önemli kavramlar ve dini/manevi değerler üzerinden güçlü bir algı yönetimi yürütülmektedir ve bu kurgulanmış dünyadan çıkışta manipülasyona dayalı algı yönetimini çözümlene amacı güden görsel medya yapıtları önemli bir koridor olarak görünmektedir.

Çalışma kapsamında yapılan incelemeler sonunda; Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmlerinin, sinemanın bu işlevine hizmet eden ve manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümlenen örnekler olduğu görülmüştür. Kritik aklı besleyecek ve bireylere film okumaları ya da çözümlenmeleri üzerinden eleştirel düşünme yetisini kazandıracak olan bu tarz yerli yapımların nicelik ve nitelik açısından gelişim göstermesi; kitleler üzerinde vazgeçilemez bir hegemonya kuran dijital dönüşüm sürecinin negatif etkilerinden korunmak ve çağımızın yadsınamaz bir gerçeği olan algı yönetimini kavramak açısından büyük bir önem taşımaktadır.

Çalışma kapsamında ele alınan, irdelenen ve doğrulanan hipotez cümlelerini ise şu şekilde sıralamak mümkündür: *“Algı yönetimi; çift yönlü bir olgudur. Herhangi bir*

mesajın hedef kitle tarafından kabulüne dayanan iletişim stratejisi yönü pozitifdir ve bu yönün değerlendirilmesi gerekmektedir. Algı yönetiminin, kitlelerin manipüle edilmesine dayanan diğer yönü ise negatiftir ve bu manipülatif boyut tespit edilerek çözümlenmelidir.”, “Sinema, manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesinde etkili bir yöntemdir.”, “Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmleri, manipülasyona dayalı küresel algı yönetimini çözümleme işlevi gören karakteristik sinema örnekleridir.”



KAYNAKLAR

- Adorno, T. W.** (2012). *Kültür Endüstrisi*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Alçora, E.** (2015). *Türkiye’de Siyasal Parti Propagandası*, İstanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı.
- Aldemir, M. E.** (2011). *İmaj Yönetimi ve Kurtlar Vadisi Örneği*, Kırıkkale Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı.
- Alemdar, K. ve Kaya, R.** (1983). *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*, Ankara: Savaş Yayınları.
- Althusser, L.** (2016). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Althusser, L.** (2012). *Felsefi ve Siyasi Yazılar*, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Anderson, P.** (2007). *Gramsci-Hegemonya-Doğu Batı Sorunu ve Strateji*, İstanbul: Salyangoz Yayınları.
- Aristoteles.** (1993). *Politika*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Arslan, M., Kavuncu, G. M. ve Gülpınar, V.** (2018) *Türkiye’de Gençlerin Dini Bayram Algısı Araştırması*, İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Yayınları
- Atabek, G. ve Atabek, Ü.** (2007). *Medya Metinlerini Çözümlemek*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ayer, A. J., Broad, C. D., Moore, G. E., Barnes, W. H. F., Price, H. H. ve Hacıkadıroğlu, V.** (1984). *Algılama, Duyma ve Bilme*, İstanbul: Metis Yayınları
- Aziz, A.** (2015a). *Siyasal İletişim*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Aziz, A.** (2015b). *Araştırmanın Yazılması ve Sunumu*, İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Aziz, A.** (2016). *İletişime Giriş*, İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Aziz, A.** (2015c). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Babür Tosun, N.** (2014). *Marka Yönetimi*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Bağcı, C.** (2017). *Silahsız Savaş-Algı Yönetimi*, İstanbul: Cinius Yayınları.
- Batı, U.** (2015). *Marka Yönetimi*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Baudrillard, J.** (2017). *Can Çekişen Küresel Güç*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J.** (2015). *Şeytana Satılan Ruh-Kötülüğün Egemenliği*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J.** (2016). *Simülarklar ve Simülasyon*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J.** (2013). *Foucault’yu Unutmak*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bektaş, A.** (2013). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Berger, A. A.** (2017). *Bir Postmodernist İçin Postmortem*, Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Berger, A. A.** (2014). *Kültür Eleştirisi*, İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Bilgin, N.** (2016). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü-Kavramlar, Yaklaşımlar*, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Borlandi, M., Boudon, R., Cherkaoui, M. ve Valade, B.** (2011). *Sosyolojik Düşünce Sözlüğü*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Brzezinski, Z.** (2005). *Tercih-Küresel Hakimiyet mi Küresel Liderlik mi*, Ankara: İnkılap Yayınları.
- Brzezinski, Z.** (2017). *Büyük Satranç Tahtası*, Ankara: İnkılap Yayınları.
- Bulut, Y. H.** (2017). *Büyük Dizayn-Algı Savaşları*, İstanbul: Yeniüzyıl Yayınları.
- Burton, G.** (2008). *Görünenden Fazlası*, İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Cankaya, E. Ö. ve Batur Yamaner, M.** (2012). *Kitle İletişim Özgürlüğü*, İstanbul: Beta Yayınları.

- Ceyhan, A. İ.** (2016). Siyasal İletişimde Kamu Diplomasisi, İstanbul Üniversitesi, Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Cevizci, A.** (1996). Felsefe Sözlüğü, Ankara: Ekin Yayınları.
- Chomsky, N. ve Herman, E. S.** (2017). Rızanın İmalatı, İstanbul: BGST Yayınları.
- Çalış, A.** (2014). Matrix'ten Çıkış, İstanbul: Selis Yayınları.
- Çam, E.** (2011). Siyaset Bilimine Giriş, İstanbul: Der Yayınları.
- Çankaya, E.** (2015). Siyasal İletişim, Ankara: İmge Yayınevi.
- Dacheux, E.** (2012). Kamusal Alan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dağ, A. E.** (2016). Uluslararası İlişkiler Sözlüğü, İstanbul: Vadi Yayınları.
- Demir, F., Ağlargöz, O., İspir, B. N., Süher, İ. ve Özkoçak, L.** (2015). Halkla İlişkiler Yönetimi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Debord, G.** (2017). Gösteri Toplumu: Çeviri: Taşkent, Okşan. & Ekmekçi, Ayşen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dinçer, M.** (2016). Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi Enstitüsü'nün Faaliyetleri ve Türkiye'nin Yumuşak Güç Kullanımına Etkileri, Marmara Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Duverger, M.** (1971). Politikaya Giriş, İstanbul: Varlık Yayınevi.
- Duverger, M.** (1986). Siyasal Rejimler, İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Duverger, M.** (2014). Toplum Bilimlerinde Araştırma Yöntem ve Teknikleri, İstanbul: Cem Yayınevi.
- Duverger, M.** (1965). Diktatörlük Üstüne, İstanbul: Dönem Yayınevi.
- Duverger, M.** (2014). Siyaset Sosyolojisi, İstanbul: Varlık Yayınevi.
- Duverger, M.** (1973). Sosyal Bilimlere Giriş, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Doğan, A.** (2015). Atatürk Üniversitesi, Mükemmel Halkla İlişkiler Kriterleri Bağlamında Türkiye'deki Halkla İlişkiler Uygulamaları.
- Eco, U.** (2016). Açık Yapıt, İstanbul: Can Yayınları.
- Ekşi, M.** (2014). Kamu Diplomasisi ve Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Eslen, N.** (2003). Tarih Boyu Savaş ve Strateji, İstanbul: Q-Matris Yayınları.
- Fiske, J.** (2015). İletişim Çalışmalarına Giriş, Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- Foucault, M.** (1987). Söylemin Düzeni, İstanbul: Hil Yayın.
- Foucault, M.** (2015). Akıl Hastalığı ve Psikoloji, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gerbner, G.** (2014). Medyaya Karşı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gevgilili, A.** (1989). Çağını Sorgulayan Sinema, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Grunig, J.** (2005). Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, İstanbul: Rota Yayınları.
- Geuss, R.** (2013). Eleştirel Teori-Habermas ve Frankfurt Okulu, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gramsci, A.** (1967). Aydınlar ve Toplum, İstanbul: Çan Yayınları.
- Gramsci, A.** (1975). Felsefe ve Politika Sorunları, İstanbul: Payel Yayınevi.
- Gültekin, Z.** (2006). Irak'tan Önce Kurtlar Vadisi Dizisi, Gazi Üniversitesi, İletişim-Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 22, s. 9-36.
- Gültekin, M.** (2017). Algı Yönetimi ve Manipülasyon-Kanmanın ve Kandırmanın Psikolojisi, İstanbul: Pınar Yayınları.
- Güngör, N.** (2013). İletişim-Kuramlar-Yaklaşımlar, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Güngör, N.** (2015). İletişime Giriş, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gökberk, M.** (1996) Felsefe Tarihi, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Habermas, J.** (2017a). Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Habermas, J.** (2017b). Öteki Olmak, Ötekiyle Yaşamak-Siyaset Kuramı Yazıları, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Habermas, J.** (2004). Kamusal Alan, İstanbul: Hil Yayın.
- Hepp, A.** (2015). Medyatikleşen Kültürler, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Hoffer, E.** (2017). Kesin İnançlılar-Kitle Hareketlerinin Anatomisi, Ankara: Tur Yayınları.
- Huxley, A.** (2003). Algı Kapıları, Ankara: İmge Kitabevi.
- Ives, P.** (2011). Gramsci'de Dil ve Hegemonya, İstanbul: Kalkedon Yayınevi.
- İçel, K.** (2013). Kitle İletişim Hukuku, İstanbul: Beta Yayınları.

