T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM ANABİLİM DALI

İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

SON DÖNEM POPÜLER TÜRK FİLMLERİNİN SİNEMA VE PROPAGANDA İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA ANALİZİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

MEHMET ALİ AYDIN

DOÇ. DR. MEHMET ARSLANTEPE

KOCAELİ 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM ANABİLİM DALI

İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

SON DÖNEM POPÜLER TÜRK FİLMLERİNİN SİNEMA VE PROPAGANDA İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA ANALİZİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Tezi Hazırlayan: Mehmet Ali AYDIN

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No. 02/10/2019 2019/25

Jüri Başkanı : Doç. Dr. Mehmet ARSLANTEPE

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Ala SİVAS GÜLÇUR

Jüri Üyesi : Doç. Dr. İhsan KARLI

KOCAELİ 2019

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER i
ÖZET iv
ABSTRACT v
TABLOLAR LİSTESİ vi
GİRİŞ 1
BİRİNCİ BÖLÜM 5
1.SİNEMA VE PROPAGANDA İLİŞKİSİ 5
1.1. PROPAGANDA TANIM VE KAVRAMI 5
1.2. PROPAGANDANIN TARİHSEL SÜRECİ 10
1.2.1. Propagandanın Doğuş Süreci 10
1.2.2. Antik Yunan ve Roma Döneminde Propaganda 11
1.2.3. Orta Çağ'daki Gelişim Süreci ve Napolyon Döneminde Propaganda 14
1.2.4. Birinci ve İkinci Dünya Savaşı Döneminde Propaganda 17
1.2.5. Soğuk Savaş Döneminde Propaganda 20
1.2.6. 1990 Sonrası Dönemde Propaganda 23
1.3. PROPAGANDANIN ARAÇLARI 24
1.4. PROPAGANDANIN ÖZELLİKLERİ 31
1.5. PROPAGANDA TEKNİKLERİ 35
1.6. PROPAGANDA TÜRLERİ 37
1.6.1. Beyaz veya Açık Propaganda 38
1.6.2. Siyah veya Sinsi Propaganda 39
1.6.3. Gri veya Bulanık Propaganda 40
1.7. KONUSU BAKIMINDAN PROPAGANDA 41
1.7.1. Siyasal Propaganda 41
1.7.2. Ekonomik Propaganda 43
1.7.3. Kültürel Propaganda 43
1.7.4. Askeri Propaganda 44
1.8. SİNEMA KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ 46
1.9.SİNEMA VE PROPAGANDA İLİŞKİSİ 51
1.10. SİNEMADA PROPAGANDA 52
1.10.1 Sovyet Rusya Dönemi Sinemasında Propaganda 56
1.10.2. Hitler Almanya'sı Dönemi Sinemasında Propaganda 60
1.10.3. Amerikan – Hollywood Dönemi Sinemasında Propaganda 62

1.10.4. Üçüncü Sinemada Propaganda 66
İKİNCİ BÖLÜM 69
2. TÜRK SİNEMASINDA PROPAGANDA KULLANIMI 69
2.1. TİYATROCULAR DÖNEMİ (1922-1939) 71
2.2. GEÇİŞ DÖNEMİ (1939-1950) 76
2.2.1.Mısır Filmleri 78
2.3. SİNEMACILAR DÖNEMİ (1950-1970) 81
2.3.1. Toplumsal Gerçekçilik 83
2.3.2. Milli Sinema ve Hazretli Filmler 85
2.4. GENÇ/YENİ SİNEMACILAR DÖNEMİ (1970 VE SONRASI) 87
2.4.1. Seks Filmleri 88
2.4.2. Devrimci Filmler 90
2.4.3. Türk Sinemasında Etnik Kimlikler 91
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM 92
3. SON DÖNEM POPÜLER TÜRK SİNEMASINDA PROPAGANDA ANLAYIŞININ İNCELENMESİ 92
3.1. ROLAND BARTHES VE GÖSTERGEBİLİM 92
3.2. NEW YORK'TA BEŞ MİNARE (2010) 93
3.2.1 Filmin Künyesi 93
3.2.2. Filmin Konusu 94
3.2.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları 94
3.2.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları 97
3.2.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları 97
3.2.6. New York'ta Beş Minare Filmi Görüntüsel Göstergeleri 98
3.3. EYVAH EYVAH 2 (2011) 101
3.3.1. Filmin Künyesi 101
3.3.2. Filmin Konusu 101
3.3.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları 101
3.3.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları 102
3.3.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları 103
3.3.6. Eyvah Eyvah 2 Filmi Görüntüsel Göstergeleri 103
3.4. FETİH 1453 (2012) 104
3.4.1. Filmin Künyesi 104
3.4.2. Filmin Konusu 104
3.4.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları 104

3.4.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları 106
3.4.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları 107
3.4.6. Fetih 1453 Filmi Görüntüsel Göstergeleri 107
3.5. DÜĞÜN DERNEK (2013) 110
3.5.1. Filmin Künyesi 110
3.5.2. Filmin Konusu 111
3.5.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları 111
3.5.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları 113
3.5.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları 113
3.5.6. Düğün Dernek Filmi Görüntüsel Göstergeleri 113
3.6. RECEP İVEDİK 4 (2014) 115
3.6.1. Filmin Künyesi 115
3.6.2. Filmin Konusu 115
3.6.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları 115
3.6.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları 117
3.6.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları 117
3.6.6. Recep İvedik 4 Filmi Görüntüsel Göstergeleri 118
3.7. DAĞ 2 (2016) 119
3.7.1. Filmin Künyesi 119
3.7.2. Filmin Konusu 120
3.7.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları 120
3.7.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları 122
3.7.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları 123
3.7.6. Dağ 2 Filmi Görüntüsel Göstergeleri 124
SONUÇ 127
KAYNAKÇA 129

ÖZET

Bu tez çalışması insanlığın ortaya çıkmasıyla birlikte varlığını hissettirmeye başlayan propagandanın günümüzün de en önemli siyasal ve kültürel araçlarından biri haline gelmesi, propagandanın tarihsel süreci, kitleleri nasıl etki altına aldığı ve nelere maruz bıraktığı gibi konulara bir ışık tutmak amacıyla oluşturulmuştur. Burada temelde yatan ekonomik çıkarlar propagandanın etkinliğini ve sahasını genişletmiştir. Gelişen teknolojiyle birlikte kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması da propagandanın günlük hayattaki etkinliğini son derece arttırmıştır. Propaganda ise en temel anlamda bir ikna etme sürecidir. İkna etmek, bir bildirim ve bilgi iletimi biçimidir. Ancak olgusal olarak propaganda kavramı; eksik, yanlış, kasti ve tasarlanmış bir bildirim ve bilgi verme sürecidir. Propaganda, sistematik uygulamaları ile bir grubu, topluluğu ya da bir bireyi zihni olarak yeniden biçimlendirmedir. Bu biçimlendirme başta bilişsel olmak üzere toplumsal, kültürel ve siyasal anlamda propaganda yöntem ve tekniklerine uygun biçimde gerçekleşebilmektedir. Çalışma dâhilinde propagandanın sinema üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, tarih boyunca devletlerin kendi halklarını belli fikirler doğrultusunda etkilemek amacıyla kullanılmıştır. Çünkü sinema, kitlelere ulaşmada avantaja sahip olmasının yanı sıra eğlence sunma özelliği ile de fikirleri, ideolojileri kişilere benimsetmek açısından önemli bir etkiye sahiptir. Söz konusu propaganda ve sinema kavramlarının birleştirilerek önemli bir hale getirilmesinin nedeni ise özellikle propaganda için sinemanın bir araç olarak kullanılmasıdır. Sinemanın propaganda amacıyla en yoğun şekilde kullanımı I. Dünya Savaşı'ndan itibaren olmuştur. O dönemde okuma yazma oranının çok düşük olması da propaganda araçları içerisinde sinemanın propaganda amacıyla kullanılabilirliğini arttırmıştır. Sinema, savaş dönemlerinde halkı bilgilendirmek, halkı günlük sıkıntılarından uzaklaştırmak, devletlerin işgal ettiği toprakları halkın gözünde meşru kılmak amacıyla kullanılmıştır. Tüm bunlar dâhilinde örneklem seçiminde; 2010 sonrası popüler Türk sinemasından en çok gişe hasılatı yapan filmlerdeki propaganda unsurları incelemeye tabi tutulmuştur. Analiz çerçevesinde göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Propaganda, Sinema, İletişim, Medya, Türk Sinema

ABSTRACT

This thesis study has been created in order to shed light on the issues such as the historical process of propaganda, how it affects and exposes the masses to become one of the most important political and cultural tools of today, which has begun to make its presence felt with the emergence of humanity. The underlying economic interests have broadened the effectiveness and scope of the propaganda. The widespread use of mass media together with the developing technology has greatly increased the effectiveness of propaganda in daily life. Propaganda is a process of persuasion in the most basic sense. Persuasion is a form of notification and information transmission. However, factually the concept of propaganda; is a missing, inaccurate, deliberate and designed notification and information process. Propaganda is a remodeling of a group, community or an individual with their systematic practices. This form can be realized in accordance with the social, cultural and political propaganda methods and techniques. Considering the effect of propaganda on cinema within the scope of the study, it has been used throughout history to influence the peoples of the states in line with certain ideas. Because cinema has an advantage in reaching the masses, it has an important effect in terms of adopting the ideas and ideologies to the individuals with the feature of offering entertainment. The reason why the concepts of propaganda and cinema are brought together to make them important is to use cinema as a tool especially for propaganda. The most intense use of cinema for propaganda was from World War I. The low literacy rate at that time also increased the usability of cinema for propaganda in the means of propaganda. In the selection of the sample, the propaganda elements in the films selected after 2010 were examined. While selection, the most box-office films were selected. The semiotic analysis method was used in the analysis.

Key Words: Propaganda, Cinema, Communication, Media, Turkish Cinema

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. New York'ta Beş Minare Filmi Görüntüsel Göstergeleri 98

Tablo 2. Eyvah Eyvah 2 Filmi Görüntüsel Göstergeleri 103

Tablo 3. Fetih 1453 Filmi Görüntüsel Göstergeleri 107

Tablo 4. Düğün Dernek Filmi Görüntüsel Göstergeleri 113

Tablo 5. Recep İvedik 4 Filmi Görüntüsel Göstergeleri 118

Tablo 6. Dağ 2 Filmi Görüntüsel Göstergeleri 124

GİRİŞ

İnsanlık, var olduğu süreçten bu zamana kadar sürekli olarak etrafında olan biten olaylar ile etkileşim içindedir. Bu etkileşimler ile birlikte aslında düşünceleri, bakış açıları değişmeye devam etmektedir. Hayatımızın her alanında propaganda, doğrudan veya dolaylı yoldan kullanılmaya devam etmektedir. İnsanoğlunun varoluş süreci ile birlikte varlığını hissettiren propaganda günümüzde de kültürel ve sosyal açıdan önemli bir araç haline gelmiştir. Propaganda, ekonomik endişeler sonrasında kullanım alanını geliştirmeye başlamıştır.

Temelinde propaganda, politik bir gündemi veya bakış açısını geliştirmek amacıyla bazı kitle iletişim araçlarının kullanıldığı yöneltici bilgidir. Propaganda objektif değildir ve genellikle insanları belirli bir görüşe yönlendiren geniş bir psikolojik kampanyanın parçalarından biridir.

Propaganda, belli bir güç tarafından kabul edilebilinir amaçlarla hareket etme sürecidir. Bu nedenle iletişim etkinliklerinde iletilerin aktarılması için sıklıkla propagandadan yararlanılmakla birlikte, belli bir kitleyi belirlenmiş yönlerden manipüle etme ve o kitleye istenilen bir düşünceyi kabullendirme amacı taşıyan eylemler bütünü şeklinde tanımlanmaktadır (Armağan, 1999:418). Düşünce ve hassasiyetlerin bireyden bireye veya bireyden topluma aktarımını sağlamaktır (Taylor, 1998:7). Geçmişte ve günümüzde hemen hemen bütün devletler propagandadan faydalanmıştır. Örneğin, Sovyetler Birliği'nin kurulma aşamasında, Çarlık yönetiminin yıkılması ve ordusunun yenilgiye uğramasıyla birlikte 1917 yılında Bolşevik Devrimi'nin hayata geçmesi, Lenin ve Troçki'nin etkin bir şekilde "ayaklanma" kavramıyla propaganda kavramını bir arada kullanılmasından kaynaklanmaktadır (Akgün, 2003: 54).

İçinde bulunduğumuz bilgi çağında kişilerin, kurumların veya devletlerin bilgiye verdikleri önem giderek artmaktadır. Kitleleri düşüncelerini yönlendirme veya kontrol gereksinimi beraberinde propaganda ihtiyacını gerektirmiştir. Günlük hayatta propaganda terimi olumsuz bir unsur gibi gözükse de aslında birçok reklam ve tanıtım çalışmalarında propaganda aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Günlük

hayatımızın bir parçası gibi gözüken birçok unsur aslında propaganda faaliyetlerinin birer parçasıdır.

Propagandanın özgün bir biçimde kullanılması ilk olarak 17. yüzyılda Papa XV. Gregorius'un Protestan reformunun aykırı düşüncelerini yok etmek amacıyla bir misyoner örgüte vermiş olduğu isimle gerçekleşmiştir (Akarcalı, 200:2). Propaganda çeşitli dönemlerde çeşitli şekilde anlamlandırılmıştır. Örneğin 18. ve 19. yüzyıllarda propaganda kelimesi, siyasi fikirlerin, dinsel inançların yayılması anlamında kullanılmıştır. I. Dünya Savaşı'ndan itibaren propagandanın yerine "bilgi servisleri" veya "kamu eğitimi" gibi kavramlar kullanılmıştır. Bolşevikler ise propaganda yerine "çalkalanma" kavramını kullanmayı tercih etmişler, parti-halk ilişkilerinde ise propaganda kavramından faydalanmışlardır. Sonuç itibariyle "Propaganda başlangıçta herhangi bir doktrini yaymak için kurulan örgütleri ifade etmek amacıyla kullanılırken, zamanla doktrinin kendisini ifade etmek için kullanılmaya başlanmış, daha sonra ise doktrini yaymak için kullanılan teknikleri ifade etmekte kullanılmaya başlanmıştır." (Gürgen, 1990: 136).

Teknolojik gelişmeler ile birlikte propaganda farklı alanlarda da kendini göstermeye başlamıştır. Sinema, ortaya çıkışı itibari ile eğlence unsuru olarak kabul görmüştür. Fakat sinema filmlerinin büyük kitleler tarafından izlenmeye başlaması ile sinemanın bir propaganda aracı olarak kullanılması kaçınılmaz olmuştur. Geçmiş dönemlerde afiş, ses kaydı, müzik gibi unsurlar ile uygulanan propaganda, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki süreçte; popüler kültürün ve globalleşme süreçlerinin, ideoloji çatışmalarının zirve yaptığı Soğuk Savaş Dönemi'nde sinema sektöründe sıklıkla kullanılmıştır.

Soğuk Savaş döneminde sıklıkla uygulanan propaganda çalışmaları, sinema ile büyük kitlelere ulaşmayı başarmıştır. Büyük kitlelerin hatta toplumların, devletlerin bir ideolojiye ikna edilmesi için propagandanın kullanılması ile verilmek istenen mesajlar ve imgelerin ne şekilde kullanıldığını belirlemek önem teşkil etmiştir. Bu çalışmada da bu bağlamda yeni dönem popüler Türk Sinemasında propaganda öğeleri incelenmiştir.

Problem : Bu çalışmanın problemi, tarih içerisinde farklı zaman dilimlerinde ve farklı şekillerde kitlelerine etkisine almayı başaran propaganda olgusunun gelişme

sürecini incelemek ve Popüler Türk Sineması'ndaki örneklerde nasıl kullanıldığını ortaya çıkarmaktır.

Amaç : Çalışmanın amacı, propagandanın sinemadaki etkisini araştırmak ve özellikle 2010 sonrası Popüler Türk Sineması'nda kullanılan propaganda unsurlarını incelemektir.

Önem : Özellikle dünya savaşları sonrası dünyayı etkisine alan propaganda olgusu sinema sektörü ile kendisine yeni bir mecra edinmiştir. Bu bağlamda yabancı sinemaları etkileyen propagandanın Türk Sineması'nda imgelerin nasıl ve ne şekilde kullanıldığını belirlemek önem teşkil etmektedir.

Kapsam : Çalışma kapsamında öncelikle propaganda kavramına genel bir bakış yapılmış, bu alanla ilgili literatür taraması yapılmıştır. Propagandanın tarihsel süreci, özellikleri ve teknikleri detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde Türk sinemasında propaganda kullanımına ilişkin yıllara göre bir inceleme yapılmışve genelden özele gidilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda yine literatür taramaları yapılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise propagandanın 4 ana konusu çerçevesinde 2010 sonrası Popüler Türk Sinemasına ait filmler seçilmiştir. Araştırma kapsamında, vizyona girdikleri senenin en çok gişe hasılatı yapan filmler seçilmiştir. Ele alınan filmler kendi içerisinde farklı kimlikler, temsiliyet rolleri, davranış şekilleri ve kullanılan hitaplar dikkate alınarak, çalışmanın temel amacına erişmek amaçlanmıştır.

Sınırlılıklar : Çalışma kapsamında propagandanın tarihsel gelişimi, özellikleri ve teknikleri belirlenmiş ve Popüler Türk Sineması'ndaki örneklerde ne şekilde kullanıldığı incelenmiştir.

Dünya sinemasında hızla gelişen ve birçok örnek veren propaganda sineması, Türkiye Sineması'nda da kendi yer bulmuş ve günümüzde de etkisini devam ettirmektedir. 2010 sonrası en çok gişe hasılatı yapan filmler, konuları bakımından incelenmiştir.

Yöntem : Çalışmanın üçüncü bölümünde 2010 yılı sonrası Türk yapımı filmler www.boxofficeturkiye.com sitesinden elde edilen veriler doğrultusunda seçilmiş, bu

filmlerden kendi senesinde en çok gişe hasılatı yapan filmler incelenmiştir. Filmlerin incelemesi yapılmış ve filmlerdeki propaganda unsurları göstergebilimsel yöntem ile açıklanmaya çalışılmıştır.

Evren ve Örneklem : Bu araştırmanın evreni 2010 sonrası, her seneden en çok gişe hasılatı yapan Türk filmleridir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.SİNEMA VE PROPAGANDA İLİŞKİSİ

1.1. PROPAGANDA TANIM VE KAVRAMI

Propaganda insanlık tarihinin oluşumundan bu yana hayatımızın her alanına nüfuz etmiştir. Teknolojik gelişmeler ile birlikte farklı alanlarda da kendine yer edinen propaganda özellikle siyasal alanda, geçmiş zamanlarda olduğu gibi günümüzde de etkili bir şekilde kullanılmaya devam etmektedir. Günlük hayatta bireylerin ve kitlelerin birbirleriyle olan etkileşim ve iletişimlerinde farkında olmasalar dahi birçok propaganda unsuruna rastlamak mümkündür. Bazen sistemli olarak, bazen de gelişigüzel şekilde kullanılan propaganda aslında insanlık tarihinin birbirleriyle iletişimde olmalarından bu yana kullanılmaya devam etmektedir.

Propaganda kapsamındaki yaymak ve haber yönetimi terimleri, zamanla popülerlik kazanmış olup; negatif veriyi asgari seviyeye indirmek ve bireysel çıkarlarla ters orantılı durumları, pozitif bir şekilde gösterebilecek koordinasyonlu bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaymak terimiyle siyasi verilere yön verip, çıkan haberleri aklamaya çalışan basın sözcüleri ve halkla ilişkiler görevlileri "kamuoyu yaratan kişiler" olarak tanınmaktadır. (Kurtz, 1998). Bunun yanı sıra propaganda; etik ve adil olmayan zararlı metotlarla iç içe olduğundan dolayı genel olarak 'örgütlü ikna' şeklinde de adlandırılmaktadır (DeVito, 1986: 239).

Propaganda kimi bilim insanlarınca kitle kültürünün doğasında olan bir düşünce ve eylem olarak da görülmektedir. Birbiriyle etkileşim içinde olan bu alanların birçoğunu bir araya getiren yeni bir eğilim propagandanın bir ideoloji kaynağı olması fikridir. (Burnett, 1989: 127-137)

Propagandanın amacı tutumları etkileyerek eylemleri denetim altına almaktır. Propagandacı elindeki materyali başkalarına kendisince bilinen yeni bir gerçeği duyurabilmek ya da başkalarını kandırmaktan hissedilen zevki duymak için değil, başkalarına elindeki materyali duyurarak onların kendisinin istediği gibi edim ve eylemde bulunmasını sağlamak ümidiyle yaymaktadır.

Kavramsal olarak araştırıldığında propaganda, birbirinden farklı teknik, yöntem ve formlarda karşımıza çıkan bir kavramdır. Propagandanın; sürekli olarak şekil değiştirip kendisine güncel bir model veya uygulama sahasında yer edinebildiğinden bilgiyi iletmenin birbirinden farklı (doğru, yanlış, tasarlanmış, kasıtlı üretilmiş gibi) yöntemleri hakkında çoğu içeriği doğasında bulundurduğundan dolayı, belirli bir tanımı yapılması güçtür. Propaganda belirlenmiş sonuçları olan referans aracılığıyla belli bir kitlenin ya da kişilerin davranışlarını ve düşüncelerini istenilen şekilde yönlendirmek için bir grup yahut kişilerce kasıtlı olarak tasarlanmış düşünsel ve eylemsel ifadelerdir. (Cantril, 1938: 217). Bu bağlamda propaganda istenilen davranışı yaratabilmek için ekilen, planlanan, programlanan bir faaliyet şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Jowett ve O' Donnell'e göre bir fikre destek çıkmak ve yayılmasını sağlamak anlamlarında olan propaganda, Latince'de hem tohum ekmek hem de yaymak anlamlarına gelmektedir. Bir fikrin yayılması; gerek siyasi gerekse toplumsal bir öğreti oluşturacak söylemlerin bilinçli ve kasıtlı olarak kamu zihnine ekilmesi demektir. Fakat bu yaratılmak istenilen yapılandırma, daima yeni bir düşünce kabul ettirme olarak sınırlandırılmamalı çünkü halihazırda mevcut olan uygulanması ve devam ettirilmesi istenilen ideolojiler de olabilmektedir. Bu nedenle propaganda yalnızca yeni olanın aşılanması değil, mevcut olanın belirlenen biçime evrimleştirilmesi demektir. Propaganda belirlenmiş bir amaç kapsamında belli gruplara planlı bir şekilde uygulanmaktadır. Bu tarz eylemlerin; amaçsız, yöntemsiz ve organize olunmadan gerçekleşmesi olanaksızdır. Çünkü bu süreç bilinmezlik kaynaklı değil; bilinci, amacı ve yöntemi olan bir süreçtir.

Propaganda, toplum üzerindeki dinamiğini kamuoyu kavramının ortaya çıkmasıyla arttırmış ve bilhassa bir kaynak müdahalesiyle bireylerdeki kanaate hükmetme biçiminde şekillenmiştir. Günümüzde kamuoyu oluşturmak için düzenlenen propaganda faaliyetlerinde özellikle kişilere dışarıdan müdahalede bulunarak görüş ve düşüncelerinde egemen olmayı amaçlamaktadır. Buna dayanarak; kamuoyunu oluşturabilmek için iki seçenek ortaya çıkmaktadır; ilk olarak dış etkenler aracılığıyla kamuoyu oluşturmak, ikinci seçenek olarak ise kamuoyunun dışarıda gelecek olası etkilerden soyutlanıp kendi doğal sürecinde kendisini oluşturmasını sağlamaktır. (Özsoy, 1998:5). Bu bağlamda propaganda örgütlü şekilde hazırlanmış, belli davranış kalıpları yaratarak ilerleyen bir eylem sürecidir. Propagandanın burada etki alanını oluşturmak için bahsedilen şekilde kamuoyunun,

bireylerin belli faaliyet alanlarına dâhil olması gerekmektedir. Süreç karşılıklı bir etkileşimdir, oluşturulmak istenen davranış şekli propagandanın amacına yine karşılıklı olarak hizmet etmek zorundadır.

Latince "propagare" kökünden gelen propaganda kavramı kelime anlamı olarak ise "dikilecek fidan" olarak tanımlanmıştır. Bir metafor olarak karşımıza çıkan bu kelimenin asıl anlamından farklı olarak gelecek jenerasyon ve köken anlamında kullanıldığı da bilinmektedir. Bu kökten türeyen propagator genişletici, yayıcı anlamında kullanılmaktayken; propagatio yayma, dağıtma, çoğaltma anlamına gelmektedir (Kabaağaç, 1995:483). Kavram açısından farklı anlamlara da gelse, temelde bakıldığında propaganda geçmiş ve gelecek için bir ideoloji oluşturmada araç olarak görülmektedir. İçerisinde barındırdığı anlamlar farklı olsa da sonuçları hep bir noktada buluşan planlı bir olgudur.

Toplulukları etkileme aracı olarak propaganda; onların duygu, düşünce, davranış ve eylemlerini etkileyerek kontrolde tutmayı amaçlar ve bu kapsamda; temel araçlar olarak etki süreci içinde yayınlanan doktrin ve belgeler karşımıza çıkar. (Tarhan, 2004:36). Temel anlamıyla kişiye ve bir gruba etki etme nedeniyle gerçekleştirilen propaganda, bünyesinde çeşitli türlere bölünmesiyle birlikte tüm türlerdeki ortak nokta; etkileşim ve bir dönüşüm yaratma olgusudur. Etkileşim ne kadar fazlaysa propagandanın bir ideolojiye de hizmet etme olasılığı o kadar fazladır. Yani aralarında bir zincirin halkaları gibi bir olay söz konusudur.

