

## ŞEYTANIN AVUKATI'NDAN BAŞKANIN ADAMLARI'NA: ASİMETRİK İLETİŞİM VE SPİN DÖNGÜSÜNDE GERÇEKLIK ÜRETİMİ

Fuat Ustakara\* - Mustafa Aydemir\*\*

### ÖZET

*Politikada ve ekonomi alanında gerçeklik üretimini stratejik iletişim çalışmalarıyla gerçekleştirme girişimleri, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde 1980'li yıllardan sonra sıklıkla gündeme gelmiştir. Stratejinin kazan-kaybet kurgusunda biçimlendiği asimetrik iletişim çalışmaları, etik kaygı güdülmeden gerçekleştirilen halkla ilişkiler uygulamalarının tehlikesini göstermektedir. Amerikan ve İngiliz siyasal iletişimde spin etkisi, ikna çekiciliğinin örneklerini teşkil etmektedir. Bu çalışma, Hollywood üretimi beş filmde çeşitli metaforların kullanılması yoluyla asimetrik iletişim ve spin doctor girişimleriyle özdeşlik kurulmasına yönelmektedir. Göstergebilim metoduyla film çözümlemesi yapılarak asimetrik iletişim ve spin olguları üzerine odaklanılmaktadır. Çalışma kapsamında halkla ilişkiler retoriğinin sınırlarının doğru çizilmediğinde ve "gerçek olmayan gerçeklik üretiminin" stratejik iletişimde yer edindiğinde ortaya çıkan olumsuz sonuçlarının yansımaları gösterilmektedir.*

*Anahtar Kelimeler: Asimetrik iletişim, spin, gerçeklik üretimi, göstergebilim*

### FROM DEVIL'S ADVOCATE TO WAG THE DOG: THE REALITY PRODUCTION OF ASYMMETRIC COMMUNICATION AND SPIN CYCLE

### ABSTRACT

*The attempts about reality production with strategic communication works in politics and economy fields have acquired currency especially in US after 1980's years. Asymmetrical communication works which are formed with a win-lose situation indicate the danger position of public relations applications without any ethical concerns. Spin effect in American and English political communication are the samples of persuasive appeal. The paper tends to identify with asymmetrical communication and spin doc initiatives by creating various metaphors in the context of five movies of Hollywood production. It focuses on the phenomenon of asymmetric communication and spin with a semiotic analysis. We demonstrate the reflections of negative results while you do not determine public relations rhetoric in an ethical way or you take "unreal reality production" in strategic communication within the scope of the study.*

*Keywords: Asymmetric communication, spin, reality production, semiology*

### GİRİŞ

Yirminci yüzyılın üzerine tartışma açılan olgularından biri, birtakım halkla ilişkiler stratejilerinin ve uygulamalarının etik olmayan yönelimleridir. Buna yönelik

---

\* Yrd. Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi

\*\* Arş. Gör., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi

olarak, Vos (2011: 136), halkla ilişkiler faaliyetlerinin bazılarının istenmeyen sonuçları olabileceği gerçeğine işaret etmektedir. Sektör fark etmeksizin, amaç ve niyet belirli odakların çıkarı olduğunda, stratejik iletişim uygulamalarının sonuçları muhtemelen olumsuz çıktılara dönüşmektedir.

Bir yandan küresel kapitalist pazar ortamında imaj çalışmalarının önemli bir konuma yükselmesiyle, küresel ölçekte iletişim ve halkla ilişkiler alanının ön plana çıktığı görülmekte (Erdoğan 2006: 173), öte yandan oluşturulan imajın gerçekliği ne oranda yansıttığı sorgulanır olmaktadır. Böylece halkla ilişkilerin gerçeklik üretimi boyutu bir tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Propagandanın etkisi, özellikle yirminci yüzyılın ilk yarısında yoğun olarak görülmüştür. Savaş sonrasında normalleşmeyle beraber insanlara kanaatleri ve eğilimleri benimsetme gibi uygulamalarda propagandadan daha farklı inandırma yollarının tercih edildiği bilinmektedir. Bu doğrultuda daha yumuşak bir ikna yönelimi olarak halkla ilişkilerin kendini gösterdiği söylenebilmektedir. Tellan (2009: 2), propagandanın aktif bir yönlendirme ile sistemi çalıştırdığını; bundan farklı olarak, halkla ilişkilerin ikna teknikleriyle sistemi desteklediğini açıklamaktadır.

Halkla ilişkilerin ikna ediciliğiyle birlikte gizemli bir yönünün olduğu da literatürde geçmektedir. Halkla ilişkiler etkinliklerinin gizli bir dili olduğu ve bu dilde konuştukları düşünülebilir (Bitirim 2011: 124). Halkla ilişkiler çalışmalarını sermaye için farklı konuma getiren özellik, kâr ve rekabet gücü bağlamında “mükemmel çözüm üreticisi” olma yeteneğini kazanmasıdır (Tellan 2009: 49). Halkla ilişkilerin yönetsel başarısında sihirli bir formül gibi iknanın rolü olduğu görülmektedir. Burada retorik kavramı öne çıkmaktadır. Retorik sözcüğü, ikna stratejileri ve tartışmacı söz/söylev anlamına gelmektedir (L'Etang 2002: 189). Halkla ilişkilerin öne çıkan özelliklerinden biri, yeri geldiğinde ihtiyaç yaratabilme ve gerçeklik algısında belirgin bir rol üstlenme olmaktadır. Asimetrik yönelimdeki uygulamalar söz konusu olduğunda, halkla ilişkiler retoriğinin “şeytanın avukatı” rolünü oynaması üzerinde bir kuşkulama baş göstermektedir.

Halkla ilişkiler çalışmaları etik çerçevede gerçekleştiğinde, kurum çıkarlarıyla birlikte kamu yararı içermekte ve demokratik bir sistemin bir ikna ögesi olmakta; ama tek yönlü çıkarlara odaklandığında, sonuçlarının kamuyu yanıltma ve zarar verme olasılığı ortaya çıkmaktadır. Burada “kurgusal gerçekliğin gerçek olmayan bir gerçeklik olarak konumlandırılması” tehlikesi söz konusudur. Bahsi geçen tehlike, bu çalışmada farklı bir açıdan ele alınacaktır.

Çalışmada incelenecek konu, öncelikle iki farklı alan üzerinden teorik bilgiler çerçevesinde ele alınmakta ve sonrasında bu iki teorik alanda bir araştırma gerçekleştirilecektir. Kavramsal çerçevede, öncelikle göstergibilim metodunun bir anlatıyı çözümlemesi üzerine bilgi verilmekte ve film çözümlerinde sıklıkla

başvurulan Greimas'ın dört evreden oluşan Eyleyensel Göstergebilim Çözümlemesi açıklanmaktadır. İkinci olarak, gerçeklik üretimindeki stratejik iletişim çalışmalarının etik olmayan yönelimindeki temel boyutunu oluşturan spin etkisi irdelenmektedir. Çalışmanın araştırma bölümünde, özellikle spin etkisi çerçevesinde gelişen olayları ve retorik dolayımındaki avukatlık çalışmalarını konu alan filmlerin analizi ile halkla ilişkiler uygulamaları arasında bir ilişki kurmaya girilmektedir. Çalışma, etik sınırları çizilmiş uygulamalar ile sınır tanımayan uygulamalar arasındaki farklılığı göstergebilim metoduyla ayırma çabasına girişmektedir.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kuramsal bölüm, iki farklı disiplini içermekte ve uygulama bölümüne rehberlik edecek bilgileri aktarmaktadır. Bunlardan ilki, göstergebilim irdelemesi ve ikincisi etik olmayan stratejik iletişim çalışmaları yönelimindeki gerçeklik üretimi olmaktadır.

### 1.1. Göstergebilim Metodu ve Greimas'ın Çözümleme Yöntemi

İnsan yaşamının akışında önemli bir iletişim aracı olan dil, göstergebilim için de önemli bir araçtır. Saussure'ye göre (1985: 18), dil, "kavramları belirten bir göstergeler sistemidir". Dil, insan iletişiminin var olduğu her yerde varlığını gösterdiğine göre, insan üretimi her söylemi göstergelere göre yorumlamak mümkün görünmektedir.

Bütün göstergeler bir gösteren ile bir gösterilenden, bir başka anlatımla bir biçim ile bir anlamdan oluşmaktadır (Kıran 2002: 47). Barthes (aktaran: Mutlu 2004: 113), göstergeyi bir örnek ile anlaşılabilir kılmıştır: Gül, normalde sadece bir çiçek olmaktadır. Bununla birlikte genç bir adam gülü kız arkadaşına sunduğunda, bu bir gösterge olur. Gül, bu olayda genç adamın romantik tutkusuna gönderme yapan bir öğedir ve gülün bu anlamı içerdiğini genç adamın kız arkadaşı kabul edilmiş sayılmaktadır.