- İnal, K.** (2009). Medya Okuryazarlığı, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- İnceoğlu, M.** (2011). Tutum-Algı-İletişim, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Jung, C. G.** (2016). Analitik Psikoloji Sözlüğü, İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Kadıbeşegil, S.** (2006). İtibar Yönetimi, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Kalender, A., Balta Peltekoğlu, F., Uzoğlu Bayçu, S., Ergüven, M. S., Ayhan Yılmaz, R., Okay, A., Göztaş, A. ve Yıldırım Becerikli, S.** (2015). Halkla İlişkiler, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Karasar, N.** (1986). Bilimsel Araştırma Yöntemi-Kavramlar İlkeler Teknikler, Ankara: Bilim Yayınları.
- Karabulut, B.** (2014). Algı Yönetimi, İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Karadağ, H.** (2016). Kamu Diplomasisi, Ankara: Nobel Yayınları.
- Karagöz, S.** (2016). Stratejik İletişim Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi ve Medyanın Rolü, İstanbul Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Kaya, A. R.** (2016). İktidar Yumağı/Medya-Sermaye-Devlet, Ankara: İmge Yayınevi.
- Kaya, A. R.** (1985). Kitle İletişim Sistemleri, Ankara: Teori Yayınevi.
- Keloğlu İ. ve Esra İ.** (2016). Algı-İlüzyon-Gerçeklik, Ankara: İmge Kitabevi.
- Keskin, F.** (2014). Politik İletişim Sözlüğü, Ankara: İmge Yayınevi.
- Kuçuradi, İ.** (2006). Etik, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Köksoy, E.** (2013). Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Diplomasisi Yönetimi, İstanbul Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Lazar, J.** (2009). İletişim Bilimi, Ankara: Vadi Yayınları.
- Le Bon, G.** (1997). Kitleler Psikolojisi, İstanbul: Hayat Yayınları.
- Lilleker, D.** (2013). Siyasal İletişim-Temel Kavramlar, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Magee, B.** (2000). Felsefenin Öyküsü. Şener, Bahadır Sina. Ankara: Dost Kitabevi.
- Marcuse, H.** (2015). Tek Boyutlu İnsan, İstanbul: İdea Yayınevi.
- Masaroğulları, G. ve Koçakgöl, M.** (2011). Psikoloji Sözlüğü, Ankara: Nobel Yayınları.
- Mattelart, A. ve Mattelart, M.** (2016). İletişim Kuramları Tarihi, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mcluhan, M.** (2014). Gutenberg Galaksisi, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- McQuail, D. ve Windahl, S.** (1997). Kitle İletişim Modelleri, Ankara: İmge Yayınevi.
- Milburn, M. A.** (1998). Sosyal ve Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset, Ankara: İmge Kitabevi.
- Mora, N.** (2011). Medya Çalışmaları, Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim, Ankara: Nobel Yayınları.
- Morresi, E.** (2006). Haber Etiği, Ankara: Dost Kitabevi.
- Mutlu, Erol.** (2012). İletişim Sözlüğü, Ankara: Sofos Yayınları.
- Okay, A. ve Okay, A.** (2015). Halkla İlişkiler-Kavram, Strateji ve Uygulamaları, İstanbul: Der Yayınları.
- Oktay, M.** (2002). Politikada Halkla İlişkiler, İstanbul: Derin Yayınları.
- Oktay, M.** (1996). İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş, İstanbul: Der Yayınları.
- Onat, N.** (2013). Kamusal Alan ve Sınırları, İstanbul: Durak İstanbul.
- Osborne, P.** (1999) Eleştirel Bakış, Ankara: Dost Kitabevi.
- Oskay, Ü.** (2010). Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, İstanbul: Der Yayınları.
- Oskay, Ü.** (1997). İletişimin ABC'si, İstanbul: Der Yayınları.
- Outhwaite, W.** (2008). Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Övür, A.** (2016). İAÜ İletişim Çalışmaları Dergisi, Kitle İkna Tekniklerinin Kullanılması Bakımından Günümüz Televizyon Yayıncılığı, Yıl: 2, Sayı: 3, s. 55-58.
- Özarslan, M. Z.** (2014). Kitleleri Harekete Geçirme Aracı Olarak Sosyal Algı Yönetimi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı.
- Özbek, M.** (2004). Kamusal Alanı Kavramsallaştırmak, İstanbul: Hil Yayınları.
- Özdağ, Ü.** (2017). Algı Yönetimi, Ankara: Kripto Yayınları.
- Özdağ, M.** (2003). Örtülü İstila ve Psikolojik Savaş, Ankara: Avrasya Bir Vakfı Yayınları.
- Özkan, A.** (2015). Siyasetin İletişim Odağı-Seçim Kampanyaları, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Özsoy, O.** (2009). Seçim Kazandıran Siyasal İletişim, İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Özsoy, O.** (1999). Politik Propaganda Teknikleri, İstanbul: Alfa Yayınları.

- Platon.** (1992). Devlet, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Postman, N.** (2014). Televizyon: Öldüren Eğlence, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Raynaud, P. ve Rials, S.** (2017). Siyaset Felsefesi Sözlüğü, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pratkanis, A. ve Aronson, E.** (2008). Propaganda Çağı, İknanın Gündelik Kullanımı ve Suistimali, İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Rıza, G.** (2018). Stratejik İletişim - Güvenlik Odaklı Algı Yönetimi Paradigmaları, Ankara: Karakum Yayınları.
- Sancar, G. A.** (2014). Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler, İstanbul: Beta Yayınları.
- Saydam, A.** (2012). İktidar Yalnızlıktır, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Saydam, A.** (2012). Algılama Yönetimi, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Saydam, A.** (2016). Sürdürülebilirlik ve İletişimin Derin Mavisini, İstanbul: Boyut Yayıncılık.
- Selçuk, A.** (2006). Kurtlar Vadisi Irak Filminde Kültürel Öğeler ve Kimlik Sunumları Üzerine Bir İnceleme, Gazi Üniversitesi, İletişim-Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 22, s. 183-210.
- Sena, C.** (1974). Filozoflar Ansiklopedisi, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Schiller, H.** (1993). Zihin Yönlendirenler, İstanbul: Pınar Yayınları.
- Sunar, L.** (2005). Sivil Bir Kamusal Alan, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Süher, İ., Özkoçak, L., Bayçu, S. ve Öztürk, M. C.** (2014). Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tarhan, N.** (2003). Psikolojik Savaş-Gri Propaganda, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Taşcıoğlu, M., Bodur, F., Eryılmaz, H., Özkanal, B., Aydın, C. H. ve Göksel, E.** (2013). Halkla İlişkiler Uygulama Teknikleri, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tekinlalp, Ş. ve Uzun, R.** (2013). İletişim Araştırma ve Kuramları, İstanbul: Beta Yayınları.
- Toffoletti, K.** (2014). Yeni Bir Bakışla Baudrillard, İstanbul: Kolektif Kitap.
- Tokgöz, O.** (2010). Seçimler, Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim, Ankara: İmge Yayınevi.
- Tokgöz, O.** (2014). Seçimler, Siyasal İletişimi Anlamak, Ankara: İmge Kitabevi.
- Tokgöz, O.** (2015). İletişim Kuramlarına Anlam Vermek, Ankara: İmge Yayınevi.
- Trump, D. J.** (2017). Yeniden Büyük Amerika, İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Tunaya, T. Z.** (2015). Türkiye’de Siyasal Partiler. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Tunaya, T. Z.** (2016). Türkiye’de Siyasal Gelişmeler 1. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Tutar, H.** (2008). Simetrik ve Asimetrik İletişim Bağlamında Örgütsel Algılama Yönetimi, İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Ünal, U.** (2016). Kamu Diplomasisi, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Ünal Erzen, M.** (2014). Kamu Diplomasisi, İstanbul: Derin Yayınları.
- Vineyard, J.** (2010). Sinemada Çekim Teknikleri, İstanbul: İstanbul Organizasyon.
- Vural, S.** (1994). Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri, Ankara: Özışık Matbaacılık
- Yaylagül, L.** (2016). Kitle İletişim Kuramları, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yengin, D.** (2017). İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları, İstanbul: Der Yayınları.
- Yengin, D.** (2012). Dijital Oyunlarda Şiddet, İstanbul: Beta Yayınları.
- Yengin, D.** (2018). Film Çalışmaları, İstanbul: Der Yayınları.
- Yengin, H.** (1996). Medyanın Dili, İstanbul: Der Yayınları.
- Yıldırım, G.** (2015). Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi, İstanbul: Beta Yayınları.
- Yıldırım Becerikli, S.** (2008). Ve Halkla İlişkiler, Ankara: Karınca Yayınları.
- Yüksel, E.** (2001). Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Yüksel, E., Cangöz, İ., Özer, Ö., Uzun, R., Dağtaş, B., ve Erdoğan, İ.** (2013). İletişim Kuramları, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Zılhoğlu, M.** (2014). İletişim Nedir, İstanbul: Cem Yayınevi.
- Zizek, S.** (2015). Matrix, İstanbul: Encore Yayınları.
- Weber, A.** (1993). Felsefe Tarihi, İstanbul: Sosyal Yayınlar.