İletişim biliminde etkileşim süreci olarak tanımlanmakla birlikte toplumsal etkileşim sürecinin sonucu olarak gerçekleşen propaganda, bireylerin çevrelerinden aldıkları iletiler ve bu iletilerin belli bir yöne doğru yönelmesini sağlamayı ifade etmektedir. Propaganda belirli bir amaç çerçevesinde, bilinçli bir şekilde bireylerin yaklaşım, eylem ve inançlarında değişiklik yapmaya yönelik etkinlikler olarak tanımlanabileceği gibi; iletişim kapsamında değerlendirildiğinde, dinî, siyasi ve kamusal alanlarda düşünce iletiminde kullanılan ikna edilebilirliği yüksek olan bir iletişim çeşididir. Başka bir açıdan siyasal partilerin halkın sempatisini kazanarak oy oranını arttırma ya da yalnızca seçimi kazanma amacıyla yaptıkları tanıtım, reklâm, etkileme ve yönlendirme etkinliklerinin tamamı propagandadır (Güz, 2002:286). Propagandanın olgusallığı görüldüğü üzere içerisinde birçok etmeni barındırmasıyla ve her birini bir araç olarak hizmete dâhil etmesiyle mümkün olmaktadır.

Bir fikrin çeşitli araçlardan yararlanılarak belirlenen hedef kitlenin belleğine aşılanması propagandanın en genel tanımlamasıdır (Özsoy, 1998:6). Bu tanımda, propagandanın yürütüldüğü süreçte çeşitli araçlardan yararlanılabileceği belirtilmiş ve bir düşüncenin belirlenmiş kitleye aşılanması vurgulanmıştır. Kaynaktan alıcıya tek yönlü olarak belli bir siyasal düşüncenin kabullendirilmesi amaçlanıp, eldeki doneler dayanağında hedeflenen kitleye yöneltilmesi, kavramın siyasi alanlardaki etkinliğini ortaya koyan bir tanımdır (Aziz, 2003:14). Propagandanın her alana dâhil edilebilirliğinde, onun yarattığı etkileşim kadar diğer toplumsal, siyasal, ekonomik vb. koşullar içindeki etkileşimden de nasıl beslendiği konusunda önem taşımaktadır.

Bir diğer tanımlamayla propaganda, örgütlü inandırma etkinliği; çeşitli değer ve düşüncelerin, inandırıcılığı ve ikna ediciliği yüksek araçlarla yayılmasını sağlama sürecidir (Mutlu, 2004:239). Özellikle kitle iletişim araçlarının propaganda sürecindeki önemine vurgulanan bu tanım, kavramsal olarak iletişim ve propagandanın birbirleriyle olan etkileşimini ortaya koyar. Hançerlioğlu da sosyal bilimlere göre propagandayı, çeşitli araçları kullanarak bir düşüncenin topluma yayılması ve aşılanması şeklimde tanımlamaktadır. (Hançerlioğlu, 1986:324).

Propagandanın görüldüğü üzere, tek bir açıklamasının olmaması, tek bir paydada toplanamaması, farklı alanlarda farklı anlamlar içermesi, kullanım alanının çok geniş bir yelpaze sunması onun hayatın her alanına girebilecek bir kavram olmasından kaynaklanmaktadır. İnsanın olduğu her yerde bir etkileşim söz konusudur ve bu etkileşimin planlanarak yönetimini yapmak da karşımıza propagandayı çıkarmaktadır.

Kavramsal açıdan; belirli araçlar aracılığıyla propagandayı yapan kaynağın istekleri ve beklentileri göz önünde bulundurularak kişi ve grupların fikir ve yaklaşımlarını etkileyerek değiştirme ve yön verme doğrultusundaki kasti davranışlar propagandadır (Özsoy, 1998:5). Bu açısal yaklaşıma göre kaynağın kendi görüşlerini alıcı kişi ya da gruplara kabul ettirme çabası, benimseterek istenilen davranış şeklini yaratma hali, bireyleri ya da kamuoyunu istenilen ideolojiye dâhil ederek eylem içerisinde etkin olma, etkin oldurma sürecidir.

Daha geniş bir perspektifle propaganda kavramı; propagandacının çıkarları doğrultusunda, planlı bir şekilde ve önceden tasarlayarak, başkalarının düşünce ve

kanaatlerini etkilemek ve onları ikna etme amacıyla düzenlediği faaliyetlerinin tamamıdır (Bektaş, 2002:20). Bu bağlamda kitle iletişim araçlarını özellikle, propaganda sürecinde etkili bir şekilde kullanılması söz konusudur. Propagandanın taşıdığı soyut düşünceleri somutlaştırma görevi burada kitle iletişim araçlarındadır.

Kitle iletişim araçlarının kullanımıyla birlikte propaganda kavramının, bünyesinde bulundurduğu birtakım özellikleri ortaya çıkarması olması gereken bir sonuçtur. Bıçakçı, propagandanın kitle iletişim araçlarındaki kullanım ve etki oranının artmasını sağlayan araçların, birtakım semboller, söz, hareket, jest, müzik ve buna benzer araçlar olduğunu belirtmiştir (Bıçakçı, 2003:110).

Propagandanın kitle iletişim araçlarıyla ilişkisini daha geniş kitlelere ulaşma hedefi taşımasıyla paralellik taşır. Kitle iletişim araçlarının günümüzde propagandanın en etkin araçları haline gelmesi, yapısından dolayı çok hızlı bir şekilde çok daha geniş kitlelere ulaşabilen araçlar olmasından kaynaklanmaktadır (Chomsky, 2002:18). Bu aşamada kitle iletişim araçlarının artık büyük kitlelere çok hızlı bir şekilde ulaşımını sağlaması açısından propaganda için bu araçlar oldukça önemli bir yer tutmaktadır.

Kendisine siyaset biliminde diğer alanlara göre daha geniş uygulama alanı bulan propaganda, herhangi bir siyasal fikrin halk tabanında yayılması konusunda oldukça önemli olduğu için, günümüz siyasetinde de belirleyici rol oynamaktadır (Aziz, 2003:15).

Buna dayanarak siyasal alanda propaganda siyasi bir kurum tarafından, hedeflenen kitlenin kendine karşı olan yaklaşımına etki ederek değiştirmek için uygulanan bir metot içermektedir. Hedeflerin temelinde, iktidar olup yönetimi ele geçirmek ve elde edilmiş iktidarı olabildiğince kendi tekelinde tutmak bulunmaktadır. Bu noktada siyasal sistemlere göre farklı propaganda metotları geliştirilmektedir (Bektaş, 2002:221).

Her türlü siyasal yapı, kurum, normlar, roller etkileşimi ve yine her türlü siyasal kaynak ve değerlerin bir bileşeni olan siyasal sistemler, kendi iletişim örüntüsü içinde saptadıkları siyasaları planlı olarak gerçekleştirirken, buna ek olarak da meşruiyet, düzen ve devamı sağlayabilmek için propaganda kaynaklarına başvurmaktadırlar (Armağan, 1999:421).

Geçmişten günümüze uzanan süreçte çeşitli propaganda teknik ve yöntemleri kullanılmış ve hepsi de toplum üzerinde belli etkinliğe sahip olmuştur. Özellikle teknolojik gelişmeler sonrasında kullanılan yöntemler çeşitlilik göstermiş olsa da temel amaç her zaman aynı kalmıştır. Propaganda, koşulları değiştiremeyecek da olsa yalnızca bu koşullar altında var olan kanaatlere etki etmektedir. Bu durumda propaganda; birey ve grupları zorla inanç değişikliğine götüremez ama onları bu değişikliği yapmaya ikna edebilmektedir (Lerner, 2000:270).

Bu bağlamda son olarak Leo Bogart (1995) ABD Bilgi Ajansı (USIA) ile ilgili çalışmasında;

> *'Propaganda, özel yetenek gerektiren bir sanattır. Bu, teknik ya da bilimsel bir çalışma değildir. Tutumları etkilemek deneyim, alan bilgisi ve 'kitleye sunulabilecek en iyi argümanın muhakemesini' içgüdüsel bir şekilde yapılması gerektiği'* şeklinde açıklamıştır.

1.2. PROPAGANDANIN TARİHSEL SÜRECİ

Propagandanın kullanımı insanlık tarihinin ayrılmaz bir parçası olmuştur ve kökeni Antik Yunan'ın düşünsel ve kuramsal sistemine dayanmaktadır. Propagandanın tarihi insan varlığının tarihine kadar eski bir kavram olduğundan dolayı uzunca bir tarihsel süreçten geçerek günümüzdeki şekline ve kullanımına kavuşmuştur. Bu bölümde propaganda kavramının ilkçağlardan başlanarak, doğuş ve gelişim aşamaları incelenip, Antik Yunan ve Roma Dönemi, 1.ve 2. Dünya Savaşları Dönemi, Soğuk Savaş Dönemi ve 1990 yılımdan sonraki dönemde dünya çapındaki kullanım biçimleri ele alınmıştır.

1.2.1. Propagandanın Doğuş Süreci

İnsanların düşüncelerinin belirlenip, kişisel görüşleri kapsamında başkalarının görüşlerini etkileyip bunlara yön vermek bir ihtiyaç olup, insanlığın var oluşumdan itibaren süregelmiştir. Tarihsel olarak incelendiğinde eylem olarak propaganda yazılı tarihten çok daha öncesinde ortaya çıktığı ve konuşmanın gelişmesiyle başladığı

kabul edilmişti (Atabek, 2003:5). Bilhassa iktidarı ele geçirme mücadelesi olan dönemlerde ihtiyaç haline gelmiş, etkin bir şekilde kullanılmıştır. Grup halinde yaşamaya başlamanın doğal olarak ortaya çıkardığı liderlik olgusu, kişiler arası bir mücadelenin başlamasına sebep olmuş ve ilk örnekleri filizlenmeye başlamıştır. Bireylerin arasında oluşan lider olma arzusu, harekete geçme, kendine inandırma anlamında eylemlere teşvik etmiştir.

Topluluk halinde yaşamaya başlanmasıyla birlikte insanlar, kendi aralarında iş bölümü yaparken, bunun sonucunda bir liderlik kavramı ortaya çıkmış ve grup yönetiminin kimde olacağı bir sorun haline gelmiştir. En fazla destekçisi olan kişi liderliği ele geçirmeyi başarmış ve yandaş bulmak amacıyla ilk propaganda çalışmaları sergilenmiştir (Özsoy, 1998:23). Bu bağlamda bu dönemdeki yapılan propaganda çalışmaları belli kurallara ve tekniklere dayanan bir özellik göstermese de yine de tarihteki ilk propaganda hareketleri olarak adlandırılabilmektedir.

1.2.2. Antik Yunan ve Roma Döneminde Propaganda

İ.Ö. 500' de Antik dünyada, hükümdarların çoğunlukla savaş ya da dini konularda ikna yöntemlerine başvurdukları birçok örneklerle içinde barındırmaktadır. Philip M. Taylor, tanrı adına savaşmak yerine, kral adına savaşmaya başlanırken, tanrının 'yaşayan bir tanrı' şeklinde simgeleştirildiğini ifade etmektedir. Mısır firavunları bunun en iyi örnekleridir, kendi eşsizliklerine inanan, esrarengiz kişilikler olarak, sfenks ve piramitler gibi heykelvari formlar kullanarak propagandayı kişiselleştirmişlerdir. Firavunlar, saygınlık ve hanedan meşruiyetini haşmetli bir şekilde göstermek için mimarinin gücünü fark eden ilk kişiler arasındadır (Taylor, 1990: 23).

Yunan uygarlığının, milattan önce yaklaşık 800'lerde doğuşuna kadar ne savaşlarda ne de sivil yaşamda sistematik bir propaganda uygulamalarına tam manasıyla rastlanmamaktadır. Milattan önce 700 yıllarında, Yunanistan'ın kent devleti olarak yapılanmış ve toplumun temelini oluşturmuş olmasına rağmen her şehir kendi tanrısı, kültürü ve sosyal hiyerarşisine sahiptir. Oluşan bu farklılıklarla, kent devletleri arasında ticarette baskın olmanın yanında kültürel anlamda da öne geçmek için mücadeleler kaçınılmazdır. Böyle bir ortamda propagandanın

‘ikonografisi’ büyümüş, büyük tapınaklar, devasa heykeller ve diğer büyük yapılar devletin önemli güç sembolleri olmuştur (Jowett ve O’Donnell, 2012: 84)

M.Ö 800’e kadar Grek medeniyetinin ortaya çıkması öncesinde savaş ve sivil hayata dair propaganda izleri bulunsa da M.Ö 750 sonrası Yunan Şehir Devletleri’nin oluşmasıyla, her birinim kendine ait tanrı inancı kültürü ve tabakalaşması sistemleşmiş aralarında bu farklılıklar sebebiyle birbirleri üzerinde kuracakları ticaret ve kültürel hakimiyet savaşı ortamı yaratmıştır. Bundan dolayı ikonografi propagandası ilerlemiş ve inşaa edilen tapınaklar, yapılan heykel ve diğer öğretiler devletin güç sembolleri haline gelmiştir (Jowett ve O’Donnell, 2012: 53).

İlk olarak Antik Yunan’da propagandanın sistematikleştiği görülmektedir. Bu medeniyetlerde etkin bir şekilde kullanılmış ve yönetimi ele geçirme yolunda etkili olmuştur. Antik Yunan’da dilin önemi, felsefe, şiir ve tiyatro sanatlarının yoğum bir şekilde kullanılmasıyla artmış ve siyasi gelişmeler bu sanatların içeriğine konu olmuştur. Hatip ve filozoflar gösterilerde halk üzerindeki etkilerini kullanıp inandırıcılık kavramını işlemek, bireylerle etkileşimi yakalayabilmek adına propagandanın sistemli bir şekilde gelişmesine öncü olmuşlardır.

Antik Yunan şehirlerinde vatandaşlar Pazar alanlarında toplanıp devlet işlerini ve siyasi gelişmeleri tartışırlardı. Bu alanlarda güçlü hitabı olan kişiler orada bulunanları etkilemek ve tarafına toplamak için seslenişte bulunurlardı, diğer bir deyişle propaganda yaparlardı. Bu dönemde propaganda süslü ifadeler ve hitabetle gerçekleştiği için bu sanatı iyi kullanan siyasetçiler başarıya ulaşmışlardır. Sofist adındaki gezici öğretmenler, hitabet sanatının etkileme aracı olarak kullanma tekniklerinin en iyi uygulayıcıları olmuştur (Bektaş, 2002:67).

Tarihi Roma İmparatorluğu M.Ö. 50 ve milat 50 yılları arasında, iletişim ağının kontrolünü etkili ve geniş şekilde oluşturmak için iletişim ve semboloji türlerinin hemen hepsini kullanan sistematik propaganda tekniklerine başvurmuştur. Roma İmparatorluğu’nun tasviri gücünü korumuş, bu büyük krallıkla ilgili tüm yollar yine on çıkmış ve popüler kültürümüzün bir parçası olmuştur. Roma hükümdarları propaganda stratejileri gerçek ihtiyaçlardan doğmuştur. Roma idaresinde Caesars planı, modern dünyadaki reklam kampanyalarını andırır şekilde, tüm sembolleri tek

bir ‘kurumsal sembolde’ birleştirerek, her yerde var olan kadim ve kudretli anlamını yansıtacak şekilde kullanmıştır (Jowett ve O’Donnell, 2012: 86-87).

Eski Roma’da; Yunan medeniyetlerine göre propaganda daha sistematik ve planlıdır. Arenalarda yapılan gösteriler halk üzerinde oldukça etkili olmuştur. Neron bu amaçla 5000 kişiden oluşan bir teşkilat kurmuş ve bu teşkilatı, Hristiyan katliamı için halktan destek almak amacıyla kullanmıştır. Eski Yunan etkisinde kaldığı için halka hitap etmek de yaygın olarak kullanılan bir teknikti. Buna ek olarak Roma İmparatorluğu’nda teşkilatlanmış ve merkezileştirilmiş haber edinme sistemi ve bilhassa ticari reklam ve ilan sistemi bulunmaktadır. (Özsoy, 1998:24).

İlk kitlesel propaganda aracı olarak ise Sezar’ın madeni para bastırarak dağıtması kabul edilmiştir. (Bektaş 2002:71). Bu teknik Sezar’dan sonra da uygulanmış ve imparatorlukların bağımsızlık göstergesi olmuştur. Caesars buradaki planı, modern dünyadaki reklam kampanyalarını andırır bir şekilde, tüm sembolleri tek bir ‘kurumsal sembolde’ birleştirerek, her yerde var olan kadim ve kudretli anlamını yansıtacak şekilde kullanmıştır.

Yunan kent devletleri heykel, şiir, yapıt, müzik ve tiyatronun akıllıca kullanımının çok yönlülüğü saplayacağını keşfederken, Ceasars’ ın maharetini, bir tarihçenin ifadesi ile kitlesel üretime dönüştürerek iletişimi sağlamakta böylelikle de uzun dönem geniş bir coğrafyaya bu anlamda iletişimin toplu üretimiyle çok hâkimiyet sağlamaktadır (Thomson, 1977: 56). Burada Romalıların olduklarından daha büyük bir imparatorluk haline getiren, fetihleri yapan kişilerin fethettikleri halklara düşünsel ve siyasi anlamda da vaatler sunabilmesi önemli bir faktördür.

Mısır’daki Piramitler, Roma’nın Lejyonlarında düzen ve gösterişlilik, Kuzey Amerika’daki kabilelerin totemlerle süslü ağaçtan sütunları, bu topluluklardaki liderliklerin güçlü görünmelerini pekiştirmek, topluluk üyelerinin aidiyet duygusunu güçlendirmek için kullanılmış propaganda düzenekleri olarak gösterilebilmektedir (İnceoğlu, 1985 :63).

Bu bağlamda Julius Caesar sembolleri anlamlı hale getirme ve kitlelerinin psikolojik ihtiyaçlarını içgüdüsel olarak anlama yeteneği bakımında Napolyon ve Hitler’ e denk usta bir propagandacıdır. Romalıların yaşam şeklini dönüştürme

yolunun güçlü ve çok yönlü sembolleri kullanmayı gerektirdiğini anlamıştır (Jowett ve O'Donnell, 2012: 88)

1.2.3. Orta Çağ'daki Gelişim Süreci ve Napolyon Döneminde Propaganda

Orta çağla birlikte kilise, en bilgili rahipler tarafından kaleme alınmış risaleleri halk arasında dağıtarak halkı krallara karşı kışkırtmaya, krallar ise etkin yazarları ve şairleri propaganda amacı olarak kullanarak halkı kendi lehlerine çevirmeye çalışmışlardır. Bu sürecin daha kolay bir yaygınlık kazanmasına ise matbaanın icadı imkan tanımıştır. Matbaanın icadı ve bu sayede basılan pek çok eserin geniş halk kitlelerine yayılmasının kolaylaşması propagandanın da önünü açmıştır. Özellikle Martin Luther ve taraftarları kendi fikirlerini Avrupa kıtasının en ücra köşelerine kadar yayma ve halkı etkileme olanağını bu sayede bulabilmişlerdir. Halka ulaştırılan bu kitapçıklarda bazen tahta üzerine oyulmuş resimler ve semboller basılarak yapılan propagandanın daha da etkin olması sağlanmıştır. (Bektaş, 2002: 74)

İlerleyen süreçte özellikle Ortaçağ'da skolastik düşüncenin hakim olduğu dönemlerde propaganda Kilise tarafından insanları dinsel konulara yönlendirmek amaçlı kullanılmıştır. Bu dönemde tarikatlar, bilhassa Hristiyan figürler, güç devamlılığı sağlamak ve düşüncelerini yaymak amacıyla düşmanlarına da yandaşlarına da aklî sınırlarda her türlü tekniği kullanmışlardır. (Jowett ve O'Donnell, 2012: 65-69). Tarihsel olarak incelendiğinde buna en belirgin örnek olarak` Katolik Kilisesi ve Papa'nın Hristiyan dünyasının tehlike altında olduğu propagandasıyla Türklere karşı Haçlı Seferleri'ni yapmaya ikna etmesi gösterilebilir.

15.yüzyıl ortalarında matbaanın gelişmesi Martin Luther ve Roma Katolik Kilisesi arasında cereyan eden güç savaşını başlatmış, kilisenin reform karşıtı fikirler yayınlaması, yayınlanan ve basımı çoğaltılan İncil, yandaş veya karşıt kitaplar, propaganda tarihinde yeni bir iletişim kanalı haline gelmesine sebep olmuştur. Layola İsa Toplumu Adında bir oluşum kurarak içgüdüsel propaganda tekniklerini geliştirmiş ve yandaşlarına yüksek doz duygusallık ve mistik bir fanatizm aşılamıştır. Matbaanın gelişmesinin sonucu olarak propaganda ve sansür kavramları ortaya

çıkmış ve bu iki kavram siyasal bir kimlik kazanmadan önce dinsel nitelikteydi. 16.yüzyılda din temalı savaşlarda kullanılması bunu kanıtlar niteliktedir (Brigs ve Burke, 2011:88). Bunun yanı sıra Protestan Reform hareketine karşı 1622'De Papa XV. Gregory'Nin kilise saygınlığını korumak ve arttırmak için İnancı Yayma Cemaati'ni (Sacra Congregatio de Propaganda Fide) kurmuş ve resmi bir organı olan bu oluşum Katolik Kilisesi inancını aşılamak için görevlendirilmiştir. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda propaganda kavramına negatif bir anlam yüklenmesine sebep olmuştur.

Kelime olarak propaganda ilk olarak Papa tarafından kurulan İnancı Yayma Cemaati'nde kullanılmıştır. Protestan Reformu'nun başladığı yıllarda, Katolik Kilisesi kendi gücünü yeniden kazanmak için savaşlar yapsa da bu savaşlar başarısızlıkla sonuçlanmış ve Papa silahlı güçlerle yapılan dönüştürmelerim uygun olmadığına kanaat getirip insanları kendi özgür iradeleriyle kabullenmelerini sağlama çalışmalarını koordine bir şekilde yürütmek amacıyla Papalık Propaganda Ofisi'ni kurmuş ve bunu bir araç olarak kullanmıştır. Böyle propaganda kavramı Katolik dünyasında pozitif bir algı oluştururken, Protestan coğrafyasında negatif bir algı yaratmıştır (Pratkanis ve Aronson, 2008:12). 11. Yüzyıl ile 17. Yüzyıllar arasındaki feodal ve skolastik bir dönem olduğu için mezhep savaşları oldukça fazla görülmüş ve daha çok propagamda dinsel bir öge olarak kullanılmıştır. Daha sonra kavram, siyasi düşüncelerin, inançların, dinsel değerlerin hatta ticari reklamcılığın kapsamını genişleten tarafsız bir kavram haline evrilmiştir.

Napolyon Dönemi'nde ise Napolyon; *"Haklı olanı anlamak için, iyi olanı yapmak yetmez; bir de yönetilenlerin buna inanmaları gerekir. Güç kamuoyuna dayanır. Hükümet dediğimiz şey nedir? Kamuoyunu kendi yanına çekmemişse, hiçbir şey."* diyerek, önderlerin sevdirilmesi, onların tanrısallaştırılması gerektiğini ön görmüş ve iktidarın her şeyden önce halkın onayını almasının zorunlu olduğunu dile getirmiştir. Sistematik bir şekilde teknikleri kullanan Napolyon özellikle gazeteyi önemli bir araç görmüş ve Moniteur Universel gazetesinde askeri ve siyasal propaganda yaparak kazandığı zaferleri ve görüşlerini bu yöntemle duyurmayı başarmış, istediği etkiyi yaratmıştır (Özsoy, 1998:49). Böylelikle işgal ettiği ülkelerde de propagandanın gücünü keşfederek, propagandayı da bu nedenle yaygın

olarak kullanan Napolyon, İtalya'da ve Osmanlı topraklarında da toplumu lehine çevirmeyi bu şekilde başarmıştır.

19. yy. başına dek propaganda, bir propagandacı tarafından edilgen kişiler üzerinde uygulanırken, 1789 Fransız Devrimi ile birlikte bu etkileyen/etkilenen ilişkisinde ortaya çıkan değişme sonucunda, propaganda "propagandacının amacı" ile etkilenmek istenen kişinin gereksinimi arasındaki çakışmanın bir sonucu olmaya başlamıştır (İnceoğlu, 1985:65). Burada Fransız Devrimi, modern Batı tarihinin düşünsel ve siyasi olarak en geniş kapsamlı ve karmaşık siyasi olayıdır. Fransız toplum ve kültür yapısının değişmesine yol açan ve yeni fikirlerin 'satılması' amacını güden bu devrim, doğal buyrukların devrilmesini ve krallığın ilahi haklarının reddedilmesini beraberinde de getirmiştir.