Göstergebilim, yirminci yüzyılın ortasından günümüze değin, sosyal bilim araştırmacıları tarafından ilgi gösterilen bir bilim/inceleme alanı olarak önemini muhafaza etmektedir (Ulağlı 2006: 122). Buna bağlı olarak, göstergebilim, edebi eserleri, görsel sanat eserlerini ve sinema yapıtlarını çözümlemede sıklıkla kullanılmaktadır.

Göstergebilim, filmin görsel anlatılarını oluşturan estetik biçimlerinin yorumunu ve eleştirisini ele alan bilimdir. Bilim, eleştirel yaklaşımla metnin hedeflediği anlatı şemasına ve metni okuyabilme becerisine odaklanmaktadır. Anlamın sinemasal kodu ya da kipi anlaşılmazsa, film eleştirisi konusunda yoğun bir belirsizlik durumu belirir. Bu durum da temelsiz sezilere ve anlık izlenimlere dayalı

aktarımlara neden olur. Herhangi bir sanat tanımının göstergebilim kuramının bir parçası olarak yapılması gereği metnin karakteristik özellikleri açısından önemlidir (Wollen 2004: 17).

Monaco (2001: 170-171), görüntüyü okumayla ve anlama arasında bir farklılık olduğunu belirtmekte; görüntünün hem optik hem de zihinsel bir olgu olarak deneyimlendiğini vurgulamaktadır. Bu doğrultuda şunu ifade etmek mümkündür: Zihinsel deneyim, kültürel belirleyenlerin toplamının ürünü olmakta ve onun tarafından biçimlendirilmektedir. Görsel ve zihinsel idrak, gösterenin gösterilene bağlandığı gösterge kavramında bir araya gelmektedir. Görüntüyü anlamak, yalnızca kendisi nedeniyle değil, aynı zamanda bağlamı içinde de seçme kategorileri (dizisel) ve kurma kategorileri (dizimsel) ile ilişkili olmaktadır.

Greimas, göstergebilim araştırmalarında önemli bir rehber konumuna sahip olmakta; film çözümlemelerinde Greimas'ın metodundan yararlanılmaktadır. Bu nedenle, Greimas'ın çözümlemesine ayrıntılı olarak yer verilmektedir. Greimas göstergebiliminin amacı, anlamlı bütünlere özgü anlamsal ayrılıkları, anlamsal eklemlenişi, anlamın üretilişini bir üstdil aracılığıyla yeniden üreterek yorumlamaktır (Rifat 2008: 192).

Anlatı çözümlemesi, eyleyenler olarak adlandırılan söz dizimsel işlevlerin (Özne/Nesne; Gönderen/Gönderilen; Yardım eden/Karşı çıkan) yer aldığı temel sözceleri saptamak ile başlar (Rifat 1996: 31, Rifat 2008: 198). Temel sözcce, en az iki eyleyen arasındaki ilişkiden ortaya çıkar ve iki biçimde gerçekleşir: a) Durum Sözcüsü (özne ile nesne arasındaki ayrılık ya da birliktelik ilişkisi), b) Edim Sözcüsü (bir durum sözcüsünü bir başka durum sözcüsüne dönüştüren edimin bulunduğu sözcce) (Rifat 1996: 31).

Yukarıda ifade edilen "eyleyenler" hakkında açıklayıcı bilgi verilmesinde yararlı olacaktır. Greimas perspektifinden, oyuncular, altı eyleyen işlevini gerçekleştirmektedirler. Bir işleve indirgenildiğinde oyuncu, eyleyen olmaktadır. Altı eyleyen, kısaca aşağıdaki gibi tanımlanabilir (Gündeş 2003: 57):

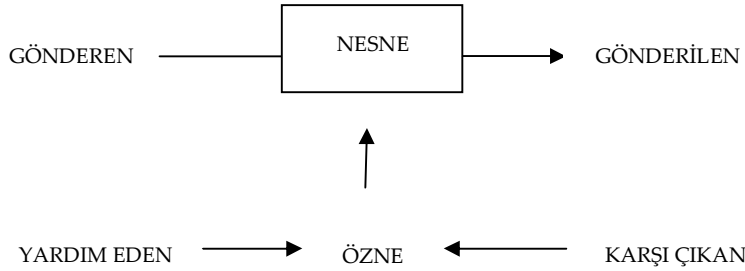
**Tablo 1.** İşlevlerine Göre Altı Eyleyen

Eyleyen	Açıklama
Özne	Eylem yapar.
Nesne	Eylemin konusudur.
Gönderen	Eylemi belirler; kökeninde yer alır.
Gönderilen	Etkileri eylemin sonuçlarını alır; kendisi için eylemin gerçekleştiği kişi olmaktadır.
Yardımcı	Eyleme yardım eder.
Engelleyici	Eylemi engeller.

Kaynak: Gündeş 2003: 57

Eyleyenler, anlatı sözdiziminin değişik kişileri olmaktadır (Rifat, 2008: 204). İşlevlerine göre eyleyenleri açıkladıktan sonra bir şekil aracılığıyla altı eyleyen modelini göstermek yararlı görünmektedir.

**Şekil 1. Altı Eyleyenli Model**



Kaynak: Rifat 2008: 204

Anlatı durumu dört evreyi içermektedir: Eyletim, edinim, edim, yaptırım. Adı geçen bu dört evre aşağıda özetlenmektedir (Rifat 1996: 31-34):

**1. Evre: Eyletim (Gönderme):** Eyletim, olaylar dizisinin oluşmaya başladığı evre olmaktadır. İlk aşama, temel dönüşümü sağlayacak olayın akışına yön verecek bir öznenin ortaya çıkmasıyla başlamaktadır. Bu ilk aşamada, kahraman niteliğindeki özneyi (eyleyen) herhangi bir göreve gönderen (eyleten) kişi yer almaktadır. Kahraman, üstleneceği görevi her zaman bir başkasının önerisi veya yol göstericiliğinde yapmaz; bazı zamanlar kendi isteğiyle gerçekleştirir.

**2. Evre: Edinim (Yeterlilik, Güçlenme):** Birinci aşama gerçekleştiğinde, kahramanın birtakım yeteneklere doğuştan sahip olduğu ortaya konmakta ya da sonradan çalışıp yetenekleri edinmesi gerekmektedir. Bu nedenle, bu evreye edinim (yeterlilik) adı verilmektedir. Bu evrede gönderenin işlevi bitmiş durumdadır. Kahraman, rolü gereği gereken yetenekleri edinmeye çaba gösterir. Kahramanın gerekli yetenekleri edinmesi aşamasında, anlatı programı içindeki bazı kimselerden (yardım edenler) yardım gördüğü; bazı kimselerin de (kötü adamlar ya da karşı çıkanlar) onu engellemeye çalıştığı durumlara rastlanır.

**3. Evre: Edim (Gösterme):** Kahraman gerekli yetenekleri kazandıktan sonra, anlatının asıl konusu olan eylemi gerçekleştirmeye yönelebilir. Bu aşamadan sonra, sonuca doğru dönüşümün yaşanabileceği bir duruma yaklaşılmaktadır.

**4. Evre: Yaptırım (Teyit etme):** Bu aşamada, kahramanın eyleme geçirdikleri kendisini göreve gönderen tarafından değerlendirilir. Kahraman, başarıya ya da başarısızlığa göre ödüllendirilir ya da cezalandırılır.

Greimas'ın anlatı durumunu dört evreye ayırarak eyleyenleri belirlediği göstergebilim çözümlemesi, yapıttaki ilişkileri göstermede açıklayıcı bir yapıya sahip olmaktadır.

## 1.2. Spin Döngüsü ve Asimetrik İletişim Yöneliminde Gerçeklik Üretimi

Halkla ilişkiler, esnek bir görünüm ile istenilen yöne çekilebilen bir uygulama alanıdır. Bu nedenle halkla ilişkiler üzerine gerçekleşen tartışmalar azalmamakta, aksine tartışmaların gün geçtikçe arttığı görülmektedir.

Ustakara'ya göre (2014: 338), halkla ilişkiler çalışmalarıyla örgütler adına gerçeklikler üretilirken, kurgusal gerçeklikler gerçeğin yerini örtebilmektedir. Bu yaklaşım, Baudrillard'ın simülasyon kavramını çağrıştırmaktadır. Baudrillard'a göre (2013: 69), simülasyon uzamı, *gerçekle modelin birbirine karıştığı bir uzamdır*. Simülasyonun en belirgin özelliği, "gerçeğin yerini almış modellerden oluşması" ile kendini göstermektedir (Baudrillard 2011: 36). Simülasyon kavramı, gerçeklik üretiminin kuramsal altyapısını oluşturan bir yapı olarak kavranabilir.