İnternet kaynakları

- Avar, B.** (2011). Survivor ve Benzerleri Toplumu Formatlıyor.
- Akkuş, A.** (2016). Yeni İletişim Ortamlarıyla Birlikte Değişen Kamu Diplomasisi Pratikleri, Marmara Üniversitesi, Gazetecilik Anabilim Dalı, Genel Gazetecilik Bilim Dalı. (Doktora Tezi).
- Akyol, C.** (2015). Algı Yönetimi.
- Ataş, F.** (2011). Medyanın Terör Konusunda Bilgilendirme İşlevi ve Terör Olgusunun Dizilerdeki Sunumu: Kurtlar Vadisi Gladio Örneği, Fırat Üniversitesi, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı. (Yüksek Lisans Tezi).
- Aygün, A. A.** (2008). Film Anlatısında Özne Sorunu: Kurtlar Vadisi Irak Örneği, Gazi Üniversitesi, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı. (Yüksek Lisans Tezi).
- Aytek, H.** (2010). Girişimcinin Rekabet, Uzlaşma, İletişim Becerileri ve Pazarlama Yaklaşımı, Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu-ABMYO Dergisi, Sayı: 19, s. 40-46.
- Aziz, A.** (2007). Popüler Televizyon Dizilerinin Gençliğe Etkisi: Kurtlar Vadisi, Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırması.
- Baban, E.** (2005). İkna Amaçlı Kitle İletişim Kuramları ve Edward Bernays'ın Halkla İlişkiler Uygulamaları, Marmara Üniversitesi İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı Halkla İlişkiler Bilim Dalı. (Yüksek Lisans Tezi).
- Birikim Dergisi.** (1995). Kamusal Alan: Ansiklopedik Bir Makale, Sayı: 70. Alındığı tarih: 10.03.2018, adres: http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/4966/kamusal-alan-ansiklopedik-bir-makale#.Wx7Z_zSFPIU
- Buran, M.** (2018). Algılar Gerçekliğin Önündedir, Adnan Menderes Üniversitesi.
- Büker, S.** (2006). Kurtlar Vadisi Irak'ta Eksiği Kahraman Dolduruyor, Gazi Üniversitesi, İletişim-Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 22, s. 137-156.
- Bülbül, K., Özipek, B. ve Kalın, İ.** (2008). Türkiye'de Toplumun Batı Algısı. Ankara: SETA Yayınları.
- Coşkun, U.** (2015). Bir Psikolojik Operasyon Olarak Algı Yönetimi, Yeni Söz Gazetesi.
- Çağıl, A.** (2018). Algı Yönetimi Ne Demektir, Milat Gazetesi.
- Çağlar, S.** (2014). Bir Propaganda İle Kamufraj Ustası: Paul Joseph Goebbels.
- Çağlar, S.** (2015). Tüketim Toplumunun Mimarı Edward Bernays.
- Çevik, İ.** (2014). TÜRKSAM-www.turksam.org.tr, Algı Yönetimi ve Psikolojik Operasyon.
- Çokluk, Ö., Yılmaz, Kürşad. ve Oğuz, E.** (2011). Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi, Kuramsal Eğitimbilim Dergisi.
- Demirci, A.** Yeni Düzen Algı Yönetimi.
- Eke, E.** (2008). Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisi.
- Erdemir, E. İ.** (2016). Farklı Bir Bilinçdişi: Kitle Psikolojisi, Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Erdoğan, İ.** (2006). Kurtlar Vadisi Irak: Eski Göçebe Kabil'in Yeni Emperyalist Habil'den Öç Alışı, Gazi Üniversitesi, İletişim-Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 22, s. 71-136.
- Ertekin, S.** Algı Yönetimi, <http://www.gonuldergisi.com/algı-yonetimi-sedat-ertekin.html>
- Güllüoğlu, Ö.** (2009). Selçuk Üniversitesi-İletişim Fakültesi-Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Halkla İlişkiler ve Propaganda İlişkisi Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme, Cilt: 12, Sayı: 1-2.
- Göka, E.** (2017). Algı Yönetimi ve Manipülasyon, Yeni Şafak Gazetesi.
- Haber 7.** (2006). Kurtlar Vadisi Irak'ın İlkleri/Zaafları. Alındığı tarih: 20.05.2018, adres: www.haber7.com, <http://www.haber7.com/kultur/haber/136132-kurtlar-vadisi-irakin-ilkleri-zaaflari>
- Işık, A.** (2018). Platon'un Devlet'inde Yalanın Ontolojik Yapısı, C. 23, No: 1, s. 1-16.
- İnan, E.** Politik Psikoloji ve Siyasal İletişim, Marmara Üniversitesi. Adres: www.kamudiplomasisi.org

- İnce, S.** (2016). Mükemmel Halkla İlişkiler. Adres: <https://dijitalnot.com/mukemmel-halkla-iliskiler.asp>
- İşler, E.** (2006). Kurtlar Vadisi Irak: Olay Örgüsü ve Karakter İşlenişi, Gazi Üniversitesi, İletişim-Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 22, s. 37-70.
- KDK-Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü.** (2018). Faaliyetler-Vizyon-Misyon, Alındığı tarih: 13.05.2018, adres: <https://kdk.gov.tr/kurumsal/vizyon-misyon/8>
- Kazancı, M.** (2003). İletişim Araştırmaları, Althusser İle İdeoloji Üzerine Yapılamamış Bir Söyleşi, s. 37-54.
- Keleş, Ö. T.** (2014). Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya.
- Kitapçioğlu, T.** (2013). Baskı Grupları ve Demokrasi, Sayı: 106, s. 358,367.
- Konya, E.** (2018). Amerikan Aklının Manipülasyonu: Edward Bernays ve Halkla İlişkilerin Doğuşu, Tarih Ekonomi ve Siyaset Araştırmaları Derneği-TESAD.
- Laçın, A.** (2017). Uluslararası İlişkilerde Algı Yönetimi Aracı: Propaganda Sineması, Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 2, s. 130.
- Noelle Neumann, E.** (1998). Kamuoyu-Suskunluk Sarmalının Keşfi, Ankara: Dost Kitabevi.
- Okay, H.** (2016). Kurumsal İtibar Yönetimi.
- Özer, M. A.** (2012). Bir Modern Yönetim Tekniği Olarak Algılama Yönetimi ve İç Güvenlik Hizmetleri, Karadeniz Araştırmaları Merkezi, Sayı: 33, s. 147-180.
- Özdağ, Ü.** (2011). 21. Yüzyıl Enstitüsü Milli Güvenlik ve Dış Politika Araştırmaları Merkezi, Psikolojik Operasyon, Algı Yönetimi ve Propaganda.
- Özgen, E. ve Bayraktar, N.** (2014). Marmara Üniversitesi-Marmara İletişim Dergisi, Spin Doctor Kavramının Tehdidi Altında Halkla İlişkiler, Sayı: 21, s. 1.
- Özsalmanlı, A.** (2013). Algılama Yönetiminin Kamu Yönetiminde Etik Açısından İncelenmesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü-Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 2.
- Saydam, A.** (2015). Algılama Yönetimini Öğrenirler İnşallah, Yeni Şafak Gazetesi.
- Saydam, A.** (2016). Yeni Şafak Gazetesi, Algı Operasyonundan Vazgeçmeden Algı Yönetilemez.
- Sucu, İ.** (2012). Althusser'in Gözünden İdeoloji ve İdeolojinin Bir Taşıyıcısı Olarak Yeni Medya, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tarhan, N.** (2017). Algı Teknoloji Gibidir, Bizatihi Bağımsızdır ve Yönetilmesi Gerekir, Adıyaman Üniversitesi Dergisi.
- Tarımeri, N.** (2009). Bir Algı Yönetimi: Alman Marco W., Türkiye Barolar Birliği Dergisi, Sayı: 81.
- Tekin, H. H.** (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme, Sosyoloji Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 13, s.103.
- Tunçdemir, C.** (2014). İliştirilmiş Gazetecilik Nedir.
- Uçan, G.** (2006). Kurtlar Vadisi Dizisinde Milliyetçi İdeoloji ve Millî Kimliğin İnşası, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo TV ve Sinema Anabilim Dalı. (Yüksek Lisans Tezi).
- Uğurlu, Ö.** (2004). Algı Yönetimi Olarak Halkla İlişkiler, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı. (Yüksek Lisans Tezi).
- Urhan, V.** (2016). Aristoteles'in Siyaset Felsefesinde Anayasal Yönetim, Sayı: 27, s. 214.
- Yazar, F.** (2005). Algılar Gerçektir, Çünkü İnsanlar Onlara İnanırlar.
- Yıldırım, Y.** (2006). Jürgen Habermas'ın İletişimsel Eylem Kuramı, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, C. VIII, Sayı: 2, s. 266.
- Yılmaz, Z.** (2006). Özel Alan-Kamusal Alan Ayrımının Tarihsel Temelleri-Antik Yunan, Sayı: 14, s. 359-371.
- Yürükoğlu, R.** (1980). Propaganda ve Ajitasyonun Güncel Sorunları. London: İşçinin Sesi Yayınları.

EKLER

EK A: Görüşmeler

Çiftçi, Abdullah.

Çiftçi, Abdullah. Stratejist, Sosyal Medya ve Bilgi Teknolojileri ve Strateji Derneği Kurucu Başkanı, Kurtlar Vadisi Gladio, Kurtlar Vadisi Irak ve Manipülasyona Dayalı Algı Yönetiminin Çözümlemesi Konulu Görüşme. İstanbul: 7 Nisan 2018.

Soru 1: Sizce Kurtlar Vadisi Gladio filminin hedef kitlesi, filmin yapılmasındaki temel gaye ve hedef kitleye verilmek istenen asıl mesaj neydi? Filmin hedefine ulaştığını düşünüyor musunuz?

Abdullah Çiftçi: Kurtlar Vadisi Gladio filminde kitleye verilmek istenen mesaj, ulus devletlerin içerisine sızmış ‘devletler üstü ezoterik örgütlerin’ çeşitli ülkeleri ve toplumları kendi hedefleri doğrultusunda yönlendirme çabalarıdır. Filmde Türkiye üzerinden hem devletler arası, hem devlet içindeki lobiler arası, hem de devletler üstü ezoterik örgütlerin birbirleriyle olan mücadelesi anlatılmış ve bu gizli mücadelenin kamuoyuna taşınması amacı gerçekleştirilmiştir.

Senaryo kapsamında; devletin içine sızmış, millî görünen ancak gayr-ı millî olan bir örgütün, Türkiye’nin millî menfaatlerini nasıl sabote ettiği anlatılmaktadır. Kurtlar Vadisi Gladio yapımının; devletin nasıl yönetildiğinden habersiz vatandaşlara ve devlette yöneticilik görevi yürüten bürokratlara ve siyasilere devletin arka planını gösterme açısından hedefine ulaştığını söylemek mümkündür. Ayrıca film; günümüzün önemli meselelerinden biri olan, devlet içerisindeki FETÖ yapılanmasının gerçek boyutunun kavranmasına da ciddi anlamda katkıda bulunmuştur.

Soru 2: “Kurtlar Vadisi Gladio filmi, vatana hizmet anlayışı üzerinden yürütülen küresel bir algı yönetimini deşifre etmektedir.” Bu yargı cümlesine katılır mısınız? Açılımını yapabilir misiniz?

Abdullah Çiftçi: Bu yargı cümlesine katılıyorum. Çünkü sadece Türkiye’de değil birçok ülkede devletini seven, devletine hizmet eden insanların yetişme tarzı ve eğitimleri dünyanın arka planını anlamaya yetmez. Dinler tarihini, ezoterik örgütler tarihini, paranın tarihini bilmeden, bu alanda faaliyet gösteren devletler üstü kurum/kuruluş ve örgütleri tanımadan ve bunların faaliyet şekillerine, yöntemlerine, imkanlarına vakıf olmadan; devlet adına kimlerle mücadele edildiği bilinemez. Bunlar bilinmediği için de devlet adına devlet içindeki yabancı örgütlere hizmet edildiği algılanamaz. Bu çerçevede Kurtlar Vadisi Gladio, devlet adına gizli görevlerde çalışanların eğitimine de katkısı olan bir filmidir.