İlerleyen dönemlerde propaganda ulusların özgürlük ve bağımsızlık mücadelelerinde önemli rol oynamıştır. 19. yy. başlarında Yunan, Sırp ve Bulgar ayaklanmaları ve Faşizm, Nazizm ve Bolşevik İhtilalinin her biri kapsamlı birer propaganda ürünü sonucu ortaya çıkmıştır (Özsoy, 1998:51). Sistematik biçimde propaganda yöntemleri ise özellikle 19. yüzyıl ortalarında kendisini gösteren iki temel olayla birlikte genişlemiştir. Bir yandan gerek yapı, gerekse de anlayış bakımından ulusların ortaya çıkması, diğer bir yandan da nüfus ve konut alanındaki devrim bu süreçte etkin olmuştur. Nüfusun kentlerde yoğunlaşmasıyla birlikte yaşanan önce sanayi devrimi sonra nüfus yoğunlaşması ve beraberinde getirdiği teknolojik devrimler hem propaganda tekniklerini etkin hale getirmiş hem de halk kitlelerini propagandaya daha açık kılmıştır. Bu süreçte etkili olan gelişmeler ise basılı yayının yayılması, mikrofonla beraber sözün yayılması ve görüntünün yayılması olarak sıralanabilir (Domenach, 2003:20-23). Görüldüğü üzere propaganda çağlar boyunca ilk tohumundan dallanıp bir ağaç olana kadar bir sürü değişim ve gelişim geçirerek çağlar boyunca süregelmiştir. Değişen toplumsal, ekonomik ve siyasi koşullar ve bunlardan etkilenen kitleler için propaganda faaliyetinin yürütülebilmesi için bu tarz koşullarında iyi analizinin ve yönetiminin yapılmasıdır. İktidar sahipleri bunu yönlendirme de çağın koşullarına göre başarılı örnekleri sergilemiş ve kitleleri bu bağlamda etki altına alma yolunda başarı kaydetmişlerdir.

1.2.4. Birinci ve İkinci Dünya Savaşı Döneminde Propaganda

İlk kez 1. Dünya Savaşı'yla birlikte propaganda kavramı günümüzdeki anlamıyla kullanılmaya başlamıştır. Savaş döneminde ölen asker sayısının fazla olması sebebiyle klasik asker toplama yöntemleri yetersiz kalmıştır. Savaş dönemi taraf devletler kamuoyu görüşüne önem vermek zorunda kaldıklarından dolayı halk; gazete, afiş, sinema gibi kitle iletişim araçlarıyla yapılan propagandaya maruz kalmıştır. Yanlış bilgilendirme ve sansürleme ise düşman direnişini zayıflatma ve maneviyatına karşı psikolojik bir savaş haline gelmiştir. 1. Dünya Savaşı'ndan sonra, hükümet temelli propaganda isim değiştirerek "bilgi servisi" ya da "kamu eğitimi" şeklinde yumuşatılarak demokratik ülkelerde devam etmiştir. Propaganda kelimesi demokrasi tanımına göre etik olmadığı için kullanılmaması daha uygun görülmüştür. Clark'e göre, Sovyet Rusya ve Nazi Almanyası'nda propaganda kelimesinin kullanımı ve terminolojilerinde bulundurmaları o devletlerle özdeşleştirilmesine neden olmuştur. Batı demokrasilerinde kelimenin kullanımı tartışmalı olsa da 1945'ten sonra faşist diktatörlükler ve Soğuk Savaş Dönemi'nde komünist devletleri tanımlamak için kullanılan "totalitarizm" kelimesiyle bağdaşlaştırılmıştır. 1.Dünya Savaşı toplumsal tabakada girişilen asker ve sivil ayrımının ortadan kalktığı ilk topyekûn savaş olduğu için, beraberimde propagandif faaliyetlerini getirmiş, basım yayın araçları, sinema ve tiyatro gibi çeşitli alanlarda yaygınlaşmış kitle bazında mesaj alıp verme ağına dönüştürülmesini sağlamıştır. Ulusal çıkarların ve savaş sebeplerinin ulusu oluşturanlara ve diğer uluslara açıklanması için hükümet örgütleri genel basında, çocuk kitaplarında ve ticari sanattaki dili ve resimleme biçimlerini kullanan yeni teknikleri hızla geliştirerek hem kendi hem de düşman halkına aynı şekilde propaganda yapmayı hedeflemiştir (Clark, 2004: 138).

20.yy itibariyle propagandanın çok daha geniş kitleler üzerinde etkili olabileceği kavramsal çalışmalar başlatılmıştır. Bilim dalları kavrama farklı pencerelerden yaklaşıp kavramın geniş bir açıyla ele alınmasına ortam sağlamıştır (Bektaş, 2002:17). Bu bağlamda Sanayi Devriminin beraberinde getirdiği şartlar propagandanın kullanılış şeklinde oldukça pozitif sonuçlar ortaya çıkarmış ve kitlesel propaganda daha da etkili ve başarılı şekilde uygulama alanına alınmıştır.

Fakat kavramın doktrininin oluşmasında asıl etkili olan kişi Lenin'dir. Yazdığı "Ne Yapmalı" kitabında propagandanın devrimci değerini anlatmıştır. 1910'a kadar yoğun olarak propaganda bürosu yönetilmiş ve Ekim Devrimi başarısı veiletişim araçlarını kontrol etmek amacıyla Ajitasyon ve Propaganda Departmanı'nı kurulmuştur (Akarcalı, 2003:202). Bu bağlamda Lenin etkin bir başarı elde etmiş ve sonucunda Sovyetler Birliği'ni kurmuştur.

Tarihsel süreç değerlendirildiğinde bu gelişmelerin sonucu olarak dünya savaşları propagandanın etkinliğini arttırmış ve politik sistemler içindeki yerini sağlamlaştırmış ve vazgeçilmez bir unsur haline getirmiştir. Birinci Dünya Savaşı'nda Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere ve Fransa gibi ülkeler propaganda tekniklerini özellikle basılı broşürleri kullanmış olsa da dönemin sınırlı teknolojik imkanları propagandanın etkisini de aynı sınırlar içerisinde azaltmıştır (Özsoy, 1998:55–60). Savaşın başlarında hiçbir ülkenin belli merkezden yönetilen bir propaganda teşkilatı yokken savaş sürecinde elde edilen tecrübelerle birlikte karşılaşılan zorunluluklar sonucunda bütün ülkeler bir şekilde propaganda teşkilatlarını kurmaya başlamışlardır. Propaganda bir araç olarak ilk defa bu savaşla birlikte kullanılmaya başlanmıştır (Özsoy, 1998:98).

Diğer bir bakış açısıyla Birinci Dünya Savaşı propagandanın gücünü kanıtlamıştır, iki savaşı arasındaki barış dönemde yaşanan barış döneminde bile hükmetme yöntemi olarak kullanılmaya devam edilmiş ve İkinci Dünya Savaşı'na doğru çeşitli stratejilerle radyonun uluslararasılaşmasını sağlamıştır (Mattelart, 2005:51).

2. Dünya Savaşı öncesinde kamuoyunun korku ve şüpheyle yaklaşması ve tepkileri arasındaki farklardan dolayı geliştirilen düşünceyi yönlendirme teknikleri, Pazar araştırmaları anketlerinin incelenebilmesi, reklamcılıkta psikoloji ve sosyal bilim kuramlarının uygulanarak uzmanlaşması, propagandanın etkinliğini artırmıştır. Bu yöntemler daha sonra politikacılar tarafından seçim kampanyalarına uygulanmış ve televizyon çağının bilinçli imaj politikalarına evirilen bir dönüşüm yaratmıştır (Clark, 2004: 139-140).

İkinci Dünya Savaşıyla birlikte teknolojik gelişmeler de belli bir noktaya ulaştığı ve değiştiği için propaganda teknikleri de değişmiş ve artık doğru ve yanlış

bilgiler vermek üzere radyo vericileri aracılığıyla hem kendi toplumlarına hem de düşman ülkelerdeki topluluklara ulaşım sağlanmıştır. Bu dönemde propaganda özellikle müttefik kazanmak, savaş sırasında tarafsızlığını ilan eden ülkelerle ilişkileri canlı ve iyi tutmak bu ülkelerin gözünde düşman ülkelerin itibarını zedelemek ve onu zayıf düşürmek amacıyla kullanılmıştır. Savaş sürecinde propaganda silahlı kuvvetlerle beraber ülkelerin savaş kazanmalarında oldukça etkili olmuş ve bazı durumlarda onlardan daha önemli roller oynamıştır (Bektaş, 2000:148). İngilizler bu bağlamda BBC yayınları yoluyla Alman halkına ulaşmaya çalışmış ve özellikle savaşın sonlarına doğru bunu iyi bir şekilde yöneterek hayata geçirmişlerdir.

Buna karşılık propaganda tarihine asıl damga vuran kişi kuşkusuz Adolf Hitler'dir. Propaganda bakanı Goebbels ve Hitler sayesinde kavram kendine has yasaları olan bir sanata dönüşmüştür. Kendi halkının moralini yüksek tutabilmek için yapılan yayınlar, Hitler ve Goebbels'ın düzenli konuşmaları, konuya ilişkin olarak üst düzeyde görevlendirmeler yapılması bu dönemde uygulanan propagandanın diğer savaş silahlarıyla eş değerde önemli görüldüğünün göstergesidir. Kamuoyunun Hitler'i kabullenmesi üzerinde durulmuştur. Goebbels sistematik bir çalışma yürütmüş ve bakanlık düzeyinde faaliyetler düzenlenmiştir. Goebbels özel eğitimli elemanlarla kurulmuş bir ekiple çoğunlukla yüz yüze ve radyoyu kullanarak propaganda yapmıştır (Kuruoğlu, 2006: 21).

Almanlar kendi halklarına yönelik propagandanın yanı sıra diğer ülkelere yönelik propagandayı da etkin bir biçimde kullanmışlardır. Eğer bir ülkeye saldırı olacaksa, etkili kişiler kime rüşvet verilebileceğini araştırmışlardır ve Alman ajanları bunları başarıyla uygulamışlardır. Alman gizli servisi kilit politikacıların olası eğilimlerini, iş adamlarının, askeri liderlerin ve diğerlerinin alışkanlıklarını, garip davranışlarını, tüm ahlaksızlıklarını, kötü alışkanlıklarını tespit ederek bunları Almanya'ya faydası olabilecek şekilde analiz etmişlerdir (Akarcalı, 2003: 89).

Kitle iletişim araçlarının bu dönemde ortaya çıkması propaganda kullanımında oldukça etkili olmuştur. Gazetenin yanı sıra radyo ve televizyonun ortaya çıkması, artık bir anda milyonlarca insanın dikkatini istenilen konuya çekebilmek ve taraf bulabilmek açısından önem kazanmıştır (Bektaş, 2000:144). Temel olarak şu söylenebilir ki, devlet tarafından yapılan propaganda sistemli bir

şekilde uygulanır ve kararlılık sağlanırsa halk üzerinde çok büyük etkiler yaratabilmektedir. Hitler örneği bu durumu gözler önüne sermektedir (Chomsky, 2002:2). Dönem olarak olayların ve gelişmelerin toplamına bakıldığında, propagandanın nasıl her alana dâhil edildiği ve etkili bir şekilde kitleler üzerinde uygulandığı açıkça görülmektedir. Şüphesiz ki kavram olarak propagandanın kullanımı dönemin şartlarını iyi değerlendirip bunları kitleler üzerinde iyi yönetilmesiyle mümkün olmuştur.

1.2.5. Soğuk Savaş Döneminde Propaganda

Propagandaların en yaygın olduğu dönemler, büyük savaşların yaşandığı dönemlerdir. I. ve II. Dünya Savaşları ile Soğuk Savaş dönemi propaganda trafiğinin oldukça kızıştığı dönemlerdir. Bu dönemlerde çeşitli devletler kendi düşüncelerini savunmak, kitlelerin desteğini sağlamak ve bunları düşmanların üzerine yöneltmek amacıyla propaganda çalışmaları oldukça hızlanmıştır. Buradaki temel amaç ise, kitleler üzerinden istenilen etkiyi yaratmak, kitlelerin düşüncelerinin etkileyebilmek olduğunda aslında propaganda burada biraz daha sosyolojik bir özellik kazanmıştır. Bu dönem bu yüzden savaş çekinen iki gücün savaşıyla değil, karşılıklı ideolojilerini savaştırdığı bir dönem olmuştur. Özetle bu dönemin savaşla karşı karşıya gelenlerin değil, düşüncelerin çarpışması olarak da Soğuk Savaş dönemi olarak adlandırılabilmesi mümkündür. Bu nedenle yapılan propaganda çalışmaları çoğunlukla birbirlerini karalama çalışmalarına dönüşmüştür.

Soğuk Savaş dönemine damgasını vuran iki büyük devleti, Dünya'nın iki süper gücü konumuna getiren II. Dünya Savaşı'nın aslında en büyük sonucu çift kutuplu bir Dünya'nın oluşumuna zemin hazırlamasıdır. Savaş süresince Almanya'ya karşı birlik olan Sovyetler ve Amerika, Almanların geriletilmesi sürecinde karşı karşıya gelmiştir. Başlarda Sovyetlerin Orta Avrupa'ya kadar ilerleyişinde tehlike görmeyen ve bir dünya barışına inanan Amerika, Berlin Krizi'nin ardından bu hayalperest politikasından vazgeçmek durumunda kalmıştır. Bu bağlamda Amerika'nın Avrupa devletlerine sağladığı Marshall Yardımı karşılığında Sovyetlerin de Komünist devletlere yardımlarda bulunması iki devlet arasındaki gerilimin yükseldiğini bize göstermektedir.

Avrupa'nın doğusundaki ülkeleri hakimiyeti altına alan Sovyet Rusya'nın bu süreçte yürüttüğü faaliyetler demir perde ülkelerinin yönetiminde oldukça önemli bir noktadadır. Buna karşın Demokratik ülkeler olarak nitelendirilen karşıt gruptaki ülkeleri de boş durmamış ve onlarda karşı cevap olarak bir gelişim içerisine girmişler ve karşı propaganda faaliyetlerini hız kazandırmasıyla demir perde ülkeleri parçalanma sürecine girmişler ve sonuç olarak Sovyet Rusya dağılarak değişim başlamış yeni bir dünya düzeni oluşmuştur. Bu bağlamda propaganda faaliyetlerinin etkisine bakılacak olursa yarattığı sonuçlar etki açısından son derece önemli bir etkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşme ile birlikte artık propaganda faaliyetleri bu bağlamda toplumsal, kültür, sosyolojik, siyasal yayılımını kendine hedef edinmiş, bu doğrultuda da en büyük yardımı etkili olabilecek bir kanala yönlendirilmiş ve kitle iletişim araçları devreye etkin şekilde sokulmuştur.

Yıllarca devam eden Soğuk Savaş döneminde karşıt ülkelerin bireylerine uyguladığı ve olumsuz anlamlar taşıyan bir teknik halini alan propaganda kavramında; temel olarak sinema, miting, afiş, radyo gibi teknikler üzerinde yoğunlaşılmıştır. Bilhassa belgeseller ve Sovyet ideolojisini içeren tanıtım filmleri aracılığıyla halk bilinçlendirilmeye çalışılmıştır. (Akarcalı, 2003:216).

Amerika Birleşik Devletleri'nin Sovyet propagandasına tepkisiz kalmayıp karşılık vermesiyle oluşan iki kutuplu dünya düzeninde geri bildirim olarak, cevap olarak karşı propaganda sistemini geliştirmişler ve çalışmalar içerisinde kendisine böylelikle yer edindirmeyi başarılı bir şekilde kullanmıştır. Örneğin; özellikle Hollywood filmlerini temel alıp bunları etkin bir şekilde kullanarak halk üzerinde etkinlik kurmaya çalışan Amerika Birleşik Devletleri ise, bu noktada Sovyetlere oranla daha büyük ve küresel kitlelere ulaşmış ve insanları istedikleri yönde etkilemeyi başarmıştır. Bu dönemde teknoloji, etkin bir propaganda aracı olarak yönlendirilerek şekillendirildiği görülmektedir.

Bu dönemde yaşanan iki önemli savaş, değişik propaganda stratejilerinin uygulanmasına sahne olmuştur. İlki 1950-1953 yılları arasında gerçekleşen Kore Savaşı'dır. Kuzey Kore ve Güney Kore arasındaki savaş, Amerika ve müttefiklerinin, daha sonra da Çin Halk Cumhuriyeti'nin müdahalesiyle uluslararası bir boyut kazanmıştır. Oluşan bu kutuplaşmalarda, yapılan propagandanın diğerlerinden en önemli ve en belirgin farkı; dünya kamuoyu alanında gerçekleşmesi, kitleyi

komünizm ve kapitalizm ideolojileri arasında keskin çizgilerle ikiye ayırıyor olmasıdır. Yaşanan bu yoğun propaganda savaşı basının da Kore Savaşı'na yaklaşımını etkilemiştir. Savaş süresince her gelişme, esir takasları bile propaganda malzemesi olmuştur (Bektaş, 2002:174). Bunun yanında bu savaş sonrasında literatüre propaganda ile eşanlamlı kullanılacak yeni bir sözcük girmiştir: Beyin yıkama. Baskı ve şiddet uygulanarak düşmanı dost haline dönüştürme olarak günümüzde bilinen bu yöntem, Kore Savaşı'nda en ağır şekliyle uygulanmıştır. O dönemde herkes, Kore Savaşları sırasında Komünistlerin eline düşenlerin, gizli bazı olağanüstü ve tüyler ürpertici yöntemlerin hedefi olduğuna inanmıştı. Beyin yıkama kelimesiyle kastedilen aslında, Çinliler tarafından yüzyıllardan beri kullanılan sistemli, tutarlı ve psikolojik metotlardan akıllıca yararlanılan bir metottu (Brown 2000:226). Bunların yanı sıra Vietnam Savaşı da Soğuk Savaş Dönemi'nde yer almaktadır. Bu savaş, 1955-1975 yılları arasında Kuzey ve Güney Vietnam ve müttefikleri arasında yaşanmıştır. Gerek Sovyetler Birliği gerekse Çin Halk Cumhuriyeti, yaşanan bu çatışmayı kendi çıkarları doğrultusunda birbirleri aleyhine propaganda yapmak amacıyla kullanmışlardır (Bektaş 2002:178). Vietnam Savaşı, medyanın, özellikle de televizyonun savaş esnasında kamuoyu oluşturmasıyla ulusal uzlaşmayı sağlamadaki etkisini ve gücünü ortaya koymuştur. Daha önce dönemin ideolojisi etkisiyle Vietnam Savaşı'nı destekleyen Amerikan Basını, savaşın seyrini değiştiren Tet saldırısından sonra yavaş yavaş tavır değiştirerek, savaş karşıtı bir politika izlemiştir (Mutlu, 2003:192).

Vietnam Savaşı'nda Amerika Birleşik Devletleri kendi halkına yönelik propagandayı teknolojik desteklerle sunmuş ve belli ölçüde başarılı olmuştur. Ancak savaşın kaçınılmaz sonucunu değiştirememiştir. Vietnam Savaşı basının desteği alınmadan, bir savaş kazanmanın zorluğunu hatta imkânsızlığını daha iyi kanıtlamıştır. Bu nedenle Amerika Birleşik Devletleri yönetimi, gelecekte Amerika'nın katılacağı savaşlarda basını cepheden uzak tutmak ve enformasyon akışını sınırlandırmak yoluna gitmişlerdir. Bunun en ilginç örneği Körfez Savaşı'nda yaşanmıştır (Mutlu, 2003:193).

1.2.6. 1990 Sonrası Dönemde Propaganda

Propagandanın ana hedeflerinden biri, propagandacı ideolojiyi hem kendi tarafına hem de karşı tarafa kabul ettirmektir. Bu noktada yapılan propaganda faaliyetleri, ideolojik olarak anlam yüklü olan noktalarına bakılarak açıklanması mümkündür. Bu dönem ve sonrasında etkin olarak görülen sonuç, her tarafın kendi baskın ideolojilerini kullanmış olmalarıdır.

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması bu araçları günümüz propaganda faaliyetlerinin vazgeçilmez unsuru haline getirmiştir. Medya organlarının kurumsallaşmasıyla birlikte ideolojilerin, düşüncelerin, kanaatlerin yayılması propaganda ve kitle iletişim araçları sayesinde inanılmaz bir ivme yakalamıştır (Chomsky, 2002:19).

Bütün bu gelişmeler ışığında propaganda, 20. yüzyılda dünya sistemlerinin belirleyici unsuru olmuştur denilebilmektedir. Özellikle 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren oldukça önem kazanmaya başlamış ve dünya sistemlerinde meydana gelen değişikliklerde başrolü oynamıştır. 1917 devrimi, faşizmin yükselişi, Lenin ve Bolşevizm'in yerleşmesi ve nihayetinde yine bütün bu rejimlerin çöküşünde merkez noktada propaganda yatmaktadır (Bektaş 2000:148). Günümüzde etkisini hissettiren yeni emperyalizm anlayışı ve küreselleşme de bu açıdan bakıldığında yine bir propaganda faaliyetine ihtiyaç duymakta ve propagandayı kullanıp şekillendirmektedir. İnsanların kanaat ve düşüncelerini etkileme ihtiyacı tarih boyunca propagandanın varlığını canlı tutmuş ve tutmaktadır.

Irak'ın 1990 tarihinde Kuveyt sınırını geçerek bu ülkenin başkenti ve petrol kuyularını işgale başlamasıyla ilk Körfez Savaşı çıkmış oldu. O dönemdeki Amerika Birleşik Devletleri Başkanı George Bush, Kuveyt'e yardım amacıyla Amerikan birliklerini bölgeye göndermiştir. Bu savaşta Amerikan propagandasının üstünde durduğu temel kavramlar, katılımcı demokrasi ve serbest Pazar ekonomisidir. Söz konusu propaganda, bu nedenle sürekli olarak Irak yönetiminin vatandaşlarına ve işgal ettiği ülkelerdeki bireylere temel siyasal hakları tanımamasının üzerinde durmuştur (Bektaş, 2002:183).

Körfez Savaşı aynı zamanda bir enformasyon savaşı haline gelmiştir. Kamuoyunu etkilemek ve yönlendirmek için bu savaşta yeni teknolojiler

kullanılmıştır. Birinci ve İkinci dünya savaşlarında kullanılan propaganda teknikleri daha da geliştirilerek Körfez savaşında uygulanmıştır. Körfez savaşı sırasında kamuoyuna gerçek gibi sunulan pek çok haber ve enformasyonun propaganda olduğu yıllar sonra anlaşılmıştır (Mutlu, 2003:357-358). Savaş televizyonlarda canlı yayında tüm gün bütün dünyaya nakledilmiş, ancak canlı yayında haber yerine haberimsi bazı şeylere mahkûm olunmuştur. Canlı yayında savaşı gerçekten izlememiz imkânsızdı, bunun nedeni de savaş halinin kendisidir. Her zaman savaş hali sansürü de beraberinde getirmiştir. Bir başka deyişle, gerçek her zaman savaştaki ilk kurbandır. Körfez Savaşı sırasında da özgür haberleşme beklemenin hayal olduğu açıktır. Savaşan tarafların her ikisi de sansür uygulamaktaydı, en iyi ihtimalle sınırlandırılmış, genellikle de yönlendirilmiş bir haber akışına tanık olacağımız besbelliydi (Uğur, 1991:237). Körfez Savaşı sırasında Amerikan medyası, Bush yönetimini desteklemekle kalmamıştır, savaş çığırtkanlığı da yapmıştır. Basın, savaşın gerekli olup olmadığını sorgulamamış, savaşın olası maliyetinden bahsetmemiştir. Amerikan basını, Körfez Savaşı'nda Pentagon tarafından uygulanan kısıtlamalar ve kısmi sansüre sessiz kalmıştır (Mutlu, 2003:369).

Bu bağlamda günümüzde propaganda insanların siyasi yaşamı denetlemelerine, düzenlemelerine ve bir bakıma ellerinde tutmalarına da yardımcı olabilmektedir. Demokratik toplumlarda halkın gelişmelerden haberdar edilmesi ve farklı görüşlerin halkoyuna sunulması sonrasında da halktan gelen tepkilere göre yönlendirilmesi propagandanın aslında bireyler için ne kadar önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Bu ise bireylerin tüm bunlardan ne kadar etkilenip ne kadar eylemlerine bunları yansıttıkları konusunda oldukça önemlidir.

1.3. PROPAGANDANIN ARAÇLARI

Sanayi devrimiyle birlikte ortaya çıkan kitle kültürü, kapitalist ideolojinin egemen olduğu siyasalın ve kültürün bir tercihi sayılmaktadır. Jurgen Habermas, "Siyasal Katılım Kendi Başına Bir Değer midir?" başlıklı makalesinde kitle iletişim araçlarıyla üretilen yeni kültürün, geçmiş kültürlerdeki toplumun iki karşıt yanını, yani hem egemen sınıfa mahsus seçkin kültürü hem de halkın içerisinden çıkan folk kültürü değişime uğrattığını belirtmiştir. Kitle kültürünün, yaşanan toplumsal düzenin değerlerini meydana getirdiğini ve potansiyel bakımdan baskıcı ve yıkıcı

olan kitleyi uyum içerisindeki çoğulculuğa dönüştürdüğünü vurgulamıştır. Kitle kültürünün bir ürünü olan kitle iletişim araçları, herhangi bir bilgiyi kısa zamanda geniş kitlelere en hızlı şekilde ulaştırabilmekte ve bu nedenle günlük yaşamda çok etkili ve önemli bir yer tutmaktadır. Dolayısıyla teknolojik gelişmeler sayesinde etkinlik alanları olağanüstü ölçüde genişlemiş olan kitle iletişim araçları, bir yandan kanaatlerin oluşmasına hizmet ederken, öte yandan da usta propagandacıların emellerine de hizmet etmektedir (Habermas, 1984: 52).