Özellikle politik iktidar mekanizmasının başat olduğu siyasal iletişim alanında erk sahibi olmak amacıyla gerçeklik üretimine sıklıkla başvurulduğu görülmektedir. Ewen ve Ewen (2000: 212), 1980'li yıllarda medya ile siyaset arasındaki ilişkide büyük bir değişime –ABD'de görüldüğü üzere- tanıklık edildiğini; reklam ve halkla ilişkiler uzmanlarının, spin doktorlarının, siyasal danışmanların ve siyasal makyaj uzmanlarının siyasal süreci senaryolaştırmaya başladıklarını belirtmektedir. Bu bilgilerin izdüşümünde, 1980'li yıllardan itibaren ağırlıklı olarak siyasal iletişim çalışmalarında gerçeklik üretiminin ivme kazandığını öne sürmek mümkündür.

Halkla ilişkiler uzmanları, günümüzde basın danışmanları, propaganda makineleri, spin doktorları gibi çok sayıda kavramla eşdeğer tutulma eğilimine maruz bırakılmaktadır (Encyclopedia of Public Relations 2005: 800). Halkla ilişkilere yönelik algılar, mesleğin güvenilirliğine etki yapmakta ve insanların halkla ilişkiler işlevini toplum için değerli olarak yorumlayıp yorumlamadıklarına nüfuz etmektedir (White and Park 2010: 319). Hutton (1999: 199), halkla ilişkilerin spin, spin denetimi ya da spin doktorluğu gibi yeni unvanları içeren, çoğunlukla olumsuz yöndeki çeşitli kavramlarla ilişkisi olmaya başladığına işaret etmektedir. Nitelik açısından değerlendirilecek olursa, akademik literatürde geçen halkla ilişkiler uygulamaları ile spin uygulamaları oldukça farklı bir yönelim içerisinde yer almaktadır. Foa (2006: 206), halkla ilişkiler uzmanlarının spin doktorlarından farklılığını vurgulamak için temel bir ayrımı ortaya koyar:

- a) Meşru teknikleri uygulama yönünde doğru çalışan danışman;
- b) Bilgi verme amacını değil, manipüle etme amacını taşıyan danışman.

Buna göre, (a) maddesindeki danışman halkla ilişkiler iletişimini; (b) maddesindeki danışman spin işlevini yerine getirmektedir.

Spin kelimesi, ilk olarak, 1988 yılında Time Dergisi'nde kullanılmıştır (Dilenschneider 1998: 558). Spin, gerçek hakkındaki imajları değiştirmeye, "gerçeği örme, eğirme, dokuma, çevirme, dönüştürme işi" olarak işlev görmektedir (Erdoğan 2008: 36). Dilenschneider'e göre (1998: 558), sanatta pornografi ne ise, halkla ilişkilerde de spin odur. Bu nedenle, spini halkla ilişkilere alternatif bir kavram olarak kabul etmek veya halkla ilişkiler uygulama alanlarından biri olarak değerlendirmek doğru olmayacaktır (Kalender 2008: 29). Spin sürecindeki eğirme yoluyla, kurumlar, politikalar ve gerçekleşen olaylar kamuoyunun olumlu yönde algılayacağı "imaj-gerçeklere" dönüştürülmektedir (Erdoğan 2008: 36).

Spin doktoru, adına çalıştığı politikacıların çıkarlarının her şeyin üzerinde olduğuna kendini inandırır. Buna bağlı olarak, spin doktoru planını eyleme yönelttiğinde, haber yönetimi *haber yönlendirmeye*, şeffaflık *aldatmacaya*, etkileyici gündem *gizli propagandaya* ve doğruluk *çarpıklığa* evrilir (Foa 2006: 206). Spin doktorları, haber yönlendirme uzmanlığına yönelerek manipülasyon sürecini işletmektedirler.

Manipülasyonun pek çok yöntemi olduğu bilinmektedir. Haber akışını kontrol altında tutmak, insanların zihinlerini amaca uygun ideallerle doldurmak, bu yollardan en etkili olanları arasındadır (Schiller 2005: 13). Manipülasyon olgusunda spin süreci ile ilişki kurmak olası görünmektedir. Spin sürecindeki eğirme, "kamu ilişkisinin" "kamu manipülasyonuna" dönüştürülmesi eylemi olmaktadır (Erdoğan 2008: 36).

Spin sürecindeki iletişim çalışmalarında yoğun bir etkileşim olması gerektiği savunulmaktadır. Bu doğrultuda, spin sürecinin etkin düzeyde gerçekleşmesi için olayları kamuoyuna yayacak gazeteciler ve imaj manipülasyonunu gerçekleştirecek grafik tasarımcılarına değin birçok kişinin ortak çalışma içerisinde yer alması gerekmektedir (Erdoğan 2008: 36). Medyayı kullanma örnekleri, spin doktorlarının en yaygın uygulamalarından biridir. Örneğin, VNRs olarak adlandırılan sahte televizyon haberlerine, ABD'de Bill Clinton döneminden bu yana sıklıkla yer verildiği bilinmektedir. Önemli bir özellik olarak, VNRs video klipleri, geleneksel video kliplerinden ayırt edilemeyen türdendir. Genellikle bu tür video klipleri, televizyon istasyonlarında editör denetimi olmaksızın ve orijinal üreticilerinin veya sponsorlarının kimlikleri açığa çıkarılmaksızın yayına sokulmaktadır (Foa 2006: 208).

Spin döngüsünün neden olduğu en tehlikeli sonuç getiren örneklerden biri, Körfez Savaşı sürecindeki bir uluslararası halkla ilişkiler şirketinin faili olduğu gelişmelerdir. Mickey (1997: 272), Körfez Savaşı sürecindeki Amerikan müdahalesinin –kısmen- dünyanın en büyük halkla ilişkiler şirketlerinden biri olan Hill and Knowlton şirketinin stratejisi nedeniyle olduğunu açıklamaktadır. Buna göre, ABD'nin Kuveyt ve Körfez Savaşı ile teması, bir kadının yalan ifade vermesi ile gerçekleştirilmiştir (Mickey 1997: 280). Hill and Knowlton, bu yalanı gerçekmiş gibi yaygınlaştırma görevini üstlenerek Amerikan ve dünya kamuoyuna savaşa girmenin meşruluğunu göstermeye çabalamıştır. Bu olay ile gerçekleşen spin sürecindeki eğirme, gerçekliği dönüştürerek simülasyon etkisini göstermiştir.

Spin döngüsüyle biçimlendirilen iletişim uygulamaları, Grunig ve Hunt (1984) tarafından ayrılan halkla ilişkiler modellerinden, basın ajansı/tanıtım modeli biçimine uygun görünmektedir. Grunig ve Hunt (1984: 21), halkla ilişkilerin, basın ajansı/tanıtım modelinde bir propaganda işlevini yerine getirdiğini belirtmektedir. Bu modelde, uygulayıcılar, kuruluşun güvenini sıklıkla noksan, çarpıtılmış ya da yarı doğru bilgi yoluyla yayarlar. Bu bilgiye bağlı olarak, spin sürecinin basın ajans/tanıtım modeli içerisinde değerlendirilebileceği kanısına varılabilmektedir.

Bir diğer halkla ilişkiler modeli olan “iki yönlü asimetrik halkla ilişkiler” uygulayıcılarının amaçları bilimsel ikna olarak tanımlanmakta ve “basın ajansı/tanıtım” uygulayıcılarından daha çok işleve sahip olmaktadır. Bu uygulayıcılar, kuruluşun bakış açısını kabul edecek ve kuruluşu destekleyen bir yönde davranacak kamuları ikna etmek için tutumlar ve davranışlar hakkında sosyal bilim kuram ve araştırmasından yararlanırlar (Grunig and Hunt 1984: 22). Halkla ilişkiler uzmanları asimetrik modelleri kullandıklarında, adına çalıştıkları örgütün en iyisini bildikleri görüşüne sahip olmaktadır (Becerikli 2008: 183). Retorik işlevi gören asimetrik iletişim uygulamaları, spin döngüsündeki çalışmalara benzer şekilde olumsuz sonuç verebilmektedir. Grunig ve Hunt (1984: 23), iki yönlü asimetrik modelin, kuruluşun lehine “dengesiz” olduğu için asimetrik olarak adlandırıldığını belirtmektedirler. Bu modelde, kuruluş, halkla ilişkiler sonucunda değişmez; kamu tutumlarını ve davranışlarını değiştirmeye çabalar.

Spin döngüsündeki çalışmalar ile asimetrik uygulamaların büyük çoğunluğunun tek yönlü bir çıkar mekanizmasını içermek suretiyle örgütsel çıkarlara odaklandığı görülmektedir.

