

# HALKLA İLİŞKİLERİN SAVAŞ ENDÜSTRİSİNDEKİ ROLÜ: BEN-HUR VE JAMES BOND: FROM RUSSIA WITH LOVE FİMLERİ ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Esin SERİN AKSOY  
Sakarya Üniversitesi, Türkiye  
esin.serin1@ogr.sakarya.edu.tr  
<https://orcid.org/0000-0002-7118-0702>

<i>Atf</i>	Aksoy Serin, E. (2023). "Halkla İlişkilerin Savaş Endüstrisindeki Rolü: Ben-Hur ve James Bond: from Russia with Love Filmleri Üzerinden Bir Değerlendirme". İletişim Çalışmaları Dergisi, 9 (3): 347-373.
------------	---

**Geliş tarihi / Received:** 01.08.2023

**Kabul tarihi / Accepted:** 14.09.2023

**DOI:** 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd\_v09i3003

## ÖZ

Halkla ilişkilerin savaş endüstrisindeki rolü, medya, iletişim ve algı yönetimi aracılığıyla savaş ve askeri endüstrinin toplum üzerindeki etkisini şekillendirmesi ve yönlendirmesi olarak tanımlanabilir. "Ben-Hur" ve "James Bond: From Russia with Love" gibi filmler, halkla ilişkilerin bu alandaki etkilerine ve stratejilerine dikkat çeken yapıtlardır. "Ben-Hur" filminde, savaş endüstrisinin antik Roma dönemindeki yansımaları ve etkileri gözlemlenebilmektedir. Filmde, Roma İmparatorluğu'nun güçlü bir imparatorluk propagandasının etkili bir şekilde yürütüldüğü görülmektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları, zaferleri kutlama, liderlik imajını yüceltme ve halkın desteğini sağlama konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu tür filmler, izleyici üzerinde savaşın ve imparatorluğun olumlu yönlerini vurgulayarak, savaşın meşruiyetini ve kabulünü artırma amacı gütmektedir. Öte yandan, "James Bond: From Russia with Love" gibi casusluk ve aksiyon temalı filmler, modern dönemdeki savaş endüstrisinin algı yönetimi ve halkla ilişkiler stratejilerini yansıtmaktadır.

Bu tarz yapımlarda, halkla ilişkilerin rolü, casusluk operasyonlarındaki propaganda, medya manipülasyonu ve düşman ülkelerin olumsuz temsilleri üzerine odaklanmaktadır. Filmlerde sıkça kullanılan kahraman-kötü karakter ilişkisi, savaşın gerekçeleri ve tehditlerin vurgulanması gibi unsurlar, halkın algısını şekillendirmede kullanılan yöntemlerden biridir.

Bu filmler, savaş endüstrisinin medya ve halkla ilişkilerle nasıl bir araya gelerek güçlü bir etki yarattığını gösterirken, aynı zamanda izleyicileri bu tür propagandalara ve etkilemeye karşı daha eleştirel düşünmeye teşvik edebilmektedir. Savaş endüstrisinin toplumsal etkilerini ve halkla ilişkilerin bu alandaki rolünü anlamak için benzer konuları işleyen filmlerin analizi ve değerlendirmesi önemlidir. Bu nedenle bu çalışmada halkla ilişkiler ve savaş endüstrisi arasındaki bağlam sinema üzerinden değerlendirilmiş ve 2 ayrı döneme ait 2 film seçilerek bu filmler söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu çalışmanın amacı halkla ilişkiler uygulamaları ile propaganda çalışmaları arasında benzerliklerin altını çizmek ve sinema filmlerinin içerisine yerleştirilmiş alt mesajları incelemektir. Bu çalışmanın önemi ise sinema filmlerinde kullanılan halkla ilişkiler uygulamalarının manipülatif yönüne değinmesidir.

*Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Sinema, Söylem Analizi, Propaganda*

## **THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN THE WAR INDUSTRY: A REVIEW ON BEN-HUR AND JAMES BOND: FROM RUSSIA WITH LOVE MOVIES**

### **ABSTRACT**

The role of public relations in the war industry can be defined as shaping and directing the impact of war and military industry on society through media, communication and perception management. Films such as “Ben-Hur” and “James Bond: From Russia with Love” draw attention to the effects and strategies of public relations in this area. In the movie “Ben-Hur”, the reflections and effects of the war industry in the ancient Roman period can be observed. In the movie, it is seen that a strong imperial propaganda of the Roman Empire was carried out effectively. Public relations practices play an important role in celebrating victories, promoting the

image of leadership, and gaining public support. Such films aim to increase the legitimacy and acceptance of war by emphasizing the positive aspects of war and empire on the audience. On the other hand, espionage and action-themed films such as “James Bond: From Russia with Love” reflect the perception management and public relations strategies of the war industry in the modern era. In such films, the role of public relations focuses on propaganda in espionage operations, media manipulation, and negative representations of hostile countries. Elements such as the hero-villain relationship, reasons for war and emphasizing threats, which are frequently used in films, play an important role in shaping public perception.

These films show how the war industry, combined with media and public relations, can make a powerful impact, while also encouraging audiences to think more critically about such propaganda and influence. The analysis and evaluation of such films is important in order to understand the social impact of the war industry and the role of public relations in this field. Therefore, in this study, the context between public relations and the war industry was evaluated through cinema, and 2 films from 2 different periods were selected and these films were examined with critical discourse analysis. The aim of this study is to highlight the similarities between public relations practices and propaganda studies and to examine the sub-messages embedded in movies. The importance of this study is that it touches on the manipulative aspect of public relations practices used in movies.

**Keywords:** *Public Relations, Cinema, Discourse Analysis, Propaganda*

## GİRİŞ

Halkla ilişkiler kavram kökeni olarak insanlık tarihi kadar eski ve birden fazla alanla ilişkili, oldukça basit gibi görünen fakat bir o kadar da kompleks yapıya sahip bir olgudur. İnsanların bir arada yaşamaya başlamasının meydana getirdiği iletişim ihtiyacıyla temelleri atılan daha sonra iktidar, güç, topluluklara söz geçirme ve toplulukları yönlendirme gereksinimleriyle devam eden halkla ilişkiler kavramı; sosyoloji, felsefe, iktisat, epistemoloji, siyaset, antropoloji vb. alanlarla yakından ilişkili olmakla birlikte; reklam, pazarlama, sponsorluk, lobcilik, propaganda, ikna vb. kavramları da bünyesinde toplayabilmektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları ilkel dönemlerde tek yönlü iletişim aracılığıyla propaganda, reklam, pazarlama ve

ikna temelli kullanılmış olmasına rağmen modern anlamda halkla ilişkiler uygulamaları çift yönlü bir iletişimle doğruluk, dürüstlük ve şeffaflık ilke temelleriyle işlev görmektedir.

Halkla ilişkiler uygulamaları için teorik olarak şeffaflık, dürüstlük ve doğruluk ilkeleriyle işlev göstermektedir açıklaması yapılsa da uygulamada maalesef bu ilkelere çok fazla yer verilememektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları profesyonel anlamda kullanılmaya başladığı günden bu yana güç ve iktidar sahipleri tarafından kitleleri belirli çıkarlar doğrultusunda yönlendirmek ya da kendi suçlarına ortak etmek amacıyla kullanılmıştır (Theaker, 2006).

Bu çalışmada; çalışmaya konu olan iki film üzerinden halkla ilişkilerin savaş endüstrisinde nasıl bir güce sahip olduğu incelenecektir. Halkla ilişkiler uygulamaları, filmler aracılığı ile savaşın meşrulaştırılması, düşmanın kötücülleştirilmesi ve tarafı olunan kesimin zaferini kutlamak için etkili bir yöntem olarak kullanılabilir. Bu bağlamda halkla ilişkilerin temel kavramlarından birisi olan ikna kavramı kökeni ile birlikte incelenecek, propaganda kavramı ve kavramın kökenine dair bilgiler verilecek, son olarak ise Ben- Hur ve James Bond filmleri incelenerek filmlerin alt metinlerine ve kitlelere verdiği mesajlar incelenecektir.

## **İKNA TEMELLİ HALKLA İLİŞKİLER**

Geleneksel bağlamda halkla ilişkiler insanlık tarihi kadar eski ve uzun geçmişi olan bir olgudur. Bireylerin dünya üzerinde yaşamaya başladığı zamandan bu yana kitlesel olarak birlikte yaşama, bir arada olma ve iletişime geçme ihtiyaçları yöneten ve yönetilen ilişkisini ortaya çıkarmış bu durum ise halkla ilişkileri zorunlu bir iletişim alanına dönüştürmüştür. Yöneten ve yönetilen arasındaki ilişkiyi kurmak adına halkla ilişkiler bir araç ve kanal olarak kullanılmaya başlanmıştır. (Serin, 2017, s. 1). Modern anlamda halkla ilişkilerin doğuşu ise 1900'lü yılların başını bulmaktadır. Kitleleri dikkate almadığı için kitlelerin desteğini alamayan organizasyon ve şirketlerin yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaları modern anlamda halkla ilişkiler mesleğinin doğuşuna ortam hazırlamıştır. (Asna, 2004, s. 15). Resmi kaynaklarda Halkla ilişkiler kavramını ilk defa ABD Başkanı 1807'de kongreye yolladığı bir ileti de kullanmıştır (Kazancı, 1997, s. 5). Herhangi bir kurum, kuruluş, işletme ya da daha genel bir ifadeyle örgüt ve çevresi arasında karşılıklı güven, onay, rızaya, dayalı ilişkiler kurmak

ve bu ilişkileri sürdürmek amacıyla uygulanan bilinçli, planlı ve sürdürülebilir çalışmalar halkla ilişkiler olarak tanımlanmaktadır (Biber, 2003, s. 32).