Propaganda tekniklerinde ve uygulamalarında da tıpkı propaganda türlerinin çeşitliliğinde olduğu gibi bir çeşitlilik mevcuttur. Doğasında kesin olarak bir ideolojik yapılanma ve bilgi üretimi amacı taşıması; temel anlamda propagandanın, bir iletinin propagandacının çıkarları göz önünde bulundurularak bir gruba ya da bireye ulaştırılması gerekliliğini taşımasından kaynaklanmaktadır. Kecskemeti'ye göre; ideolojik olarak propaganda ele alındığında kitleyi hem siyasal hem de toplumsal gerçekliğe yaklaştırırken kapsamı geniş bir kavramsal perspektif sunmaktadır (Jowett ve O'Donnell, 2012: 271).Burada amaç propagandası yapılan ideolojinin hedef kitle tarafından kabullenilmesini başarmaktır. Propagandanın ana bir metodu olmadığını söyleyen Nazi Propagandacısı Joseph Goebbels, hedefin yalnızca kitle fethi olduğuna değinmektedir. (Jowett ve O'Donnell, 2012: 292). Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda propaganda için; propagandayı yapan kişi ya da kurumun çıkarlarına hizmet edecek ve amaçlarına ulaşmasını sağlayacak her aracı ve her tekniği kullanmasına ortam sağlayarak başarıya ulaşabilmesi daha önem taşıdığından, propagandanın herhangi bir sistematiğe ihtiyacı bulunmamaktadır. Bundan dolayı propagandacı; ideolojik ya da toplumsal olarak ayırt etmeksizin belirlenen hedef kitlenin etkilenmesini ve etkisi altına alınabilmesini temel amaç edinmiştir. Bunun dışında propaganda bir istek veya gerekliliğe dayanmayarak ana hedefini gerçekleştirecek faaliyetler içinde süregelmesi kaçınılmazdır.

Herr Goebbles, propagandacının, kitlenin duygusal olarak destekleyebilecek veya karşı durabilecek kadar duygu anlamında güçlü olan ama öte taraftan da tam olarak anlamsak karşılığı net olarak bilinmeyen, anlaşılmaz genel geçer yaklaşımlara ve düşüncelere temas eden semboller kullanmasını, kitle penceresinden görülen bir kural olarak belirtmiştir. Örnek olarak; sıklıkla özgürlüğün, adaletin, iyiliğin ve ekonomimin sembolleri tekrarlanmalıdır. Bazı durumlarda ise propagandacılar

anlaşılması güç fakat çağrışım yapan "komünist", "ateist", "kızıl" gibi etiketleri eleştirmeden kişilere karşı hedeflenen kitleyi harekete geçirmek amacıyla kullanırlar. Bu kural o kadar sık kullanılır ki propaganda süreç ve kavramına yeterince hâkim olmayan ve bu konuda yetkin olmayanlar bile yapılan eylemin ne olduğundan haberdardır. Bu sebeple propagandayı yapanlar amaçlarının gizli tutulması ve kabul görmesi için ikinci yönteme başvurmalıdır. Bu ikinci ilke ise; ustalıkla kullanılmış gizli telkin yöntemiyle yeni bir düşünce veya tutum oluşturmaktır. Bu teknikte, propagandacı editoryal bir şekilde düşünceyi haber olarak gazetelere işlemeye çalışır ve bu başarıya ulaşması demektir (Cantril, 1938: 218).

Küreselleşen dünya şartlarında ve değişen sürekli gelişen bireylerin, kitlelerin tercihleri, düşünceleri ile propagandanın tek bir prensibi görüldüğü üzere olmamaktadır. Amaç her ideolojiyi evirip istenilen ideolojiye çekmek olduğundan araç olarak hizmet edecek etmenler de çeşitlilik gösterip değişmek zorundadır. Böyle etkileşim ağı her birey ve kitle için kurulmuş, herkese edilebilen bir hitap şeklinden istenilen algıyı yaratma yoluna gidilebilmektedir.

Cantril, kullanılan tekniklerle propagandacının başarısının neden bu kadar büyük olduğunu sorgulamış ve üç sonuca varmıştır. Bunlardan ilki, sıklıkla tekrarlanan kelimelerin çoğunlukla duygu ile iletilmesidir. Yani kelimelerin toplum içindeki değeri tutumları da şekillendirir. Seçilen kelimenin kişi algısında "iyilik ve güzellik" olarak kodlanmasıyla ilintilidir (Cantril, 1938:218).

Bu bağlamda Cantril' in değindiği nokta oldukça doğru bir analizdir. Her şeyden önce algının yaratılması için bireysel, toplumsal duygular üzerinden hareket etmek ve belli davranış şekillerini oluşturmak bu bağlamda oldukça kolaydır. Duygunun uygun bir yolla kitlelere geçmesi demek propaganda için istenilen ilk ışığın doğması, propagandaya kaynaklık etmesi demektir.

Propagandacının başarıyla ulaşmasının sebeplerinden bir diğeri ise toplumu oluşturan bireylerin özgüven eksikliğidir. Bireyler bilgisiz görünmek istemediklerinden dolayı anlamadıkları durumlar için anlam arayışı içerisine girmektedirler. Tüm bu sebeplerin bir araya gelmesi, toplum yönlendirenleri olarak kabul edilen kanaat liderleri, memurlar, otorite ve gazeteci düşüncelerinin, kendi üretim alanlarında toplumsal olarak kabul edilmesine ortam sağlamaktadır. (Cantril,

1938: 218-219). Propagandacıyı başarıya götüren son neden ise toplumu oluşturan bireylerin, toplum içindeki mevcut konumlarını korumak ve devam ettirmek hatta statülerini yükseltmek istemesidir. İnsanların, güçlü olarak kabul edilmiş liderlerin düşünce ve inançlarını kabul etme eğiliminde olması, toplum içindeki konumlarının diğerlerine göre daha iyi olmasını sağlamak istemesinden kaynaklanmaktadır. (Cantril, 1938:220).

İkinci nedende, propaganda için insanların ve toplumun eksikliklerinin fark edilmesi, bunların iyi bir şekilde analizlerinin yapılması burada oluşan boşlukları doldurma da bir seçim yaratacaktır. Bireylerin toplum içindeki güvensizliklerini ve bilgisizliklerini belli etmek istememeleri, ister istemez karşı taraftan gelen provokatif hareketlere açık olması anlamına gelmektedir. Toplumsal kabulün sağlanması burada kaçınılmaz bir son olarak karşımıza çıkmaktadır. Cantril'in diğer üçüncü sebebinde ise, bireylerin sahip oldukları statülerini, imajlarını kaybetmek istememelerinden kaynaklanan var olanı korumak yatmaktadır. Böylece var olanı korumak isteyen bireylerin üstün olarak kabul edilebilecek düşüncelere, inançlara vb. değerlere sahip oluşturulan olgusal söylemlere karşı kabullerinin sağlanması etkili bir yöntem olmuştur.

Bu bağlamda propagandanın kimliğini anlaşılabilmesi ve iletişimsel ağının düzgün bir şekilde sağlanması için her kanalda açık bir iletişim tarzı seçilmelidir. Burada medya seçimi, kitleye en etkili erişim ile alakalı bir durumdur. Propaganda, bilgi akışının kontrolüyle de alakalıdır. Toplumun ve bireylerin düşüncelerini, davranışlarını kontrol alanlar, ellerindeki iletişim biçimlerinden oldukça ve akıllıca fayda sağlama yolunda oldukça başarılı kullanmaktadırlar.

Bazı yazarlar ise propagandanın iletişimsel özelliklerini vurgulamıştır. Örneğin; Leo Bogart, ABD Bilgi Ajansı (U.S. Information Agency USIA) çalışmasında propagandacıya odaklanarak, propaganda eyleminin özel bir yetenek gerektirdiğini bu sürecin mekanik ve bilimsel olmadığını buna bağlı olarak hedef kitleyi etkilemenin tecrübe, bilgi ve doğru kararın ne olacağını sezen bir içgüdü gerektirdiğini belirtmiştir. Bunun yanı sıra propagandacı zeki ve duyarlı olmalı hatta hedef kitlenin fikir ve eylemlerinin ne yönde olacağını anlamak için iyi bir zihne sahip olmalıdır. Aslında önemli olan propagandaya yön ve şekil verenin

propagandacı olmasıdır. Propagandacı bir ihtiyacın manipülasyonundan kazanım sağlayan bir organizasyonu bilinçli olarak yaratabilmektedir.

Jowett ve O'Donnel'e göre en etkili propaganda teknikleri şu şekilde sıralanmıştır (Jowett ve O'Donnell, 2012:299-380):

İzleyicilerin Eğilimleri-Rezonans Yaratımı: Propaganda uygulanan ortamlarda sık sık kullanılan rezonans yaratımı; bireylerdeki algı, fikir, kanaat ve davranışları geliştirirken, hangi referansları alacaklarını belirledikten sonra özellikle halk liderleri tarafından belirlenen bu referansların, kanaat ve tutumları etkileyen fikirler olarak bireylerin akıllarına işlenmesini amaç edinmiştir. İletilen mesajlar var olan düşünceler, inançlar ve eğilimlerle paralellik gösteriyorsa daha güçlü bir etkiye sahip olurlar. Yeni bir inanç yaratmak için var olan inançtan yararlanan propagandacı; kendi ideolojisini güçlendirerek ya da bazı durumlarda yeni düşünce ve davranışlar veya ikisini de yaratarak kitlenin eğilimlerini birleştirip, güçlenmesine ortam hazırlamaktadır. Propaganda hedefindeki insanların siyasal ve dini düşüncelerini dile getiren propagandacı bu konularda değişiklik yapmak yerine, iletilen mesajların dış kaynaktan değil de kitlenin kendisinden geldiği algısını yaratmaktadır. Değişim gerçekleşiyorsa; mesajın kaynağı, fikir liderlerinin etkisi, grup etkileşimi, mesajın yollandığı ve alındığı bağlam ve medya kullanımıyla alakalı birçok unsurdan dolayıdır.

Kaynağın İnanılırlığı: Kaynak güvenirliliği, değişimi etkilediği düşünülen bir etken unsurdur. İnsanlar, bilgi ve talimat için otorite figürlerini araştırma eğilimindedirler. Uzman fikri değişimin meşruiyetini kanıtlarken etkilidir ve bilgi kontrolüyle bağlantılıdır. Bir sorunla ilgili olarak bir kaynak kabul edildiğinde, başka bir sorun da kaynağın önceki kabulüne dayandırılarak ele alınabilmektedir. Propaganda sürecinde kaynağın güvenirliliğinin toplum tarafından bilinmesi istenilen etkinin yaratılması anlamında bir teknik haline dönüşmüştür.

Kanaat Önderleri: Toplum algısında saygın bir konumda ve güvenilir olduğu için propaganda aşamasında bir başka teknik olarak kullanılır. Bu yöntem ile toplumda güvenirliliğe sahip insanlar, yani fikir liderleri aracılığıyla çalışmaktadır. Burada araştırmacı fikir liderlerini teşhis etmeli ve propagandacının bu liderlerin konumlarından ve etkilerinden ne şekillerde yararlandığını incelemelidir.

Yüz yüze İletişim: İnanılırlık ve güven kazanmak birebir iletişimlerde daha kolay sağlanıldığından, sık sık bu teknik de faaliyetler esnasında kullanılır. Burada araştırmacı yüz yüze iletişimi ayrı bir aktivite veya bir etkinliğin devamı olarak ya da bir video gösterimi olarak değerlendirmelidir.

Grup Normları: Kurulmuş gruplarda üyelik kaynaklı davranış, inanç ve değerler grup normları olarak tanımlanır. Grup davranışı araştırmalarına göre inançsal bir değer oluşması ve karar alınması aşamasında grup üyesi kişilerin bu konuya daha eğilimli olduğu gözlemlenmiştir. "Sürü içgüdüsü" eğilimi propagandacının alıcıyı etkilemesine imkân sağlamaktadır. Propagandacı, daha benzer bir etkiye ulaşmak için kalabalık durumlar yaratma amacıyla ortamı manipüle edebilmektedir. Aşırı destek verildiği izlenimini yaratmak için kalabalığın sığmayacağı küçük salonlarda geniş çaplı toplantılar düzenlenmesi yaygın bir uygulamadır.

Ödül ve Ceza: İnsanların bir fikri 'açıkça' kabul etmelerini sağlayan başka bir yöntem de bir ödül ve ceza sistemidir. Propagandayı yürüyenler, kişi ya da kişileri uyma davranışına yönelik ödüllendirip uymama davranışına karşı cezalandırarak propaganda etkinliklerini yürütmektedir. Mesela bir suçluya umumi işkence yapılması, diğerleri üzerinde yarattığı tahmin edilebilir etki yüzündendir. Örneğin, Taliban, Afganistan'da etkin güç iken yabancı yardım adı altında verilen yardımlar bu tarzda gerçekleştirilen propaganda faaliyetleridir.

İletişim Kaynağının Tekelleşmesi: Gazete, radyo, TV, internet gibi iletişim araçlarının tek bir gücün kontrolünde olmasının propagandacıya güç kazandıracağı kaçınılmaz sonuçtur. Çünkü tek bir gazete veya televizyon şebekesinin olması gibi iletişim kaynağının tekel olduğu durumlarda ve istikrarlı ve tekrarlanıp duran bir mesajın olduğu durumlarda, insanların mesaja karşı çıkması pek mümkün değildir.

Görsel Sembollerin Gücü: Sembolik görseller olarak bilinen büyük bir bayrak, gövde gösterisi sayılabilecek yapılar, güç göstergesi lider resimleri, ideolojik işaretler propagandacının faaliyetleri sırasında kullandığı tekniklerdendir. Araştırmacı gücün görsel simgelemesini incelemek için medya mesajlarına bakmalıdır. Örneğin; büyük bir bayrağın önünde durduğunda konuşmacıya duygusal bir bağ aktarılması gibi.

Dil Kullanımı: Kelimelerin sembolleştirilmesi, kişi duyularının gücünü açığa çıkarmakla beraber bu semboller duyguya, algıya, yönelimlere ve fikirlere etki etmektedir. Örneğin; "Ana Kilise", "Sam Amca", "Sevgili Lider" ve "Anavatan" tarzı dilsel ifadeler bu tarz sembollerdir. Çünkü sözel simgeleme de bir güç duygusu yaratılabilmektedir. Ebeveynler, öğretmenler, kahramanlar ve tanrılar gibi otorite figürleriyle bağdaştırılan dil kullanımı, dilin tanımladığı kalıplara otoriter anlam yüklemektedir.

Müzik Kullanımı: Marşlar, eylem şarkıları, müzik ve şiirler önemli tekniklerdendir. Tüketim çağında olduğumuzdan dolayı reklamlardaki müzikler bile bu teknikten yararlanmaktadır. Ses insanlar üzerinde etkilidir ve ifadelerin vurgulanarak arttırılması propaganda sürecinde olumlu sonuçlar doğurabilir. Müzik bu bağlamda önemli bir propaganda aracıdır çünkü duygulara dokunup, çağrışımlar yapıp geçmiş deneyimleri hatırlatıp bireylerin buna dâhil olmasına çağrı yapmaktadır.

Duyuların Uyarılması: Milli, dinî, yerel veya bireysel duyuların uyarılmasıyla da propaganda yapılmaktadır. Bir işgal ya da saldırı karşısında yapılan yayınları uyarılma tekniği içerisinde yer almaktadır. Kullanım amacına göre de propaganda için oldukça etkili bir tercihtir.

Karşı Propaganda: Açık toplumlarda yani medyanın rekabetçi olduğu düzlemlerde karşı propaganda kullanılmaktadır fakat medyanın tekelleşmiş olduğu toplumlarda ise karşıtlık yeraltında oluşturulabilir. Günümüzde sosyal medya araçları karşı propaganda, mecralarına dönüşmüş olsa da edebiyatın, tiyatronum ve filmlerin önemi oldukça büyüktür. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte yaygınlaşan internet ve uydu yayınları karşı propagandanın daha kolay yürütülmesini sağlamıştır. Ana kaynaktan sunulan görüntülere karşılık hedef kitle ve izleyiciler tarafından paylaşılan kişisel görüntü ve resimler karşı propagandaya örnek olarak gösterilebilinir. Bu bağlamda genellikle propaganda ve karşı propaganda ana ideoloji akımından ve toplumun genelinin inançları ve davranışlarından ayrı hareket etmektedir.

Jowett ve O'Donnell'a göre, araştırmacılar propagandacının sahip olduğu bağlamların ve olayların farkında olmalıdır. Bu amaçla aşağıdaki soruların yanıtları

propagandanın hangi bağlamda oluştuğunun cevabını vermektedir (Jowett ve O'Donnell, 2012: 292).

- Dünya toplumsal sisteminin devletlerinin beklentileri (savaş, barış, insan hakları, ekonomik krizler vs.) nedir?
- Halkın haleti ruhiyesinde yaygın olan nedir?
- Spesifik konuları belirleyen nedir?
- Spesifik konular nasıl yaygın bir şekilde hissedilir?

Aynı zamanda bu bağlamı belirleyebilmek için tarihsel arka planın bilinmesi ve anlaşılması önemlidir.

- Uzun zamandır önemli olan değerler ve inançları derinleştiren nedir?
- Günümüz propagandası ile ilgili olan mitler nelerdir?
- Bu mitlerin kaynağı nedir?

1.4. PROPAGANDANIN ÖZELLİKLERİ

Bu doğrultuda "Propaganda" kavramının, neredeyse insanlık tarihi kadar eski olduğu görülmektedir. Bu nedenle insanların birbirlerine belli fikirleri empoze etmeye çalışmaları oldukça eski bir alışkanlıktır. Bu bağlamda propagandanın özelliklerini sıralamak ve etki alanlarını bu özellikleri üzerinden görmek çalışma açısından önemli bir noktadır. Çünkü iyi bir propaganda faaliyeti, propagandanın özelliklerinin de iyi bir şekilde anlaşılmasından ve kitleler üzerinde bu bağlamda etkisini arttırmak için önemlidir.

Propaganda günlük hayatta algıda negatif bir izlenim yaratsa da, 20.yüzyılın en önemli buluşlarından olduğu kabul edilmektedir. Bilhassa demokratik ülkelerde, uluslararası ilişkiler ya da ekonomik temaslarda sıkça karşımıza çıkmaktadır. Propaganda kavramsal olarak hedef kitlenin düşünce ve tutumlarına etki ederek değiştirme anlamı taşıdığı için demokrasiyle yönetilen sistemlerde halk desteğini kazanmak ve yönetime geçmek amacıyla uygulanmaktadır. Uluslararası ilişkilerde ise sık sık iktisadi bir öğretiyi ve siyasi bir ideolojiyi yaymak ya da savaş kazanmak

amacı taşıyan propagandayı bu açıdan ele alırsak insana nasıl düşünmesi gerektiğini aşılamaz, fakat düşünmesi gerektiğine dair doneler verir. Bu da propagandayı doğru şekilde yorumlayabilmekten ve özelliklerini iyi çözümlemekten geçmektedir. Bu bağlamda başarılı ve durum odaklı bir propaganda faaliyeti yapabilmek için propagandacının birtakım özellikleri yerine getirebilmesi gerekmektedir; bunlar şu şekilde sıralanabilir (Tarhan, 2004:55):

Propagandanın başarıya ulaşmasını sağlayacak ilk özellik dikkat çekici olması ve bu sayede kitleleri kendisine çekmektir. Bu aşamada hedef kitlenin tüm özelliklerinin analiz edilip kitlenin detaylarına hâkim olunması başarıyı arttıracaktır. Bu sayede iktidar sahiplerinin, kitle üzerinde yaratacağı etki alanı kullanıma daha açık bir hale gelmektedir.

Hedef kitlenin yapılan propagandadan istenilen şekilde etkilenebilmesi ve amaçlanan sonuca ulaşılabilmesi için kitlenin ilgisi iyi tespit edilmeli ve buna göre bir propaganda tarzı belirlenmelidir. Dikkat çekici bir propaganda yapabilmek için propagandanın sade ve kısa olması önemlidir, uzun ve anlaşılmaz cümlelerle kurulan bir propagandanın anlaşılması zorlaşır ve hedef kitlenin dikkati tam olarak toplanamaz. Ayrıca hedef kitlenin sosyal düzeyi ve inançları da bu noktada göz önünde bulundurulmalıdır. Bu açıdan propaganda yapan kişinin hedefini ve amacını tam olarak belirlemesi gerekir (Özsoy, 1998:95).

Etkili propagandanın bir diğer özelliği ise beden dilinin etkili kullanılmasıdır. Propaganda faaliyeti sözlü iletişim boyutuyla kitle iletişim araçlarıyla da birleştirilince oldukça başarılı sonuçlar elde edilmektedir. Çünkü kitleler gözünün gördüğü kadar aynı zaman da kulağının da duyduğuna göre duygularını ön plana çıkarmaktadır.

Sözel olarak yapılan propaganda her zaman için daha etkilidir. Ses tonunun ve beden dilinin uyumlu kullanılmasıyla kitle iletişim araçlarının sağladığı avantajlarıyla bütünleşince propaganda yapan kişinin inandırıcılığını ve etkinliğini arttırmaktadır. Hedef kitle karşısındaki duruşu ve hitabet şekli propagandanın amacına ulaşması yolunda son derece önemli bir özelliktir. Propagandacı görevi gereği karşısındakine nazik ve etkileyici bir dil kullanmalıdır (Tani, 2002:77).

Propagandanın bir diğer önemli özelliği ilgi çekici olmasıdır. Bu bağlamda propaganda bir insan toplulukları faaliyeti ise, bu toplulukların ilgisinin çekilmesi gerekliliği kaçınılmaz bir sonuçtur. Propaganda faaliyeti temelinde etkiyi yaratabilmek ve insanları bu etki içerisinde belli davranış kalıplarına yönlendirmek olduğundan onların eğilim noktalarını çözüp bu yönde yapılmış bir propaganda çalışması istenilen etkiyi yaratmakta başarıyı sağlayacak etmenlerden biri olmaktadır.

İnsanlar ilgilerini çeken konulara daha çok eğilim göstermektedirler. Propagandacı stratejisini oluştururken hedeflediği kitlenin ilgi alanlarını çok iyi tespit etmelidir. Doğru tespitler propaganda faaliyetinin başarısını olumlu yönde etkileyecektir. Aksi takdirde başarılı olabilmesi son derece zordur (Akarcalı, 2003:66).

Bunlara ek olarak propaganda istek uyandırıcı nitelikte olması gereklidir ki etki alanı yaratıldıktan ve kitleleri bu etki içerisine çektikten sonra, kitlelerin bu propaganda faaliyeti içerisinde yer almalarını sağlayacak isteği, davranış şeklini yaratarak istenilen sonuca ulaşılabilinsin. Yani propagandanın başarısı kitleleri ya da bireyleri eylem haline sokabilmekten ve bunun sonucunda eylemin sürekliliğini sağlayacak istemi oluşturabilmekten geçmektedir.

Zor ikna edilebilecek hedef kitlelere öncelikle onların neye istekli oldukları tespit edilerek yaklaşılmalıdır. İstek uyandırıcı propaganda özellikle reklamcılık alanında sıklıkla kullanılmaktadır. Bilgiler ve görsel öğeler bir arada kullanılarak kitlenin üzerinde propagandası yapılan konuya yönelik bir istek uyandırılır ve kitlenin bu yönde harekete geçmesi sağlanır (Bektaş, 2002:119).

Propaganda yapılırken evrensel değerlerin kabul edildiğini vurgulamak oldukça etkili olacaktır. Propagandanın bu özelliğinde ise öznel değerlerden daha çok nesnel değerleri içerisinde barındırdığını vurgulamak, kitleler üzerinde hep bildikleri kavramları anlamlandırmakta oldukça başarı sağlayacaktır. Her birey ya da her kitle için genel geçer olabilecek kavramlara değinilmesi, kitleler içinde açıklanması zor olmayan değerleri kendilerinde bulmalarına ve propaganda faaliyeti içerisinde var olmalarına katkı sağlayacaktır.

Özellikle konuşma, yazma, toplantı, gösteri, din ve vicdan özgürlüklerine vurgu yapmak hedef kitle üzerinde inandırıcı ve ikna edici bir etki bırakacaktır (Tarhan 2004:56). Propagandanın etkili olmasında başkalarıyla ilişki kurarken toplumsal gereksinmelere ve grup normlarına uygun amaçların belirlenmesi son derece önemlidir. Mesajlar grup normlarına ve karşıdaki kişinin inançlarına göre düzenlenmelidir (Healy, 1998:16).

Propaganda çalışmalarının aktifliği, başarı üzerine farklı daha birçok özellik ve etmenlerin olduğunu savunan farklı yazarlarda mevcuttur. Kitlelerin birbirinden farklılık göstermesi zaman içerisinde propagandanın da özelliklerinin çeşitlenmesine ve değişip gelişmesine yol açmıştır. Çünkü bir kitle için uygulanan propaganda faaliyeti diğer bir kitle için uygun özelliklere sahip olmayabilmektedir.

Bu bağlamda etkili bir propagandanın nasıl olması gerektiği konusunda (aktaran Oskay 2000:270):

1. Propaganda dikkati sağlamış olmalıdır.
2. Kitlelerin güveni sağlanmış olmalıdır.
3. Kitlelerin eğilimleri göz önünde tutulmalı ve propagandanın yaratmak istediği değişiklikler, kitlelerin içinde bulunduğu anda beslediği umut ve bekleyişler karşısında bile hoş görünen alternatif olarak sunulmuş olmalıdır.
4. Kitlelerin içinde bulunduğu ortam, bekleyiş yapısındaki değişmenin gerektireceği eylem yönünde harekete geçmeye elverişli olmalıdır.