Soru 3: Kurtlar Vadisi Gladio filminin, verilmek istenen temel mesaj bakımından en can alıcı sahnesi ya da repliği hangisidir?

Abdullah Çiftçi: Aslında filmin her sahnesi ayrı bir mesaj içermektedir ve bu anlamda senaryo oldukça zengindir. Ancak aşağıdaki diyaloglar, filmin temel mesajı açısından karakteristik bir yapı taşımaktadır. Burada İskender Büyük, uyguladığı emirleri Gladio’dan aldığını ve sonrasında da yine Gladio tarafından satıldığını bilmemektedir. Yani kime hizmet ettiğinin farkında olmadığını göstermesi bakımından şu diyaloglar oldukça önemlidir:

İskender Büyük: *“Bu operasyonu başka kimler biliyordu söyle bana!”*

Bülent Fuat Aras: *“Senle ben!”*

İskender Büyük: *“İyi! O zaman beni orda PKK’nın kucığına sen attın, öyle mi?”*

Bülent Fuat Aras: *“Sana satılma konusunu nasıl öğrettiğimizi unuttun mu? Eğer operasyonları yapanlar satmadıysa..!”*

İskender Büyük: *“Operasyon emrini verenler satmıştır!”*

Soru 4: Kurtlar Vadisi Gladio filminin, hangi yönü ve teması çerçevesinde incelenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?

Abdullah Çiftçi: Kurtlar Vadisi Gladio filmi, Batı merkezli ezoterik örgütlerin Afro-Avrasya devletlerinin kılcal damalarına kadar sızarak bu devletleri nasıl yönlendirdiklerini görmemiz açısından oldukça önemlidir. Ayrıca bu tür örgütlerin ne kadar profesyonel çalıştığını, bir ahtapotun kolları gibi devletin içerisindeki her alana nasıl sızdıklarını göstermek bakımından da kıymetlidir. Nitekim bugün FETÖ adı ile anılan terör örgütünün yargı, emniyet, TSK, STK, finans merkezleri, medya, sağ

partiler, sol partiler başta olmak üzere her alanda son derece profesyonel bir biçimde yapılandığı ortaya çıkmıştır.

Soru 5: Kurtlar Vadisi Gladio filmi-algı yönetimi ilişkisine dair nasıl bir yorumda bulunursunuz? Sizce Türkiye genelinde görsel medyayı algı yönetimi noktasında etkin/bilinçli kullanma grafiğimiz nedir?

Abdullah Çiftçi: ABD Devleti ve ABD içerisindeki ezoterik örgütler, Hollywood üzerinden kitle algısını yönetmek için film yaparlar. Kurtlar Vadisi Gladio ise yapılan algı yönetimini ifşa eden, devlet içerisindeki mücadelenin arka planını gösteren bir film olmuştur. Bu yönüyle iyi bir örnektir ve algı yönetiminin çözümlenmesi noktasında görsel medya alanının bu tarz örneklerle güçlendirilmesi gerekmektedir.

Soru 6: Kurtlar Vadisi Irak filminin hedef kitlesi, filmin yapılmasındaki temel gaye ve hedef kitleye verilmek istenen asıl mesaj neydi? Filmin hedefine ulaştığını düşünüyor musunuz?

Abdullah Çiftçi: Kurtlar Vadisi Irak filmi, görünürde 4 Temmuz 2003 günü Kuzey Irak'ın Süleymaniye kentinde Amerikan askerleri tarafından Türk Özel Kuvvetleri Bürosu'na yapılan baskınla 11 Türk askerinin başlarına çuval geçirilip kelepçelenerek esir alınması olayının cevabı olarak yapılmıştır. Ancak aslında Osmanlı bakiyesi olan ülkelere, yani Afro-Avrasya ülkelerine *"Bu coğrafyaların kaderi ortaktır!"* mesajı verilmiştir. Bu genel mesajın dışında kitlelere; ABD'nin demokrasi, insan hakları, özgürlükler vs. diyerek bu değerlerin içini boşalttığı, bu önemli söylemleri istihbarat amaçlı kullandığı, Orta Doğu'yu kendi amaçları adına işgal ettiği ve bölgede etnik-mezhepsel olarak ayrıştırma gerçekleştirdiği anlatılmıştır. Şurası da son derece önemlidir ki, bu film sadece Türkiye'ye ya da Türklere yönelik hazırlanmamış; bölgedeki Kürtlere, İranlılara, Araplara da ABD'nin bölge üzerindeki hesaplarını, çalışma şeklini ve kullandıkları yöntemleri aktararak önemli bir ifşa faaliyeti gerçekleştirmiştir.

Soru 7: "Kurtlar Vadisi Irak filmi, 'Orta Doğu'ya barış, huzur, güvenlik ve istikrar getirme' anlayışı üzerinden yürütülen küresel bir algı yönetimini deşifre etmektedir." Bu yargı cümlesine katılır mısınız? Açılımını yapabilir misiniz?

Abdullah Çiftçi: Evet katılıyorum. Kurtlar Vadisi Irak filmi kendi alanında bir ilktir. Bu filme kadar Türkiye'de, ABD ve Avrupa ülkelerinin bölge ülkeleri üzerinde

yürüttükleri planları ifşa eden başka bir film daha yapılmamıştır. Film aynı zamanda bu ülkelere de bir mesaj niteliği taşımaktadır ve “Sizi, ne yapmak istediğinizi artık görüyoruz. Buna izin vermeyeceğiz.” yönündeki net mesajı küresel muhataplarına ulaştırmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye’nin Fırat Kalkanı ve Zeytin Dalı Harekatı gibi önemli açılımlarının ABD’nin bölgedeki hesaplarını bozduğunu hatırlamak yerinde olacaktır.

Soru 8: Kurtlar Vadisi Irak filminin, verilmek istenen temel mesaj bakımından en can alıcı sahnesi ya da repliği hangisidir?

Abdullah Çiftçi: Filmde zikir sahnesi ya da Selahaddin Eyyubi’nin hançeri üzerinden kurgulanan birçok derinlikli sahne var; ancak Üsteğmen Süleyman Aslan’ın intihar etmeden evvel yazdığı mektup, verilmek istenen mesajı anlamamız açısından son derece önemlidir...

“Sevgili Kardeşim... 4 Temmuz 2003 günü Süleymaniye Kuzey Irak’ta on askerimle birlikte bölgenin güvenliği için hizmet verirken; daha dün çayımızı içen, beraber çarpıştığımız adamlar karargâhımıza baskın düzenleyip bize silah çektiler.

Irak’ta olduğumuz her gün şunu düşündük; ‘Bizim burada ne işimiz var?’ Ama zaman içinde gördük ki, bu topraklara her hükmeden bu toprakların insanlarına zulüm ediyor. Bunu bir tek atalarımız yapmadı. Ve biz maalesef, o gün atalarımıza layık olamadık. Adalet için, zulmü önlemek için, şerefimiz için ölemedik. Şimdi ben bunu, senden istiyorum. Ne acı değil mi? Kardeşin Süleyman.”

Soru 9: Kurtlar Vadisi Irak filminin, hangi yönü ve teması çerçevesinde incelenmesi gerektiğini düşünüyorsunuz?

Abdullah Çiftçi: Kurtlar Vadisi Irak, 1. Dünya Savaşı ve Osmanlı Devleti’nin parçalanmasından sonra bölgedeki emperyalist güçlerin petrolü elde etmek gibi türlü amaçlarla işgal faaliyeti yürüttüklerini anlatmakta ve bu kapsamda din başta olmak üzere kullandıkları çeşitli yöntemleri kitleye sunmaktadır. Bu bağlamda film, küresel pragmatizm çerçevesinde kullanılan yöntemleri anlamak açısından incelenmelidir. Bu perspektiften yapılacak bir inceleme ile; Irak’a demokrasi getireceklerini vaat edenlerin milyonlarca yetim, ölüm, kan, gözyaşı ve vahşet yarattıkları, bölgede mezhep savaşlarını körükledikleri, birleştirme değil ayrıştırma amacı ile faaliyette buldukları, Türk ve Müslüman şehirlerini yerle bir ettikleri ve bu şekilde Büyük İsrail Projesi’ne zemin hazırladıkları çok daha net bir biçimde ortaya konulmalıdır.

Soru 10: ‘Kurtlar Vadisi Irak Filmi-Algı Yönetimi İlişkisi’ne dair nasıl bir yorumda bulunursunuz? Sizce Türkiye genelinde ‘görsel medya’yı algı yönetimi noktasında etkin/bilinçli kullanma grafiğimiz nedir?

Abdullah Çiftçi: Kurtlar Vadisi Irak filmi; görsel medyanın algı yönetiminin çözümlenmesi noktasında bir işlev görmesi bakımından oldukça önemli bir örnektir ve yabancıların bu bağlamdaki planlarını ifşa etmiştir. Türkiye genelinde bu kalitede örneklerin çoğalması, küresel aktörlerce aralıksız sürdürülen manipülasyona dayalı algı yönetiminin okunması ve tanınması açısından son derece önemlidir.

Kaçan, Hasan.

Kaçan, Hasan. Oyuncu, Film Yapımcısı, Kurtlar Vadisi Irak Filmi’nin Yapımcı Yardımcısı, Pana Film’in O Dönemki Yöneticisi, Kurtlar Vadisi Yapımları-Algı Yönetimi İlişkisi Konulu Görüşme. İstanbul: 5 Haziran 2018.

Soru: Kurtlar Vadisi’ne ait yapımlar ile manipülasyona dayalı algı yönetimi arasında, sizce nasıl bir ilişki var? Değerlendirebilir misiniz?