Halkla ilişkiler kavramının temel amaçlarından birisi kişi veya kitlelerle etkili iletişim kurmaktır. Bu iletişim sürecinde ise karşımıza halkla ilişkilerin temel kullanım araçlarından birisi olan ikna çıkmaktadır. İkna: Hedeflenen sonuçlara ulaşmak amacıyla, bilinçli bir şekilde insan güdülerinin manipülasyon yoluyla düşünce ve eylemlerin değiştirilmesidir. (Brembeck & Howel'den Aktaran: Madran, 2012, s. 1,2). Genel anlamda ise İkna kavramın toplumsal bir etkileme süreci olarak açıklanabilmektedir. İkna yöntemleri aracılığıyla insanlara akılcı ve simgesel yollarla bir durum, fikir, eylem veya tutum benimsetilmeye, kabul ettirilmeye çalışılır. Sosyal bir varlık olarak insan, birçok nedenden dolayı günlük hayatı boyunca sürekli bir iletişim ve etkileşim süreci içerisinde. Bilgi vermek, bilgi almak, kendini ifade etmek, yardım istemek, başkalarına duygu ve düşüncelerini anlatmaya çalışmak vb. nedenlerden dolayı belli bir yapı ve düzen içerisinde iletişim kurar (Serin, 2017, s. 2).

Halkla ilişkiler olgusu ve süreci de sosyal bilimlerin diğer disiplinlerinde olduğu gibi iletişim oluşturma sürecine bağlıdır. Kamuoyuna gönderilen mesaj ve iletilerin “halkla ilişkiler” olgusu ve ilkeleri içerisinde çalışması gerekmektedir. Kamudaki halkla ilişkiler çalışmalarının iki gerekçesi bulunmaktadır. Birincisi yönetim gücünü elinde bulduranlara yönelik kitlelerde güven teşkil etmek, ikincisi ise yeni sorunların oluşmasına engel olmak ve herhangi bir sorunun krize dönüşmesini önlemektir. Bu açıdan kamu kurum ve kuruluşları bünyesinde görev alan halkla ilişkiler olgusu iletişim sürecinin işleyişi ile benzerlik göstermektedir. Bazen siyasal iletişim aktörleri de kamuoyunu ikna etmek için halkla ilişkiler uygulamalarından yararlanmaktadır (Aziz, 2007, s. 13).

Halkla ilişkiler mesleği bir ikna ve meşrulaştırma yöntemi olarak kitle iletişim araçlarının da etkisiyle gerçekleştirdiği kampanyalarla çıkan kanlı savaşlarda ve bu savaşların devam ettiği süreçte halkın desteğini almak amacıyla sıklıkla kullanılmaktadır. (Topal, 2011, s. 166). Halkla ilişkiler olgusu günümüzde kitlelerin duyularını kabartan eylemler aracılığıyla bireyleri manipüle etmekte veya gerçekleri çarpıtarak elde ettiği bilinmezlik durumundan faydalanarak sonuçları ya da yöntemleri kötü olan herhan-

gi bir durumu insanlara kabullenmesi oldukça makul ve mantıklı bir şekilde sunabilmektedir. Halkla ilişkiler uzmanları mesleğin gereklerinden uzaklaşarak günümüz iktidar yapısının faydaları uğruna ürettiği iletişim stratejileriyle gerçekleri bireylerin öğrenmesinin önünü kapatabilmektedir. Bu süreci gerçekleştirirken de kitle iletişim araçlarından, yazılı ve görsel medya platformlarından ve sinemadan yararlanabilmektedirler. Bu manipülasyon süreci bazen bir metinde yapılan değişiklikler veya oldukça etkileyici bir film senaryosu olarak insanlara empoze edilmektedir (Neumann, 1998, s. 275).

Kitlelerin görüşlerine yön vermek isteyen halkla ilişkiler uzmanları kitle iletişim araçlarıyla bireylere ulaşan her türlü bilgiyi nasıl algılanmasını istiyorlarsa o şekilde sunmaktadırlar. Bu durum eşik bekçiliği kavramını ortaya çıkarmıştır. Lipman bu durumu “okuyucuya ulaşan her gazete bir dizi seçimin sonucudur” sözüyle açıklamıştır. (Topal, 2011, s. 167).

Halkla ilişkiler uzmanları 1940 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleştirilen başkanlık seçimleri sonunda kitle iletişim araçlarının tek başına bireyler üzerinde çok büyük etkiler yaratmadığını fark etmişlerdir. Bireyler kitle iletişim araçları aracılığıyla tanımadıkları insanlar tarafından kendilerine verilen bilgilerden çevrelerinde bildikleri ve güvendikleri insanların verdikleri bilgilere daha fazla saygı duymakta ve inanmaktadır. Bu durumda alan yazına “Kanaat Önderi/ Lideri” kavramının kazanılmasını sağlamıştır. (Mutlu, 1994, s. 122). Kanaat Önderi: Görece belli bir sıklıkta, diğer bireylerin tutum ya da davranışlarını teklifsiz olarak etkileme kabiliyetine sahip kişi veya kişilerdir. (Mutlu, 1994, s. 122). Lazarsfeld ve arkadaşları tarafından yapılan araştırmalar sonucunda iki aşamalı bir model geliştirilmiştir. Modele göre bireyler kitle iletişim araçlarından doğrudan etkilenmek yerine kitle iletişim araçlarıyla aralarında köprü görevi gören bireylerin güvendikleri bir kanaat önderi aracılığıyla etkilenmektedirler. Buradaki kanaat önderleri çok farklı sosyal statüden bireyler olabilmektedir. Eski devlet memurları, emekli askerler, toprak sahipleri, din yetkilileri, doktorlar, güçlü iş adamları vs. (Aktaş, 1996, s. 40).

## SAVAŞ PROPAGANDASI ARACI OLARAK HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler ve propaganda ilişkisine geçmeden önce propaganda kavramının kökeni ve tarihiyle ilgili birkaç bilgi vermek yerinde olacaktır. Propaganda sözcüğü Oxford sözlüğünde “bir fikre veya harekete taraf-tar kazandırmak amacıyla düzenlenen programlar bütünü” olarak geçmektedir. Sözcüğün kökeni ise Latince yeni fidanlar elde etmek amacıyla toprağa yapılan ekim anlamına gelen “propagare” kökünden evrilmiştir (Brown, 1994, s. 9). Propaganda kavramı İletişim Sözcüğünde ise “Örgütlü inandırma etkinliği, çeşitli inandırıcı araç ve yöntemlerle fikirlerin, değerlerin yayılması işi” olarak tanımlanmıştır (Mutlu, 1994:184). Propaganda kavramı sosyolojik anlamda ilk kez Katolik kilisesi tarafından kullanılmıştır. 1622 yılında Papa XV. Gregory tarafından Avrupa kilisesini bulunduğu zor durumdan kurtarmak amacıyla geliştirerek uyguladığı silahlı savaş dışı yöntemler propagandanın tarihsel anlamda gelişiminin başlangıcı olmuştur. Papa XV. Gregory o dönemde başlayan Din Savaşlarını silahla kazanamayacağını farkına vararak Protestanları alt edebilmek ve kilisenin imajını ve kiliseye olan inancı barışçıl bir yolla çözmek amacıyla kardinaller komutasından bir cemiyet kurmuş ve bu cemiyet misyonerlik faaliyetlerini kilise dışında gerçekleştirmeye başlamıştır. Papa XV. Gregory’nin kurduğu cemiyet daha sonra kamuoyunu kontrol etmek, kitleleri eyleme yöneltmek ve kamuoyunun günümüzdeki anlamda kontrol edilmesine öncü olmuştur (İnceoğlu, 1985, s. 65).

İlerleyen dönemlerde değişen dünya ile birlikte propaganda kavramı da değişiklikler göstermiştir. Bu değişim en çok propagandanın siyaset alanındaki kullanımında meydana gelmiştir. Önceleri mecbur kalındığında kendisine verilen her türlü bilgiyi kabul eden halkı yönlendirmek ve istenilen durumlarda harekete geçirmek amacıyla kullanılan propaganda; demokratikleşme ve modernleşme sürecinin getirisi olan bilinçli ya da sorgulayan vatandaş vb. olgular sebebiyle mecburi bir etki silahı halini almıştır. Propaganda kavramının tarihsel gelişim süreci incelendiği takdirde demokratikleşme süreci ile paralellik gösterdiği görülmektedir. (Aktaş, 1996, s. 41).