Propaganda sürecini yöneten kişilerin tüm bu aşamalar sırasında dikkat etmesi gereken en önemli konu yapılan eylemin propaganda olduğunun hissettirilmemesidir. En başarılı propaganda, propaganda olduğu belli olmayandır (Özsoy, 2002:187). Bu yapılan propaganda faaliyeti için istenilen etkiyi sanki aslında olması gereken buymuş gibi ekme yoluyla yapılması kitlelerin yaratılmak istenilen düzene ayak uydurmasını kolaylaştıracaktır.

1.5. PROPAGANDA TEKNİKLERİ

Propaganda kavramının kullanım alanının yaygınlaşması önceden de planlı ve programlı yapılan bu faaliyetin daha fazla etkili olması yolunda belli başlı tekniklerin oluşturulmasını bu bağlamda kullanılması şart kılmıştır. Etkileme yolunda giden süreci daha iyi yönetmek ve bireyleri, toplulukları bu alana dâhil etmek için daha sistematik ve kuralları olan tekniklerin oluşturulması propagandanın burada başarısını arttıran bir eylem olmuştur.

1. Dünya Savaşı sonrasında kavramın öneminin anlaşılmasıyla propagandaya olan ilgi de büyümüş ve 2.Dünya Savaşı'na kadar olan ara dönemde propaganda tekniklerinin çeşitleri ortaya çıkmıştır. Amerika Birleşik Devletleri, 1. Dünya Savaşı'nda kullandığı tekniklerin kendisine karşı kullanılmasından endişe duymuş ve önlem almak ihtiyacı hissetmiştir. Bu amaçla, 1937 yılında Columbia Üniversitesi profesörlerinden Clyde R. Miller, Propaganda Analizi Enstitüsü'nü kurdu (Bektaş 2002:148).

Kurulan bu enstitü Daha çok Almanya'da Nazi propagandası üzerine yoğunlaşıp Amerika'ya karşı olası etkileri üzerinde çalışmış ve savaş süresince öğrencilerin propagandayı reddedebilmeleri için, eğitim amaçlı genel ilkeler saptanarak birçok inceleme yapılmıştır. Bu enstitünün en ünlü yayını, Alfred McClung Lee ve Elizabeth Briant Lee tarafından derlenen The Fine Art Of Propaganda (Propagandanın Güzel Sanatı) isimli eserdir. Bu eserde propaganda teknikleri üzerine yeni yaklaşımlar ele alınmış ve yedi teknik üzerinde durulmuştur. Öncelikle propagandanın doğru bir şekilde yürütülebilmesi için hedef kitlenin ihtiyaçları iyi bir şekilde belirlenmeli ve mesajlar bu doğrultuda kodlanmalıdır (Bulduklu, 2015: 34). Bunlar:

- **Ad takma (name calling):** Genel olarak sevilmeyen bir etiketin kullanımı.

Bu teknikte, propagandacı, karalamak istediği kişiye ya da gruba kötü isimler takmaktadır. Düşmanı bir "yılan" ya da "örümcek" gibi isimlerle anmak propagandacının çok kullandığı bir tekniktir. Siyasetçiler de bu tekniği kullanarak, rakiplerine küçük düşürücü sıfatlar takarak kitlelerin duygularıyla oynamaktadırlar. Eğer bir kişiye ya da bir gruba çirkin isimler takılmışsa orada propaganda yapıldığını fark etmek mümkündür.

- **Gösterişli genelleme (glittering generality):** Kişide ve toplumda "İyi" algısın hitap eden bir deyim kullanma olarak tanımlanır. Gösterişli genelleme siyasette de kolaylıkla kullanılabilir.

Propagandacı burada kanıtlanabilir doğrular yerine "genellemeler" yapmaktadır. "Vatan", "millet", "şeref", "ahlak" gibi kimsenin kolay kolay itiraz edemeyeceği kavramlar kullanılmaktadır. Kendi düşüncelerini bu kavramların içine gizleyerek yaymaya çalışılmaktadır

- **Transfer:** Genel olarak saygı duyulan sembolleri kullanma. Transfer çağrışım süreciyle işler. Yani "çağrışım yoluyla hayranlık" duyurmayı amaçlamaktadır. Transfer bazen iki insanın yalnızca birlikte görünmesiyle de meydana gelebilmektedir. Önemli bir kişi ile çektirilen bir fotoğraf, film ya da videobantı sayesinde geniş kitlelere Rahatlıkla ulaşılıp ve etkinlik sağlanmaktadır.

Propagandacı burada yoğun olarak simgeler kullanmaktadır. Eğer bize mesaj vermek isteyenler bayrak ya da dini kitap gibi hepimizin ortak değerlerini kullanıyorlarsa propaganda yapıyorlar demektir.

- **Tanıklık (testimonial):** Saygın kişilerin desteğini kullanma. Tanıklık reklamcılık ve politik kampanyalarda en çok kullanılmaktadır. Ünlü saygın kişinin desteği propagandaya etkinlik sağlamaktadır.

Geniş kitleler ünlülerin söylediklerine daha duyarlı olmaktadırlar ve onların dile getirdiklerine inanma eğilimi içinde olmaktadırlar. Eğer bir ünlü, toplumsal ya da siyasi bir mesaj veriyorsa büyük ihtimalle propaganda yapıyor demektir.

- **Halktan biri (Plain folks):** Propagandayı yürütenlerin veya liderin toplum içindeki bir birey gibi ortalama bir kişi olduğunu vurgulamak. Siyasal alanda çok sık kullanılan bu teknik, liderlerin "halktan biri" imajıyla propaganda yapıp herkes gibi yaşadığı yaklaşımı kullanılmaktadır. Seçim dönemlerinde çok sık rastlanılan bir uygulamadır.

Propagandacı sıradan insanların başına gelmiş olayları "örnek olay" olarak anlatmaktadır. Aslında her biri birer istisna olacak kadar az rastlanan olayların tahminimizden daha yaygın olduğunu kanıtlamak istemektedir. Bizim henüz

çevremizde görmediğimiz bu olayların, biz farkında olmadan çok yayılmış olduğunu söyleyerek bizi korkma eğilimi içerisine sokmaktadır.

- **Kağıt derme (card stacking):** Ortaya atılacak tezin inandırıcılığını arttırmak amacıyla sadece en yararlı olgu ve fikirleri bir araya getirmek. Genel olarak; herhangi bir şey hakkında en iyi ve en kötü, mantıklı ya da mantıksız ifadelerin seçimi ve kullanımını kapsamaktadır.

Propagandacı çok güçlü ve abartılı ifadeler kullanmaktadır. Bunlar hiçbir kanıtı olmayan klişe laflardır; ama çok sık söylendiğinde insanların belleklerine kazınıp ve etkisi yüksek olmaktadır. "Türk'ün Türk'ten başka dostu yoktur." söylemi böyle bir genellemedir.

- **Herkes yapıyor (band vagon):** Temasal olarak evrensel desteği vurgulamak şeklinde tanımlanır. Bir şeyi herkesin yaptığının ifade edilmesidir. Propagandacı, herkesin kabul ettiği bir şeyi kalabalığı izlemek için hedefin de kabul etmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Yılmaz, 2007: 22-23).

Propagandacı ait olduğumuz oluşumdaki herkesin bunu kabul edip yaptığını ve toplumu izlemek adına bizim de kabullenmemiz gerektiğini vurgulayarak ikna etmeye çalışır (Lee ve Lee akt. Severin ve Tankard, 1994: 179).

1.6. PROPAGANDA TÜRLERİ

Propaganda pek çok formda ifade edilmesine rağmen, her zaman ideolojinin aktif aracıdır. Zaman zaman propaganda tahrik edicidir, seyirciyi canlandırır ve genellikle de önemli değişiklikler meydana getirmektedir. Zaman zaman ise tam doğrudur ve kabul edilebilir derecede meydan okumadır (Szanto, 1978:10). Bu bağlamda bakıldığında propaganda, propagandanın faaliyet gösterdiği alanlara göre değişiklik gösterip şekillenmektedir. Bu nedenle belli başlı gruplandırılmalar yapılması mümkündür. Propaganda bilginin tam olması ve kaynağın kabulü ile ilişkili olarak beyaz, gri ya da siyah olarak tanımlanabilmektedir. Bu şekilde bir gruplandırma propagandayı değerlendirme de ve açık bir şekilde anlaşılmasında oldukça etkili bir yöntem olmuştur. Çünkü yapılabilecek tek şekilde bir propaganda anlayışı yoktur. Bireylerin ve kitlelerin tercihleri, özellikleri, içerisinde yaşadıkları

toplum yapısı, psikolojik-sosyal durumları gibi farklılıkları olduğundan her guruba farklı bir propaganda yapılmasını gerektirmektedir.

1.6.1. Beyaz veya Açık Propaganda

Bu propaganda türünde güven en önemli olgu olduğu için kaynak resmi ve açık olup tüm bilgiler şeffaftır. Hedef kitle ya da izleyici güven kırılması yaşarsa inandırıcılık da söz konusu olmayacaktır. Bu sebeple propagandacı kimliklerinin her zaman açık olması tercih edilmektedir.

Örneğin 2. Dünya Savaşı sonrası barış döneminde yapılan radyo yayınları bu şekilde olup izleyiciye karşı güven inşa etme üzerine sistemleşmiştir. Vatanseverlik, bölge bazlı milliyetçilik, ulusal kutlamalar da beyaz propagandadır. Açık propaganda güven temelli olduğu için kanaat önderlerinin kullanılması da sıkça tercih edilen bir tekniktir. Aynı zamanda uluslararası spor yarışmaları da bir tür beyaz propaganda biçimidir. Örneğin, 1984 Yaz Oyunları boyunca Amerikan Gazeteciler tarafından özellikle BBC (British Broadcasting Corporations)'nin yayınlarında Amerikan sporcularının başarılarına daha az yer verme eğilimine ilişkin şikâyetler dile getirilmiştir. Sovyetler Birliği sporcularının olmadığı Los Angeles Olimpiyatlarında, Amerikan olmayan haber kaynaklarından Amerikalıların çoklu zaferlerine daha az heyecan içeren yaklaşımlar olmuştur. Sovyetler Birliği'nin oyunlara katılmayarak verdiği mesaj ise, "Oyunlarınıza ihtiyacımız yok" biçiminde yorumlanmaktadır. 2008 Pekin olimpiyatlarında Çinli sporcuların daha başarılı olmalarına karşın Amerikan televizyonları ağırlıklı olarak Amerikan sporcuların hayat hikâyelerine odaklanmışlardır (özellikle Michael Phelps). Benzer şekilde Rus sporculardan altın madalya alamayan Yevgeny Plushenko için Devlet Başkanı Vladimir Putin'in söylediği "O hala şampiyondur" sözü beyaz propaganda örneği olarak değerlendirilmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2012: 17-18). Ancak açık propaganda da kaynak bilinirliği, şeffaf olmak ve güven kazanmak esas olsa da temel olarak ikna etme süreci olarak kabul edildiği için, biliniyor ve güveniliyor olmak verilmek istenilen mesajın her zaman masum olduğu anlamına gelmemektedir.

Bu türde, verilen iletiler, propagandif içerikler, ikna ve etki etme uğraşısı kısacası propagandanın tüm tekniklerinin belirgin olarak kullanılması sistematikleştiğini göstermektedir.

1.6.2. Siyah veya Sinsi Propaganda

Faaliyetler esnasında kaynağın gizli tutulması ya da bilginin yanlış bir merkezden gelmesiyle yalan ve aldatmacayla ortaya çıkan propaganda biçimidir. Hitler' in propaganda elçisi Joseph Goebbels, ' Son derece mütecaviz durumlar daha fazla kanıt ortaya koyar' demiştir (Bogart, 1995: xii).

Hile ve yalancılık konusunda oldukça yaratıcı olunması gerekmektedir. Örneğin, II. Dünya savaşı süresince Hitler'in İngiltere işgali planı öncesinde The New English Broadcasting isimli bir radyo istasyonunda gün içerisinde yapılan yarım saatlik yayınlarda İngiliz halkınım sözde tedirginliği anlatılmış ve haber içerikleri de savaş konulu olmuştur. Burada amaç İngiliz halkının moralini bozmaktır. Bu tamamen gizli bir Alman operasyonudur. Aynı yöntem Fransız askerlerine de belli bir süre sistematik olarak uygulanmış ve İngilizlerin Fransa ile birlikte savaşmasının çok da iyi niyetli olmadığı propagandası yapılmıştır. Benzer bir yöntem yine İngilizler tarafından Amerika Birleşik Devletleri savaşa girmeden Amerika üzerinde uygulanmış olup, İngilizler Pearl Harbour baskını öncesinde New York'ta, Nazi yayılmasının tehlikelerini anlatan bültenler yayınlamak ve radyo programları yapmak üzere bir büro kurmuştur. Yapılan bu propaganda çalışmaları kara propagandadır. Bu propaganda türünün başarı ya da başarısızlığı kitlenin istekli olmasına, kaynak güvenirliğine ve mesaj içeriğine bağlı olarak değişmektedir. Kaynaklar ve mesajlar hedef kitlenin sosyal, kültürel ve siyasal çerçevesine göre belirlenmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2012: 18-20).

Beyaz propagandaya göre oldukça farklı olan kara propaganda bilinmeyen bir kaynak aracılığıyla ortaya çıkan mesaj içeriklerinin yalan ve yanlışlarla doldurulmuş olup bir tür kışkırtma faaliyeti olarak tanımlanabilmektedir. Kışkırtma ve ayrıştırma da bir ikna tekniği olarak gösterilebilinir.

Propaganda kaynağı, muhtemelen propagandacının bir lider ya da ajan olduğu bir kurum ya da organizasyondur. Bazen propaganda, arkasındaki organizasyonun kimliği hakkında sağlanmaktadır. Bazen kurum tarafından istenen amaçları başarmak için kimliğin gizlenmesi gerekmektedir. Tüm olayların bilinmesine kadar kara propagandayı algılamak oldukça zordur. Kara Propaganda sadece kasten bozma değil, ayrıca kaynağın kimliğinin doğru olmamasıdır (Jowett ve O'Donnell, 2012: 293).

1.6.3. Gri veya Bulanık Propaganda

Beyaz ve kara propaganda arasında bir noktada konumlanmış olan gri propagandada istek doğrultusunda kaynak doğru tanımlanır ya da tanımlanmaz, üstelik üretilen mesajların doğruluğu da net olarak bilinmemektedir. Örneğin; 1966-1967 yılları arasında Özgür Avrupa Radyosu, genel olarak herhangi bir bağı reddeden CIA tarafından organize edilmiş, finanse edilmiş ve kontrol edilmiştir. Amerikan televizyonuna, radyosuna ve postasına talep edilen fon, Özgür Avrupa Radyosunun "Gerçek Dolarlar" olarak bilinen gönüllü bir yardıma bağlı olduğunu göstermiştir. Talebin asıl amacı, aldatmacayı güçlendirmek ve CIA ilişkisi hakkında olan dedikoduları gidermektir. Bu tür bazen düşmanı şaşırtmak amaçlı kullanılmaktadır. Moskova Radyosu, ABD'yi küçültmek için Martin Luther King Jr. ve J. F. Kennedy suikastlarını avantaja çevirmiştir. Amerikanın Sesi Radyosu'da Rusya'nın Afganistan işgalini ya da Yahudi muhaliflerin tutuklanması hakkındaki benzer açıklamaları yapmakta fırsatı kaçırmamıştır (Jowett ve O'Donnell, 2012: 20). Ürün yerleştirme yapılan filmler, istatistikler üzerinde oynama yapan şirketler, bir ürün öneren reklamlar kullanımı oldukça yaygın olan gri propaganda kategorisine dahil edilebilir. (Jowett ve O'Donnell, 2012: 23).

Bu türde doğru ve yanlış mesajlar iç içe verilmektedir. Bu da genellikle rivayet ve şaiyalara dayanmaktadır. Olaylar genel anlamda çarpıtılmış ve abartılmıştır. Dikkat edilen tek husus verilen bilgilerin dikkat çekici ve zihin kurcalayacak türde olması gerektiğidir.

1.7. KONUSU BAKIMINDAN PROPAGANDA

Günümüz dünyasında iletişimin rolü artmaya devam etmektedir. Kitle iletişim araçlarının etkisi ile propaganda kullanımı da yaygınlaşmaya başlamıştır. Bir ikna yöntemi olarak propaganda konusu bakımından dört temelde ayrışabilmektedir. Bunlar, siyasi propaganda, ekonomik propaganda, kültürel propaganda ve askeri propagandadır (Özsoy, 2002, s.186).

1.7.1. Siyasal Propaganda

Günümüzde "algı yönetimi" olarak da kabul gören propaganda; kitlenin zihnini kazanmak, belirli sürelerle bazı kavramları aşılamak ve bu faaliyeti devam ettirme yöntemidir. Siyasi veya siyasal propaganda da ideolojik bir görüşü veya siyasi bir fikri belirli bir kitleye aşılamak ve bu doğrultuda iletişimin tüm olanaklarını kullanmak anlamına gelmektedir. Aziz'e göre siyasal propaganda, seçim dönemlerinde ilgili yasal düzenlemeler çerçevesinde ülke genelinde yürütülen tanıtım çalışmalarında kullanılan yöntem ve tekniklerin tümü olarak ifade edilmektedir. (Aziz, 2003:68)

Konusu bakımından propaganda türlerinde siyasal ve askeri propagandanın birbiriyle etkileşim içinde kullanıldığını görülmüştür. Özellikle 20.yy ile birlikte patlak veren dünya savaşlarında propagandanın önemi farkedilmiş ve denenmeye başlanmıştır. Kamuoyunu etkilemek amacıyla kullanılan propaganda, iktidara geçmek isteyen siyasetçilerin kullandığı vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir.

Siyasi partiler tarafından kullanılan siyasal propaganda araçları temelde beş başlık altında toplanmaktadır. Bunlar seçim kampanyaları, kamuoyu araştırmaları, yüz yüze oy toplama teknikleri, kitle iletişim araçları ve parti toplantılarıdır. Özellikle seçim kampanyaları, siyasi partilerin seçmenlerini etkilemek amacıyla kullandığı en önemli propaganda araçlarından birisidir. Seçim süresinde ve sonrasında kitle iletişim araçları ile oluşturulan her türlü seçim kampanyası, seçmen ve seçilen arasında bir iletişim unsurunun başlamasına ve karşılıklı bir bağ oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Siyasal propagandada kullanılan bir diğer araç olan kamuoyu araştırmalarında, kullanılan örneklem veya örneklemin elde ettiği

nüfus kesiminden sistematik, bilimsel ve tarafsız bilgi toplama işlemi sağlanır. (Kalender, 2005: 95). Günümüz siyasi partileri de kendilerini muhalefete karşı daha güçlü göstermek amacıyla kamuoyu yoklamaları yapmaktadırlar.

Diğer bir siyasi propaganda aracı olarak yüz yüze oy toplama tekniğinde ise, siyasi partiler tarafından seçilen adaylar kapı kapı dolaşarak partiyi ve vaatlerini tanıtmakta ve bu şekilde seçmenlerden oy talep etmektedirler. Özellikle 2002 Türkiye genel seçiminde bu yöntem, o dönem oy çoğunluğu ile iktidara geçen Ak Parti tarafından sıklıkla kullanılmıştır. Siyasal partilerin belirlediği kişiler kahvelerde, marketlerde, sokaklarda, mahallelerde insanlarla sohbet ederek insanlara oy isteklerini belirtmiştirler.

Siyasal propaganda faaliyetlerinin en önemli ve etkili aracı şüphesiz kitle iletişim araçlarıdır. Tarih boyunca her siyasi parti seçim sürecinde veya seçimin olmadığı dönemlerde kitle iletişim araçlarını etkili bir şekilde kullanmıştır. Bu araçları sınıflandırmaya sokacak olursak görsel, yazılı ve sözlü olarak sınıflandırabiliriz. Görsel araçlar içerisine öncelik olarak televizyon, sinema ve internet kullanımını örnek gösterebiliriz. Geçmişte sinema ile başlayan propaganda kullanımı, günümüzde televizyonun ve uydu kullanımın yaygınlaşması ile üst kesimden en alt kesime kadar ulaşmıştır. 21.yy ile hayatımıza giren internet ile propagandanın görsel araçlarda kullanımı ayrı bir boyut kazanmıştır. Yazılı araçlardan bahsedecek olursak bunlara gazete, dergi, broşür, el ilanı, kitap gibi örnekler verebiliriz. Ülkemizde geçmişe oranla gazete kullanımında azalma olsa da ülke veya dünya çapındaki haberlerin takip edilmesinde gazetenin önemi büyüktür. Sözlü araçlardan bahsederken ise öncelikle radyodan bahsedilebilir. Televizyon ve internete oranla daha az kullanılan radyo, İkinci Dünya savaşının en önemli propaganda araçlarından biridir. Özellikle soğuk savaş döneminde radyo, ülke içindeki vatandaşlara bilgi verme amacının dışında, düşman devletlere yönelik manipülatif bilgiler verme amaçlı da sıklıkla kullanılmıştır. Siyasal propaganda faaliyetleri bakımından bir diğer önemli unsur da parti toplantılarıdır. Bunlara partilerin kendi şubelerinde yaptığı toplantıların dışında, yapılan büyük mitingler de örnek gösterilebilir. Bu tarz mitingler ile siyasi partiler büyük bir seçmen kitlesine konuşma yapabilmekte ve seçmen ile yakın temas kurabilmektedirler.

1.7.2. Ekonomik Propaganda

Ekonomik propaganda; bireylerin, toplumların, kurumların veya devletin kendine maddi getiri sağlanması amacıyla yapmış olduğu çalışmalardır. Ekonomik propaganda yapısı ve görünüşü itibariyle siyasi propagandaya çok benzese de aslında birbirlerinden farklıdırlar.

1933-39 yılı uygulanan ekonomi politikası süresince kendini yavaş yavaş savaşa hazırlayan Almanya yaptığı propaganda çalışmaları ile özellikle ekonomiyi konu alan çalışmalar hazırlamıştır. Geçmiş dönemlerin işsizlik, açlık, yoksulluk gibi konularının üzerine değinilen afişlerde yerli ürünlerin kullanımına, yerli üretime ve işsizliğe karşıt olarak gönüllülüğe dayanan ibarelere yer verilmiştir. Hitler'in hükümetin başına geçmediği bir dönem olan 1930 yılından bir afişte "Almanlar Alman malı satın alıyor." ve "Alman Haftası / Alman Ürünleri / Alman Emeği) ibareleri yer almaktadır. Özellikle 1. Dünya Savaşı sonrası yaşanan kıtlık döneminin de etkisiyle Hitler döneminde yapılan ekonomik propaganda ile halka umut verilmiş ve son derece başarılı olunmuştur.

Günümüzde de ekonomik propaganda unsurlarını sıklıkla görmek mümkündür. Bazı özel kuruluşların "Türklük" veya "Türk malı" ibarelerini kullanması veya öne çıkarması, siyasi partilerin ekonomik veriler ile ilgili açıklamaları ve özellikle diğer para birimleri üzerinden yapılan siyaset, ekonomik propaganda üzerine birer örnektir. Geçmişte Mustafa Kemal Atatürk, çağdaş uygarlık düzeyine erişebilmenin yolunun yerli ekonomi ve üretimi desteklemekten geçtiği konusunda açıklamalar yapmıştır. Mustafa Kemal Atatürk'den sonra da yerli ekonomiye verilen önem devam etmiş, günümüzde de eskisi kadar olmasa da etkisi devam eden yerli malı haftası faaliyetleri yürütülmeye başlanmıştır.

1.7.3. Kültürel Propaganda

Kültürel propaganda, içinde bulunan kültürün dışındaki diğer kültürleri etkileyerek onlara karşı pozitif bir görüntü oluşturmayı amaçlayan bir propaganda çeşididir. Bu propaganda türü, diğer kültürlere kendi kültürünü algı yönetimi ile aktarmayı amaçlamaktadır.

Kültürel propagandanın tarihte daha çok eğitim alanında kullanıldığı görülmüştür. Gelişmiş ülkelerin kendisinden nispeten daha az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler üzerinde yaptığı kültürel çeşitlilikler yüzyıllardır devam etmektedir. Türkiye'de yer almakta olan Amerikan ve Fransız kolejleri, Afrika ülkelerindeki farklı kültürlere sahip okullar kendi ülkelerine ait kültürler kapsamında eğitimlerine devam etmektedirler. Türkiye'de eğitim veren yabancı okullar Osmanlı Devleti döneminde dahi eğitim vermekte idi. Batılı devletler, Osmanlı İmparatorluğu'nun büyük topraklar içerisindeki farklı milletlere ve kültürlere ev sahipliği yapmasını göz önüne alarak, kendi kültürlerine ait okullar açmış ve bu okullarda siyasi, ekonomik, kültürel ve dini çıkarlar doğrultusunda eğitim vermişlerdir (Uygun, 2003:110).

Uluslararası kapsamdaki kültürel propagandaya ise Fransa tarafından kurulan Fransız Kültür Merkezi (Alliance Française) örnek gösterilebilir. Bu kurulan merkez ile Fransız kültürü ve sanatının tanıtımı amaçlanmış ve bu kapsamda çeşitlikli etkinlikler düzenlenmiştir. Bir başka örnekte ise İngiltere'nin kurmuş olduğu "Kraliyet Asya Cemiyeti" diğer ülkelerdeki İngiliz kültürünü ve dilini tanıtmak amacı ile çalışmalar yapmıştır. Bu verdiğimiz örneklerden özellikle İngiltere'nin yaptığı çalışmalar, himayesi altından kalkan ülkelerde dahi bıraktığı etkilerin devam etmesi yönünden başarılıdır. "Üstünde güneş batmayan ülke" olarak da tanımlanan İngiltere'nin bu kültürel propaganda çalışmaları, İngiliz dilinin evrensel bir dil olarak kabul edilmesi yönünden de etkilidir.