Hasan Kaçan: Kurtlar Vadisi yapımlarında kullanılan çeşitli sembollerin, konunun uzmanları tarafından ilgi ile takip edildiğini söylemek gerekir. Sinema denilen olgunun aynı zamanda bir algılar oyunu olduğunu bilenler ve bunu uygulayanlar da bir süre sonra söz konusu yapımların bu sembolik boyutunu kavramışlardır. Konu ile ilgilenen birçok insan, belirli bir dönemin ardından bu işi yapan ekibin sıradan bir aksiyon filmi/dizisi çekmediklerini kabul etmiştir. Hatta ekibin, Türk sinemasında şimdiye kadar beynimize ince ince işlenen algıyı da bilerek sarstıkları gözlemlenmiştir. Zira macera ya da aksiyon türü bu tarz yapımların içerisinde ilk defa bir tanesi yerli-millî ve hatta manevi öğeleri ustalıkla yapımın içine serpiştirmiş; bu işin gerçek sahiplerini önce şaşırtmış, akabinde de karşı hamleye zorlamıştır. Kurtlar Vadisi yapımı bu bağlamda, kültür dünyasını tekelinde tutan yapılar için potansiyel bir tehdit olmuştur.

Kültür kompradorları olarak kodlayabileceğimiz bu baskın çevrenin karşı hamlesi ise ‘şiddet algısı’ üzerinden gelmiştir. Araştırıldığında, o günlerde medyanın Kurtlar Vadisi ve şiddet ilişkisi ile çalkalandığı görülecektir; ancak bu abartılı vurgu, açık bir karşı algı oyunudur. Hatta bu karşı algı hareketi öylesine ustalıkla yönetilen bir kampanya olmuştur ki, bu algıya muhafazakar medya bile ciddi bir destek vermiştir. Ancak buradaki asıl oyun ya da kurgu; Kurtlar Vadisi tarafından yürütülen pozitif

algı yönetiminin, negatif bir algı yönetimi ile önlenmesidir. Ne var ki bu süreçte hesap edilmeyen bir şey olmuş ve Kurtlar Vadisi ekibi bu algıya karşı beklenmedik bir tepki vererek macera-aksiyon tarzı yapımlarda pek görülmeyen bir dil kullanmışlardır. Bu dil mizahtır ve kolay kolay baş edilebilecek bir dil de değildir. Böylelikle aksiyon ve macera türündeki bir yapımda mesaj indirekt olarak verilmiş ve ilgisine ulaştırılan mesajın yanında, oluşturulan mizahi karakterler ve mizahi bir dil yoluyla da şiddet denilen algı ortadan kaldırılmıştır.

Örneğin şiddet algısının gösterimde olduğu dönemlerde Kurtlar Vadisi Serisi içinde yer bulan ‘Muro’ karakteri, buna en güzel örnektir. Bu karakter öyle başarılı olmuştur ki, ‘Muro’dan tek başına bir sinema filmi çıkmış; oldukça yüksek bir gişe başarısına da erişmiştir. Sonuç olarak şiddet ile ilgili karşı algıyı tabir yerinde ise ters köşe yapmak adına yaratılan bir yan karakter senaryoyu sürüklemiş ve buradan farklı bir yapım daha doğmuştur. Bu, pek rastlanan bir durum değildir. Dolayısıyla Kurtlar Vadisi yapımlarına ait başarının ve bu yapımlar üzerinden sergilenen etkili algı yönetimi örneklerinin birçoğunda ‘mizah’ gibi gizli bir unsur vardır ve stratejinin bu gizli ve şaşırtıcı unsur üzerine kurulmuş olması da ayrı bir algı yönetimidir. Bu bağlamda Kurtlar Vadisi yapımları hem üzerimizde uygulanan negatif algı yönetimini çözümlenmesi çözerek seyirciye sunmuş; hem de bu riskli üretimlerine yönelik karşı algı hamleleri oluştuğunda, bunu akıllıca stratejiler uygulayarak özgün bir algı yönetimine dönüştürmüştür.

Kaplan, Yusuf.

Kaplan, Yusuf. Yazar-Sinema Eleştirmeni-Ulusal Basında Köşe Yazarı-Dr. Öğretim Üyesi (Sabahattin Zaim Üniversitesi), Kurtlar Vadisi Gladio, Kurtlar Vadisi Irak ve Manipülasyona Dayalı Algı Yönetiminin Çözülmesi Konulu Görüşme. İstanbul: 22 Nisan 2018.

Soru: Sizce Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak filmleri, manipülasyona dayalı algı yönetiminin çözümlenmesi noktasında bir işlev görmüş müdür?

Dr. Yusuf Kaplan: Kurtlar Vadisi Yapımı, Türkiye’deki mevcut medya düzleminde ve kamuoyunun belirli noktalarda aydınlatılmasında bir öncülük görevi üstlenmiştir. Modernleşme teorileri-medya ilişkileri açısından bakıldığında; ulusal bilincin inşasında medyanın rolü bakımından önemli bir kodu kırmıştır. Zira medyaya hakim

olan yerleşik anlayışın ötesine geçmiş ve yerlilik, millilik gibi kavramların birer değer olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Sinema aslında bize erken bir tarihte gelmiştir ve Mısır'daki film endüstrisini de 1920'lerin başında biz kurmuşuzdur. Ancak bizdeki film endüstrisinin kuruluş biçiminde temel bir sorun olduğundan, biz bu önemli alanı yeterince değerlendirebilmiş değiliz. Modernleşme sürecinde sinema; toplumu dönüştürücü bir aygıt olarak kullanılmış, Türkiye'de de tek parti yönetimi misali tek bakış sineması alıp yürümüştür. Bu anlamda Türkiye'nin gerçek sorunları, asıl meseleleri sinemaya taşınmamış; bu önemli alan hakkında değerlendirilememiştir.

Kurtlar Vadisi yapımları içinde, çalışmada ele aldığımız algı yönetimi açısından da spesifik iki örnek olan Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak Filmleri; Türkiye'nin ulusal ve uluslararası sorunlarını ilk defa yerli bir gözle, bu ülkenin çıkarlarını eksen alarak ve bu ülke çocuklarının aldatılmışlığına dikkat çekerek ele almıştır. Bu seriden önce bu parametrelerin hepsinin birden gözetildiği örnekler yoktur. Türkiye'deki entelektüel ve kültürel iktidarı tartışmaya açacak bir cümle kurmak gerekirse, normalde bu tarz politik filmleri sol ideolojiye mensup çevrelerin yaptığını ancak sol çevrelerin artık duygusal, biyografik ya da komedi tarzı filmlere yöneldiğini söyleyebiliriz. Bu çevreler daha çok ekonomik getirisi olan filmler yapmakta ve aslında 'film' yapmamaktadırlar. Çünkü ekonomik iktidarı sürdürmeye dayalı olan filmler halkı aydınlatıcı, uyandırıcı ve harekete geçirici bir işlev görmemektedir.

Burada şu genel tespiti de yapmak gerekir ki, halk bu ülkede hiçbir zaman medyanın öznesi olmamıştır. Bu anlamda adı geçen bu yapımların işledikleri konular; halkın çıkarlarını ve gerçek dünya düzenine uyanışlarını gözetken filmler olmuştur. Bu filmler ortaya çıkarken Türkiye'nin 'devlet' olarak tabir edilen bazı iç dinamikleri ile de fikir alışverişi düzeyinde bir temasın olmuş olabileceği kanaatindeyim. Ancak bu temas; bu tarz filmleri devletin yaptırdığı gibi bir anlayışa da asla vurduramaz, vurdurilmamalıdır. Kurtlar Vadisi yapımlarında ve ele alınan bu iki spesifik örnekteki asıl önemli mesele şudur ki; bu yapımlarla ilk defa Türkiye'de bu ülkenin sinemacıları bir takım siyasi, stratejik, kültürel, ekonomik saldırıları ve saldırıların arka planını kitleye ulaştırma ve dolayısıyla yaşanan sürecin iç yüzünü açıklama eylemine girişmişlerdir. Yani bu filmler, olayların arka planını halka ulaştırma kaygısı ile yapılmıştır. İşte bu son derece önemli bir açılamdır.

Zaman içinde bu yapımla ilgili düşmanı güçlü gösterme ve tabir yerinde ise halkın gazını alarak durumları normalize etme gibi eleştiriler de yapılmıştır; ancak o tarz durumlar tamamen sinematografik kaygılardan kaynaklanmaktadır. Zira gerilim yaratma, merak duygusunu artırma, aksiyon ve heyecan yaratma bu işin doğasında olan bir şeydir. Ayrıca bu topraklarda türlü oyunlarla, çok uzun bir süre tarihin akışı durdurulmuştur. Dolayısıyla bu tarz konuları işleyen yapıtlara komplo, abartılı bir kurgu gibi sıfatlar yakıştıranları anlamak kolay değil. Sonuçta çok büyük bir devlet yıkılmıştır ve elbette ki bu tarihi süreçlerin arkasında büyük oyunlar olacaktır! Bugün yaşadığımız süreç, bu tarihi arka plandan ayrı düşünülmemelidir.

Sonuç olarak bu kadar gadre uğramış topraklarda olayların perde arkasını çarpıcı senaryolarla açıklamaktan, açıklamak istemekten daha doğal bir şey olamaz ve bu yapımlar da bunu yapmıştır. Bundan rahatsız olan kesimler ise ancak bu topraklarla gerçek bir ilişkisi olmayan kesimler olabilir. Kaldı ki bu filmler, aynı zamanda bir psikolojik savaş unsurudur. Düşmana “*Senin farkındayım, elini görüyorum ve hazırlıklıyım!*” demektir. Her şeyin algı olduğu bir düzlemde de Türkiye’nin bu alanda varlık göstermemesi düşünülemez. Bu anlamda Kurtlar Vadisi Gladio ve Kurtlar Vadisi Irak gibi ülke içindeki ve ülke dışındaki küresel algı yönetiminin izini süren, insanları dünyanın hazırlık yapılması icap eden gerçeklerine yönlendiren yapımların artmasını dilemeliyiz. Bize düşen bir diğer görev ise bu tarz yapımları konuşan, analiz eden, motive eden ve işleyerek halka aktaran gerçek bir sinema endüstrisinin oluşturulması için çaba harcamaktır. Kritik aklı tetikleyecek, eleştirel zihni besleyecek bir film endüstrimiz henüz yok ve bu büyük ihtiyacın farkında değiliz.