Propaganda kavramının tanımlarını ve kökeni incelendiği zaman kavramın temelinde etkileyici iletişimin olduğu görülmektedir. Bu durum ikna

ve halkla ilişkiler içinde geçerlidir. Propaganda, ikna ve halkla ilişkiler kavramlarını bir iletişim metodu veya tekniği olarak düşündüğümüzde kavramların temel amacının kişi ya da kitleleri etkilemek olduğu açıktır. Ancak kişi ya da kitleleri etkilemek tek başına bir çözüm değildir. Etkili iletişimden sonra kavramlar biraz daha spesifik bir alana yönelmektedir. Bu alan gerçek amaç olan hedefi bir düşünceye ikna etmek ve harekete geçirmektir. Yani belli bir kaynaktan hedef kitleye yöneltilen, tutum ve davranışı değiştirmek amacı güden tek yönlü iletişimdir. Bu durumda propaganda kavramı için etkili ve ikna edici iletişim temelli bir kavramdır diyebiliriz. (Aktaş, 1996, s. 43).

Birinci ve İkinci Dünya Savaşı, Amerika’da Halkla İlişkilerin gelişimini hızlandırmıştır. 1916’da Birinci Dünya Savaşı devam ederken, Amerikan Başkanı gazeteci bir arkadaşını Kamu Enformasyon Kurulunu kurması için görevlendirmiştir. Bu kurulun amacı, savaşı kazanmak için yurtçinde destek oluşturmaktır ve “Halkı Aydınlatma Komitesi” olarak adlandırılmıştır. Bu topluluk, basın sözcüsü ve psikolog Sigmund Freud’un yeğeni Edward Bernays ve genç bir grup tarafından yönetilerek, halkla ilişkiler mesleğinin hızlı yükselişine büyük katkı sağlamıştır (Davis, 2006, s. 36).

Halkı aydınlatma komitesinin uygulamaları, hem kamuyu aydınlatma modeliyle bilgi aktarımına odaklanmış, hem de mesajların ikna edici bir şekilde iletilmesi yönüyle çift yönlü asimetrik modellerle uyumlu özellikler sergilemiştir (Peltekoğlu, 2007, s.111). 1917 Nisan’ında Amerika, Almanya savaşı ilan ettiğinde, Bernays silahlı kuvvetlere katılmak istemiş, ancak gözlerinin zayıflığı nedeniyle kabul edilmemiştir. Bir yıl sonra (1918), Edward Bernays, George Creel’in “Kamuyu Aydınlatma Kurulu”nda görev almaya başlamıştır. Kurulun amacı, ABD müttefiklerinin moralini yükseltmek, düşmanın moralini düşürmek ve tarafsız kitleleri kazanmaktır. Bernays’ın kuruldaki görevi ise, uluslararası basın organlarına yollanacak olan Amerikan gelenekleri, eğitimi ve ekonomisiyle ilgili görsel ve bildiriler üzerinde çalışmaktır. Almanya’nın Latin Amerika’yı ekonomik açıdan etkilemeye çalıştığı bu günlerde Bernays ve diğer kurul üyeleri, Alman propagandasının altını çezecek makale ve görsellerin Latin Amerika basınına gönderilmesine yoğunlaşmışlardır (Ertekin, 1995, s. 5).

Savaş sonrasında; Bernays’ın da içerisinde yer aldığı bir grup Creel Ku-



rulu üyeleri, Amerikan Heyetinin basın ilişkilerini düzenlemek amacıyla Paris'e gönderilmiştir. Ancak, bu durum bazı kişilerce yanlış yorumlanarak kurul üyelerinin Paris'e gitme amacının bilgileri sansüre tabi tutmak olduğunu düşünmüşlerdir. Uzun çabalardan sonra Creel, Paris grubunu yaptıkları halkla ilişkiler uygulamaları yükümlülüğünden tamamen vazgeçerek dağıtmıştır. Böylece Bernays ve diğer üyeler Paris'e vardıklarında, görevlerinin sona erdiğini öğrenmişlerdir. Bu durumda Bernays, sözcüklerin güçlü bir silah olarak kullanılabileceğini kanıtlamış olsa da Creel Kurulu'ndaki deneyimi olumsuz bir şekilde sonuçlanmıştır (Ertekin, 1995, s. 5).

Savaşı desteklemek için Amerika'da sadece yönetim erkleri değil aynı zamanda özel kurum ve kuruluşlar ve diğer kamusal örgütler yoğun propaganda faaliyetlerine girişmişlerdir. Bu propaganda faaliyetleri içerisinde; sinema filmleri, reklamlar, halkla ilişkiler uygulamaları yer almaktadır. Ayrıca yapımcılar, halkla ilişkiler uzmanları, reklamcılar, tarihçiler ve sosyal bilimciler, çeşitli materyaller ve etkinliklerle halkın savaşa gönüllü katılımını sağlamaya çalışmışlardır. Halkı Aydınlatma Komitesinde görev alan uzmanlar, savaşın ardından bu komitede kullanılan yöntemleri özel şirketler için geliştirerek ve kullanmaya devam etmişlerdir (Erdoğan, 2006, s. 60).

## **HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA SAVAŞ PROPAGANDASI OLARAK SİNEMA FİLMLERİNİN KULLANIMI**

Sinema, kelime anlamı olarak, nesnelere hareketini belirli aralıklarla parçalara ayırarak bunların resimlerini saptama, ardından bu resimleri gösterici yardımıyla karanlık bir ortamda görüntü yüzeyine yansıtarak hareketi yeniden oluşturma işlemidir (Özön, 1984, s. 7). Bu tanıma göre sinema, uygulanabilir hale getirilmesi için iki aşamadan oluşur: birincisi hareket halindeki nesnelere görüntüsünün kaydedilmesi, ikincisi ise kaydedilen görüntünün yansıtılmasıdır. Sinema aynı zamanda, hareketli görüntüler aracılığıyla anlatımı sağlama sanatı olarak da adlandırılabilir. Görsel ve işitsel duyuların tek bir düzlemde birleştiği bir medya aracı olan sinemanın, global anlamda yaygınlaşan bir medya aracı olması ile birlikte kullanım amacı çeşitlenmiştir. Duygusal ve bilinçaltı düzeyine hitap ede-

rek etkisini gösteren sinema, kişilerin tutumlarını ve inançlarını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda değerlerin kökleşmesine de katkıda bulunmaktadır (Bektaş, 2000, s. 141).

1895 yılında Fransız Lumiere Kardeşler tarafından geliştirilen sinematograf aracı ile hayata geçirilen “Trenin Gara Girişi” (Louis Lumière, Auguste Lumiere, 1895) adlı film, sinema tarihinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Sinema, ilk olarak bir eğlence aracı olarak doğmuş, ancak zaman içinde büyük bir dönüşüm geçirerek hem bir iletişim aracı hem de bir propaganda aracı olarak önem kazanmıştır. Başka bir deyişle, sinema, bir yönüyle sanat, bir yönüyle endüstri, bir yönüyle de toplumsal bir güç kaynağı olan bir kitle iletişim aracına evrilmiştir (Gezmen & Gürkan, 2016, s. 202).

Sanatın ve kitle iletişim araçlarının en güçlü alanlarından biri olarak kabul edilen sinemanın, toplumsal etkilerini incelemek için bağlamını tam olarak anlamak elzemdir. Sinema, sadece boş zamanlarımızı geçirdiğimiz bir eğlence aracı değil, aynı zamanda ideolojik, sosyolojik, toplumsal ve kültürel bir fenomen olarak değerlendirilmelidir. Sinema, çoğu zaman yapımçı, yönetmen ve senaristin kişisel bakış açılarıyla şekillenmektedir. Aynı zamanda, sinema üreticileri topluma ait kültürel kodları kullanarak eserlerini oluşturmaktadırlar. Bu durum, sinemanın toplumsal bağlam içinde nasıl şekillendiğini göstermektedir. Özellikle güç sahipleri, devletin ideolojik ve baskı aygıtlarını kullanarak kendi çıkarları doğrultusunda toplumsal etki sağlamaya çalışmaktadırlar. Maddi gücü elinde tutan sınıflar, aynı zamanda insanların düşüncelerini ve algılarını da manipüle edebilmektedirler (Kazancı, 2002, s. 57).