## 2. ARAŞTIRMA

Çalışmanın ikinci bölümü, birinci bölümdeki kuramsal bilgilerden beslenmektedir. Bu bölüm içerisinde; araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın yöntemi, araştırmanın sınırlılıkları, analiz ve analizin yorumu yer almaktadır.



## 2.1. Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Araştırma, göstergebilim metoduyla filmleri analiz etmek ve bunun sonucunda konu ile bağlantı kurmayı amaç edinmektedir. Disiplinler arası bir yapılanmaya sahip olan araştırma aracılığıyla halkla ilişkiler yerine ikame edilen etik olmayan gerçeklik üretimi çalışmalarına sinema diliyle yaklaşma yoluna gidilmektedir. Bu doğrultuda, göstergebilimsel bir perspektif kazandırma çabası, araştırmanın önemini açığa çıkarmaktadır.

## 2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, Hollywood yapımı beş sinema filmini Greimas'ın dört evreye dayanan göstergebilim çözümleme metodu ile çözümlemektedir. Analizin yorumuna geçildiğinde, sinema diliyle gerçeklik üretimi üzerine bir odaklanma gerçekleşmekte ve gerektiğinde metaforlar aracılığıyla halkla ilişkiler ile ilişki kurulmaktadır.

## 2.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, konu bakımından gerçeklik üretimi işlevine sahip etik olmayan stratejik iletişim çalışmalarını –genellikle spin etkisi, asimetrik halkla ilişkiler ve pazarlama stratejileri- tema alan ve/veya buna yönelik metafor üretilebilecek niteliğe sahip; köken olarak Hollywood yapımı filmler ile sınırlandırılmıştır.

## 2.4. Analiz

Çalışmanın uygulama bölümünde göstergebilim metodundan yararlanılarak film çözümlemesi yapılmaktadır. Çalışmada Amerikan (Hollywood) sinemasında gerçeklik üretiminin irdelenebileceği beş film, Greimas'ın "Eyleyensel Göstergebilim Çözümlemesi"ne göre incelenmektedir. İncelemesi yapılan filmler şunlardır: *Başkanın Adamları* (Wag the Dog), *Örnek Aile* (Joneses), *Zirveye Giden Yol* (The Ides of March), *Tanıdığım İnsanlar* (People I Know), *Şeytanın Avukatı* (Devil's Advocate).

### 2.4.1. Başkanın Adamları (Wag the Dog)

Amerikan politikalarına paralel üretim biçimine sahip olan filmde, siyasal krizlerin önlenmesi ya da gündemin değiştirilmesi konusunda yeni bir gerçeklik arayışının en belirgin özellikleri görülmektedir. Cinsel tacizle suçlanarak seçim öncesi ciddi prestij kaybına uğrayan ABD Başkanı, suçlamalarla ilgili karşıt politika geliştirmek adına ünlü strateji uzmanı Conrad Brean'ı görevlendirir. Brean, yardımcısı yapımcı ve yönetmen Stanley Motss ile bir araya gelerek ABD Başkanı'nı aklama politikaları üretmeye başlarlar.

Filmde, Arnavutluk ile yaşanan terör eylem haberi kurgulanarak kamuoyunun dikkati ABD Başkanı'nın özel yaşamından uzak tutulmaya çalışılmaktadır. Konuyla ilgili Asker William Schumann adında bir kahraman yaratılır. Kahraman üzerinden geliştirilen olaylarla konu, başkanın yeniden seçilmesine kaynaklık eden döngü haline getirilmektedir.

Greimas'ın "Eyletim, Edinim, Edim ve Yaptırım" süreçlerine göre filmin çözümlemesi aşağıdaki gibidir:

**1. EVRE (Eyletim / Gönderme):** Filmin giriş sekansının ilk sahnesinde, "Köpek neden kuyruğunu sallar. Çünkü kuyruğundan daha akıllıdır. Eğer kuyruk daha akıllıysa, kuyruk köpeği sallayacaktır" ifadesi yer almaktadır. Anlatıda, yönetici hâkim olduğu kitlenin kaderini değiştirecek kadar zeki ve güçlüdür göndermeyle yöneten ve yönetilen arasındaki iktidar gücü vurgulanmaktadır. Buna göre, iktidarı elinde bulunduran yöneticinin de bazen yaşanan gelişmelerle yönetilen konumuna gelebileceği ifadesi şekillenmektedir. Filmin ikinci sahnesinde bir at çiftliğinde iki jokey seçim üzerine konuşmaktadır. Daha etkin olan kişi diğerine "Derenin ortasında at değiştirilmez" söylemiyle seçim konusunda direktifte bulunmaktadır. Söylemde mevcut yönetimin devamına ve Amerika politikalarının sürekliliğine işaret edilmektedir. Seçim reklamı olarak kullanılan Beyaz Saray görüntüsüne aşağı doğru yapılan tilt hareketi ile anlatı güçlendirilmektedir. "Beyaz Saray kaç katlıdır?" sorusuna cevaben gösterilen yer altı merdivenleri, Beyaz Saray'da halının süpürülmesi ile aklama eylemini üstlenecek ana karakterin görüntüsü üretilen yan anlamlardır. Ana salonda yer alan tabloda ABD Başkanı'na yönelik skandala yapılan göndermeyle izleyicide Clinton & Lewinsky olayını anımsatıcı geçiş yapılmaktadır.



**Resim 1.** Conrad Brean / Büyük Salondan Geçişi, **Resim 2.** Beyaz Saray / Toplantı Odası, **Resim 3.** Saat Detayı / Pekin

Bay Çözüm Conrad Brean'ın toplantı odasına girmesi ile başkan adına planlanan senaryo kapsamında fikirler sıralanmaya başlanmaktadır. Odada yemek servisinin istenmemesi, ana karakterin iş disiplinine önem verdiğini göstermektedir. Bu sırada duvarda beş farklı ülkenin zaman aralığını gösteren saatler göze çarpmaktadır. Beş farklı ülke Birleşmiş Milletler'in daimi üyelerine yapılan görsel vurgulamadır. Çin'e ait saat görüntüsü ABD Başkanı'nın nerede olduğuna ve ülkenin zaman dilimine göndermede bulunmaktadır. Conrad Brean'ın talimatıyla Washington'dan Chicago'ya yapılan yolculuk, filmin zaman ve mekân birlikteliğinin uzunluğunu betimleyici zengin söylem barındırmaktadır.

**2. EVRE (Edinim / Yeterlilik & Güçlenme):** Conrad Brean, gösterişli yaşama sahip Stanley Motss'u ziyaretiyle bronzlaşma seansında görüşme gerçekleştirir. Görüşme, ABD Başkanı'nın basın danışmanına ne söylemesi gerektiği yönündedir.



**Resim 4.** Bronzlaşma Seansı

İmaj çalışmalarıyla yaratılan imgesel aktarımlar, CIA ve diğer başkan adayıyla mücadelede zaman kazanılmasını hedeflemektedir. Bu kapsamda kampanya adına şarkı ve terör tehdidi inşası için stüdyoda kurgulanan savaş ve karmaşa ortamını yaşayan insanlar gösterilir. Perde arkasından ise ABD Başkanı'nın büyük bir operasyonu başarıyla yürüttüğü izlenimi sunulmaktadır. Kampanyayı bozma girişimini üstlenen CIA karşısında üretilen hayali kahraman, bir mahkûm ve haplarla ayakta durmaya çalışan karakterdir. Karakterin eski ayakkabıları ve kıyafetine yapılan görsel aktarım toplum yapısının yeniden tanımlanmasını sağlayan tematik bir simgedir.



**Resim 5.** Eski Ayakkabılar

Bu eylemlerin ardından şarkının popüler hale gelmesi ve esir olan askerin kurtarılma planlarının başladığı üçüncü evreye geçilmektedir.

**3. EVRE (Edim / Gösterme):** Bu aşamada kampanyanın daha ciddi hale gelmesi ve seçimin kazanılması için özellikle askerin son durumu ile ilgili bilgiler ve çeşitli görseller sunulmaktadır. Ruhsal sorunları olan ve işkenceye maruz kalan askerin "mahkûm olduğu" gerçekliği kampanyanın lehine çevrilerek Amerikan basınına yansıtılmaktadır. Askerin ülkesine bayrağa sarılı olarak ölü dönmesi, Conrad Brean ve Stanley Motss'un senaryolarının başarısına temsili ifadede bulunmaktadır. Bu durum köpeğin kuyruğunun sallanması söylemiyle görselleştirilmektedir.



**Resim 6.** Cenaze ve Sallanan Köpek

ABD Başkanı'nın tahmini oy oranının medyaya taşınması, aksi yönde Stanley Motss'un yapılan tüm eylemleri medyaya anlatma tehdidi ile odadan çıkması ve Bay Çözüm Conrad Brean'ın duruma müdahalesiyle izleyici filmin sembolik çözüme girebilmektedir.