1.7.4. Askeri Propaganda

Askeri propaganda, temelinde dört farklı şekilde görülebilmektedir. Bunları; devletin "kendi halkına, düşman devletin halkına, dost devletlerin halkına ve tarafsız devletlerin halkına" olarak tanımlayabiliriz. Bu bahsettiğimiz başlıklar üzerinden tarihte en çok görülen askeri propaganda çeşiti devletlerin düşman devletlerin halkına yapmış olduğu propaganda çalışmalarıdır. Tarih boyunca devletler savaş dönemlerinde düşman devletlere karşı askeri, coğrafi, ekonomik veya teknolojik üstünlükte bulunmaya çalışmışlardır. Fakat dünya savaşlarının patlak vermesi ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte devletler birbirleri üzerinde bir

psikolojik savaşa da girişmişlerdir. Bu kapsamda devletler, düşman devletin moralini bozmak, rehavete kapılmalarını sağlamak gibi amaçlar ile her yolu kullanmışlardır. Bu dönemlerde yapılan propaganda çalışmaları sadece afiş, sinema, gazete gibi günlük hayattan unsurlar ile yapılmamış, düşman ülkelerin sivil yerleşim alanlarına uçaklardan atılan bildirilerle de bu çalışmalar desteklenmiştir. (Avşar, 2003:)

Askeri propagandanın tarihteki eski örneklerinden birisi Yunan Komutan Odysseus'un Truva'ya gizlice girmek için kullandığı "Truva Atı"dır. Özellikle Nazi Almanyası savaşa hazırlık döneminde askeri araçların şehrin sokaklarından geçmesi ve Hitler'in halkı selamlaması askeri propagandanın bir parçasıdır. Askeri geçiş törenleri, Hitler hükümetinin hem kendi halkının moralini yükseltmesi, hem de düşman devletlere bir gözdağı verilmesi amacına yönelik güzel bir örnektir. Bu bağlamda tarihte yapılan askeri güç gösterileri, askeri filmler, marşlar, halka sesleniş etkinlikleri gibi birçok örnek askeri propaganda olarak tanımlanabilir.

Geçmişte ülkelerin, düşman devletlerin liderleri üzerinden yaptığı askeri propagandalara birçok örnek gösterilebilir. Hitler döneminde Almanya, Yahudileri hedef gösteren, Slav ırkını barbar bir millet olarak gösteren afişlere başvurmuşlardır. Amerika, 2. Dünya Savaşı sırasında Almanya ve Japonya'yı zararlı bir yılan olarak gösteren bir afiş kullanmıştır. Bunların yanında rakibi küçük düşürmeye yönelik çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin 2. Dünya Savaşı döneminde Almanya karşıtı ülkelerin Hitler'in bıyığı ve saçı ile dalga geçtiği çizimlere sahip afişler görülmektedir. 19.yy'da Fransa'nın askeri lideri olan Napolyon Bonapart, İngilizler tarafından cüce olarak tasvir edilmiştir. Bu gibi örneklerde görülen ortak amaç, rakip tarafın moral gücünü zayıflatmaktır.

Günümüzde de birçok devlet, askeri üstünlüklerini göstermek amacıyla çeşitli tatbikatlar düzenlemekte ve "dosta güven, düşmana korku" verilmesi amaçlanmaktadır. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin her sene yapmış olduğu tatbikatlarda yerli üretim silah ve araçlar gösterilmektedir. Bu tarz tatbikatlar askeri propagandanın bir parçası olsa bile sadece savaşı tetikleyen değil, barış konusunda da halka güven veren organizasyonlardır.

1.8. SİNEMA KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Sinema, film üstüne düşen görüntülerin ışık aracılığıyla bir perdeye sürekli bir şekilde düşürülerek hareketli görüntüler elde edilmesi temeline dayanır. Sinema, gösterilecek olan herhangi bir görüntünün gösterici nesne yardımı ile karanlık bir yerde, perde üzerine yansıtılma işidir.

"Hareketin kaydı" Anlamı taşıyan sinema kavramı Fransızca kökenli olup sinematografi kelimesinin kısaltılmasıyla ortaya çıkmıştır ve güzel sanatların bir dalı olarak gösterilmektedir (Scognamillo 1997:13). Yalnızca bir sanat olarak sınırlı kalmayan sinema diğer sanat dalları gibi gerekli durumlarda ticari bir faaliyet olarak biçim değiştirmiştir. Bunun sebebi ise gerekli olan araçların maliyetidir. Sinemanın icat olarak geliştirilmesinin köklerini üç kaynağa bağlamak mümkündür; bunlar sırasıyla: büyülü fener, optik oyuncak ve fotoğrafın icat olunmasıdır (Onaran, 1994:8).

İnsanların genel anlamda sinemayı bir eğlence aracı olarak görseler de içinde birçok özelliği bulundurmaktadır. Sinema sözlük anlamında herhangi bir devinimi, düzenli aralıklarla parçalara bölerek bunların resimlerini saptama, sonra bunları gösterici yardımıyla karanlık bir yerde görüntülük üzerine yansıtarak devinimi yeniden oluşturma işi olarak karşımıza çıkmaktadır. (Özön, 1984:7) Bir başka bakış açısıyla hareket halindeki görüntülerle anlatım sağlanan bir sanattır (Onaran 1999:6). Sinema genel olarak film izlenen mekân olarak betimlense de bu çalışmada izleyiciye sunulmuş hareketli görüntülere Olarak incelenecektir. Teknik ve teknoloji dayanaklı bir dil ve biçim olan sinema, doğasından ötürü toplumdaki herkese açık bir şekilde sunulup kolaylıkla ulaşabildiğinden dolayı evrenseldir fakat bir kültür ve fikir taşıyıp bunun yansıtıcısı görevini üstlense de kültürler ve fikirler birbirleri arasında farklılıklar gösterebilir hatta bazı durumlarda karşıt da olabilirler. Gösteri bu tezatlığı aşabilmenin en etkin yoludur ve sinema da bir gösteri sanatı olarak tanımlanır (Scognomillo 1997:185-186). Bergson ise, sinemayı şöyle tanımlar: "..bütün görüntülere özgü hareketlerden genel olarak hareket denebilecek, soyut ve basit genel olarak bir hareket oluşturmak ve görüntüleri bir oynatıcıya koyarak her özel hareketin tekliğini, bu genel hareketin bireysel duruşlarla karşılaştırılması aracılığı ile yeniden oluşturmaktan başka bir şey değildir." (aktaran Sofuoğlu 2004: 66-76).

Sanayi Devrimi ile önemi artan propaganda faaliyeti, 19. yüzyılın sonuna gelindiğinde teknolojinin gelişmesi ile birlikte toplumları etkileyen büyük bir güç haline gelmiştir. Propaganda; kitle iletişim araçları, eğitim, halkla ilişkiler, beyin yıkama ve kontrolü, reklamcılık, psikolojik savaş gibi araçlar gibi çeşitli yollar kullanılarak yapılmaya devam etmiştir. Bu bağlamda konu dâhilindeki sinemanın buradaki payı çok büyüktür.

Sinema, hükûmetler tarafından siyasal, sosyal ve dinsel baskı gruplarının denetiminde kendi propagandalarını gerçekleştirmek için kullanılmıştır. İnsan topluluklarını yönlendirmek, bir ideolojiye bağlamak maksadıyla çekilmiş sinema filmleri propagandanın en ideal aracı hâline gelmiştir. İlk olarak 1898'de ABD'de çekilen "İspanyol Bayrağını Yırtarken" adlı filmin Amerikan toplumu üzerinde oluşturduğu etki fark edilmiştir. Birinci Dünya Savaşı'na katılan ülkeler, halklarının ve askerlerinin morallerini yüksek tutmak için propaganda filmleri çekmişlerdir. SSCB, rejimini ve ideolojilerini daha geniş kitlelere yaymak için sinema sektöründen istifade etmiş olduğu da güzel bir örnektir.

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmaya başlayıp gelişmesiyle bilgi akışında da ani bir dönüşüm söz konusu olmuş ve bununla birlikte toplumlar da değişim sürecine girip kitlesel hareketler sergilemeye başlamıştır. Propagandacılar ise bu toplumsal dönüşümü avantaj olarak görüp sinemayı bir çeşit kitlesel yapıştırıcı olarak kullanmışlardır. Sinemanın 19. Yy sonunda işlevsel yapısı göz önünde bulundurulduğunda basına kıyasla ileti aktarımı ve tüketim bakımından daha elverişli olduğu görülmektedir. Yazılı kaynaklara göre sinemanın çekici olmasının sebebi görsel iletinin gerçeklik etkisinin daha yüksek olmasıdır. Sinema bilinçaltına etki edip duygulara seslenerek kendini göstermektedir. Akılda kalıcılığı daha etkin olduğundan kişilerin tutumlarını ve fikirlerini etkileyip değerlerin kökleşmesini sağlar (Bektaş 2002:103).

Propaganda sineması, görüldüğü üzere, sanatın asıl ve öz işlevine ters düşen bir sinemadır, çünkü insana sırt çevirmiştir bu sinema; insanın, kitlelerin tutsaklığını, kör bağlılığını, gerçeklerden uzaklığını sağlamaktadır. Her türlü ideoloji sinemayı bir propaganda aracı olarak kullanmayı düşünmüş ve denemiştir. Her ne kadar filmin pratik kullanımı 1887 yılında Edison'un dönen fotoğraf aygıtı ile başlamış olsa da (Rotha 2000:33) sinema kitlesel olarak 1895'te Lumiere kardeşlerin Paris'teki ilk

gösterimleriyle insanlığın hizmetine sunulmuştur. Başlangıçta teknik bir buluş ve hareket kaydeden bir araç şeklinde ortaya çıksa da çok kısa bir zamanda kitleleri peşinden sürükleyen bir konuma gelmiştir (Esen 2000:3).Sinemamın gelişim sürecine hızlı bir şekilde girmesi görüntü kullanımının insanlar üzerindeki etkisinden kaynaklanmaktadır. İlk gösterimle birlikte Avrupa'yı bir sinema furyası sararken İngiltere'de resmi ilk sinema filmi 1896'da çekilmiştir. Almanya ve Amerika ise 1895'te sinemayla tanışmıştır (Scognamillo, 1997:16-17). Propaganda sineması, bir tek kez, bir tek olayda işe yarayacak olan bir sinemadır. Onu en az ilgilendiren şey sinemadır. Yaratıcının kimliği önem taşımazlar. Filmi yapanlar, asıl savaşı yapanlarla karışmayı denemelidirler ve filmin teknik öğeleri, örneğin Franco Solanas'ın filmleri gibi, ayrıca şiirsel bir boyut da kazanıyorsa, bu neredeyse bir kazadır ve böyle bir kaza, sinemada çok az gerçekleşmektedir. Bu bağlamda son gördüğümüz propaganda filmleri, sendikacılığın zaferini göstermekle yetinen, belli bir popülizm içinde teselli arayan filmlerdir.

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte geniş kitlelere hitap eden, görsel bir şölen sunan ve aynı zamanda eğitsel bir araç olarak da kullanılan sinema, diğer kitle iletişim araçlarına göre insanları daha fazla etkilemiş ve günümüzde de olgu çekmeye devam etmektedir. Bu nedenle gerçek yaşamdan aldığı kesitleri izleyici ile buluşturan sinema, zamanla güçlü devletler tarafından birer propaganda aracı haline gelmiş ve toplumların duygu ve düşüncelerini değiştirmek için kullanılmaktadır.

1900'lerin başlarında kentli nüfusun düzenli bir şekilde takip ettiği bir eğlence aracı olan sinema, etkisini de göstermeye başlamıştır. 1903 yılında Amerika'da ilk konulu film olan "Büyük Tren Soygunu" çekilmiş ve ilk sesli filmler de yine Amerika'da yapılmıştır. Film pazarı içinde Fransız egemenliğini sağlayan ise Fransa'da kurulan Pathe Company isimli yapım şirketi olmuştur. (Fethi 2003:31). Avrupa ve Amerika arasında devam eden sinema alanındaki rekabet 1.Dünya Savaşı'yla birlikte bitmiş ve Hollywood'un tekelci stüdyo dönemi başlamıştır. Böylece Hollywood güçlü bir iç ve dış pazar garantisi altında popüler filmlerin binlercesini üretip tüm dünyaya dağıtmıştır (Abisel, 1999:42). Geçmişte, özellikle savaş dönemlerinde karşımıza çıkan propaganda, sinema filmlerinde milliyetçilik ve vatanseverlik gibi milli duyguları işleyerek halk manipüle edilmiştir. Bu bağlamda sinemanın etkili bir propaganda aracı olarak kullanılmasının en temel sebebi,

filmlerde yer alan karakterler ile özdeşleşen izleyicinin, verilen herhangi bir mesajı kolaylıkla kabul etmesidir.

İlk sesli filmlerim Amerika'da üretilmesi, 1919'da Avrupa'da gösterime giren filmlerin %90'ının Amerikan üretimi olması, sinema sektöründeki Fransız üstünlüğünü azaltmış, Pathe Company'nin New York'a yönelmesiyle etkinliğini neredeyse bitirerek iç ve dış pazarda kayba uğramasına sebep olmuştur. Bu nedenle bu sektöre Amerika hâkim olmaya başlamıştır (Mattelard, 2005:56).

Başlangıçta Los Angeles'ta bir kenar mahalle olan Hollywood zamanla Amerikan sinemasının simgesi olup onunla özdeşlerel sinemanın başkenti olmuştur. Hollywood dar gelirli yapımcıları barındıran ve çok kısa western filmlerin çekildiği bir mekân olsa da zamanla yapımcıların, sinema heveslilerinin ve maceraperestlerin ilgi odağı olmuş ve kendine çekmeye başlamıştır (Scognamillo, 1997:27). Sinemayı sinema yoluna iten ilk kişi ise Edwin Surrey Porter'dır. Sinema geleneğine önemli katkılarda bulunan Porter, bugün konulu filmin babası olarak bilinmektedir. Sinema sanatının sadece çekimlere değil, çekimlerin sürekliliğine dayandığını bulan kişi Porter'dır. Sinemayı öteki tiyatrosal formlardan ayırarak ona kurgu yoluyla değişik bir hava getiren de odur. Sinema sanatının temeli olan kurguya ait ilk denemeler onundur. 1908'e kadar sinema sahasının tek hakimi olan Porter, ünlü sinema adamı Griffith'in ortaya çıkışana kadar sinema aleminin en belirgin siması olmuştur. (Onaran 1994:34-35). Araştırmacılar, sinemanın anlatımsal yapısının ilk kez bilinçli bir şekilde geliştirilip kullanılmasını ise Griffith'e bağlarlar (Vincenti 1993:20).

Amerikalılar sinema endüstrisini denetim altında tutarken, diğer yandan saygınlık kazanmak adına, Avrupa'da büyük gösteri salonlarını kiralayarak filmlerinin ilk gösterimlerini sunarak yaptıkları yayınlarla popülerliğini arttırmıştır. Yapılan bu tanıtımlar daha sonra bir gelenek haline dönüştüğü için Amerikan yapımı filmlerin premierlerinin Berlin, Londra, Paris'teki salonlarda yapılması akılda kalıcılığın en önemli ögesi olarak kabul edilmiştir. (Rotha 1996:44). Bu gelişmelerle birlikte sinema yalnızca kitlesel olarak değil ticari bir dönüşüm de geçirmiş ve maddi kazanımı amaçlayan sermaye sahipleri sektöre katılmaya başlamışlardır. Sinemanın kitleler üzerindeki etkisi belirginleştikçe egemen güçlerin sinemayla ilişkileri ideolojik bir boyut kazanarak artmaya başlamıştır. Bu yıllar olağanüstü bir kişiliğin başlangıç yıllarını da gösterir: Orson Welles ve onun Yurttaş Kane filmi (1940); bu

film, senaryo, sahneleme, çekim, çok duyarlı filmlerin kullanımı, bezek ve anlatım yöntemleri düzeyinde, sinemaya köklü değişiklikler getirir. Film, bugün bilinen bütün sinematografik noktalama tekniklerini kapsayan bir seçkidir (Cavalier 2004:174).

İkinci Dünya Savaşı boyunca Avrupa sinemasındaki filmlerin içeriği değişmek zorunda kalmış ve siyasal iktidar ideolojisini yaymayı amaçlayan filmler çekilmeye başlanmıştır. Savaş dönemlerinde devletin uyguladığı baskı ve sansür nedeniyle, hükümeti desteklemeyen filmler üretmek oldukça zorlaşmıştır. Bu da doğal olarak endüstrinin önünün kapatılması anlamına gelmiştir. Savaşın sürdüğü yıllarda Amerikalı sinemacılar tarafından farklı cephelerin tanıtıldığı filmler çekilmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nda coğrafi yapısı sebebiyle savaştan etkilenmeyen Amerika Birleşik Devletleri'nde, savaşta ciddi kayıp veren ve yara alan Avrupa ülkelerine kıyasla sinema endüstrisi daha fazla güçlenmiştir. Hollywood film endüstrisi, önemli bir dönüşüme uğramış ve 1950'li yıllar ise, dünya sineması adına köklü değişikliklerin olduğu bir dönemdir.

Bunalımın kökeninde 1950'den başlayarak yaygınlaşan televizyonun rekabeti yatmaktadır. Batı dünyasına göre birkaç yıl daha öncelere giden olay, Amerika Birleşik Devletleri'nde sinema pazarının tamamen yeniden şekillenmesine yol açmaktadır. Sinema biletleri satışı düşer, birçok sinema salonu kapanır, üretim düşer (Vincetti, 1993:101). Bu çıkmazı gören Hollywood yapımcıları hemen yeni çözümler aramaya soyundu. Böylece Hollywood, yinelenmeye ve yeni teknolojiye yöneldi.

Filmler, televizyonda yayınlanan basit video görüntülerine göre oldukça üstün bir şekilde tasarlandığı için sinema televizyonun veremediğini; veremeyeceğini verecektir: görkemli, çarpıcı, şatafatlı, üstün yapım en etkili örnek olarak belirmiştir (Scognamillo 1997:52). Televizyon ve diğer video aygıtlarının ortaya çıkmasıyla birlikte sinema sektörü bir bunalım dönemine girse de teknolojiye ayak uydurup yenilenerek ayakta kalabilmiş ve hedef kitleyi kendisine çekmeyi başarmıştır. Böylece seyirci ayrımı ortaya çıkmış, genç kuşak sinemaya ilgisini devam ettirirken orta kuşak ise tercihini televizyondan yana kullanmıştır (Scognamillo, 1997:55).

Açık bir şekilde görülmektedir ki televizyonun tasarlanmasının amacı bir kitle eğlence aracı olarak sinemanın işlevini yerine getirmektir.

1970'li yılların ortalarında televizyon filmlerinin mini dizilere açılarak milyonlarca insan tarafından izlenmeye başlamasıyla, bu dönemden sonra insanların film izleme alışkanlıklarında önemli değişiklikler gözlemlenmeye başlanmıştır. Fakat televizyon için yapılan bu orta kalitedeki dramaların, Hollywood yapımı eski filmlerin devamı niteliğinde olduğu göz ardı edilmemelidir (Fethi 2003:538). Bu mevcut durumda insanlar, evlerinde rahatça uzanıp daha kalitesiz ve tekrarlanan yapımları izlemeyi tercih etmeye başlamışlardır. Böylece sinema günümüze kadar gelmeyi başarmış ve günümüzde artık belli bir kitleye hitap eden bir yapı haline gelmiştir. Günümüze kadar gelmesinde, yalnızca teknolojik gelişmeler değil bunun yanı sıra sinemanın gelişmesinde oldukça katkıları olan yönetmenler, oyuncular ve cesur yapımcılar da etkili olmuştur.

1.9.SİNEMA VE PROPAGANDA İLİŞKİSİ

Propagandanın amaçlarından biri de az maliyetle daha geniş kitlelere ulaşarak benimsenen ideolojinin daha geniş alana yaymak olduğundan dolayı sinema tam da bu amaca uyan bir propaganda aracıdır. Öyle ki birden fazla propaganda ögesini bünyesinde barındıran bir film çekip hedef kitleye bunu ulaştırmak, diğer yöntemlere göre daha az maliyetli ve daha etkili olacaktır. Kitle iletişim araçlarının propaganda aracı olarak kullanılması doğal olarak sinemanın da bir araca dönüşmesini sağlamıştır. Modern kültürde sinema, yaygın ve popüler olduğu için sosyo-politik olarak bir önem taşımaktadır. Görselliğin ve işitselliğin bir arada kullanılmasıyla birçok konuda verimlilik sağlandığından, insanlar üzerinde oldukça etkili olmakta ve bu sebeple propagandacıların bu etkileşimi kendi isteklerine göre kullanmalarına yol açmıştır.

Sinemanın birçok konuda verimliliği sağlaması, görselliği ve işitselliği bir arada kullanabilmesi de insanlar üzerinde son derece önemli etkiler bırakmaktadır ve propagandacıların da bu etkileşimi kullanmalarına neden olmaktadır. Bu nedenle sinemanın propaganda aracı olmasındaki önemi asla yadsınamazdır. Böylece kitle iletişim aracı olarak sinemanın bu alanda kullanılabilmesi artık propaganda

faaliyetlerini bireysellikten çok bütüncül bir özellik yüklemiştir. Siyasal olayları anlatan, ama bunu yaparken sanatsal kaygılardan uzakta belli bir siyasal amacın gerçekleşmesi için yapılan filmler mevcuttur. Kişiler, kendi ideolojilerini, görüş ve düşüncelerini hatta yaşam biçimlerini iletmek ve dayatmak amacıyla sinemayı bir araç olarak kullandıkları için buna propaganda sineması denilebilir. Militan sinema, devrimci ve karşı devrimci sinema biçiminde bir araya getirilebilen bu sinema türünü, oluşturan grupların sinemayı propaganda faaliyeti olarak kullanması sinemanın etkinliğinden dolayıdır. Görsel ve işitsel materyallerin birlikte sunulurken, yapılan ödeme miktarının az olması, herhangi bir mesajı aşılamak isteyen propagandacılar tarafından sinemanın araç olarak kullanılması, başarıyla sonuçlanmıştır.

Propaganda faaliyetleri göz önünde bulundurulduğunda, gerçek hayat unsurlarının kullanımı, kitleyi etkileme açısından oldukça önemli olduğundan ve bu unsurların sinema filmlerinde daha fazla olmasından dolayı, filmlerdeki ögelerin izleyenler tarafından gerçek hayatla ve kendileriyle özdeşleştirmesi, kişideki bilinçaltındaki duyguların açığa çıkarmasını sağladığı keşfedilince, sinemada korku, sevinç, hüzün gibi duygular daha fazla işlenmiştir. Bu sayede etkilemek daha kolay olmuş ve derin izler bırakılmıştır. Savaş dönemlerinde yapılan propagandanın sinemadaki işlevi popülerlik kazanmış ve neredeyse büyük devletlerin tamamı sinemayı kullanmışlardır.

1.10. SİNEMADA PROPAGANDA

Sinema, propaganda amacıyla ilk kez 1898 yılında Amerika ve İspanya arasındaki savaşta kullanılmıştır. Amerika'dan Küba'ya giden Amerikalı askerler burada birer dakikalık filmler çekmiştir. Amaç; Kübalılara, Küba'nın geri kalmışlığının sebebinin İspanya kaynaklı olduğunu göstermektir. Böylece Amerika, yapmış olduğu müdahaleyi halkın gözünde meşru hale getirmiştir. 1899 yılında Büyük Britanya ve Güney Afrika arasındaki savaşta da sinema, propaganda amaçlı olarak kullanılmıştır. Filmde Britanya ordusunun ne kadar kahraman olduğu anlatılmıştır. Amaç; halkın savaş için desteğini almaktır. 1898 ve 1899 yıllarında siyasi amaçlarla yapılan propaganda filmlerinde savaşın karanlık yüzüne dair görüntüler yer almamaktadır, filmlerde kahramanlık vurgusu yapılmaktadır.

İnsanlar, kendi görüş ve düşüncelerini hatta yaşam tarzlarını iletmek ve dayatmak amacıyla, siyasal olay içerikli yapımlarda sanatsal kaygılardan uzakta ve belli bir siyasal amacın gerçeklemesi için filmler üretmişlerdir. Buna propaganda sineması denilmektedir. Militan sinema, devrimci ve karşı devrimci sinema alt başlığı halinde bir araya getirebileceğimiz bu türü dünyanın hemen hemen her noktasında yapan gruplar görülebilmektedir (Odabaş, 2007).

Yaşamsal gerçekliğin sunumu oldukça güçlü ve inandırıcı olduğundan izleyenler üzerinde de fazlasıyla etkili olmuştur. Daha geniş perspektiften incelenince sinema dünyayı anlama ve dünya içerisindeki hareket etme biçimimizi değiştirmiştir. Fakat tarihçiler, filmlerin var olan ulusal kültürleri mi yansıttığını yoksa yansıtılan ögelerin mi gerçek olarak kabul edildiğine dair tartışmalar yaşasa da stüdyo fabrikalarındaki yazarlar, yapımcı ve yönetmenlerin perdeye aktardıkları malzemelerin gerçek hayattan topladıklarından kuşku yoktur (Monaco 2001:250).