İşin bir de şu boyutu var ki; eğer Amerikalılar herhangi bir proje başlatacaklarında bunu önce Hollywood üzerinden inşa ediyorlarsa, bugün biz de aynı jokeri kullanmak durumundayız. Filmler yoluyla önce zihinlere tohum düşüren, altyapı hazırlayan, sonra da savaş başlatan Amerika’yı görmek yeterli değildir. Bunun karşısına bir şey koymak gerekir. İşte Kurtlar Vadisi yapımı bu bağlamda ilk kez küresel sistemi ve küresel sistemin ana arterlerini deşifre etmiştir. En azından deşifre etmiştir! Bu hiç de basit bir şey değildir ve toplumda da büyük bir karşılık bulmuştur. Daha önceki mevcut örnekler baktığımızda, fantastik ya da mitolojik kahramanlık hikayeleri görüyoruz. Ama bu örnekler reel! Örneğin Kurtlar Vadisi Gladio’nun sonunu düşünün! Senaryonun bitişi seyirciye bir zafer sarhoşluğu vermemiş, tabir

yerinde ise izleyiciyi ters köşeye yatırmıştır. Şaşırtmıştır yani! Sonuçta hikaye olumlu değil olumsuz bitmiştir. Fakat bu durum, film dili ve film estetiği açısından olumludur. Bu, filmin estetikopolitik yönüdür aslında.

Benzer şekilde Kurtlar Vadisi Irak'ta da Çuval Olayı'nın rövanşı alınmaya çalışılmıştır; ama o filmde daha derin mesajlar da verilmiştir. Türkiye'deki bürokrasinin ve elitokrasinin o dönem henüz farkına varmadığı bir durum deşifre edilmiş ve DAESH üzerinden oluşturulan, terörle özdeşleştirilen sahte İslam algısı ortaya konulmuştur. Dolayısıyla, ilk kez hâricî mantığın Müslüman toplumların omurgası haline getirilmeye çalışıldığı çok hassas bir süreç çözümlenmiştir. Bu, o dönem için çok erken bir keşif ve deşifrazyondur. Erken bir öngörüdür. Dolayısıyla filmin bu işlevi görmüş olması enteresandır ve aslında senaryo, terör örgütlerine ait vekalet savaşlarının asıl hedefinde Türkiye'nin olduğunu anlatmaktadır. Ehl-i sünnet omurga denildiği zaman, omurgayı kuran ve ayakta tutanın biz olduğumuz aşikardır! Dolayısıyla hedefin Türkiye olması şaşırtıcı değildir. Kurduğumuz o düzenin merkezinde, tam kalbinde ise tasavvuf vardır. Bu anlamda filmin bir Kerkük türküsü ile bitmesi de önemlidir. Çünkü tasavvufun yapıldığı, mayalandığı yerler oralardır. Ayrıca filmdeki bu erken öngörünün, bugün bile tam kavranmış olduğunu düşünmüyorum. Bizde kimse bunu görmedi ve konuşmadı. Kurtlar Vadisi Gladio'da küresel oyunların iç ayağı ve metodolojisi, Kurtlar Vadisi Irak'ta da dış ayağı ve metodolojisi ortaya konulmuştur. Ancak bu filmler gereğince analiz edilmemiş, tüketilip geçilmiştir. Bu anlamda Türkiye'nin yaşadığı temel sorunları ve dışarıdan maruz kaldığı oyunları ele alacak kaliteli yapımlar üretilmeli ve bu tarz yapımları akademisiyle medyasıyla kültür dünyasıyla masaya yatırıp inceleyen esaslı bir film endüstrisi oluşturulmalıdır. Şu da var ki, insanların filmlerden kazandıkları paraları gidip inşaat sektörüne yatırdıklarını gözlemliyoruz. Böyle olmamalı ve sinema sektörü kendi içinde nitelikli bir büyüme yaşamalı. Artık iyi kötü film yapıyoruz ve dünyadan çeşitli ödüller de alıyoruz. Ama bunlar müstakil durumlar olarak kalıyor. Çünkü bir film endüstrisi yok ve buradan örgütleyici bir akıl çıkmıyor. Bunu bir 'kültürel inşa süreci' olarak algılayamıyor ve değerlendiremiyoruz. Medyanın televizyondan sinemaya, oradan dijital ortama kadar güçlü bir iktidar aracı olduğunu bilmemiz gerekiyor. Bunlar iletişim aracı falan değildir. Bu yanlış bir algıdır. Bu araçlar düşünce inşa etmeye yarayan aparatlardır ve bu alan da ciddi bir mücadele alanıdır. Baudrillard'ın da vurguladığı gibi, biz bugün bir göstergeler

imparatorluğunda yaşıyoruz. Dolayısıyla da bu meseleleri kavrayacak bir bilinç düzeyine erişmemiz şarttır, çok büyük bir ihtiyaçtır. Ayrıca akademi de burada üzerine düşeni yapmalı ve film dünyasında üretilenleri siyasi, estetik ve sosyo-politik açıdan oturup tartışmalıdır. Maalesef akademide de bunu göremiyoruz. Kritik aklın harekete geçebilmesi ve ‘manipülasyona dayalı algı yönetimi’ denilen tehditkar meseleye karşı bir koruma kalkanı geliştirilebilmesi için sinemanın bu şekilde kullanımı olmazsa olmaz bir durumdur ve konunun akademiye bakan yönü de azımsanamayacak bir boyuttadır.

EK B: Anket formları

Bu anketi cevaplayarak, akademik çalışmalara katkıda bulunacaksınız. Vereceğiniz hiçbir cevap doğru ya da yanlış olarak değerlendirilmeyecektir. Anket bilgileri hiçbir şekilde basın organlarında yer almayacaktır. Kimlik bilgileri gizli tutulacak, cevaplarınız yalnızca akademik araştırma kapsamında kullanılacaktır. Göstermiş olduğunuz ilgiye teşekkür ederiz. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi.
(20.03.2018 - 22.03.2018)

Katılımcının genel özellikleri

- 1) Katılımcının Cinsiyeti
 - a) Kadın
 - b) Erkek

- 2) Katılımcının Yaş Aralığı
 - a) 18-24 Yaş Arası
 - b) 25-30 Yaş Arası
 - c) 31-35 arası
 - d) 36-45 arası

- 3) Katılımcının Eğitim Durumu
 - a) İlk Öğretim
 - b) Orta Öğretim
 - c) Yüksek Okul / Üniversite
 - d) Yüksek Lisans / Doktora

4) Katılımcının Mesleği

- a) Ücretli
- b) Serbest Meslek
- c) İşsiz
- d) Öğrenci
- e)

5) Katılımcının Medenî Durumu

- a) Evli
- b) Bekar
- c) Boşanmış
- d) Dul

6) Katılımcının Anne ve Babasının Eğitim Durumu

Baba

- a) İlkokul Mezunu
- b) Ortaokul Mezunu
- c) Lise Mezunu
- d) Üniversite Mezunu

Anne

- a) İlkokul Mezunu
- b) Ortaokul Mezunu
- c) Lise Mezunu
- d) Üniversite Mezunu

7) Katılımcının İlgi Alanları

- a) Sanat
- b) Spor
- c) Tarih
- d) Siyaset
- e) Uluslararası Gündem
- f)

- 8) Katılımcının Sosyal Durumu
- Hiçbir Kulübe Ya da STK'ya Üye Değil
 - Bir Kulübe Ya da STK'ya Üye
 - İki Kulübe Ya da STK'ya Üye
 - Üç Ya da Fazla Kulübe/STK'ya Üye
- 9) Katılımcının Aylık Gelir Durumu
- 1000 TL'den Az
 - 1000-2000 TL Arası
 - 2000-3000 TL Arası
 - 3000-5000 TL Arası
 - 5000 TL Üzeri
- 10) Katılımcının Günlük İş/Çalışma Saati
- 4 Saatten Az
 - 4-8 Saat Arası
 - 8-10 Saat Arası
 - 10 Saatten Fazla

Katılımcının Televizyon İzleme Alışkanlıkları
ve TV-Algı Yönetimi İlişkisi

- 1) Televizyon İzleme Sıklığınız Nedir?
- Her Gün Saat 8.00-10.00 Arası
 - Her Gün Saat 10.00-12.00 Arası
 - Her Gün Saat 12.00-16.00 Arası
 - Her Gün Saat 16.00-20.00 Arası
 - Her Gün Saat 20.00-24.00 Arası
 - Her Gün Saat 24.00-04.00 Arası
 - Diğer

- 2) TV İzleme Ortamınız Nedir?
- Analog TV
 - Smart TV
 - Açık TV
 - Mobil - Telefon Üzerinden
 - Bilgisayardan
 - Tabletten
- 3) Ne Zamandan Beri TV İzleyicisisiniz?
(Yaklaşık yıl olarak belirtiniz.
'2000 Yılından Beri' vb...)
.....
- 4) TV'de Düzenli Takip Ettiğiniz Programlar Var mı?
- Her Gün En Az Bir Program/Dizi İzlerim.
 - Haftada Bir Ya da İki Program/Dizi İzlerim
 - Haftada Dört Program/Dizi İzlerim.
 - Düzenli Takip Ettiğim Program Yoktur
- 5) TV Programlarını İzleme Noktasındaki İstikrarınızı Nasıl Tanımlarsınız?
- Düzenli İzlediğim Programları O Hafta Kaçırılmışam Mutlaka İnternette İzlerim
 - Kaçırdığım Programları Asla Tekrar İzlemem
 - Kaçırdığım Programların Özetlerine Mutlaka Bakarım
 - Kaçırdığım Programların Özetlerine Bile Bakmam
- 6) TV Yapımlarında Genel Tercihiniz Nedir?
- Yerli Yapımlar
 - Yabancı Yapımlar