Althusser, toplumsal yapı içinde hüküm süren egemen ideolojilerin, belirli toplumsal kesimler tarafından üretildiğini iddia etmektedir. Ayrıca, devletin sahip olduğu kontrol ve etki araçlarını iki ana kategoriye ayırarak açıklamaktadır; bunlar “Devletin İdeolojik ve Baskı Aygıtları” olarak adlandırılır. Althusser’a göre, devletler, kendi ideolojilerini korumak ve sürdürmek için hem baskı aygıtlarına hem de ideolojik aygıtlara ihtiyaç duymaktadırlar. Bu görüşten yola çıkarak, baskı aygıtları zor kullanarak, ideolojik aygıtlar ise tutum ve davranış değişikliği yoluyla kitlelere etki ederler. Baskı aygıtları, devletin fiziksel kontrolünü sağlamak için

kullanılır ve genellikle hükümet, ordu, polis, mahkemeler ve hapishaneler gibi kurumları içermektedirler. Bu kurumlar, halk üzerinde doğrudan fiziksel baskı uygulayarak, toplumsal düzenin sürdürülmesine yardımcı olmaktadır. Öte yandan, ideolojik aygıtlar daha dolaylı bir etki yaratarak insanların düşünce biçimlerini, değerlerini ve inançlarını şekillendirmeyi amaçlamaktadırlar. Althusser, bu kategoriye dinsel, eğitsel, hukuki, siyasal ve kültürel kurumları ve aynı zamanda kitle iletişim araçlarını da dahil etmiştir. Dolayısıyla sinema gibi kitle iletişim araçları, devletin ideolojik aygıtları olarak kabul edilir ve toplumun ideolojik yapısını etkileyen güçlü araçlardır (Althusser, 2003, s. 168-170). Althusser'in bu kuramı, toplumsal yapı içinde ideolojilerin nasıl üretildiği ve yayıldığı konusunda önemli bir çerçeve sunmaktadır. Sinema gibi kitle iletişim araçları, bu ideolojik işleyişin bir parçası olarak değerlendirilerek toplumun düşünsel ve kültürel yapısını etkilediği ileri sürülmektedir.

Sinema, devletin ideolojik aygıtları arasında özel bir yere sahiptir ve toplumsal değişimleri ve çatışmaları belirli ideolojik çerçeveler içinde sunma yeteneğine sahiptir. Bu nedenle sinema, toplumsal yapıda meydana gelen değişiklikleri ve çatışmaları, genellikle hükümetin veya güç sahiplerinin desteklediği ideolojik bir bakış açısıyla yansıtılabilmektedir. Bu durum ise Gramsci'nin hegemonya kavramını destekler niteliktedir. Gramsci'ye göre hegemonya; toplumda gücü elinde bulunduran azınlık egemen sınıfın, ülkedeki ana devlet kurumlarını, devlet organlarını ve kitle iletişim araçlarını elinde bulundurması, toplumdaki çoğunluğun düşünce yapıları üzerinde etkili olması anlamına gelmektedir. Egemen sınıf elinde bulundurduğu bu araçlar sayesinde, toplumda kendi düşünce yapısını inşa eder ve toplumun diğer kesimleri bu düşünce yapısını kendi düşünceleriymiş gibi benimsemeye meyilli olur. Daha basit bir ifadeyle hegemonya; toplumu yönlendiren azınlık egemen sınıfın dünya görüşü olarak tanımlanabilmektedir (Yaylagül, 2010, s. 109-110). Althusser'in DİA'ları gibi Gramsci'nin hegemonyasında da egemen sınıf ideolojilerini toplumun geri kalanına zorla değil dolaylı yoldan benimsetmektedir. Öyle ki insanlar bir süre sonunda bu ideolojilerin kendi ideolojileri olduğuna inanmaktadırlar.

Bu sebeple, sinema, toplumsal etkileri ve ideolojik rolleri ile dikkate değer bir araçtır. Hem hâkim ideolojileri yansıtan hem de farklı bakış açılarını ve

deneyimleri ifade eden bir platform olarak, toplumun tüm kesimlerine ulaşarak düşünce ve algıları şekillendirme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle sinemanın toplumsal etkilerini ve ideolojik rollerini incelemek, sadece bir sanat dalı değil, aynı zamanda bir toplumsal fenomen olarak büyük önem taşımaktadır.

Sinemanın kitleleri etkileme gücü, diğer kitle iletişim araçlarıyla kıyaslanamayacak kadar büyüktür. Sinema, şehirlerin gösterişli salonlarından uzak köylerin açık hava alanlarına kadar geniş bir izleyici kitlesine ulaşma gücüne sahiptir. Ayrıca, uygun fiyatlı ve kolay erişilebilir olması, sinemanın moral ve sosyal etkiler açısından eşsiz bir araç olduğunu kanıtlar niteliktedir (Özsoy, 1998, s. 353-354). Sinema, halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından da etkin bir şekilde kullanılmıştır; özellikle İkinci Dünya Savaşı sırasında askerleri ve sivil kitleleri etkilemek için yoğun bir şekilde sinemadan yararlanılmıştır.

Küreselleşmenin etkisiyle birlikte sinema filmleri, kültürel değerlerin aktarımı için kullanılmaya başlanmış ve özellikle 1990'lı yıllardan itibaren etkili bir kültürel yayılım silahı olarak kabul görmüştür. Güncel filmlerin propagandaya son derece elverişli olduğu da bu dönem gözlemlenen bir diğer ayrıntı olarak tarihe geçmiştir. Sinema filmleri, vatanseverlik duygularını alevlendirme, ulusal dayanışmayı güçlendirme, gereksiz iyimserliği azaltma, bir reformun uygulanması veya uygulanmaması kararını alma, iktidardaki partiye övgüde bulunma gibi amaçlarla kitlelere sunulmuş ve bu hedeflere oldukça başarılı bir şekilde ulaşmışlardır. Bu filmler, toplumsal etki ve gücüyle insanların duygularını derinden etkilemiş ve toplumsal değişimlere önemli katkılar sağlamıştır. (Bektaş, 2000, s. 141). Bu durumun bir sonucu olarak kültürel sermayenin bir ürünü olan sinema savaş endüstrisinin de bir kullanım aracı halini aldığı görülmektedir.

Scognomillo'ya göre; sinemanın sadece bir boş zaman aktivitesi değil kitleleri etkileme gücüne sahip bir araç olduğunun fark edilmesi Birinci Dünya Savaşı zamanlarına denk gelmektedir. Bu tarihlerde sinemanın toplulukları sadece duygusal olarak değil aynı zamanda fikir ve ideolojilerle de harekete geçirebileceği keşfedilmiş ve sinemanın ideolojik yönü ortaya çıkmıştır. Sinema filmlerinin konusu siyasi ve politik senaryolarla beslenerek sinema ideolojik fikirleri yayan bir araca evrilmiştir. Hitler Al-

manya'sı, Sovyet Rusya ve Amerika'da çekilen filmler bu durumun örnekleridir (Scognamillo, 2003, s. 105). Bu tarz yapımların başında: Bir Uluşun Doğuşu (Amerika) (Griffith, 1914), Potemkin Zırhlısı (Sovyet Rusya) (Eisenstein, 1925), İradenin Zaferi (Hitler Almanya'sı (Leni Riefenstahl, 1934) gelmektedir.

İkinci Dünya Savaşı boyunca Avrupa'da üretilen filmler, dönemin siyasal iktidarının ideolojisini yayma eğilimi taşıyan bir tarza dönüşmeye başlamıştır. Bu dönemin filmlerinde Altusher'in DİA ve Gramsci'nin Hegemonya kuramlarının etkisini görmek mümkündür. Savaş yıllarında, devletlerin desteklediği filmler dışında film çekmek zorlaşmış, devlet baskısı ve sansür, özgür bir sinema endüstrisinin gelişimini engellemiştir. Bu dönemde çekilen filmler, savaşın etkisiyle toplumun düşünce yapısına büyük ölçüde etki ederek, siyasal ve sosyal mesajlarını izleyicilere aktarmıştır. Ancak Amerika Birleşik Devletleri, savaştan etkilenmeyen bir coğrafi yapıya sahip olduğu için sinema endüstrisi çok güçlü hale gelmiştir. Hollywood film endüstrisi, önemli bir dönüşüme uğramış, çekilen filmlerin sayısı, oyuncuların popülaritesi ve maddi kaynaklar konusunda önemli ilerlemeler sağlamıştır. Sinema, görselliği ve işitselliği birleştirerek insanların tutum ve düşünceleri üzerinde son derece etkileyici izler bırakabilmektedir. Bu güçlü etkileşim, halkla ilişkiler uygulayıcılarını da sinemayı kullanmaya yönlendirmiştir.

## ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Sinema; etki, hayranlık ve karakterlerle veya senaryoyla özdeşleşme gibi etkileri (Adanır, 2003) aracılığıyla toplumların ideolojik, politik ve kültürel dönüşümüne neden olabilecek bir sanat dalı olarak toplulukları kendine çekmektedir. Bu davet Althusser'in "Hey, sen! Yaşananlara bir de kameranın objektifinden bak" çağrısıyla ifade edilebilmektedir. Aynı zamanda birçok ülke, sinemayı ideolojik, siyasal ve politik anlamda bir halkla ilişkiler, ikna veya propaganda aracı olarak kullanmakta ve kendi ideolojilerine uygun şekilde sinemanın yönlendirici gücünden yararlanmaktadır. Bu bağlamda sinema hedef kitleleri etkileme ve ikna etme amacı taşıyan halkla ilişkiler mesleği için de önemli bir araç olarak kullanılmaktadır.