Sinema teknolojisini kullanabilecek güçlü devletler, kendi bünyelerinde ufak birimler oluşturarak sinemanın nasıl daha etkin bir propaganda aracı olarak kullanabileceklerinin yöntemlerini araştırmış ve yeni teknikler geliştirmişlerdir. Tüm devletlerin amacı hâkim ideolojinin istikrarını korumak olmuştur.

Sanayi devrimi kentsel yaşamdaki canlılığı arttırınca sinema da kendine ilk olarak kentli kitleyi hedef olarak belirlemiştir. Sinemanın yazılı kaynaklara göre daha cazip hale gelmesinin sebebi gerçeklik etkisinin olmasıdır ve bu yüzden ilk ortaya çıktığı zamanlarda mucizevî bir keşif olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte dünyadaki birçok sinema salonlarında filmler geniş kitlelere sunulmuş ve dünyaca tanınan bir konuma gelmiştir. Devletleşme süreci bir bakıma devletlerin sinemaya ilgi duymasıyla başlamıştır. Devletleştirme işleminin hemen sonrasında uygulamaya konan kültür programı içinde, eğitsel sinema, bilimsel sinema ve canlandırma sineması seçkin bir yer işgal etmiştir (Ferro, 1995:119).

"Tarih yaratma" sinemanın diğer bir amacı olarak karşımıza çıkmaktadır. Cinema and Nation adlı çalışmada bulunan "Ulusun İmgeleri" (Images of the Nation) başlıklı makalesinde Anthony Smith, "filmlerde de tıpkı resimlerdeki gibi bir ulusun ve onun simge, hatıra, efsane ve geleneklerinden oluşan etnik dağarcığı hakkında tarihsel tasarımın doğallaştığını ve doğal bir anlatıma kavuştuğunu

görebiliyor; bu sebeple görsel sanatların yaygınlaşarak ulusallaştıkça daha geniş bir duygu ve anlam yükü edindiğine tanık olabiliyoruz ”görüşünü ileri sürmektedir (Gözaydın, 2002: 15). Bu doğrultuda A. Smith, etnik atmosferin oluşturulması amacıyla karakter geliştirme, tarihsel yeniden yapılandırma ve dönemsel unsurlar üstünde durmaktadır. Ulusal kimlik ve bilinç oluşturma konusunda ortaya atılan bu tez doğrultusunda iki film incelemesi yapılmış, bu filmlerin içeriğindeki öğelerin nasıl bir propaganda malzemesine dönüştüğü incelenmiştir. D. W. Griffith'in "The Birth of a Nation (Bir Ulusun Doğuşu-1915)" ve Halit Refik'in "Vurun Kahpeye-1973" adlı filmleri ele alınarak iki film arasındaki ortak paydaların başında konu aldıkları süreçler gelmekte; her biri ulus devletinin oluşturulma aşamasının birer hikayesi olan filmlerde toplumsal cinsiyet rollerinin üretilmesinde yönetmenlerin aldığı tavırlar ortaya konulmaktadır (Gözaydın, 2002: 15-16).

Siyasal aktörlerin propaganda amacını kolaylaştıran teknolojik atılımlar kitle iletişim araçlarının gelişmesinin en önemli tetikleyicisidir. Bu araçların etkileri ve işlevleriyle ilgili günümüze dek çeşitli araştırmalar yapılmış ve bunun sonucunda bazı kuramlar ortaya atılmıştır. Unutulmamalıdır ki; iletişim aynı zamanda mesajlar yoluyla gerçekleştirilen bir etkileşim biçimidir. Kitle iletişim araçları da üretilmiş mesajların iletiminde etkin bir güç konumundadır. Bu mesajlar kimi zaman propaganda niteliğindedir. Siyasal propaganda üzerine yapılan araştırmalarda bu kavram "kolektif tutumların yönetimi" olarak da tanımlanmaktadır. Dolayısıyla propagandanın kitleleri yönlendirmek gibi bir işlevi bulunmaktadır.

Sinema, Birinci Dünya Savaşıyla birlikte propaganda aracı olarak kullanılmaya başlanmış ve Osmanlı İmparatorluğu ve Rus Çarlığı dışında savaşan bütün ülkeler basın ve sinema filmleri gibi oturmuş iletişim sistemlerini propaganda kampanyaları için devreye sokabilecek duruma getirmişlerdir (Bektaş, 2002: 128). Kitle iletişim alanındaki teori ve modeller bir öncekini geliştirmek suretiyle ilerleme göstermiştir. Geliştirilen ilk modellerde iletişim tek yönlü bir süreç olarak düşünülmüş daha sonra ise çift yönlü olduğu saptaması yapılmıştır. I. Dünya Savaşı, sinemanın propaganda amaçlı kullanılmasının dönüm noktasıdır. Bu dönemde hemen hemen her ülke (özellikle Almanya, Britanya ve Fransa) propaganda amacıyla sinemadan oldukça fazla faydalanmıştır (Thomen, 2017). I. Dünya Savaşı "British Board of Film Censors"un önemli rol oynamasında büyük katkıda bulunmuştur. 1912

yılında kurulan kurumun amacı ülke çapındaki ayrı düzenlemelere karşı örgütlenmektir (Shaw, 2001: 13). Fransa ve Almanya'da ise askeri birimlerin içerisine askeri operasyonlara arşiv hazırlamak amacıyla sinema bölümü kurulmuştur. 1916 yılındaki Somme Savaşı'na Fransa kameramanlarını göndermiş ve çekmiş oldukları filmlerde Fransa'nın ne kadar başarılı olduğu halka gösterilmiştir. 1920 ve 1930 yılları arasında Fransa'da eğitici filmlerin yer aldığı eğitici sinema ön plana çıkmıştır. Eğitici sinema toplumun bilinçlenmesini sağlamak amacıyla hijyen, sağlık, eğitim gibi birçok konuyu kapsayan filmleri oluşturmuştur. II. Dünya Savaşı'ndan sonra önemi artan eğitici sinema orduda önemli bir yer edinmiştir. (Yakar, 2013: 24). Bu bağlamda iktidara sahip olabilmenin en önemli yolu ise kitleleri yanına çekmeyi başarabilmektir. Bunun yolu da bir dönem propaganda kavramından geçmiştir.

Teknolojik gelişmeleri ilk olarak bünyesine kabul eden batı ülkeleri, bu konuda önemli çalışmalarda bulunmuş savaş tarafı ülkeler propaganda amaçlı sinema birimleri kurarak halklarının moralini yüksek tutup savaş hakkında bilgilendirme yapmışlardır. Bu süreçte Almanya ve Sovyet Rusya propagandayı etkin olarak kullanırken İngiltere sinemayı propaganda aracı olarak kullanmış ve başarısını belgesel filmlerde göstermiştir. İngiliz Belge Okulu'nun kurucusu olan John Grierson İngiliz Belgesel Sinema Hareketi'ni başlatarak, 1939 yılında patlayan savaşla birlikte İngiliz belgesel yapımcılarına şans tanıyarak çok sayıda film çekilmesine ortam sağlamıştır (Akarcalı, 2003:232).

İletişim araçlarının gelişim süreçlerinde Fransız İhtilali, Sanayi Devrimi, Birinci ve İkinci Dünya Savaşları etkili olmuştur. Özellikle Sanayi Devrimi'nin toplumsal yapılarda meydana getirdiği siyasal, sosyal ve ekonomik değişimler bilgilenme ihtiyacını artırdığı gibi kitle iletişim araçlarının da önem kazanmasında etkili olmuştur. II. Dünya Savaşı süresince savaşan ülkeler propaganda aracı olarak sinemayı seçmiş ve etkili bir şekilde kullanmışlardır. Bahsedilen ülkelerden biri olan İtalya'da da sinema Mussolini liderliğinde, ideolojinin bir yansıması olmuştur. Savaşın sonlarına doğru 1942 yılında İtalyan bir yönetmen olan Luchino Visconti, "Tutku" isimli filmi çekerek İtalya'da yeni bir dönemi başlatma girişiminde bulunur (Baydur 2004:103). Bu filmden etkilenen birçok İtalyan yönetmen ve aydın harekete geçer. Özellikle bunlardan ikisi olan Cesare Zavattini ve Vittorio De Sica, birlikte

çalışmaya başlıyorlar. Böylece İtalya'da yeni bir dönem olan Neo Realism/Yeni Gerçekçilik akımı doğmuş oluyor. Bu akımın en temel özelliği, "hayatın akışını" sinemaya taşımasıdır. Bunu yaparken de hiçbir sahteliğe, kenar süsüne, etkileyici kurgu tekniklerine başvurmamıştır. Sistemin temel değerleri nasıl yakıp yıkacağını, insanı nerelere kadar sürükleyebileceğini gösteren bir sinema olmuştur (Baydur, 2004:105).

Sinema bir güç olduğunu, kitleleri yalnızca duygusal olarak değil düşünsel olarak fikirlerle de etkileyip harekete geçirebileceğini 1. Dünya Savaşı döneminde fark ederek bu yönde örneklerini vererek, propagandaya girişti. Sonradan ise siyasal hareketleri beslediği gibi siyasal hareketlerin hizmetine girdi; Amerika Birleşik Devletleri'nde, Sovyet Rusya'da, Nazi Almanya'sında, Faşist İtalya ve İspanya'da, Fransa'da İkinci Dünya Savaşı'nın arifesinde, halk cephesinin militanlığını yaptı (Scognomillo 1997:182). Özgürlüklerin sınırlarının genişlemeye başlaması, fikirlerin serbest dolaşımı gibi kavramlar zamanla artan nüfusla birleşince ortaya başka problemler çıkmaya başlamıştır. Örneğin tüm bireylere tek tek ulaşmanın zorlaşması bu problemlerden biridir. Bu bağlamda toplu olarak sinemanın erişim sağlaması burada siyasi güçler ve ideolojileri ekmek anlamında avantaj sağlamıştır.

Propaganda sinemasının elbette ki belli amaçları vardır. Kitle iletişim araçlarının kullanımıyla birlikte hâkim ideolojinin devamı sağlanacaktır. Bu araçlardan biri de sinema idi. Sinema, stratejik düşüncenin gücüne veya ortak hafızanın çok çabuk unutması özelliğine, sinema sanatının görsellik gerçeğini ve yoğunluğunu katarak, hayal edilen alternatif bir hikâye meydana getirmekte ve stratejik gündemin pozitif yönde söz konusu edilmesine veya "mükemmelleştirilmesine" yardımcı olacak zihni dünyanın oluşumunu ortak seyir yoluyla sağlamaktadır (Valantin 2006:11).

1.10.1 Sovyet Rusya Dönemi Sinemasında Propaganda

1924-1930 yılları arasında sinema, tıpkı Fransa'da olduğu gibi Sovyetler Birliği'nde de etkin bir şekilde kullanılmış ve bu dönem "Altın Çağ" olarak adlandırılmıştır (Gillespie, 2013, s.1). Sovyet sınırlarının çok geniş olmasının halkın sinemaya ulaşmasında zorluk çıkardığı gerekçesiyle 1918 yılından itibaren "Ajit" ya da "Ajitasyon" adı verilen trenlerle sinemanın halkla buluşması sağlanmıştır (Abiser,

2003, s.212-213). Ajit trenler, farklı farklı şehirlere, köylere, kasabalara giderek devrim fikrini halka yayma görevini üstlenmiştir. Bu trenlerde gösterilen filmler, halkın eğitim seviyesinin düşük olması sebebiyle onların rahatlıkla anlayabileceği kısa filmlerdir.

Aleksandr Drankov'un 1908 yılının son aylarındaki "Stenka Razin" adlı filmiyle Rus sineması doğmuş ve 1917 devrimine kadar süren on yıllık süreç içinde, o dönemin hemen hemen bütün ulusal sinemaları gibi kısa güldürü, melodram, haber filmleri içinde dolaşıp durmuştur. Bu filmler, yerli ve yabancı tanınmış edebiyat ürünlerinden yapılan uyarlamalardır (Pudovkin 1995:7). Dünya literatüründe küresel bir devrime imza atan Rusya, 1920'li yıllarda Sovyet sinemasını küresel bir boyuta taşımış ve ortaya koyduğu sinema çalışmaları ile yeni kuramlar yaratarak, yeni anlatılar oluşturmuştur. Böylece Rus halkı sinema aracılığıyla Puşkin, Gogol, Dostoyevski, Tolstoy, Gorki, Turgenev gibi yazarları ve eserlerini tanıma imkânını bulmuştur. 1917 devrimi Rusya'yı köklü değişikliklere götürürken Sovyet hükümeti sinemayı tamamıyla eline alıp kendi amaçlarına göre kullandı. Henüz oluşum aşamasında olan yeni bir toplumsal uygarlaşmayı yorumlamak ve yansıtmak, Sovyet sinemasının ilk amacıydı (Rotha 2000:156). Bu amaç doğrultusunda kurulan özel bir sinema komisyonu aracılığıyla devletin sinema üzerindeki etkinliği arttırılmış ve sunulacak olan mesajların devlet kontrolü ve isteğine göre üretilmesi sağlanmıştır. Lenin; sinemanın propaganda ve eğitim gücünü anlayıp, sinemaya bir sanat niteliği tanıyan ilk devlet başkanıdır ve 1920'de Eğitim Bakanı Lunaçarsiky'ye söylediği şu sözleri: "İşleriniz iyi bir örgütlenmeyle yürümeye başladığı, memleketin durumu düzeldiği vakit bazı ödenekler alacaksınız. Film yapımını genişletmeli, özellikle sinemayı kitlelere ulaştırmalı, kentlere, en çok da köylere sokmalısınız. Siz ki sanat koruyucusu geçinirsiniz, bütün sanatlara içinde sizin için en önemlisinin sinema sanatı olduğunu hatırınızdan çıkarmamalısınız." sinemaya verdiği önemi göstermektedir (Pudovkin 1995:8). Bolşevikler, sinemanın toplumun her kesimine hitap etmesi, dinamik olması ve ülke rejimine bir modernlik sunması nedeniyle sinemadan oldukça faydalanmıştır (İnceoğlu, 2013, s.28).

Sovyet sineması 1920'li yıllarda özellikle belgesel filmlerin propaganda içinin öneminin kavranıp yükseldiği ve deneyim kazandığı yıllardır. Sovyet sinemasında ana unsur olarak öğreticilik (didaktizm) kullanılmış, öğretici olmak

seçilmiştir. Rusya'nın geleceğe yön verme, tarihe farklı bir pencereden bakma ve farklı bir perspektifle yorumlama çabaları 1920'li ve 30'lu yıllarda Eisenstein, Pudovkin ve Dovzhenko gibi ustaları çıkarttı. Bu ustalar dünya sinemasına kendilerine özgü kurgu/montaj yenilikleri, görüntü çerçeveleme/kompozisyon yenilikleri armağan ettiler (Baydur 2004:73-74). Sergei Eisenstein, sinemanın ilk en önemli kuramcısı ve Sovyet sinemasının teorisyenidir. Film üzerine yaptığı çalışmalar ve filmi oluşturan kurguyla yazı arasındaki çatışma olarak enstantaneyi tanıtarak görüntüleri bu bağlamda düzenlemeyi öğretmiştir. Örneğin, "Potemkin Zırhlısı" (1925) hayranlık uyandıracak kurgu tekniğine örnektir (Akarcalı 2004:204). Film estetiği üzerine yapılan çalışmaların ilk örneklerinde Eisenstein'in oldukça etkili olduğu görülmektedir çünkü bir yönetmen olarak uyandırdığı bir saygı vardır. Hayal gücünü zapt eden temel düşünce Eisenstein'in montaj kuralı olmuştur (Wollen 2004:12) Bu filmde Potemkin adlı savaş gemisinde çıkan isyan konu edilmiştir. Filmde yönetimde olan Çar subayları gemicilere ve tayfalara oldukça kötü davranmaktadır. Gemideki askerlere bozulmuş ve kurtlanmış et verilmektedir ve askerler subayların gözünde o kurttan farksızdır. Eisenstein bu göndermeyi kurgu yoluyla yapmaktadır. Bu şartlar sonunda gemide bir isyan baş göstermiştir. Sembolik görüntülerin ustalıkla kurgulandığı bir anlatım yöntemi kullanılmıştır. Potemkin Zırhlısı, sinema tarihi içinde Orson Welles'in Yurttaş Kane'i ile birlikte bir kilometre taşı, gerçek bir dönüm noktası ve entelektüel açıdan büyük/ağır bir bagaj taşıyan filmdir (Baydur 2004:81–82).

Eisenstein'in bir diğer önemli filmi de "Grev"dir. Bu film, Eisenstein'in ilk filmidir ve 1924'te yapılmıştır, Eisenstein filmde şoklardan oluşan bir zincir yaratmayı amaçlamıştır. Grev'de toplumsal protestonun saldırgan reflekslerinin maksimum yoğunluğa tırmanışı görünür, bunlar önceden doyum ya da gevşeme fırsatı vermeden dağ gibi yükselen reflekslerdir. Sonuç olarak montaj kavramı korunmuş, çarpıcılık kavramındansa şok ya da kışkırtma efektleri dışında vazgeçilmiştir. Film afişimsi, çoğunlukla karikatürleştirilmiş sahneler aracılığı ile bağlanmış, maksimum duygusal etki uyandırmak amacını güden bir şekilde planlanmıştır (Wollen 2004:35-36).

Paul Rotha Sovyet filmlerini dört gruba ayırmaktadır: Birinci sınıfta; devrim öncesi, devrim sırası ve sonrasında hayata ilişkin genel konuları kapsamayan

filmlerdir. İkinci sınıfta; eğitim, bilim, kültür ve hükümet konularını içeren filmler geliştirilmiştir. Üçüncü sınıfta; hafta boyunca yaşanan olayların anlatıldığı haber yapımları ve haber-gerçeller oluşturmaktadır ve dördüncü sınıfta ise çocuk filmleri, sine kurgu ve eğitimseldir (Rotha 2000:159-160).

Savaş dönemlerinde propagandayla yoğun ilişki içerisine giren sinema, artık devletlerin resmi ideolojilerini halka yansıtan bir araç halini almaya başlamıştır. Sovyetler, Nazilere karşı da başka filmler üretmiştir. Sinema, Sovyet savaş mücadelesinde çok önemli rol oynamıştır. Özellikle Nazilere karşı çıkan seçkin bir Yahudinin öyküsünü anlatan 1938 yapımı "Profesör Mamlok" filmini bir propaganda aracı olarak kullanmışlardır (Akarcalı 2003:206).

Lenin sinemayı, Birinci Dünya Savaşı'nın bitmesiyle birlikte Rusya'da propaganda aracı olarak kullanmaya başlamış ve sinema Bolşevik devrimiyle şehirlerden köylere kadar inip tam anlamıyla propaganda amaçlı kullanılmıştır. Sovyet sinemasının öncelikli amacı kitleleri eğitmek olduğu için, genel ve siyasal bir eğitim sağlamanın yöntemlerini aramış ve Sovyet Devleti, devletim insanlarının fikir yapısı ile ilgili oldukça kapsamlı bir propaganda faaliyeti yürütmüştür (Eisenstein 1993:25). 1917 yılındaki devrimle birlikte Sovyet hükümeti sinema denetimi tamamıyla ele aldığı için sinema devlet yönlendirmesi altında tutulmaktaydı. Bunun amacı hükümetin yeni fikir ve içeriklerinin endüstri merkezlerini kadar geniş alanlara yayılmasını sağlamaktı. (Rotha 2000:156)

Lenin'in ölümünden sonra Stalin'in başa geçmesiyle birlikte yaşanan devrimin kesin çizgileri belirginleşmiş ve Stalin döneminde de oldukça yoğun ve sert bir propaganda uygulanmıştır. Bu doğrultuda Stalin döneminde çekilen birçok filmin sansür kurulundan geçememesi, yönetmenlerin hepsinin devlet okulunda yetişmesi ve yaratılan tüm eserlerin sosyalist gerçekçilik üzerine kurulu olması örnek olarak gösterilebilmektedir.

1.10.2. Hitler Almanya'sı Dönemi Sinemasında Propaganda

Sinema sanatının kitleleri harekete geçirme gücünü Lenin'den sonra fark eden Hitler, sinemada propaganda uygularken farklı semboller kullanarak, akılda kalıcı mesajlar vermeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda hitap yeteneğini kullanıp halka birçok vaatte bulunarak onları kontrol altına almış ve söylediği tüm sözlere halkın inanmasını sağlamıştır. Hitler kendi propaganda ilkelerini açıkça belirtmiştir: "Soyut kavramlar kullanımından kaçının, duygulara hitap edin. Az sayıda ve belirli düşünceyi, basmakalıp ve klişe ifadelerle sürekli tekrar edin. Tarafsızlıktan kaçının. Tartışmanın sadece bir yönünü ortaya koyun. Düşmanları sürekli bir biçimde eleştirin. Özellikle yermek için belirli bir düşman yaratın" (Akt. İnci, 2017). Bu belirlediği ilkelerle Alman propagandasının şeklini çizen Hitler, kurduğu sistemin gücünü gösterebilmek için çevresindeki herkesi kullanmış ve kullanabileceği her araçtan yararlanmıştır. "Hitler, propagandanın imkân verildiğinde tüm dünyanın etkilenebileceği ve sonuçlarının ne kadar yıkıcı olabileceği konusunda dünyaya unutulmaz bir örneksunmuştur" (İnci, 2017).

Almanlar, I. Dünya Savaşı'nın yenilgisini, sinemayı etkili bir biçimde kullanmamakla ilişkilendirerek sinema çalışmalarına ağırlık vermişlerdir (Altun, 2015, s.26). Hatta Naziler için propaganda bir savaş aracı olarak tanımlanmıştır (Doob, çev. Oskay, 1968, s.339). Sinema, Hitler Almanya'sı tarafından da etkin bir biçimde kullanılmıştır. 1933 yılında Hitler'in Alman devletinin başına gelmesi sonrasında Nazi Partisi, Alman toplumunu ırkçı bir topluluğa dönüştürmek, siyasal olarak güçlenmek ve muhalif olabilecek toplumsal ve siyasi tüm odakları tecrit etmek amacıyla propagandayı kullanmıştır. Naziler, bir yandan Hitler'in dış politikasını geçerli kılarken diğer yandan kamuoyunu savaşa hazırlamak amacıyla kitle iletişim araçlarını araç olarak görmüşlerdir (Bektaş 2002:152). Hitler, sinemanın inandırıcı etkisini erken keşfettiği için, siyasi çalışmaları ve ideolojisini Alman halkına kolaylıkla kabul ettirmenin yolunu bulmuş ve bu bağlamda yapılan filmler büyük sinema salonlarında halka izlettirerek yoğun bir propaganda uygulamıştır.

Hitler kendi siyasetini, Propaganda Bakanı Goebbels ile Alman halkına kabul ettirmiştir. Nazi Partisi'nin bu anlamda verdiği ilk çalışma örneği Hitler's Flug Über Deuttschland (Hitler'in Almanya Gezisi) filmi, içeriğinde seçim

kampanyalarında yaptığı tüm seyahatleri barındırmaktadır. Daha çok savaş ve belgesel türünde filmler tercih eden Goebbels, 1935 yılında Hitler'in isteği üzerine yönetmen Leni Riefenstahl'e *İradenin Zaferi* filmini çektirmiştir.

Propagandayı kusursuz şekilde uygulamaya başlayan Hitler ve Propaganda Bakanı Goebbels, çağdaş propagandanın yaratılışında sinemayı da kullanarak önemli bir rol oynamışlardır (Domenach 1995:40). Bu bağlamda bu tarz propagandanın henüz yeni uygulanması halk üzerinde de direkt etkili olmuş ve propagandanın inandırıcılık seviyesi yükselmiştir. Partinin sponsorluğunu yaptığı ilk film, *"Hitler's Flug Über Deuttschland (Hitler'in Almanya Gezisi)"* Hitler'in 1932 seçim kampanyasında yaptığı seyahatleri anlatmaktadır.

Bu süreci seçim dönemlerinde yapılan propaganda amaçlı savaş belgeseli niteliğindeki filmler takip etmiş olup, bu sinema türü 1933'te Goebbels'in yönetiminde kurulan Propaganda Bakanlığı'nın filmleriyle başlamıştır. Hitler, Nürnberg'te yapılan toplantının belgeselinin çekilerek bir propaganda filmi yapılmasını istemiş, bu görev ise Leni Riefenstahl'e verişmiştir. 1935 yılında "İradenin Zaferi" adını alan bu filmde yönetmen filmi amacına uygun olarak kurgularken diğer yandan gerçekleri sahneye koymuştur (Gündeş 1998:79). Film büyük başarılara imza atarak aynı yıl Venedik Uluslararası Film Festivali'nde altın madalya alırken 2 yıl sonra 1937'deki Paris Film Festivali'nde büyük ödül kazanmıştır. 1936 yılı yapımı olan "Olimpia" filmi Riefenstahl'ın diğer önemli filmidir. Bu filmle başarısı devam eden yönetmen, gerçeklerin bir kısmını izleyici için sahneleyerek Olimpiyat Oyunları'nı kaydetmiş, etkili bir kurguyla parlak görüntülerin yer aldığı bu filmde Nazi ruhunun psikolojik anlamda sevinç ve zaferi yer almaktadır (Gündeş 1998:79). Naziler sinemayı o kadar güçlü bir kitle iletişim aracı olarak kabul ettiler ki, sinema sektöründe çalışan aktörler, aktrisler, yönetmenler, kameramanlar, teknisyenler Führer'e bağlılık yemini ettiler (Akarcalı 2003:103). Nazi iktidarı süresince, parti toplantıları, Berlin Olimpiyat Oyunları ve çarpıtılmış haber filmleri benzeri propaganda belgeselleri dışında yoğun siyasal mesajlar veren bir dizi sanatsal film de yapıldı (Bektaş, 2002:157).