**4. EVRE (Yaptırım & Teyit Etme):** Stanley Motss'un ölüm haberiyle evinin görüntüsünün birlikte verildiği sahnede ABD Başkanı'nın seçim başarısı da sunulmaktadır. Planlanan eylemlerin ABD Başkanı lehinde neticesini izleyici yeniden okumaktadır. Bu durum, Arnavutluk'ta çıkan bombalama olayları ile konunun aynı senaryo mantığı ile devam ettirileceğine gönderme yaparak sonlanmaktadır.

Filmin diğer inceleme alanında gönderici, nesne, alıcı, özne, engelleyiciler, yardımcıları şeklinde eyleyen öğeleri sıralanmaktadır.

**Tablo 2.** Eyleyenler Analiz Tablosu

EYLEYENLER	OYUNCULAR	EYLEYENSEL İŞLEVLER
Gönderici	Başkan	Eylemi belirleyen kişi
Nesne	Skandal & Seçim	Eylemin konusu
Alıcı	Başkan	Eylemin kendisi için gerçekleştiği kişi
Özne	Conrad Brean	Eylemi yapan kişi
Engelleyiciler	Senatör John Neal & CIA, Store Owner	Eylemi engelleyen kişiler
Yardımcılar	Stanley Motts, Winifred Ames, Fad King, Johnny Dean	Eyleme yardım eden kişiler

#### 2.4.2. Örnek Aile (Joneses)

Aile, birlik, iletişim, siyaset, küreselleşme, pazarlama ve kapitalizm kavramlarının sıklıkla yer aldığı film dünyanın içinde bulunduğu sosyo-ekonomik yapıyı analizi açısından önemlidir. Filmin ilk sekansında yolculuk yapan ve ikamet edecekleri yer hakkında aralarında konuşan ailenin görüntüsü ile şirket çalışanlarının görüntüleri paralel olarak gösterilmektedir. Sosyo-ekonomik yönden yeni ikamet alanına yerleşen aile, statüyü komşularına pazarladıkları ürünlerle göstermektedir. Ailenin her bireyinin bağımsız davranması ikna unsurunu güçlendirmektedir. Film, izleyiciye gerçek ve sahte kimliklerin karşılıklı okumasını sunmaktadır.

**1. EVRE (Eyletim / Gönderme):** Yeni ikamet alanında komşusunun aileyi ziyaretiyle evre başlamaktadır. Ziyaret eylemi karakter çeşitliliğini gösteren sosyal yapıya uygun pazarlama dilinin oluşturulmasına temel çıkış sağlamaktadır. Ruh hallerinin yansıtıldığı fotoğraflarda aile üyelerinin karakter değişimlerine göndermede bulunmaktadır. İlk aylık performans analizi ana yönetici K.C'nin gelmesiyle yeniden gözden geçirilirken kişiler arası ilişkiler ve pazarlama becerileri sorgulanmaktadır. Bu süreçte "çaylak" betimlemesiyle tanımlanan ve duygusal yönü ağır basan Steve'in diğer bireyler arasındaki mücadelesi de belirginleşmektedir.



**Resim 7.** Ailenin Ev Yoluna Girişi ve Tasarımcıların Tırlarla Çıkışı, **Resim 8.** Evin İçi Cam Masalar Ve Duvardaki Fotoğraflar, **Resim 9.** Bayan K.C'nin Eve Teftişe Gelmesi

**2. EVRE (Edinim / Yeterlilik & Güçlenme):** Steve'nin içsel çatışmaları sistemin parçası olmasını gerektirmektedir. Duyguyu temsil eden Steve, mantığı temsil eden diğer karakterlerle karşı karşıyadır. Karakterlerin içsel çatışmalarını arka planda bırakıp işlerine uygun yeni sosyal yapıyı bulma çabaları öncelikleri arasındadır. Kişilerin davranışları ve giyim biçimleri pazarlama gücü itibariyle rekabeti temsil etmektedir.



**Resim 10.** Kate'nin Evde Parti Verirken Yeni Arkadaşlarıyla Tanışması, **Resim 11.** Steve'nin Giyim Odasında Kendisi İçin Hazırlanan Katalogu İncelemesi, **Resim 12.** Steve ile Will Arasındaki Pazarlamaya Yönelik İlk Konuşma, **Resim 13.** Kate ve Billy'nin Tanışması

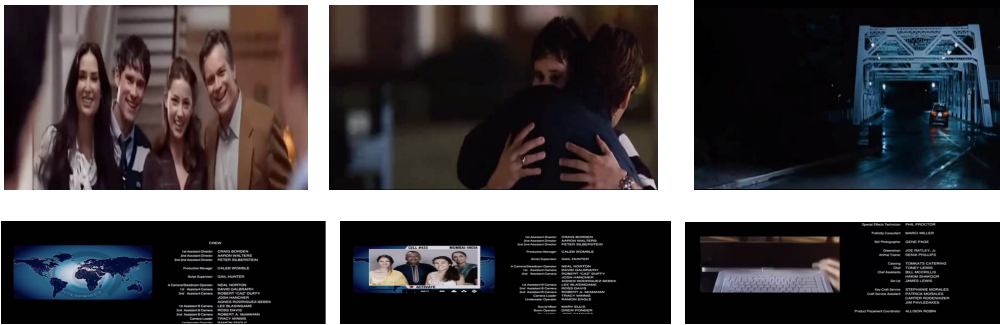
**3. EVRE (Edim / Gösterme):** Steve ile Kate arasındaki ilişkinin patron ve işçi ilişkisine dönüşümü mantığın gücüne göndermede bulunmaktadır. Steve, ekipteki rolünün farkındadır ve kimlik oluşum aşamasındadır. Will ve Billy, sosyal çevre ve pazarlama konusunda ilham alınan sosyal pozisyon pazar temsilcileridir. Mick ve Jenn ise, okul çevresinde etkin pazarlama ağına sahip olmak adına mücadele etmektedirler. Pazarlama başarısının en iyi olduğu Steve, grupta artık ikon olarak görülmektedir. Steve'in Kate'e karşı olan ilgisi, Jenn'in evli bir adam ile ilişki yaşayıp terk edilmesi, Mick'in eşcinsel kimliğinin ortaya çıkması grubun etkinliğinin zayıflamasına neden olmaktadır. Larry ve Summer Symonds arasın-

da yaşanan ekonomik krizin kötüleşmesi kişilerin kendileriyle yüzleşmelerinin başlangıcını oluşturmaktadır.



**Resim 14.** Jenn ve Erkek Arkadaşının Eşiyle Görüşmesi

**4. EVRE (Yaptırım & Teyit Etme):** Steve ile Kate arasındaki duygusal yakınlaşma ve Mick ve Jenn'in yaşadığı sorunlar ilişkilerin yıpranmasına zemin hazırlamaktadır. Kate, Mick ve Jenn yeni babaları ile başka bir yaşama adım atmışlardır. Kate'nin Steve ile buluşmasıyla birlikte kendi duygularıyla yüzleştiği bir an yaşanır. Filmin görsel sunumları ve kodlamaları karakterlerin kimlik tanımlamalarına vurgu yapmaktadır.



**Resim 15.** Kate'nin Söзде Yeni Ailesi, **Resim 16.** Steve ve Mick'in Karşılılaşması, **Resim 17.** Steve ve Kate'nin Yeni Bir Hayata İlk Adımlarını Atması, **Resim 18.** Akan Yazı ve Dünyadaki Aktif Sinyaller (Söзде Aileler), **Resim 19.** Akan Yazı ve Aktif Sinyallerden Biri (Söзде Aile), **Resim 20.** Bilgisayarın Kapatılması ve Yöneticinin Varlığı

Örnek Aile filminde eyleyenler öğelerinin sıralanıp tablo haline getirilmiş hali aşağıdaki eyleyenler çözümlemesinde ortaya çıkmaktadır:

**Tablo 3.** Eyleyenler Analiz Tablosu

EYLEYENLER	OYUNCULAR	EYLEYENSEL İŞLEVLER
Gönderici	K.C	Eylemi belirleyen kişi
Nesne	Satış & Pazarlama	Eylemin konusu
Alıcı	Kate	Eylemin kendisi için gerçekleştiği kişi
Özne	Kate, Steve, Mick, Jenn	Eylemi yapan kişi
Engelleyiciler	Henry (Steve'nin eski arkadaşı), Steve	Eylemi engelleyen kişiler
Yardımcılar	Larry, Billy, Will	Eyleme yardım eden kişiler

#### 2.4.3. Zirveye Giden Yol (The Ides of March)



Politika, en yalın haliyle bir kampanya, en gelişmiş biçimiyle de alt edebilme mücadelesine karşılık gelmektedir. Bu doğrultuda filmin adı, politikacıların seçim dönemi ve gerçekleştirilmesi planlanan suikast tarihi ile paralel tutularak, karakterlerin geçmiş zaman kimlikleri üzerinden yaratılan olay örgüsü, film anlatısını oluşturmaktadır.