Nitel bir araştırma desenine sahip olan bu çalışmada söylem analizi kullanılmıştır. Söylem analizi, dilin, metinlerin ve iletişim süreçlerinin toplumsal, politik, kültürel ve ideolojik bağlamlarda incelenmesini sağlayan bir analitik yaklaşımdır. Bu analiz yöntemi, söylemlerin altında yatan güç ilişkilerini, ideolojik mesajları ve toplumsal yapıları açığa çıkarmayı amaçlamaktadır. Söylem analizi, özellikle politik, medya, kültürel ve toplumsal alanlarda metinleri ve iletişim süreçlerini anlamak için sıkça kullanılmaktadır (Wiggins, 2009). Söylem analizi, dil ve iletişimin toplumsal, politik ve kültürel boyutlarına odaklanarak, metinlerin arkasındaki anlamları ve güç ilişkilerini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu analiz yöntemi, özellikle medya haberleri, siyasi söylemler, sinema filmleri ve reklamlar gibi günlük hayatta sıkça karşılaştığımız iletişim örneklerini daha derinlemesine anlamamıza ve sorgulamamıza olanak tanımaktadır (Wodak & Meyer, 2009, s. 9). Açıklanan bütün bu nedenler sonucunda bu çalışmaya en uygun yöntem olarak söylem analizi tercih edilmiştir.

Çalışmada Ben- Hur ve James Bond: From Russia with Love filmlerinden elde edilen söylemler, göndermeler ve imgeler analiz edilmiştir. Filmlerde geçen sahneler ve filmlerin alt metinleri incelenerek halkla ilişkiler uygulamalarının bir savaş propagandası olarak beyaz perdeye nasıl yansıtıldığı filmler üzerinden daha şeffaf ve net bir şekilde gösterilmeye çalışılmıştır. Ben- Hur filminin örnekleme dahil edilmesinin temel sebepleri arasında sadece siyasi ve politik değil aynı zamanda dini söylem, gösterge ve imgeleri de içeriyor oluşudur. James Bond: From Russia with Love filminin örnekleme dahil edilme sebebi ise Soğuk Savaş Döneminde Amerika ve Sovyet/Rus geriliminin izlerinin filmde çok net bir şekilde gösterilmesidir. Ayrıca araştırmanın örneklemini oluşturan bu iki filmin seçilmesinde; dönemlerinin en fazla ses getiren filmleri olması ve günümüzde bile hala izlenebiliyor olmaları dikkate alınmıştır.

### **Ben-Hur Filmi Söylem Analizi**

1950'ler, sinema dünyasında ABD-Rus geriliminin ve çift kutuplu sistemin hâkim olduğu bir dönem olarak öne çıkmaktadır. Bu dönemde ABD, Rusya veya komünist ülkeler hakkındaki algılarını ve halkla ilişkiler faaliyetlerini sadece siyasi alanlarla sınırlı bırakmamıştır. Özellikle Sovyetlerin, uzay bilimlerinde ve teknolojiye ilerlemiş olmaları ABD gözünde

komünizmin “canavarlık ve canavarlarla” özdeşleştirilmesinin ve uzaylı konusu üzerinden Rusya’yı bir tehdit olarak lanse etmesinin önünü açmıştır (Lean, 2015, s. 74-75). Bu dönem filmlerinde, sadece politik, askeri ve ekonomik olgular değil aynı zamanda dini olgulara da yeni boyutlar kazandırmak amacıyla, dini temsillerin kullanıldığı senaryolarla Araplar üzerinden Müslümanların eleştirildiği ve farklı bir şekilde yansıtılmaya çalışıldığı açıkça görülmektedir. Aşağıda; 1950’lerde bu tarz filmlere örnek verilebilecek bir yapıt olarak Ben-Hur filminin incelemesi mevcuttur.

Ben-Hur, 1959 yapımı yönetmenliğini William Wyler’in üstlendiği, 3 saat 32 dakikalık epik bir film olarak karşımıza çıkmaktadır. Film, Lew Wallace’ın Ben-Hur: A Tale of the Christ adlı romanından uyarlanmış ve görsel ve duygusal açıdan etkileyici bir anlatı sunmuştur. İçerisinde En iyi erkek oyuncu, en iyi müzik gibi kategorilerinde bulunduğu 10 farklı dalda Oscar, BAFTA ve Altın küre ödüllerine layık görülen Ben-Hur filminin ana hatlarıyla incelemesi şu şekildedir:

“Ben-Hur” filmi, Roma’da Hz. İsa’nın doğumuyla başlayıp çarmıha gerilmesiyle sona eren dönemde, Kudüs’ün Judea kasabasında yaşayan aristokrat sınıfa ait Ben Hur ailesinin oğlu Judah ve diğer fertlerinin başından geçenleri anlatmaktadır. Film, Yahudilerin Kudüs’e zorunlu göçüyle başlamakta ve Hz. İsa’nın doğumuyla devam etmektedir. Filmin son sahnesinde ise Hz. İsa’nın çarmıha gerilmesi gösterilerek kapanış yapılmıştır. Judaea (Filistin), filmin başlangıcında huzurlu bir Kudüs yerleşimi olarak lanse edilmiştir. İlerleyen sahnelerde Roma lejyonlarının bölgeye gelmesi ve bölgeyi hâkimiyet altına alması filmde halkı rahatsız eden bir durum olarak gösterilse de Judea halkı Roma lejyonlarına sorun çıkarmayan bir topluluk olarak resmedilmiştir.

Roma Lejyonunun başına Judah’ın çocukluk arkadaşı Messala atanmıştır. İlk başta Judah, bu atamadan dolayı sevinç duysa da, zamanla Roma Messala’yı değiştirmiş ve bağlılığı Roma Kralına geçmiştir. Messala, bölgedeki yönetimi istemeyen halkı bildirmesi için Judah’a muhbirlik teklif eder, ancak Judah bunu kabul etmez. Bir geçiş töreninde yaşanan kaza sonucunda Judah, yanlışlıkla valinin başına düşen bir kiremit parçasının atıcısı olarak suçlanır ve ailesiyle birlikte tutuklanır. Judah, üç yıl süren kürek mahkûmluğundan sonra Hz. İsa’nın tebliğ yapmaya başladığı dönemde

memleketine geri döner.

Filmin temel hikayesi ve olay örgüsü kabaca yukarıda anlatıldığı gibidir. Ancak sinemada hikâye ve anlatımlar kültürel ve ideolojik kurallar çerçevesinde izleyici kitlesine sunulmadan önce yeniden üretilmektedir. Hikâyenin anlatım şekli anlatıcının konuya bakış açısını yansıtmaktadır. Anlatıcının bakış açısını dekorlarda, kurguda, oyuncularında ve çerçevelemede görebilmek mümkündür (Adanır, 2003, s. 55-56). Ben-Hur filminin siyasi ve dini bir anlatım biçimi bulunmaktadır. Filmin içerisinde geçen önemli mesajlar ve izleyici kitlesine empoze etmeye çalıştığı bakış açıları dikkat çekmektedir. Filmde, Michelangelo'nun «Âdem'in Yaratılışı» tablosundaki parmakların birbirine değdiği kısmın belirli anlarda gösterilmesi, Judah'ın esir alındığı kasabadan geçerken Hz. İsa'nın ona su vermesi bir "yeni doğuş" göndermesi olarak kullanılmıştır.

Filmde aynı zamanda Yahudi propagandası ve Arapların aşağılandığı sahneler yer almaktadır. Filmde Araplar, Yahudiler gibi olumsuz bir bakış açısıyla tasvir edilmektedir. Bu tasvirler Oryantalist (Şarkiyatçı) bir perspektifle ele alındığında, oldukça stereotipik bir şekilde betimlenen bu topluluklar, kaba, çok eşli, rahatına düşkün ve aşırı zengin bir yaşam biçimine sahip olarak anlatılmaktadır (Wallerstein, 1997, s. 76-77).

Filmin tematik özellikleri ise şu şekildedir;

- 1. Hikaye ve Temalar:** Film Yahudi soylusu Judah Ben-Hur'un (Charlton Heston) trajik hikayesini anlatmaktadır. Arkadaşı Mes-sala (Stephen Boyd) tarafından ihanete uğrayan ve Roma galley gemilerinde köle olarak çalışmaya mahkum edilen Judah, intikam duygusuyla doludur. Hikaye kişisel intikam ve bağışlama, dostluk ve düşmanlık, inanç ve insanlık gibi evrensel temaları ele almaktadır.
- 2. Karakter Gelişimi:** Ben-Hur'un karakter gelişimi filmde merkezi bir öneme sahiptir. Para ve güç sahibi bir soylu olarak başlayan Judah, acımasızca hapse atılmasının ardından kölelik ve zorlu çalışma koşullarıyla yüzleşmiştir. Bu zorlu deneyimler onu intikamdan çok, bağışlama ve insancıl değerlere yönlendirmiştir.
- 3. Yapım Değerleri:** Ben-Hur, döneminin en büyük ve en pahalı prodüksiyonlarından biridir. Filmin bütçesi 15 milyon dolar olarak kayıtlara geçmiştir. Filmdeki Roma İmparatorluğu zafer alayı sahnesi



ve ünlü Roma arena yarışı, sinema tarihinin unutulmaz sekansları arasında yer almaktadır. Ayrıca, filmin kostüm tasarımı ve görsel efektleri de dönemine göre oldukça dikkat çekicidir.