- 7) Televizyonu Hangi Amaçla İzlersiniz?
- Bilgi Edinmek/Gündemi Takip Etmek
 - Stres Atmak
 - Sadece Alışkanlık
 - Eğlenmek ve Hoş Vakit Geçirmek
 - Medyada Çok Konuşulan Konuları Kaçtırmamak
 - Veri Toplama ve Analiz
- 8) TV’de En Çok Hangi Tür Programları İzlersiniz?
- Haber/Açıkoturum
 - Magazin
 - Dizi/Film
 - Müzik
 - Spor
 - Belgesel
 -
- 9) Sizce TV, ‘Bir Bilinç Oluşturma Aracı’ mıdır?
- Daha Çok İnsanları Şuursuzlaştırdığını Düşünüyorum
 - Olumlu Yönde Bir Bilinç İnşa Ediyor
 - Olumsuz Yönde Bir Bilinç İnşa Ediyor
 - TV Etkili Bir Algı Yönetimi Aracıdır
- 10) ‘TV-Algı Yönetimi İlişkisine Dair Ne Düşünüyorsunuz?
- Olumlu ya da Olumsuz Tüm Mesajların Kamuoyunda Tutunabilmesi, TV Desteği Olmadan Sağlanamaz
 - Sosyal Medya Gücü, Artık TV’nin Vazgeçilmezliğini Kırmıştır
 - TV Artık Güvenilirliğini Yitirdiği İçin, Algı Sadece TV İle Yönetilemez
 - TV Olumlu ya da Olumsuz Bir Algı Yönetimi Aracı Olarak Kullanılmamalıdır

Bu anketi cevaplayarak, akademik çalışmalara katkıda bulunacaksınız. Vereceğiniz hiçbir cevap doğru ya da yanlış olarak değerlendirilmeyecektir. Anket bilgileri hiçbir şekilde basın organlarında yer almayacaktır. Kimlik bilgileri gizli tutulacak, cevaplarınız yalnızca akademik araştırma kapsamında kullanılacaktır. Göstermiş olduğunuz ilgiye teşekkür ederiz. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi. (20.03.2018)

Kurtlar Vadisi Gladio filmi ile ilgili

klasik sorular

- 1) Kurtlar Vadisi Gladio Filmindeki Asıl Mesaj Nedir?
 - a) Devlet İçindeki Tehlikeli Yapılanmaları Görmeli ve Sorgulamalıyız
 - b) Vatan, Millet Duygusu Gibi Hassas Yönlerimizin Sömürülmemesi ve Kullanılmaması İçin Dikkatli Olmalıyız
 - c) Üzerimizdeki Küresel Algı Yönetimine Karşı Zayıfız
 - d) Geçmişte Yaşanan Hatalardan ve Zaman Kayıplarından Ders Almalıyız
- 2) Kurtlar Vadisi Gladio Filmindeki Baş Karakter İskender Büyük, Daha Çok Aşağıdakilerden Hangisini Sembolize Etmektedir?
 - a) Uyanış
 - b) Pişmanlık
 - c) Öfke
 - d) Kandırılmışlık Duygusu
 - e) Büyük Hataların Yinelenmemesi İçin Verilen Mücadele
 - f)
- 3) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi'nin En Başında Ekrana Yansıyan Aşağıdaki Sözler, Filmin İçeriğine Dair Nasıl Bir Düşünce Uyandırmaktadır?

“Soğuk Savaş Döneminde NATO Ülkeleri Sovyetler'in Avrupa'yı İşgal İhtimaline Karşı Mücadele Edecek Bir Teşkilat Kurar. Bu Teşkilat, Üye Ülkelerin Hükümetlerini Doğrudan Etkileyebilecek, Gerektiğinde Yönetimleri Değiştirecek Kadar Güçlü ve Gizlidir. Bu Teşkilat'ın Adı, Gladio'dur.”

- a) Filmin Gerçekleri Yansıtacağı
b) Filmin Aksiyon Duygusunu Vereceği
c) Filmin Araştırmaya ve Düşünmeye Sevk Edeceği
d) Filmin Gizlilik ve Gizemlilik Taşıyacağı
- 4) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi'nde
En Çok Beğendiğiniz Karakter Hangisidir?
a) İskender Büyük
b) Avukat Ayşe
c) Ahmet Cem Ersever
d) Bülent Fuat Aras
e) Hakim
- 5) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi'nde Kullanılan Müzikler,
Baskın Olarak Hangi Duyguyu Vermektedir?
a) Korku/Gerilim
b) Gizem
c) Derin Düşünme
d) Heyecan
- 6) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi'nde Geçen
“*Vatanını En Çok Sevene En Pis İşi Yaptırırın!*” Şeklindeki Replik,
Sizde En Çok Hangi Düşünceyi Oluşturuyor?
a) Vatan Duygusu Kuvvetli Olanları Manipüle Ederek Kirli İşlerde
Kullanabilmek İçin Çalışan Profesyonel Şebekeler Vardır
b) Vatanı Aşırı Sevmek Tehlike Getirir
c) Güçlü Duygularımız ve Tutkularımız En Zayıf Yönlerimizdir
d) Güçlü Vatan Sevgimizin Yanlış İşlerde Kullanılmaması Adına
Her An Teyakkuzda Olmalıyız
- 7) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi'ndeki,
Gladio'ya Hizmet Eden Notacı General'in Bestelediği Müzik Eserinin
“*Bağımsızlık Destanı*” İsmi Taşınması;
Film İçinde Daha Çok Ne Anlama Gelmektedir?

- a) Bağımsızlık Söylemleri
Her Zaman Bağımsızlık İdeali Anlamına Gelmez
- b) Bağımsızlık Mücadelesini Söylem Haline Getiren
Ancak Tam Tersine Bir Amaca Hizmet Edenler Vardır
- c) Bağımsızlık Söylemleri Millî Duygularımızı Okşar
- d) Bağımsızlık Gibi Millî Duygularımıza Hitap Eden Söylemlerin
Ardına Bakmalıyız

8) Kurtlar Vadisi Gladio Filmini İzlediğinizde,
Daha Çok Hangisi Üzerinde Yoğunlaştığınızı Hissediyorsunuz?

- a) Milliyetçilik/Millî Duruş
- b) Şiddet/Kavga/Aksiyon
- c) Toplum Olarak Üzerimizde Oynanan Oyunların Çözümlemesi
- d) Kahramanlık/Özgüven
- e) Küresel Sistemin Gücünü Anlama

9) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi'nin Finali,
En Çok Hangi Duyguyu Ortaya Çıkıyor?

- a) Şaşkınlık
- b) Öfke
- c) Çaresizlik/Güçsüzlük
- d) Kamçılanma
- e) Uyanış

10) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi-Algı Yönetimi İlişkisine Dair
Hangisi Doğrudur?

- a) KV Gladio, Ülkemize Yönelik Küresel Algı Yönetimini Deşifre Ediyor
- b) KV Gladio, Ülkemize Yönelik Küresel Algı Yönetimini Abartıyor
- c) KV Gladio, Ülkemize Yönelik Küresel Algı Yönetimine İlişkin Bir
Çözüm Önerisinde Bulunuyor
- d) KV Gladio, Ülkemize Yönelik Küresel Algı Yönetimine İlişkin
Bir Mesaj İçermiyor

Kurtlar Vadisi Gladio filmi ile ilgili

Likert ölçeği ile hazırlanmış sorular

1) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi,

Bugün Yaşadığımız Olayların Arka Planını Anlatıyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

2) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi,

Gerçeklerle İlgili Olmayan Kurgular Üzerine Yazılmış
Bir Senaryodur.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

3) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi, Bize Verilen Her Bilgiyi

Mutlaka Sorgulamamız Gerektiği Mesajının Altını Çiziyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

4) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi, Vatan ve Millet Sevgisinin

İçi Boş Söylemlerle Gerçekleşmeyeceğine;

Mutlaka Şuur ve Farkındalık Gerektirdiğine İşaret Ediyor.

- Kesinlikle Katılıyorum

- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

5) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi, Ülkeye Hizmet İçin Mücadeleden Vazgeçmemek Gerektiğini Anlatıyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

6) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi, Ülke Adına Ne Kadar Mücadele Versek de Başarısız Olacağımız Duygusunu Aşıyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

7) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi'ni İzleyen Biri, Küresel Algı Mühendisliğine Karşı Her An Teyakkuzda Olmamız Gerektiğini Anlar.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

8) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi; Hem Manipülasyona Dayalı Küresel Algı Yönetimine İlişkin

Bir Tespitte Bulunuyor, Hem de Çıkışı İşaret Ediyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

9) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi,
Manipülasyona Dayalı Küresel Algı Yönetimine İlişkin
Bir Tespitte Bulunuyor
Ancak Bir Çözüm Önerisinde Bulunmuyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

10) Kurtlar Vadisi Gladio Filmi'nin Yapılış Amacı,
Kitleleri Küresel Algı Yönetimine Yönelik Olarak Bilinçlendirmektir.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

Bu anketi cevaplayarak, akademik çalışmalara katkıda bulunacaksınız. Vereceğiniz hiçbir cevap doğru ya da yanlış olarak değerlendirilmeyecektir. Anket bilgileri hiçbir şekilde basın organlarında yer almayacaktır. Kimlik bilgileri gizli tutulacak, cevaplarınız yalnızca akademik araştırma kapsamında kullanılacaktır. Göstermiş olduğunuz ilgiye teşekkür ederiz. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi.
(22.03.2018)

Kurtlar Vadisi Irak filmi ile ilgili klasik sorular

- 1) Kurtlar Vadisi Irak Filmindeki Asıl Mesaj Nedir?
 - a) “Orta Doğu’ya Barış Getireceğiz!” Söylemlerinin Ardındaki Küresel Algı Yönetimini Görmeli ve Sorgulamalıyız
 - b) Barış, Huzur, Güvenlik, İstikrar Gibi Sihirli Kelimelerin Arkasındaki Küresel Algı Yönetimini Önleme Gücünden Yoksunuz
 - c) Uluslararası Çıkar İlişkilerinde Algı Yönetimi Kaçınılmaz Bir Realitedir
 - d) Negatif Bir Algı Yönetimine Maruz Kalıyorsak Aynısını Biz de Yapmalıyız
- 2) Kurtlar Vadisi Irak Filmindeki Baş Karakter Polat Alemdar, Daha Çok Aşağıdakilerden Hangisini Sembolize Etmektedir?
 - a) Mücadele
 - b) Târihî Bilinç
 - c) Onur
 - d) Sadece Aksiyon
- 3) Kurtlar Vadisi Irak Filmi’nde ABD’li Sam Marshall Tarafından Söylenen ve Türkiye’yi Kasteden Aşağıdaki Sözler, İzleyiciyi Daha Çok Neye Sevk Ediyor?