**1. EVRE (Eyletim / Gönderme):** Film, ABD siyasetinde Demokrat Parti'de danışmanlık görevini sürdüren Shephen Meyers adlı bir danışman üzerinden ele alınmaktadır. Anlatı, başkanlık seçim sürecini yönetme çabası ile rakip Cumhuriyetçi Parti ve danışmanları arasındaki taktik savaşları çerçevesinde şekillenen seçim faaliyetlerine odaklanmaktadır. Vali Mike Morris ve Meyers'i bu konuda görevlendiren Paul Zara arasındaki güçlü birliğe, medyadaki önemli destekçileri olan Ida Horowicz de bilgi paylaşımları yaparak destek olmaktadır. Bu evre seçim çalışmalarının nasıl planlandığını göstermektedir. Filmin bu evresinde, ekip çalışması kadar yardımcı karakterlerin etki düzeyleri de gösterilmektedir. Danışmanların bir seçimin kaderini belirlemek kadar kendi kaderlerini de nasıl şekillendirebileceğine de göndermede bulunmaktadır.

**2. EVRE (Edinim / Yeterlilik & Güçlenme):** Demokrat Parti'nin diğer başkan adayı Senatör Pullman ve kampanya danışmanı Tom Duffy tarafından Meyers'e birlikte çalışma teklifi yapılır. Meyers'in bu kişilerle görüşmesinin ortaya çıkması davranışı sadakatsizlik olarak nitelendirilip görevine son verilir. Bu sırada kız arkadaşı olan stajyer Molly'nin Vali Morris'ten hamile kalması ve ardından intihar etmesi bu evrede gerçekleşmektedir. Bu evrede Meyers'in kendi kariyeri ile özel yaşamı arasında yaşadığı ikilemin izleyiciye aktarıldığı görülmektedir. Ana karakterin duyguları ile mantığı arasındaki çatışmalar bu bölümde belirginleşmeye başlamaktadır.

**3. EVRE (Edim / Gösterme):** Meyers, Paul ve Tom ile yeniden yüzleşirken seçimde anahtar rol üstlenen diğer Vali Thompson ile seçim kampanyası çalışmalarını sürdürmektedir. Son bir koz olarak Vali Morris'in karşısına, kız arkadaşının kürtaj ve ölüm haberiyle çıkmaya karar verir. Vali ile yaptığı görüşmede susması için hem başdanışman olarak görev yapmasını hem de Paul'un görevden alınması koşulunu öne sürer. Meyers, seçimi kazandırabileceğini, ancak bunun isteklerinin yerine getirilmesi ile mümkün olabileceğini ifade eder.

**4. EVRE (Yaptırım & Teyit Etme):** Meyers, isteklerinin yerine getirilmesi ve kendi stratejilerinin uygulanması ile başarıya ulaşır. Son sahnede başdanışman olarak kendisiyle röportaj yapılırken Sezar'ı (Vali Morris) öldürmüş, planlarını uygulamış ve kız arkadaşının intikamını alabilmiştir. Film, Morris'in "Dürüstlük önemli... Çünkü geleceğimiz buna dayanıyor" sözlerini düşündürürken, kendi varlığını bir İngiliz atasözü vurgusuyla yorumlamaya başlar: "Honesty is the best policy" (Dürüstlük, en iyi politikadır).

Filmin eyleyenler bağlamında yapılan incelemesi neticesinde eyleyen öğelerin tablodaki sunumu şu şekildedir:

**Tablo 4.** Eyleyenler Analiz Tablosu

EYLEYENLER	OYUNCULAR	EYLEYENSEL İŞLEVLER
Gönderici	Mike Morris	Eylemi belirleyen kişi
Nesne	Seçim & Kampanya	Eylemin konusu
Alıcı	Mike Morris	Eylemin kendisi için gerçekleştiği kişi
Özne	Stephen Meyers & Paul Zara	Eylemi yapan kişi
Engelleyiciler	Tom Duffy & Ida Horowicz	Eylemi engelleyen kişiler
Yardımcılar	Molly, Ben Harpen, Senatör Thompson	Eyleme yardım eden kişiler

#### 2.4.4. Tanıdığım İnsanlar (People I Know)

Film, kariyeri boyunca başarılı halkla ilişkiler çalışmaları yapan ve pek çok ünlü isimle çalışan uzmanın yaşamından kesitler sunmaktadır. Filmin ilk sahnesi yaşanmışlık ve tecrübeye dair fotoğraf kareleri ve geniş bir çevreye sahip olma konularına ilişkin göndermeler ile başlamaktadır. İçerikte, sosyal yardımlaşma adına insanlar arasında etkili bir iletişim kurulması ve adaletin sağlanmasına yönelik Eli Wurman'ın hikâyesine odaklanılmaktadır. Filmin evreleri ise şu şekilde geçmektedir:

**1. EVRE (Eyletim / Gönderme):** Bu evrede izleyici Eli Wurman'ın kariyer aşamalarıyla karşı karşıyadır. Eli, hukuk mezunu ve geçmişi başarılar ile dolu bir halkla ilişkiler uzmanıdır. Küçük ofisinde asistanı Ross ile çalışırken, yeniden ayağa kalkmak ve ırkçı siyasal olayları kendince engellemek adına organize ettiği bir yardım gecesi için gece gündüz çalışmaktadır. Özel yaşamını bir kenara bırakmıştır. Danışmanlık yaptığı tek isim olarak kalan Cary Launer için bir imaj düzenleme çalışmasına girşerek hiç tanımadığı bir televizyon yıldızı olan Jilli Hopper'i kefaletle hapisten çıkarır. Jilli ise Eli'yi hiç bilmediği bir yere götürür. Burası sadece özel müşterilere açık olan uyuşturucu ve seks partilerinin düzenlendiği bir yerdir. Eli, orada bazı eski dostlarından Elliot Sharansky'yı da görür. Bir süre sonra kendisi de uyuşturucu kullanıp otele gider. Jilli'nin otelde öldürüldüğü sırada banyo küvetinde uyuyakalıp ertesi gün şirkete dönmesi sonrasında cinayeti öğrenir. Kızın elinde bulunan bir oyuncak ise tesadüf eseri kendi cebinde kalmıştır. Bu evre, kariyeri bitme noktasında olan bir kişinin söz hakkının olmadığını gösteren bir evredir.

**2. EVRE (Edinim / Yeterlilik & Güçlenme):** Bu aşamada, kendi organizasyonuyla ilgilendiği sırada Eli, kızın ölüm anını hatırlamaya çalışır. Eli'nin yakın dostları kendisine Jilli'nin sahip olduğu bir oyuncak sorarlar. Aldığı bilgiler doğrultusunda bu kişilerin özel anlarının kaydedilip para karşılığında kullanıldığını öğrenir. Bu süreçte yakın zamanda ölen ağabeyinin eşi Victoria Gray ile buluşur.



Eli, Gray ile ilişkisinin sadece akrabalık düzeyinde olmadığını ve ilişkinin yaşanmışlıklarının olduğunu da bu evrede fark etmektedir.

**3. EVRE (Edim/ Gösterme):** Eli, önemli isimleri sosyal yardımlaşma gecesine katılmaları konusunda ısrarla bir araya getirebilmiştir. Eli, yaşamında hayalini kurduğu mutluluğa kavuşmak üzere, sevdiği kadın Victoria ile birliktelik kararını alır ve eve gitmek üzere yola çıkar. Sokakta gazeteleri incelediği sırada kimliği belirsiz bir kişi tarafından bıçaklanarak yaralı haliyle evine döner.

**4. EVRE (Yaptırım & Teyit Etme):** Eli'nin televizyon karşısında kendisinin gerçekleştirdiği başarılı organizasyon haberleri sunulmaktadır. Kamera, kanla kaplı olan zeminden kendisine yönelir ve hareket etmez. Kamera hareketi izleyiciye kişinin öldüğünü kodlamaktadır. Sahne Eli'nin buluşmak için sözleştiği Victoria'dan gelen telefon sesi ile sona ermektedir. Son evre ana karakterin radyo anonsu ile başlayan hikâyesini televizyon ile sonlandırmaktadır.