4. **Performanslar:** Filmdeki oyunculuklar oldukça etkileyicidir. Charlton Heston, Judah Ben-Hur rolünde olağanüstü bir performans sergilerken, Stephen Boyd'un canlandırdığı Messala karakteri de oldukça dikkat çekicidir. Ayrıca, Hugh Griffith'in rahip rolündeki performansı da övgüye değer bulunmuştur.
5. **Hristiyan Temalar:** Filmde, Hristiyanlık sembolizmi ve Hz. İsa'nın öyküsü belirgin bir şekilde vurgulanmaktadır. Ben-Hur'un çarmıha gerilme sahnesi, filmin en etkileyici anlarından birisi olarak kabul edilerek bağışlama ve merhametin gücüne vurgu yapmaktadır.
6. **Etnik ve Dini Temalar:** Filmin ana karakteri Judah, Yahudi soylu bir karakter olarak tasvir edilmiştir ve filmde önemli bir rol oynamaktadır. Judah, kölelikten kurtulup Romalılarla ve kaderiyle mücadele eden güçlü bir karakter olarak tasvir edilmiştir. Filmin başından sonuna kadar ana karakter olarak odaklanılan Judah, olumlu bir kahraman olarak sunulmuştur ve izleyicide sempati uyandırmaktadır. Öte yandan, Arap karakterler filmde yardımcı veya yan karakter olarak yer almış ve genellikle arka planda bırakılmışlardır. Filmde Arap karakterler, araba yarışı sahnelerinde yarışçılar olarak gösterilmiş ve etnik kimlikleri arka plana atılmıştır. Arap karakterlerin gelişimi ve arka planı, Yahudi karakterler kadar detaylı bir şekilde işlenmemiştir.
7. **Film ve Toplumsal Bağlam:** Ben-Hur, 1950'lerin sonlarında ve 1960'ların başlarında, dini ve ahlaki temaların ön plana çıktığı bir dönemde yapılmıştır. Bu nedenle film, o dönemin izleyicileri arasında büyük bir etki yaratmıştır. Ben-Hur filmini Hristiyanlık temaları ile insanlık değerlerinin ön plana çıkarıldığı başarılı bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirmek mümkündür.

### **James Bond: From Russia with Love Filmi Söylem Analizi**

1960'lı yıllar, Amerika'da hala devam eden Rus tehdidinin yaşandığı ve sinemada aksiyon-macera serisi olan "Bond" furiasının başladığı yıllar olarak karşımıza çıkmaktadır. Politik düzlemde Sovyet/Rus-ABD gerginliğinin devam ettiği dönem olan bu yıllarda casusluk filmleri ön pla-

na çıkmıştır, ki bu durum pek şaşırtıcı değildir. Aynı zamanda, Vietnam Savaşı gibi önemli siyasi ve politik olaylar da yaşanmaktadır. Sovyetlerin-Rusların teknolojik ve ekonomik faaliyetleri de devam etmektedir. 60'lı yıllar, işçi hareketinin ve sosyalizmin tırmanış gösterdiği yıllar olarak öne çıkmaktadır. Örneğin; Almanya Berlin Duvarı ile ikiye ayrılmış ve Türkiye'deki üniversitelerde sosyalist tabanlı öğrenci olayları yaşanmıştır. Bu sosyalist olaylar sadece Türkiye ile sınırlı kalmayıp Asya'da da önemli gelişmelere yol açmıştır. ABD'nin Asya'da yürüttüğü savaşlar, temel olarak komünizm tehdidinin artmasına karşı aldığı önlemlere dayanmaktadır.

ABD açısından ise 1960'lı yıllar, Amerika merkezli uzay teknolojileri alanında ilerlemelerin kaydedildiği bir dönem olarak görülmektedir (Bernasconi, 2015). Bu dönemde uzay yarışı önemli bir konudur ve Amerika'nın uzay teknolojilerindeki başarıları göze çarpmaktadır.

1963 yapımı olan filmin yönetmenliğini Terence Young yapmıştır. Bond serisinin ikincisi olan filmin başrolünü ise ilk filmde de oynayan Sean Connery canlandırmıştır. 1 saat 50 dakika süren filmde Bond karakteri Ian Fleming'in aynı isimli kitap serisinden uyarlanmıştır. James Bond: From Russia with Love filminin ana hatlarıyla incelemesi şu şekildedir;

Filmde yer alan oryantalizm teması henüz film başlamadan akan jeneriğe bile işlenmiştir. Jenerik dansözlerin üzerine yansıtılan yazılarla akmakta ve film bu şekilde başlamaktadır. Bu sahneden de anlaşılacağı üzere film henüz başlarken hedefteki ülke olan Rusya bile Batı için Doğulu bir ülke imajına sahip mesajının verildiğini yorumlamak mümkündür. Farklı bir perspektifle bakıldığında, filmin neredeyse tamamının İstanbul'da geçtiği de göz önüne alındığında, bu sahnenin aslında Rusya yerine Türkiye'ye atıfta bulunabileceği yorumu da yapılabilir. Bu durum, filmdeki mekân ve atmosferin özellikle Türkiye ile ilişkilendirilmesiyle desteklenmektedir.

Filmin ana konusu Ruslar da bulunan şifre çözücünün bir şekilde ele geçirilmesidir. Ancak SPECTRE (Special Executive for Counter-intelligence, Terrorism, Revenge, and Extortion /Karşı İstihbarat, Terörizm, İntikam ve Şantaj için Özel Yürütme) adı verilen bağımsız bir örgüt devreye girerek İngilizler ile Ruslar arasında bir çatışma çıkarmak ve şifre çözücüyü ele geçirip tekrar satmak istemektedir. Bu görev için İngilizler Bond'u

görevlendirirken, SPECTRE bir Rus ajanı olan Tatiana Ramonova'yı görevlendirmiştir. Hem Bond hem de Romanova, İstanbul Rus Büyükelçiliği'nde muhafaza edilen makinayı almak için İstanbul'a gelirler. Bir dizi aksiyon sahnesinin ardından Bond makinayı alarak Avrupa'ya doğru yola çıkar. Yanında bir de kadın vardır. Bu kadın ise Rus elçiliğinde çalışan vatansever ajanlardan birisidir ama Bond'a aşık olmuştur ve görevinde Bond'a yardım eder. Bu sahne filmde Rus ajanlarının ülkesine ihanet ettiği ilk sahne değildir. Filmde Rus ajanlarının ihanetleri sahne aralarına sıkıştırılarak Sovyet-Rus ülkesine vatandaşlarının bile bağlılıklarının tam olmadığı algısı verilmeye çalışılmıştır. Bir dizi olaydan sonra düşmanın Venedik'te sıkıştırdığı Bond, düşmanını alt ederek görevini başarı ile yerine getirmiş olur.

Çok fazla alt metin içeren filmin gayet başarılı bir diyalog sistemi bulunmaktadır. Replikler özenle düzenlenmiştir ve zekice mesajlar içermektedir. Özellikle olayın büyük bir kısmının İstanbul'da geçiyor olması dikkat çekicidir ve bir o kadar dikkat çekici olan diğer bir husus ise oluşturulan İstanbul algısıdır. İstanbul sanki Arap ülkelerinden bir şehir gibi yansıtılmaktadır. Binaların içi hep sütunludur ve duvarlardaki resimler Arap kültürünü anımsatmaktadır. Dikkat çeken bir diğer nokta ise camilerdir. Filmin İstanbul'da geçen sahneleri boyunca sık sık camiler gösterilmektedir. Ezan sesi verilmektedir ve İstanbul bakımsız, fakir bir şehirmiş algısı oluşturulmaya çabalayan görseller bu bölüme hâkimdir. Bu sahnelerde verilmek istenen mesaj ise Türkiye'nin bir Orta Doğu ülkesi olduğu ve İstanbul'un eski görkemini kaybettiği olarak yorumlanabilmektedir. Bond'un İstanbul'da Kerim adında Türk bir dostu vardır. Bir halıcı dükkânı olan Kerim gizli işlerle uğraşmaktadır. Bond gibi özel kişilere yardım etmektedir. Kerim sayesinde Rus Büyükelçiliği'nin altına bir bomba yerleştiren Bond bu bombanın patlaması sonucunda makinayı çalabilir. Kerim'in yeraltı tünellerine ve gizli geçitlerine hâkim olması dikkat çekicidir, İstanbul'da yaşayan sıradan bir halıcının tüm İstanbul'un gizli yerlerini bilmesi ve bu yerleri bir İngiliz ajanına göstermesi Türklerin gizli işler çevirmeyi ve İngilizleri sevdiği mesajını iletmektedir. Özellikle Yerabatan Sarnıcı henüz restore edilmemişken çekilen filmde bu alana da oldukça fazla yer verilmekte ve buranın Constantin tarafından yapıldığı Kerim'in ağzından izleyiciye anlatılmaktadır. Bu diyalogun alt metninde Türklerin Bizans'tan kalan eserlere iyi bakmadığı mesajı iliş-

tirilmiştir. Bir diğer dikkat çeken diyalog ise Kerim'in Türklerle Rusların günlük rutinlerle birbirlerini gözaltında tutmayı başardıklarını söylediği sahnedir. Yani Rus ajanlarla Türk ajanlar birbirlerinin farkındadır ama karşılıklı bilinme ve faaliyetler birbirlerini kontrol etmelerine imkân sağlamaktadır. Burada Türklere de Ruslara da verilmek istenen mesaj Türkler İngilizlerin dostudur ve bu doğrultuda Amerika'nın da dostu olmaktadır mesajıdır. Bu durum Soğuk Savaş'ın filmlere yansıyan yanlarından biridir. Ayrıca Rus- Bulgar ortaklığı da filmde değinilen diğer bir noktadır.