*“Donunuzun Lastiğini Bile Biz Gönderiyoruz!
Neden Bir Şey Üretmiyorsunuz?”*

 - a) Özeleştirici
 - b) Aşağılık Kompleksi
 - c) Çaresizlik
 - d) Kamçılanma
 - e) Çözüm Arayışı
 - f)
- 4) Kurtlar Vadisi Irak Filmi’nde En Çok Beğendiğiniz Karakter Hangisidir?

- a) Polat Alemdar
 - b) Leyla
 - c) Şeyh Abdurrahman Halis Kerkûkî
 - d) Sam Marshall
 - e) Memati
- 5) Kurtlar Vadisi Irak Filmi'nde Kullanılan Müzikler,
Baskın Olarak Hangi Duyguyu Vermektedir?
- a) Hüzün
 - b) Derin Düşünme
 - c) Heyecan
 - d) Aksiyon
- 6) Kurtlar Vadisi Irak Filmini İzlediğinizde,
Daha Çok Hangisi Üzerinde Yoğunlaştığınızı Hissediyorsunuz?
- a) Türkiye'nin Orta Doğu'daki Misyonu
 - b) Şiddet/Kavgı/Aksiyon
 - c) 'Barış' Kavramı Üzerinden Yürüyen Uluslararası Algı Yönetimi
 - d) İslam Dininin Gerçek Anlamı ve Gayesi
 - e) Küresel Sistemin Gücü
- 7) Kurtlar Vadisi Irak Filmi'nin Finali,
En Çok Hangi Duyguyu Ortaya Çıkıyor?
- a) Öfke
 - b) Çaresizlik/Güçsüzlük
 - c) Kamçılanma
 - d) Uyanış
 - e) Mücadele Kararlılığı
 - f)
- 8) Kurtlar Vadisi Irak Filmi-Algı Yönetimi İlişkisine Dair
Hangisi Doğrudur?

- a) KV Irak, Orta Doğu'ya Yönelik Küresel Algı Yönetimini Deşifre Ediyor
- b) KV Irak, Orta Doğu'ya Yönelik Küresel Algı Yönetimini Abartıyor
- c) KV Irak, Orta Doğu'ya Yönelik Küresel Algı Yönetimine İlişkin Bir Çözüm Önerisinde Bulunuyor
- d) KV Irak, Orta Doğu'ya Yönelik Küresel Algı Yönetimine İlişkin Bir Mesaj İçermiyor

9) Kurtlar Vadisi Irak Filmi'nde Tarikat Şeyhinin ve Mensuplarının Geniş Yer Bulması, Sizde Nasıl Bir Etki Doğuruyor?

- a) Bir İslam Propagandası Olarak Görünüyor
- b) İslam'ın Gerçek Anlamını İzleyiciye Aktarmada İyi Bir İşlev Görüyor
- c) Tasavvufun Bir Çıkış Önerisi Olabileceğine Vurgu Yapıyor
- d) Ürkütücü/İtici Geliyor
- e)

10) Kurtlar Vadisi Irak Filmi'nde Yansıtılan Tabloya Göre Amerikalılar'ın "Terörist" Anlayışı Nedir?

- a) Bölgedeki Amerikan Çıkarlarına Engel Olan Herkes Her An Terörist İlan Edilebilir
- b) Sadece Bölgenin Huzuruna ve Güvenliğine Engel Olanlar Teröristtir
- c) Bölgenin İstikrarını Engelleyenler Teröristtir
- d)

Kurtlar Vadisi Irak filmi ile ilgili Likert ölçeği ile hazırlanmış sorular

1) Kurtlar Vadisi Irak Filmi, Bugün Yaşadığımız Olayların Arka Planını Anlatıyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

- 2) Kurtlar Vadisi Irak Filmi,
Gerçeklerle İlgili Olmayan Kurgular Üzerine Yazılmış Bir Senaryodur.
- Kesinlikle Katılıyorum
 - Katılıyorum
 - Fikrim Yok
 - Katılmıyorum
 - Hiç Katılmıyorum
- 3) Kurtlar Vadisi Irak Filmi,
'Orta Doğu'ya Barış ve Huzur Getirme Söylemleri'ni
Mutlaka Sorgulamamız Gerektiğinin Altını Çiziyor.
- Kesinlikle Katılıyorum
 - Katılıyorum
 - Fikrim Yok
 - Katılmıyorum
 - Hiç Katılmıyorum
- 4) Kurtlar Vadisi Irak Filmi, 'Müslüman Olma'nın
İçi Boş Söylemlerle Gerçekleşmeyeceğine; Mutlaka Şuur
ve Farkındalık Gerektirdiğine İşaret Ediyor.
- Kesinlikle Katılıyorum
 - Katılıyorum
 - Fikrim Yok
 - Katılmıyorum
 - Hiç Katılmıyorum
- 5) Kurtlar Vadisi Irak Filmi, İslam Dünyasına ve İnsanlığa Hizmet İçin
Mücadeleden Vazgeçmemek Gerektiğini Anlatıyor.
- Kesinlikle Katılıyorum
 - Katılıyorum
 - Fikrim Yok
 - Katılmıyorum
 - Hiç Katılmıyorum

6) Kurtlar Vadisi Irak Filmi, Orta Doğu'ya Adalet Getirebilmek İçin
Ne Kadar Mücadele Versek de Başarısız Olacağımız Duygusunu Aşıyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

7) Kurtlar Vadisi Irak Filmi'ni İzleyen Biri, Uluslararası Çıkar Dengelerini
Gözetken Küresel Algı Mühendisliğine Karşı

Her An Teyakkuzda Olmamız Gerektiğini Anlar.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

8) Kurtlar Vadisi Irak Filmi;

Hem Manipülasyona Dayalı Küresel Algı Yönetimine İlişkin
Bir Tespitte Bulunuyor, Hem de Çıkışı İşaret Ediyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

9) Kurtlar Vadisi Irak Filmi, Manipülasyona Dayalı Küresel Algı
Yönetimine İlişkin Bir Tespitte Bulunuyor
Ancak Bir Çözüm Önerisinde Bulunmuyor.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok

- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

10) Kurtlar Vadisi Irak Filmi'nin Yapılış Amacı, Kitleleri Orta Doğu'daki Küresel Algı Yönetimine Yönelik Olarak Bilinçlendirmektir.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Fikrim Yok
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum



EK C: Etik Krul Onay Belgesi

Evrak Tarih ve Sayısı: 31/07/2018-4376



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 88083623-044-4376
Konu : Ayten ÇALIŞ'ın Etik Onay Hk.

31/07/2018

Sayın Ayten ÇALIŞ

Enstitümüz Y1512.140001 numaralı Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler ve Tanıtım tezli yüksek lisans programı öğrencilerinden Ayten ÇALIŞ'ın "BİR KAMUOYU OLUŞTURMA VE MANİPÜLASYON ARACI OLARAK ALGI YÖNETİMİ: KURLAR VADİSİ ÖRNEĞİ" adlı tez çalışması gereği "Televizyonda Film İzleme Alışkanlıkları" ile ilgili anketi 07.03.2018 tarihli ve 2018/09 sayılı İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Komisyon Kararı ile etik olarak uygun olduğuna karar verilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin KAZAN
Müdür V.

Evrakı Doğrulamak İçin : <https://evrakdogrula.aydin.edu.tr/enVision.Dogrula/BelgeDogrulama.aspx?V=BELCS3HR>

Adres:Beşyol Mah. İnönü Cad. No:38 Sefaköy , 34295 Küçükçekmece / İSTANBUL
Telefon:444 1 428
Elektronik Ağ:http://www.aydin.edu.tr/

Bilgi için: NESLIHAN KUBAL
Unvanı: Enstitü Sekreteri





ÖZGEÇMİŞ

1978 Ankara doğumlu olan Ayten ÇALIŞ, 1997’de Gazi Üniversitesi’nde başladığı felsefe eğitimini yatay geçiş kanalı ile Hacettepe Üniversitesi’nde sürdürmüş ve 2001 yılında Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Felsefe Bölümü’nden mezun olmuştur.



Üniversite mezuniyetinin ardından Ankara’da çeşitli basın kuruluşlarında muhabir, haber müdürü olarak çalışmış, bir ilçe belediye başkanının basın müşavirliği görevini yürütmüş, çeşitli eğitim projelerinde koordinatörlük yapmış, editöryal çalışmalara imza atmış ve bir strateji kuruluşunda araştırmacı-raportör olarak görev almıştır.

Sırasıyla Felsefece, Felsefe Yazın, Temrin, Haber Ajanda gibi dergilerle çeşitli internet sitelerinde felsefe-siyaset/strateji içerikli yazıları yayınlanan Ayten ÇALIŞ; 1995 yılında Cumhuriyet Gazetesi’nin açtığı metin yarışmasında birincilik, 2005 yılında Lider İnsan Kaynakları Yönetim Akademisi’nin düzenlediği metin yarışmasında birincilik, 2013 yılında da Mehmet Akif Ersoy’la ilgili bir metin yarışmasında üçüncülük ödüllere layık görülmüştür.

Matrix’ten Çıkış adındaki felsefi kitap çalışmasının ilk baskısını 2014 yılında yayına sunan Ayten ÇALIŞ, 2015 yılında İstanbul Aydın Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı’nda danışman olarak göreve başlamış ve İAÜ Mütevelli Heyet Başkanı Dr. Mustafa Aydın’ın biyografisini hazırlamıştır. Halen İstanbul Aydın Üniversitesi’nde Toplumsal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdür Yardımcısı olarak görev yapmakta; araştırma merkezinin çalışmalarını koordine ederek çalıştay, konferans, sempozyum gibi etkinliklerin yayınlarını hazırlamaktadır.

2015-2018 dönemindeki yüksek lisans eğitimi sırasında hazırladığı “J. Baudrillard’ın Simülasyon ve J. Huizinga’nın Oyun Kuramları Üzerinden Matrix I Filminin Değerlendirilmesi” başlıklı makalesi İAÜ Yeni Medya Dergisi’nin Aralık-2016 sayısında yayınlanan ÇALIŞ’ın “2016 Amerikan Seçimleri Üzerinden Sistem Eleştirisi Kültürü” başlıklı diğer bir makalesi ise İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi’nin (İAÜD) Ekim-2017 sayısında yer bulmuştur.