**Tablo 5.** Eyleyenler Analiz Tablosu

EYLEYENLER	OYUNCULAR	EYLEYENSEL İŞLEVLER
Gönderici	Eli Vurman & Cary Launer	Eylemi belirleyen kişi
Nesne	Yardım & Kampanya	Eylemin konusu
Alıcı	Cary Launer	Eylemin kendisi için gerçekleştiği kişi
Özne	Eli Wurman	Eylemi yapan kişi
Engelleyiciler	Cary Launer	Eylemi engelleyen kişiler
Yardımcılar	Ross, Victoria, Ünlü Arkadaşları	Eyleme yardım eden kişiler

#### 2.4.5. Şeytanın Avukatı (Devil's Advocate)

Film teması, kibir ve hırsın insan üzerindeki egemenliği ile bireysel ve toplumsal kimlik karmaşasının gerçeklik algısını etkilemeye dayanmaktadır. Hukukun önemli temsili avukatların, adaletten uzak davranmaları aşamasında karşılaşılabilecek olası durumlara odaklanmaktadır. Filmin ana karakteri Kevin Lomax, başarılı bir avukattır. Eşi Marry Ann ve annesi Alice, Kevin Lomax için oldukça değerlidir.

**1. EVRE (Eyletim / Gönderme):** Evre, "çocuk tacizi" yönünde dava ile başlar. Kevin'in kendisiyle yüzleştiği sahnedir. Başarılı bir avukat olma hâkimiyeti, suçlu olduğunu bildiği halde müvekkilinin tahliyesini elde etmesine neden olmaktadır. Haksızca alınan dava neticesinde kutlama için bara gider. Eşi ve arkadaşlarıyla olan buluşmasında bastırılmış cinsellik ve zafiyeti ilk kez burada sunulur. Bu sırada New York'tan bir hukuk bürosundan aldığı teklif sonrasında annesini ziyarete gider. Kevin'in annesi Alice, kiliseyi ziyaret eden Evangelist bir kadın olarak gösterilir. Kilisede çalınan Gospel (dini müzik) ile tanrı ve şeytanın çarpışması işlenirken, izleyiciye tanrı tarafından arındırılma iletisi verilir. Annesinin

Kevin'e çeşitli ayetleri aktarması yoluyla arınma duygusu mesajı devam eder. Bu evre, Kevin'in New York'a gitmesiyle sonra erer.

**2. EVRE (Edinim / Yeterlilik & Güçlenme):** Kevin'in yeni görev yeri New York'taki hukuk bürosudur. Mesleğini usulsüz yapan tarikat lideri kasap Moyez'in davasını üstlenmiştir. Kevin ve Moyez buluşmasında dolaptan bir dil eti çıkarılır. Etin yanında çiviler bulunur. Bu görsel, "susma ve tehdit" söylemini simgeleyen yan anlam unsurlarıdır. Bu davada da müvekkili temize çıkarma çabası bulunmaktadır.

**3. EVRE (Edim / Gösterme):** Kevin, ikinci dava üzerinde çalışmaktadır. Bu sırada eşi ruhsal çöküntü yaşamaktadır. Davayı kazanır. Gelen telefonla eşinin kiliseye gittiğini öğrenir. Kiliseye giderken arka planda beliren karışık mesajlar yazısı, onun eşi ile olan sorunlarına ve iletişim problemine göndermede bulunur.

**4. EVRE (Yaptırım & Teyit Etme):** Kevin'in hastaneden çıkması ve boş sokaklarda yürümesi ve bilinç kaybı yaşaması tanımlayamadığı bir ruh halini tasvir etmektedir. Milton ile görüşmesinde onu vurmasına karşın öldürememiştir. Kevin, hukuka aykırı duruşunun gerçeğiyle yüzleşmiştir. Yaşadığı içsel baskı Kevin'i intihara sürükler. Bu yolla şeytandan ya da kötülüğü temsil eden duygulardan kurtulacağına ve arınacağına olan inancı güçlenir. Ölümü sırasında Milton ve Kevin karakterleri yer değiştirir. Bu durum, şeytan insanın kendisidir, gerçeğinin anlatısına işaretidir. Gazetecinin şeytani kimliğe girip "Kibir şüphesiz en sevdiğim günah" ifadesiyle, çatışma ve kötü duyguların kaynağının kişinin kendisinden kaynaklandığı iletisine göndermede bulunmaktadır. Filmin eyleyensel çözümlemesi ise şu şekildedir:

**Tablo 6.** Eyleyenler Analiz Tablosu

EYLEYENLER	OYUNCULAR	EYLEYENSEL İŞLEVLER
Gönderici	Kevin Lomax	Eylemi belirleyen kişi
Nesne	Hukuk & Vicdan & Aile	Eylemin konusu
Alıcı	Kevin Lomax	Eylemin kendisi için gerçekleştiği kişi
Özne	Kevin Lomax	Eylemi yapan kişi
Engelleyiciler	Marry Ann Lomax, Eddie Barzoon, John Milton	Eylemi engelleyen kişiler
Yardımcılar	Marry Ann Lomax, Alice Lomax	Eyleme yardım eden kişiler

## 2.5. Analizin Yorumu

Araştırmanın bu bölümü, film çözümlemelerini spin etkisi ve asimetrik iletişim bağlamında yorumlamaya dayalıdır. Çalışma kapsamında seçilen beş filmin dördü, gerçeklik üretimine yönelik pazarlama, iletişim ve halkla ilişkiler çalışmalarını konu edinmektedir (bkz. 2.4.1; 2.4.2; 2.4.3; 2.4.4). *Şeytanın Avukatı*, filmin konusu yönünden diğer filmlerden ayrılmakta; ama metafor üretme açısından,

retoriğe bağlı asimetrik uygulamalarla bağlantı kurulmasına olanak vermektedir (bkz. 2.4.5).

*Başkanın Adamları (Wag the Dog)*, filminin birinci evresinde köpek ve kuyruğu bağıntısından, bir yönetim zekâsının olayları yönlendirdiğine işaret ederek, gerçeklik üretimine yönelik izleyiciye ipucu vermektedir. Film, ABD’de iki dönem başkanlık yapmış Bill Clinton’un yaşadığı Lewinsky skandalını hatırlatarak, spin döngüsüyle kurgusal gerçeklik üretiminin erişebileceği boyutlar hakkında bilgi vermektedir. Egemen güçlerin yönetme yeteneğini gözler önüne seren film, gerçek olmayan kurgusal anlatıların zihinleri manipüle edebilme niteliğine dikkat çekmektedir (bkz. 2.4.1).

*Örnek Aile (Joneses)*, çözümlemenin birinci evresinde, bir ailenin taşınma süreci ve tasarımcı firmanın ev düzenlemesi çıkışı aynı zaman diliminde gösterilir. Görsel tema, her iki yaşam tarzının pazarlama stratejilerini biçimlendirmesini vurgulamaktadır. Anlatı yapısında iknaya dayalı tüketim kültürü oluşturmada asimetrik iletişim yoluyla bir bağıntı kurmak olasıdır (bkz. 2.4.2).

*Zirveye Giden Yol (The Ides of March)* filminde, Shakespeare'nin Julius Caesar adlı eseri ile bağıntı kurularak metafor üretilmektedir. Başkanın Adamları filminde olduğu gibi, spin döngüsüne odaklanılmakta ve etik dışı siyasal iletişim çalışmalarının sonuçları açığa çıkarılarak dürüstlüğün önemine işaret edilmektedir. Film, izlerkitleyi iki yönlü simetrik iletişim modeli ile bağıntı kurmaya yönelmektedir (bkz. 2.4.3).

*Tanıdığım İnsanlar (People I Know)* yapımı, önemli siyasal figürler için başarılı halkla ilişkiler çalışmaları ortaya koyan bir uzmanın hikâyesini konu edinmektedir. Film kahramanın, başarılı sosyal sorumluluk projesi ve eylemin amacına ulaşmasını göremeden ölümüyle sonuçlanmaktadır (bkz. 2.4.4).

*Şeytanın Avukatı (Devil's Advocate)* filmi, ana karakterin jüriyi ikna kabiliyeti üzerine odaklanmaktadır. Metafor üretmek suretiyle halkla ilişkilerin asimetrik iletişim modeline uygun bir görünüm vermektedir (bkz. 2.4.5).

## SONUÇ

Halkla ilişkiler etik kodlarıyla uygulandığında, çift yönlü yarar sağlayan bir iletişim stratejisini uygulama yolunu açmaktadır. Örgüt-kamu etkileşiminde karşılıklı yarar içeren stratejik iletişim çalışmaları, demokratik toplumların gelişimine olumlu yönde etki yapmaktadır.

Yukarıda belirtilen husus, halkla ilişkilerin ideal biçimi olmaktadır. Halkla ilişkiler çalışmaları etik kaygılar güdülmeden ortaya konduğunda, örgüt-kamu etkileşimi, sonuçlarının öngörülemeyeceği tehlikeli bir boyuta taşınabilmektedir. Nitekim çeşitli örneklerde kendini gösterdiği gibi, spin etkileri, 1980’li yıllardan bu tarafa, telafisi mümkün olmayan zararlara yol açmaktadır. Bunun en çarpıcı ör-

neklerini Körfez Savaşı sürecinde küresel çapta etkisini gösteren spin uygulamalarında gözlemlemekteyiz.