Film baştan sona ilginç bir kurgu yapısına sahiptir. Bu yapılardan bir diğeri ise Kerim'in Bond'u, çingene dostlarının yanına götürdüğü sahnedir. İstanbul'daki çingene algısı oldukça farklı işlenmiştir. Zira bu sahnelerde neredeyse şehir hiç gösterilmez ve kırsalda olan çingeneler çadırlarda yaşamaktadırlar. Bu durum İstanbul'un normaliymiş gibi bir izlenim oluşturmaktadır ve bu çingene yerleşiminde de oryantalist izler kendini göstermektedir. Uzunca süre Arap ezgilerinin yer aldığı bir müzikle dansöz oynatılır. Batılı gözünde Türk imajı bu şekilde inşa edilmeye çalışılmaktadır. Türklerle ilgili negatif bir algı oluşturan bir diğer nokta ise Kerim'in Bond'a söyledikleridir: "*Çingene dostlarınızı seveceksin. Rusların Bulgarları kullandığı gibi onları kullanıyorum!*" Burada Türklerin Çingenelere karşı samimi olmadıkları vurgusu yapılmıştır. Bu durum ise hem toplumsal hem de uluslararası alanda güvensizliği ortaya çıkarabilmektedir. Ayasofya sekansı da dikkat çeken kısımlar arasındadır. Bond bir Rus ajanını takip ederken Ayasofya'nın içine girer. Rehber Ayasofya hakkında bilgi verirken iki dikkat çekici konuya değinir. Biri; sütunlardan ikisinin Mısır'dan çalıntı olduğudur, diğeri ise; Bergama'dan getirilen oldukça büyük bir su vazosunun Sultan III. Murat tarafından abdest almak için kullanıldığıdır. Ayasofya, İstanbul'un en ünlü ve tarihi yapılarından biridir. İlk olarak Bizans İmparatoru I. Justinianus tarafından 6. yüzyılda kilise olarak inşa edilmiştir. Daha sonra Osmanlı İmparatorluğu döneminde camiye çevrilmiş ve günümüzde müze olarak kullanılmaktadır (Öztürk, 2003). Bu cümlelerin alt metnine bakıldığında Türklerin sahiplendikleri eserlerin kendilerine ait olmadığı başka kültürlerden çalıntı olduğu mesajının verildiği görülmektedir. Bergama ise, antik dönemde önemli bir sanat merkezi ve birçok değerli sanat eserinin üretildiği bir alan olarak tarihi kayıtlara geçmektedir. Sultan III. Murat'ın böyle bir vazoyu abdest almak için tercih etmesi, Osmanlı padişahlarının sanat eserlerinin kıymetini bilmediği alt

metnini izleyiciye vermektedir.

Filmin tüm bu alt metinleri, Soğuk Savaş döneminin etkilerini ve siyasi mesajlarını yansıtmaktadır. İstanbul'un oryantalist bir bakış açısıyla sunulması ve Türklerin Amerika'nın dostu olduğu vurgusu, dönemin politik atmosferine gönderme yapmaktadır. Bu tür aksiyon dolu filmler, o dönemin kültürel ve politik gerçeklerini izleyiciye istedikleri gibi yansıtmak için etkili bir araç olmuştur.

Filmin tematik özellikleri ise şu şekildedir;

- 1. Hikaye ve Temalar:** Film, bir şifre kırıcı için Sovyet ve İngiliz ajanı arasında geçen olayları konu edinmektedir. İki ajanın etrafında dönen entrika, casusluk ve ihanet temaları, aksiyon dolu bir hikaye olarak sunulmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrası Soğuk Savaş döneminin gergin atmosferi, filmdeki temalara önemli bir zemin sağlamaktadır.
- 2. Karakter Gelişimi:** Filmde karakter gelişimi Bond karakterinden ziyade Rus ajanları üzerinden anlatılmaktadır. Bond'un cazibesine kapılarak ülkesine ihanet eden ajanlar filmde dikkat çeken unsurların başında gelmektedir.
- 3. Yapım Değerleri:** Filmin bütçesi 2 milyon dolar olarak kayıtlara geçmiştir. Film, döneminin görsel ve ses tasarımı açısından oldukça başarılıdır. İstanbul'u eski, bakımsız ve egzotik bir alan olarak tasvir etmesi, gizemli casus ekipmanları ve çekici Bond kızları, filmdeki atmosferi zenginleştirmektedir. Ayrıca, filmdeki müzik ve tema şarkısı da James Bond serisinin ikonik bir parçası haline gelmiştir.
- 4. Performanslar:** Sean Connery, "From Russia with Love" filmindeki performansı ile James Bond karakterine ikonik bir şekilde hayat vermektedir. Bond'un çekici ve soğukkanlı kişiliği, filmde ön planda tutulur. Aynı şekilde, Romanova'yı canlandıran Daniela Bianchi'nin performansı da dikkat çekicidir. Filmde ayrıca Ernst Stavro Blofeld ve Rosa Klebb gibi unutulmaz kötü karakterler de yer almaktadır.
- 5. Etnik ve Dini Temalar:** Filmin İstanbul'da geçen kısmı boyunca sıklıkla camilere ve ezan seslerine yer verilerek şehrin dini yapısının ve oryantalizmin altı çizilmiştir. Ayrıca film içerisinde Çingene, Bulgar, Rus ve Türkler üzerinden etnik yapı göndermeleri ya-

pılmış ve genel olarak bu etnik sınıfa dahil insanların açıktan veya gizli bir şekilde İngilizlere dolayısı ile de Amerikalılara hayranlık duydukları alt metinlerle verilmeye çalışılmıştır.

- 6. Soğuk Savaş ve Politik Bağlam:** Film, Soğuk Savaş döneminin etkisini taşımakta ve Rus-Sovyet düşmanlığı üzerine odaklanmaktadır. Filmdeki casusluk ve entrikalar, o dönemin politik atmosferini yansıtarak James Bond'un hedeflerini ve görevlerini belirlemektedir. Ayrıca filmin büyük bir kısmının Türkiye'de geçmesi, Türkiye topraklarında hem Rus-Sovyet hem de İngiliz ajanlarının rahatlıkla operasyon yapabilmeleri, Bond'un bir Türk arkadaşının olması gibi enstantaneler Türkiye'nin Soğuk Savaş Döneminde düşman olan iki ülkenin de rahatça operasyon yapabildikleri bir bölge olduğunu empoze etmektedir.

## SONUÇ

Her ne kadar halkla ilişkiler ve propaganda kavramları farklı kavramlarmış gibi görünseler de gerçekte birbirlerine birçok yönden benzer ve oldukça yakın kavramlardır. İki kavramda uygulama alanlarında Altussher, Gramsci, Mark, Zizek gibi kuramcıların yöntemlerinden yararlanmaktadırlar. Halkla ilişkiler uygulayıcıları çoğu zaman halkla ilişkiler uygulamaları yürütürken farkında olarak ya da olmayarak propaganda tekniklerini kullanmaktadırlar. Halkla ilişkiler uygulamalarında olması gereken şeffaflık ve dürüstlük ilkesi bazı zamanlarda işverenlerin çıkarlarıyla çatışmaktadır ve bu durumda halkla ilişkiler uygulayıcıları işverenlerinin çıkarlarını korumak amacıyla farklı yöntemleri tercih etmek durumunda kalmaktadırlar. Bu yöntemler bazen müşteri veya hedef kitlelerden bilgi saklamak, çarpıtılmış bilgiler vermek ya da insanları farklı bir alana yönlendirmek şeklinde olabilmektedir. Profesyonel halkla ilişkiler uygulayıcıları halkla ilişkiler uygulamalarının her döneminde bu tarz yöntemleri kullanmışlardır. Halkla ilişkiler yöntemleri kullanılarak topluluklar manipüle edilmiş ve yönlendirilmişlerdir (Peltekoğlu, 2007).