Stratejik iletişim ve stratejik pazarlama çalışmaları, bireylere ve sosyal gruplara yaşam tarzlarını benimseterek, tüketim toplumu ve tüketim kültürü oluşturmak üzerine de odaklanabilmektedir. Yaşam tarzlarını pazarlamak yoluyla marka özendirici yaklaşımlar uygulanabilmektedir. Kapitalist tüketim alışkanlıklarını kazandırmak, sistemli pazarlama ve halkla ilişkiler uygulamalarıyla olası görünmektedir. Bununla birlikte, bu tür pazarlama ve halkla ilişkiler çalışmalarının toplumsal etkileri, spin etkisi kadar olumsuz yansıyabilmektedir. Çünkü bu türden uygulamalar yoluyla bireylere kendi doğrulukları dışındaki başka kişilikler aşılanarak sahte benlik üretimi gerçekleştirilmektedir.

Filmler üzerinden izleyiciye aktarılan her öykü, ister gerçekliğe dayansın isterse dayanmasın, mutlaka bir konuya dikkat çekmeye çalışır. Sinema alanının temel ögesi olan filmler içerisinde bazıları, halkın görüşünü saptamak veya onu değiştirebilmek için yapılmaktadır. Filmlerin anlatsal gerçekliği ile dış dünya üzerindeki gerçeklik eş görülmesi de bir propaganda aracı olarak sıklıkla kullanıldığından, halkla ilişkiler açısından önemli bir katkı sağlayıcı kimliğe de büründürülmektedir. Her filmin dayandığı temel nokta ve bakış açısı farklı olsa bile, içinde etkileşim bulunmaktadır. Bu etkileşim, genellikle yöneticiden yönetilene doğru aktarılırken, star sistemi çerçevesinde şekillenmiş olan Hollywood sinemasında yıldızlar üzerinden geniş kitlelere ulaştırılmaktadır. İncelenen her film, güç kavramının gerçeklik üzerinden nasıl kurgulandığına ve halkla ilişkiler uygulamalarıyla etki alanının nasıl gelişebileceğine odaklanmaktadır. Wag the Dog ve The Ides of March filmleriyle, skandalların nedenlerinden çok, örtbas edilmesi üzerine gerçeklik inşa edilirken; diğer üç filmde, çıkarlar ve vicdan arasındaki sıkışmışlık duygusu, kapitalist değerler ve evrensel politik sistemin kurallarının halkla ilişkiler teknikleriyle biçimlenmesine odaklanmaktadır.

Göstergebilim metodu, film anlatısında önem taşıyan ayrıntıların farkına varmayı sağlayan bir mekanizma olarak anlaşılabilir. Çalışma kapsamında, düz okumada görünmeyen ayrıntılar ortaya çıkarılmış; spin döngüsü ve asimetrik iletişim çerçevesinde gerçeklik üretimi olgusu işlenmiştir. Böylece etik olarak uygulanan halkla ilişkiler çalışmaları ile etik hiçbir gaye taşımayan ve sürekli eleştiri getirilen stratejik iletişim çalışmaları arasındaki farklılığın ortaya çıkarılması amaç edinilmiştir.

Sonuç olarak, etik olmayan halkla ilişkiler çalışmaları, gerçeklik üretimiyle siyasal, sosyal ve ekonomik hayatı dönüştürürken, toplumsal ve küresel etkileri istenmeyen sonuçlar doğuran ve etik halkla ilişkilerin gelişimine katkıda bulunduğu demokrasiye zarar veren bir yöne götürmektedir. Göstergebilim metodu, görünmeyen yüzü açarak "gerçek olmayan kurgusal gerçekliğin" gerçek hayat-taki gerçekliğin yerine geçerken bıraktığı izleri anlamaya yardımcı olmaktadır.

## KAYNAKÇA

Baudrillard J (2011) Simülakrlar Ve Simülasyon, O Adanır (çev.), Doğu Batı Yayınları, Ankara.

Baudrillard J (2013) Sessiz Yığınların Gölgesinde, O Adanır (çev.), Doğu Batı Yayınları, Ankara.

Becerikli S Y (2008) Kuram Ve Halkla İlişkiler: İki Yönlü Sokak mı, Çıkmaz Sokak mı?, S Y Becerikli (der.), ...Ve Halkla İlişkiler: Şeytanın Avukatlığından Arabuluculuğa; Bir Disiplinin Eleştirel Analizi, Karınca Yayınları, Ankara, 59-194.

Bitirim S (2011) Postmodernizm Perspektifinden Halkla İlişkilerde Etkinlikler & İmajlar: Halkla İlişkiler Etiğinin Değerlendirilmesi, S Y Becerikli (der.), Halkla İlişkiler Ve Reklamın Anatomisi: Eleştirel Bir Kavrayış, Ütopya Yayınları, Ankara, 119-148.

Dilenschneider R L (1998) Book Reviews: Spin Cycle, Public Relations Review, 24 (4), 557-561.

Encyclopedia of Public Relations (2005) Vol 2, R L Heath (Ed.), SAGE Publications, Thousand Oaks CA.

Erdoğan İ (2008) Teori Ve Pratikte Halkla İlişkiler, Erk Yayınları, Ankara.

Ewen S and Ewen E (2000) Channels of Desire: Mass Images and the Shaping of American Consciousness, University of Minnesota Press, Minneapolis.

Foa M (2006) Görünmez Tehlike: Spin Doktorları Medya Etik Kurallarını Nasıl Atlarlar, H Eraslan (çev.), İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi, 23, 205-210.

Grunig J and Hunt T (1984) Managing Public Relations, Belmont CA: Wadsworth/Thomson Learning.

Gündeş S (2003) Film Olgusu: Kuram ve Uygulayım Yaklaşımları, İnkılap Yayınları, İstanbul.

Hutton J G (1999) The Definition, Dimension and Domain of Public Relations, Public Relations Review, 25 (2): 199-214.

Kalender A (2008) Halkla İlişkiler: Kavramlar, Tanımlar Ve Uygulama Alanları, A Kalender ve M Fidan (eds), Halkla İlişkiler, Tablet Yayınları, Konya, 11-47.

Kıran Z (2002) Dilbilime Giriş (Dilbilgisinden Dilbilime), Seçkin Yayıncılık, Ankara.

L'Etang J (2002) Halkla İlişkiler Ve Retorik, J L'Etang ve M Pieczka (der.), Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar, Vadi Yayınları, Ankara, 189-213.

Mickey T J (1997) A Postmodern View of Public Relations: Sign and Reality, Public Relations Review, 23 (3), 271-284.

Monaco J (2001) Bir Film Nasıl Okunur Sinema Dili, Tarihi ve Kuramı, Oğlak Yayınları, İstanbul.

Mutlu E (2004) İletişim Sözlüğü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Rifat M (1996) Homo Semioticus, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Rifat M (2008) XX. Yüzyılda Dilbilim Ve Göstergebilim Kuramları: 1. Tarihçe Ve Eleştirel Düşünceler, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Saussure F de (1985) Genel Dilbilim Dersleri, B Vardar (Çev.), Birey ve Toplum Yayınları, Ankara.

Schiller H (2005) Zihin Yönlendirenler, C Cerit (çev.), Pınar Yayınları, İstanbul.

Tellan D (2009) Öteki Olarak Halkla İlişkiler, D Tellan (der.), Halkla İlişkiler: Teori Ve Uygulama, Ütopya Yayınevi, Ankara, 13-50.

Ulağlı S (2006) İmgebilim: "Öteki"nin Bilimine Giriş, Sinemis Yayınları, Ankara.

Ustakara F (2014) Küreselleşmenin Sürükleyici Gücü Halkla İlişkiler Ve Halkla İlişkileri Dönüştüren Küreselleşme, Global Media Journal TR Edition, 5 (9), 338-351.

Vos T P (2011) Explaining the Origins of Public Relations: Logics of Historical Explanation, Journal of Public Relations Research, 23 (2), 119-140.

White C and Park J (2010) Public Perceptions of Public Relations, Public Relations Review, 36 (2010), 319-324.

Wollen P (2004) Sinemada Göstergeler ve Anlam, Metis Yayıncılık, İstanbul.

### **Film kaynakçası**

Başkanın Adamları (İng. Wag the Dog), 1997, Barry Levinson.

Örnek Aile (İng. Joneses), 2009, Derric Borte.

Zirveye Giden Yol (İng. The Ides of March), 2011, George Clooney.

Tanıdığım İnsanlar (İng. People I Know), 2002, Daniel Algrant.

Şeytanın Avukatı (İng. Devil's Advocate), 1997, Taylor Hackford.