Hitlerin Birinci Dünya Savaşın da radyonun etkisini fark etmesiyle İkinci Dünya Savaşın da radyo ve sinema gibi kitle iletişim araçları savaş endüstrisinin en etkili silahları olmuş ve ülkelerin yayılmacı politikasını çok başarılı bir şekilde gerçekleştiren uygulamalara evirilmişlerdir. Kültürel sermayenin bir ürünü olan ve bazı kesimlerce "mekanik üretimler oldu-

ğu için kitleleri etkileme gücü bulunmadığı” iddia edilen sinema filmleri geçmiş dönemde de günümüzde de kitleleri ikna etmek, manipüle etmek ve bazı ideolojileri yaymak amacıyla sıklıkla kullanılmışlardır (Arnheim, 2002). Özellikle Hitler Almanya’ında çekilen filmlerin getirdiği etkili ve teknik başarılarla savaş farklı bir arenaya taşınmıştır. Hitlerin çekilmesini istediği bütün filmlerde yoğun bir şekilde propaganda teknikleri kullanılmış ve Alman askerlerinin moralleri uzunca bir süre yüksek tutulmuştur. Bu uygulamaların ne kadarı halkla ilişkiler uygulamaları ne kadarı propaganda faaliyetidir birbirinden ayırmak oldukça zordur. Bu durum sadece Hitler sineması için geçerli değildir özellikle 1950 yılı ve sonrasında Hollywood’un savaş filmleri yapmaya başlamasıyla dünya üzerinde yapılan kanlı savaşların ortamı değişmiş, kanlı savaş meydanları yerini kansız ama görece daha etkili olan beyaz perdeye bırakmıştır. Savaş zamanlarında etkililiğini ve gücünü ispat eden sinema savaş sonrasında da emperyalizm, güç, gösteriş, kitleleri manipüle etmek gibi alanlarda kullanılmaya devam etmiştir. Özellikle yeni dünya gücü Amerika, düşmanlarını beyaz perde de neredeyse tüm insanlığa göstermek istediği şekilde lanse etmiştir. Bu yeni savaş alanı eskisine göre o kadar etkilidir ki Amerika’nın düşmanı olan ülkeler tüm dünya insanların gözünde olduklarından çok farklı şekillerde resmedilmiştir. Öyle ki Orta Doğu ve Türkler barbar, fakir, kadın düşmanı, terörist olarak lanse edilirken, Amerika hayallerin ülkesi, teknolojinin ve demokrasinin merkezi, insanların değer gördüğü muhteşem bir yer olarak tasvir edilmiştir (Başaran, 2007). Bu tasvirleri James Bond: From Russia with Love filminin açılış sahnesi ile birlikte filmin Türkiye’de geçen tüm sahnelerinde görmek mümkündür. Aynı şekilde Ben-Hur filminde de Müslümanların sadece atlı arabaları süren, sahnenin ve toplulukların arkasında kalan ikinci sınıf insan(mış) gibi tasvir edilmesi de bu durumun örneklerinden bir diğeridir.

Bu çalışmaya konu olan iki film de halkla ilişkilerin savaş endüstrisindeki gücü vurgulanmıştır. Halkla ilişkiler, savaşın meşrulaştırılması, düşmanın kötü temsili ve içerisinde bulunduğumuz tarafın zaferini kutlamak için etkili bir araç/silah olarak kullanılabilir. “Ben-Hur” ve “James Bond: From Russia with Love” gibi filmler, beyaz perdenin ve popüler kültürün gücü aracılığıyla ideolojik, dini ve siyasi mesajları kitlelere iletmede ve toplulukların bakış açısını şekillendirmede kullanılabilir. Ancak bu filmler bizlere halkla ilişkilerin gücünün savaş endüstrisinde nasıl manipü-

latif bir şekilde kullanılabilceğini göstermektedir. Sinema ve propaganda ile birleşen halkla ilişkiler uygulamaları, savaşın gerçek maliyetlerini, insan kayıplarını ve yaşanan yıkımları örtbas etmek için de kullanılabilir. Bu nedenle, halkla ilişkilerin savaş endüstrisindeki rolü sadece tanıtım değil, aynı zamanda propaganda ve manipülasyon kavramlarıyla da iç içe geçmiş durumdadır. Ayrıca geçmişten günümüze kadar uygulanan halkla ilişkiler yöntemlerinin hiçbirinin sinemada aracılığıyla elde edilebilecek etkiyi yaratıp yaratamayacağı da ayrı bir çalışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu araştırmaya konu olan filmlerin incelemelerinden de görülebileceği üzere, halkla ilişkilerin savaş endüstrisindeki rolü karmaşık ve çok yönlüdür. Bu rolü anlamak, savaş ve siyasetin nasıl şekillenebileceğinin ve toplumların nasıl etkilenebileceğinin anlaşılmasına da yardımcı olabilmektedir. Bu çalışmada bahsi geçen filmler ve bu filmlere benzeyen binlerce başka yapımların bu gücün nasıl kullanılabilceğini ve savaşın birçok yönünü nasıl etkileyebileceğini kanıtlar niteliktedir.

Sonuç olarak halkla ilişkiler uygulayıcıları içlerinde buldukları durum ve şartlar ne olursa olsun halkla ilişkiler mesleğinin gereklerini yerine getirmekle yükümlüdürler. Halkla ilişkiler uygulamaları bir ülkenin, kurum/kuruluşun vitrini görevini görmektedirler (görmelidirler) ve insanlara her zaman için doğru ve şeffaf bilgileri vermekle yükümlüdürler. Halkla ilişkiler mesleği gerek gördüğü durumlarda propaganda, lobcilik gibi kavramların tekniklerini uygulamak durumunda kalırlar fakat bu durumlarda bile halkla ilişkiler mesleğine uygulanacak tüm teknik ve yöntemlerin halkla ilişkiler mesleğinin görev bilinci dahilinde revize edilerek uygulanması gerekmektedir. Aksi durumlarda ortaya çıkan uygulamaların işin ne kadar halkla ilişkiler olduğunun sorgulanması gerekmektedir.

## **KAYNAKÇA**

Adanır, O. (2003). *Sinemada Anlam ve Anlatım*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Aktaş, H. (1996), *Siyasal İletişim Kuramsal Bir Çalışma*. Selçuk Üniversitesi



tesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Althusser, L. (2003). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. (A. Tümertekin Çev.), İstanbul: İthaki.

Arnheim, R. (2002). *Sanat Olarak Sinema*. Ankara: Öteki Yayınevi.

Asna, A. (2004), *Bir Pr'cının Meslek Anıları*, İstanbul: Mediacat Yayınları.

Aziz A. (2007), *Siyasal İletişim*, İkinci Baskı, Ankara: Nobel Yayınları.

Başaran, T. (2007). Soğuk Savaş Sonrası Bilimkurgu Sinemasında Distopik Sistemler ve Kontrol Mekanizmaları, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Bektaş, A. (2000), *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, İstanbul: Bağlam Yayınları.

Bernasconi, R. (2015). *İrk Kavramını Kim İcat Etti?* İstanbul: Metis Yayınları.

Biber A. (2003), *Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar*, Birinci Baskı, Ankara: Nobel Yayınları.

Davis, A. (2006), *Halkla İlişkilerin Abc'si*, Çev. Ümit Şendilek, İstanbul: Mediacat Yayınları.

Erdoğan, İ. (2006) *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, Ankara: Pozitif Matbaacılık.

- Ertekin, Y. (1995), *Halkla İlişkiler*, Ankara: Todaie Yayınları.
- Gezmen, B., Gürkan, H. (2016). V for Vandetta Filmi Üzerinden İdeolojik Bir Okuma. *Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*. 24 (2): 198-213.
- İnceoğlu, M. (1985), *Güdüleme Yöntemleri*, Ankara: Aü Bbyo Yayınları.
- Kazancı M. (1997), *Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler*, İkinci Baskı, Ankara: Turhan Yayınları.
- Kazancı, M. (2002). Althusser, Ideoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 57 (1): 55-87.
- Madran, A. (2012), *Tutum, Tutum Değişimi ve İkna*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Mutlu, E. (2017), *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Özön, N. (1984), *100 Soruda Sinema Sanatı*, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Özsoy, O. (1998), *Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Öztürk, S. (2003). İstanbul'un Fethinden Sonra Ayasofya'nın Camiye Çevrilişi. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 14: 133-142.
- Peltekoğlu, F. (2007), *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Yayınları.
- Scognomillo, G. (2003). *Türk Sinema Tarihi*. İstanbul: Kabcacı.
- Serin, E. (2017), *Halkla İlişkiler ve İkna İlişkisi*, Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi İcqh Proceeding Book, 6: 117-139.
- Theaker, A. (2006). *Halkla İlişkilerin El Kitabı*. İstanbul: MediaCat.

Wallerstein, I. (1997). *Sosyal Bilimleri Düşünmemek- 19.Yüzyıl Paradigmasının Sınırları*, T. Doğan (çev.) Avesta Yayınları.

Wiggins, S. (2009). Discourse Analysis. In H. T. Reis & S. Sprecher (Eds.). *Encyclopedia of Human Relationships*.427-430. Thousand Oaks, CA: Sage

Wodak, R. & Meyer, M. (2009). *Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory and Methodology*. *Methods of Critical Discourse Analysis*, 2: 1-33.