Alman sineması da gücünü göstermiş, sinema dünyasında kendine has çok önemli ilkeler ve oluşumlar üretmiştir ve bu gelişim süreci, gerçekleştirmenin parçası olarak kamera serbestliğinden mimari çevrenin ele alınmasıyla bütünlük

duygusundan kaynaklanmaktadır. Alman sineması kendi içinde başlayıp bitmiştir (Rotha 2000:210). Hitler'in siyaset sahasından silinmesiyle birlikte Alman sineması da kendi içine dönerek sadece propaganda içerikli sinema olması özelliğinden dolayı yok olma durumuna kadar gelmiştir

Hem Rusya'da Lenin hem de Nazi Almanya'sında Hitler, sinemanın çok güçlü bir etkileme aracı olduğunun farkına varmıştır. Aynı zamanda sanata da büyük önem atfetmişlerdir. Sovyet Komünizmi ve Alman Nazizm'i farklı şekillerde, liderleri tarafından sadece politik bir amaç olarak değil, aynı zamanda kültürel bir hareket olarak görülmüştür (Clark, 1997:20). Hitler döneminde sadece propaganda amacıyla kullanılmaya başlayan Alman sineması, Hitler döneminin bitişiyle önemini kaybetme eşiğine gelmiştir.

1.10.3. Amerikan – Hollywood Dönemi Sinemasında Propaganda

Sinema, Nazi Almanya'sında ve Sovyet Rusya'da adeta bir silah gibi propaganda amacıyla kullanılmasına rağmen, 90'lı yılların başında dünya düzeninin değişmesi ve teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, Amerika Birleşik Devletleri Hollywood sineması bir propaganda endüstrisi haline gelmeyi başarmıştır. Diğer devletlerden farklı olarak Hollywood sineması, daha uzun bir süreçte kendini var ederek, günümüze kadar siyasi çalışmalarını sürdürmeye devam etmiştir. Sinema ile birlikte tüm edebiyat, müzik gibi sanat dallarını da propaganda amacıyla kullanan Amerika için bu "büyülü güç", artık bir dünya endüstrisi haline gelmiştir. Nitekim I. Dünya Savaşı sırasında sinemanın propaganda gücünü fark eden Amerika'nın, II. Dünya Savaşı sırasında kendisinin de de bu konuda çalışmaları olduğu görülmektedir.

Alman Nazi Partisi ve Sovyetler Birliği sinemayı propaganda amaçlı olarak etkin bir şekilde kullansa da Amerika Birleşik Devletleri tek kutuplu dünya düzeninin oluştuğu 1990'lı yıllardan sonra bu alanın tek hâkimi olmuş ve sinemanın belli dönemlerle sınırlanmasının aksine Amerika'da bu olgunun ortaya çıkış süreci uzun olduğu için devamlılığı da günümüze kadar sürmüştür.

Amerika, Birinci Dünya Savaşı sonrası artarak devam eden Müslüman göçünden rahatsız olmaya başlamış ve sinemanın propaganda alanındaki başarısını göz önünde bulundurarak bu durumdan yararlanmaya başlamıştır. Bu sebeple Amerika, İkinci Dünya Savaşı'na kadar uzanan kısa sürede 400'ü aşkın film çekerek, bu filmlerde Müslümanları tiksinti verici, bazen de eğlendirici tipler olarak beyaz perdeye yansıtmıştır. Dönemsel olarak incelendiğinde o sırada göç eden Müslümanlar özellikle Araplar olduğu için, yapılan filmlerde Müslüman Araplar hakkında olumsuz fikirler oluşturma amacı güderek, Arapları çölde yaşayıp, develere binen ve esir pazarlarında kadınları satan karakterler olarak göstermişlerdir (Özsoy, 1998:358).

Hollywood sinemasının temel prensibi, her zaman neyi ne zaman yayınlayacağı ve göstereceği olmuştur. Çünkü Amerika, dünya genelinde herhangi bir tutum, tepki veya bir hareketlenme gördüğü ve hissettiği takdirde, kendi çıkarlarına uygun bir durumla ilgili bir filmin her an gösterime girmesine müsaade etmektedir.

Hollywood Amerikan sinemasının merkezi konumundadır ve Hollywood için neyin nasıl satılacağı her zaman en önemli mesele olmuştur. Bu açından Amerikan filmlerinin çeşitlliği ve yıldız oyuncuların etkinliği, en güvenilir kaynaklar olarak gösterilmiştir (Abisel, 1999:42) Bu yüzden Amerikan sineması yalnızca siyasi olarak değil aynı zamanda bunu destekleyen ticari alanlarda da propagandayı yoğun bir şekilde sürdürmüştür. Hollywood seyircinin belirli konular, olay örgüleri, mekanlar, oyuncular açısından tepkisini belirleme mekanizmalarını işleterek biçimlendirmektedir (Abisel, 1999: 44).

Sinema ile Amerika, kendi milli değerlerini ve kendi yaşam tarzını tüm dünyaya yaymaya devam etmektedir. Bunların sonucunda Amerika kültürel bir yansıma ve kültürlerarası etkileşim ile sinema sayesinde toplumları birbirine benzetmeyi, tek bir düzen içine sokmayı hedeflemektedir. Hollywood sineması başta bir güldürü-eğlence amacıyla kurulmuş olmasına rağmen, Amerika bunu kendi devletinin çıkarları doğrultusunda daha çok siyasi olarak kullanabilmektedir.

Film yapımcıları Amerika'da "yıldızlık" olgusunun ne kadar önemli olduğunun oldukça farkında olduklarını gösterdiler. Yıldızlar sözde var olan karakter

rolleri aracılığıyla kendi kişiliklerini canlandırırlar; yıldızlar daha önce var olmamış bir tipin olağanüstü psikolojik modelleridir. Yıldız sineması kahraman ile izleyici arasında güçlü bir özdeşleşme yaratımına dayanır. Şeyleri kahramanın bakış açısından görürüz, etki gizli ama derindendir (Monaco, 2001:251-252). Aktör, en geniş ve en karmaşık sosyal tiplemeyi, kendi karakterinde kişiselleştirdiği oranda star statüsünü kazanır. Bir starın izleyiciyi etkileyebilmesi için her şeyden önce onları temsil ettiği inancını verebilmesi gerekir. Yıldızları diğer oyunculardan ayıran şey, koydukları emek ile birlikte, sahip oldukları ve oldurulduklarımajlarıdır (Bayramoğlu 2001:23). İzleyenler sinemada gördükleri yıldız oyuncuyla kendilerini özdeşleştirerek kendilerine bir takım davranış modelleri belirlerler, böylece propaganda sonucunda istenilen davranış değişimi insanlara hissettirilmeden uygulanmış olur. 1900'lü yılların başlamasıyla birlikte star olgusunun önemi Hollywood'da fark edilmiş ve bilhassa 1912 yılında ilk hayran dergileri piyasaya çıkmıştır. Chaplin ve Pickford'un birkaç yıl sonra Amerikan sinemasında yeni bir dönem başlatmasıyla birlikte film yapımcıları bu yeni dönemin potansiyelini anlamış ve film yıldızlarının tamamıyla satışına karar vermişlerdir (Bayramoğlu, 2001:22). Bundan dolayı sanatçılar, popüler yıldız olmak ve bu popülerliğin devamlılığını sağlamak için, hâkim siyasal kültürün parametreleri içindeki politik işleyişin kurallarına göre davranmak zorunda kalmışlardır. Örneğin; Vietnam Savaşı sırasında sergilemiş olduğu tavır sebebiyle Jane Fonda, popülaritesini kaybetmiş, endüstri tarafından kara listeye alınarak uzun yıllar aktris olarak çalışamamıştır. Buradan starların, göz önünde olmalarından dolayı radikal ve mevcut politikalara aykırı davranmalarının bedelini ödedikleri sonucu çıkmaktadır (aktaran Seçkin 1996:).

O yıllardan bu yana Hollywood sineması, oluşturduğu dünyada, devasa sermayesiyle, ideolojisiyle, tekniğiyle birçok star yarattı. James Dean, Ava Gardner, Clark Gable, Marilyn Monroe, Rita Hayworth, Brigitte Bardot, Humprey Bogart, Marlon Brando gelmiş geçmiş Hollywood yıldızlarından sadece bazılarıdır.

Amerika Birleşik Devletleri için sinema endüstrisi önde gelen bir sanat ve iş alanı olmuş ve 85 milyon Amerikalı her hafta sinema salonlarını doldurmuştur. Bu sebeple Hollywood halkının duygu ve düşünce dünyasına etki edebilme gücüne sahiptir. Örneğin Hollywood'da giyilen giysiler ertesi gün tüm ulus tarafından giyilmekte, Hollywood'da ne gösteriliyorsa çok geçmeden Amerikan halkı bu

gösterileni benimseyerek aynısını tüketmeye, yaşamaya ve davranmaya başlamaktadır (Akarcalı, 2003:253).

Amerika, sinema aracılığıyla milli değerlerinin görüntülerini dünyaya yayarken aynı zamanda kendi yaşam tarzını da aynı şekilde ama temel olarak çok daha sinsice yaymaktadır. Bu kültürel yansıma olarak adlandırılmaktadır ve bu yansıma sinemayla birlikte toplumları birbirine benzeterek tem düzene sokmayı amaçlamaktadır (Scognomillo, 1997:175). Amerikan filmlerinin artık dünyanın her köşesindeki insana ulaşabilmesiyle Amerikan filmlerinin etkili olmasını sağlamıştır. Burada, Hollywood filmlerinin dünya seyircisi tarafından seyredilmesine ilişkin iki temel özelikten söz etmek gerekiyor. Bunlardan biri Hollywood sinemasının yukarıda değinilen parlak, hızlı ve yeni filmleri sürekli olarak üretebilmesidir. Bunun arkasında büyük yatırım olanaklarıyla sağlam bir endüstri yatmaktadır. Bir yandan altyapısının olanaklarını; öte yandan, en son teknolojiden yararlanabilen geniş insan gücünü devreye sokabilen Hollywood, bunalımları atlatıp ve kendini yenilerken özellikle iç pazarın sağlamlığına dayanmıştır (Abisel, 1999: 44).

Bu sağlamlık bazı çevrelerin Hollywood yapımlarını yönlendirme çabalarını ve aslında sektörün desteklenme ölçütünü de ortaya koymaktadır. 1987 yılında çekilecek bir televizyon filmi için Pentagon'un emir komuta zincirinde tırmanarak, donanma sekreteri James Webb'in masasına gelen yapımcılar senaryoya bu kurum tarafından müdahale edilmesi durumuyla karşılaştılar. Bu noktada denilebilir ki Hollywood filmleri ülkenin egemen kuvvetleri tarafından belirli noktalarda desteklenmekte ve karşılığı beklenmektedir (Robb, 2005:129).

Beklenen bu karşılık sonunda, Amerikan savunma güçlerinin sinemayla bir bağlantısı olduğu söylenebilir (Valantin, 2006:20). Örneğin Amerikan silahlı kuvvetleri; John Wayne'nin Amerika'nın Vietnam Savaşı'nı öven "Yeşil Bereliler" filmi için askerlerini ve büyük miktarlardaki teçhizatı seferber etmiş, neredeyse orduyu bu film için kiralamıştı. Sinema; savunma güçlerini efsaneleştirerek, politik meşruiyet süreçlerini, personellerini ve uygulamalarını kahramanlaştırıp sahnelerken aktüaliteye bağlayan köprü görevini üstlenmiştir (Schiller, 2005:78).

1990'lı yıllardan 2000'lere kadar Amerika'nın stratejik mücadelesine teknoloji geniş bir şekilde hâkim olmuştur. Amerikan güvenlik ve savunma

sisteminin tamamı, yeni teknolojiyle bütünleşerek yenilenmesi için devamlı bir siyasi baskıya maruz kaldığı zaman Hollywood yapımları bu tekniklerin reklâmını yapmakta ve onları halka sunan ilk organ konumunda bulunmaktadır (Valantin, 2006:103). Bilhassa 1980'li yılların klasiklerinden olan Rambo filmleri serisi ve Top Gun gibi filmler Amerikan halkı üzerinde oldukça etkili olmuştur. Bu tarz filmlerdeki oyuncuların görkemli fizikleri, tehlikelerin içine nüfuz edebilme yeteneğine sahip olmaları ve silahları kullanabilmekteki üstün becerilerinin olması en belirgin özellikleridir (Valantin, 2006:22).

Yalnızca yetişkinlere yönelik filmlerde değil aynı zamanda çocuklara için yapılmış popüler çizgi filmlerde bile propaganda söz konusudur. Bu konuda araştırmalar yapan Ariel Dorfman ve Armand Vattelart , Walt Disney üretiği çizgi romanlarda, üçüncü dünya ülkelerinin gelişmiş ülkelere olan bağımlılığının doğal bir durum olduğu gösteren hatta bu durumu olumlayan iletilerin olduğunu ortaya çıkartmış ve Walt Disney şirketini yayılımcı ideojinin savucusu olarak göstermişlerdir (Bayram, 1997:2-3).

1.10.4. Üçüncü Sinemada Propaganda

Üçüncü sinema, Üçüncü Dünya'dan kaynaklanan belki tek sinema teorisidir. Kökleri II. Dünya Savaşı sonrası Üçüncü Dünya ülkelerinin gerçekleştirdikleri antiemperyalist mücadeleye dayanmaktadır. Günümüzde ise sadece Üçüncü Dünya ülkelerinin sineması değildir. Aynı zamanda ezilen, sömürülen ulusların sineması olduğu için tüm dünyayı kapsayıcı niteliktedir. Üçüncü Sinema her ne kadar Üçüncü Dünya ile ilişkilendirilse de sadece Üçüncü Dünya ile özdeşleştirilmemelidir (Biryıldız ve Erus, 2007: 19-49). Savaş sonrası dönemde Üçüncü Dünya ülkeleri birbirinden farklı seviyelerde ekonomik gelişmeler göstermiştir. Hindistan, Brezilya, Meksika gibi ülkeler ekonomik açıdan ivme kazanırken, Afrika ülkeleri endüstrileşememiştir. Ekonomik gelişme gösteren ülkelerde yerli film endüstrileri de gelişmiştir. (Armes, 2011: 207). Dolayısıyla her Üçüncü Dünya ülkesi, Üçüncü Sinema 'yı oluşturmadığı için Üçüncü Dünya ve Üçüncü Sinema kavramları aynı anlamları taşımamaktadır.

Soğuk Savaş döneminde dünya iki kutuplu hale dönüşmüştür. Bu kutuplardan biri Amerika Birleşik Devletleri (ABD), diğeri ise Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'dir. Her iki kutuptan bağımsız olmak isteyenler ise Üçüncü Dünya'yı oluşturmuştur. Üçüncü Dünya kavramı ilk olarak 1952 yılında Alfred Sauvy tarafından kullanılmıştır. Bu kavram içinde yer alan ülkeler kaynağı bol; ancak ekonomik açıdan fakir ülkelerdir. Üçüncü Dünya ülkelerinin tanımlanmasında az gelişmiş, gelişmekte olan ya da geri bıraktırılmış terimlerinden faydalanılmıştır (Odabaş, 2013:11).

Üçüncü Sinema'yı tanımlamadan önce Birinci ve İkinci Sinema'dan kısaca bahsetmek gerekmektedir. Birinci Sinema, Hollywood sinemasıdır. İzleyici, pasif tüketici olarak görür. Büyük prodüksiyonları ve büyük bütçeleri vardır. İkinci Sinema ise Avrupa, bir diğer adıyla Auteur sinemasıdır. Yönetmenin karakteristiğini yansıtan filmlerin yer aldığı sinemadır. Üçüncü Sinema ise, üretimin ve dağıtımın yarı gizli yapılması gerektiğini belirten bir film üretim şeklidir. Toplumda meydana gelen oluşumları, tarihi ve dünyanın genel işleyişini ele alarak üretim yapmaktadır. Kurucuları Solanas ve Getino'dur. 1950'lerin sonlarında başlamıştır. Üçüncü Sinema'nın 1960'ların ikinci yarısında yükselişe geçmesi tesadüf değildir. Vietnam Savaşı, Cezayir Savaşı, İsrail- Filistin Savaşı, Arap-İsrail Savaşı, 1968 öğrenci hareketleri, 1964 Brezilya Darbesi gibi olaylar sinemada yeni bir oluşuma sebep olmuştur. Bu dönemde "Brezilya'da Cinema Novo, Arjantin'de Nueva Ola, Şili'de Halk Birliği Sineması faaliyet göstermiş ve ürünler vermiştir." (Odabaş, 2013:3). Sömürgelerden arınma dönemi ve sömürgeleşmiş ülkelerin kendilerini sinema üzerinden ifade etmek istemeleri ile Üçüncü Sinema oluşmuştur. Üçüncü Sinema Marksizm'den etkilenmiştir (Günel, 2015:33). 1960'lı yıllar Latin Amerika'da dünya konjonktürünün değişim göstermeye başladığı yıllardır. Bu dönemde Küba'da meydana gelen devrim, Kuzey Afrika ülkelerinin bağımsızlıklarını kazanmaya başlaması gibi olaylar da Üçüncü Dünya ülkelerini etkilemiştir. Bütün bunların neticesinde Üçüncü Sinema'nın paylaştığı değerler de anti sömürgecilik üzerine olmuştur (Yılmaz, 2007: 75-76).

Üçüncü Sinemacılar, Birinci ve İkinci Sinemaları, toplumsal mücadeleleri etkisiz hale getirdikleri gerekçesiyle eleştirmiştir. Üçüncü Sinemacılar, halk ile sinemacılar arasındaki kopukluğu sorgular. Amerikan sinema teknikleri ve Batı'nın

biçimciliğini reddederler. Halkın sadece tüketici değil, katılımcı olduğu bir sinema ideali bulunmaktadır. Film içindeki hiyerarşi ve tekelciliğe karşı çıkmaktadır. Üçüncü Sinema'da, herkes her işten anlamalıdır anlayışı hâkimdir. Çünkü Arjantin'de çok fazla sayıda darbe olduğu için her an içlerinden birinin tutuklanma riskine karşı herkes her işi bilmelidir. Üçüncü Sinema, emperyalist kültüre karşı ulusal kültürü savunmaktadır. Ülkelerin kendi seslerini duyurmasını destekler. İnsanları düşündürmeye yönelik bir amaç taşır. Filmlerin nerede çekildiği çok önemlidir. Tek tipleşmeye karşı çıkmaktadır. 1960'ların sonunda altın çağını yaşayan Üçüncü Sinema 1980'lerde son bulur. Örneğin Fransa'da da Üçüncü Sinema filmleri üretilmiştir. Kızgın Fırınlar Saati, Üçüncü Sinema'nın en önemli filmlerinden biridir. Bu film askeri darbe sebebiyle iki yıl gibi bir süre içerisinde çekilmiştir. Amacı seyirciyi bilinçlendirmektir. Film üç bölümden oluşmaktadır. Arjantin üzerinden Latin Amerika'nın ekonomik, sosyal ve kültürel durumuna gönderme yapmıştır (Güldoğan, 2010: 100). "Üçüncü dünya filmlerinin kökten toplumsal yorumlarının Batılılarca zor anlaşılmasının nedeni bu filmlerin egemen sinema geleneklerine direnişi ve Batılı izleyicilerin ayrıcalıklı kod açıcı ve anlamının nihai yorumlayıcısı konumlarının eksikliğinin sonucudur." (Arda, 2014: 34).

İKİNCİ BÖLÜM

2. TÜRK SİNEMASINDA PROPAGANDA KULLANIMI

Türk sinemasında geçmişten günümüze değişen Türkiye ile birlikte sürekli gelişmiş ve şekil değiştirmiştir. Toplumun yaşamış olduğu olaylar Türk sinemasını etkilemiş ve mesaj verme kaygısı içeren filmler çekilmiştir. İyi-kötü, güzel-çirkin, dost-düşman, Türk-Kürt, inançlı-inançsız gibi karşıtlıklar propaganda kullanılarak izleyiciye aktarılmış ve özellikle darbe dönemlerinde sinema siyasi bir araç olarak kullanılmıştır. Türkiye'nin Cumhuriyet dönemi ile başlayan değişim ve dönüşümünü iyi anlamak için filmleri iyi bir şekilde analiz etmek gerekmektedir. Kimi zaman milli duyguları harekete geçirmek, kimi zaman da dini duyguların sömürülmesi aracılığı ile kullanılan sinema, sıklıkla propaganda kullanımına ihtiyaç duymuştur. Sinema, filmler aracılığı ile bazen kötü sonlara karşı izleyiciyi öğütleyen, bazen de toplumda kendine yer edinememiş kişilikleri analiz eden bir araç olarak kullanılmıştır.

Sinemanın Türkiye'ye gelişine değinmek istersek Fransız Lumiéres kardeşlerden bahsetmek gerekmektedir. 1895 yılındaki ilk film gösterilerinden yaklaşık bir yıl sonra sinema Türkiye'ye giriş yapmıştır. Sinemanın Türkiye'ye Avrupa ülkeleriyle hemen hemen aynı zamanlarda girmesi dönem şartlarına göre hızlı bir gelişmedir.

1896 yılında Fransa'da Lumiéres Kardeşler, aynı tarihte Amerika'da bulunan Thomas Alva Edison'la birlikte "sinematograf" adını verdikleri sinema aygıtını keşfetmişlerdir. Bugünkü iletişim olanakları olmadığı için Türkiye'ye de sinemanın gelişi Avrupa üzerinden gerçekleşmiştir. Türkiye'deki ilk film gösterisi 1896 yılında Bertrand adındaki bir Fransız tarafından II. Abdülhamit zamanında saray yapılan gösterimler ile başlamıştır. Sonrasında aynı yılda Romanya uyruklu Sigmund Weinberg ile İstanbul'da halka film gösterimleri yapılmıştır (Onaran, 1994: 11). Halkın sinemaya olan yoğun ilgisi sonucunda Weinberg, Pathe Sineması'nı

yaptırmıştır. Bu sinemanın önemi, Türkiye'deki ilk sinema olmasıdır. İstanbul'da açılan sinemaları, İzmir takip etmiştir. Asri Sinema, Ankara Sineması, Lale Sineması ve Milli Sinema bunlara örnek gösterilebilir.

Ülkemizde çekilen ilk filmler Makendoyalı Manaki Kardeşler'in çektikleri belgesel tarzı filmleridir. Ülkemizde bir Türk'ün çektiği ilk film de yine belgesel niteliği taşımaktadır. Birinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesi ile birlikte Osmanlı Devleti İtilaf Devletlerine karşı İttifak Devletleri arasında yer almıştır. Bu bağlamda da Osmanlı ilk olarak Ayastefanos Anıtı'nı bombalamıştır. Anıt 1877 yılında gerçekleşen ve Osmanlı tarafından olumsuz şekilde sonuçlanan savaşı ve imzalanan anlaşmayı simgelemektedir. Bu olayın Türk Sineması'ndaki önemli yönü, Türk Sineması'nın başlangıcını simgelemesidir. Bu olay sırasında ilk kez bir Türk kamerasını çalıştırmış ve yaşanan olayın görüntüsünü almıştır. Bu görüntüyü alıp bir bakıma Türk Sineması'nın başlatan kişi o sırada orduda yedek subay olarak görevini yerine getirmekte olan Fuat Uzkınay'dır.

Tüm bunlarla birlikte ordu içerisinde bir film dairesinin kurulması ve ordunun elindeki aygıtları yarı-resmi kuruluşlara devrederek Türk Sineması'nın ilk belge filmleri ile konulu filmlerin çekilmeye başlaması savaş içinde mümkün olmuştur (Onaran, 1994: 13). Birinci Dünya Savaşı döneminde Türk ordularının başkomutanı Enver Paşa, Almanya'yı ziyaret etmiş ve Alman ordusunun kurmuş olduğu "Ordu Film Dairesi"ni gözlemlemiştir. Almanya'da sinemaya verilen değeri kavramış ve Türkiye'ye döndüğünde ilk iş olarak "Ordu Film Dairesi"nin kurulmasını sağlamıştır. Merkez Ordu Film Dairesi'nde yerli ve yabancı birçok askeri filmlerin bulunduğu özel bir arşiv kurulmuştur.

Bu dönemde Enver Paşa ile filmlerin çevrimi konusunda anlaşan Weinberg, ülkemizde askeri belge filmlerinin yanında konulu filmler de çekmiştir. Bu dönemde çekilen Himmet Ağa'nın İzdivacı filmi Türkiye'de çekilmiş ilk konulu film olması bakımından önemlidir. Film, Moliere'nin ünlü "Zoraki Nikah" oyunundan uyarlanmıştır.

Bu dönemde olan başka bir önemli olay Ordu Film Dairesi'nde başka İstanbul'da "Müdafaa-i Milliye Cemiyeti"nin kurulmasıdır. Bu yarı-resmi kuruluş Almanya'dan getirdiği cihazlar ile film çekimine başlamıştır. Cemiyetin başkanı Dr.

Hikmet Hamdi'nin desteği ile "Pençe" ve "Casus" adında iki konulu film çekilmiştir. Bu filmlerin sonrasında "Alemdar Vak'ası" adından bir film proje aşamasında kalmış, kurgusu yapılamadığı için sonuçlandırılamamıştır. Bunun sebebi ise o dönemde ordunun elinde bulunan araç gereçlerin İstanbul'u işgal eden askeri güçlere verilmesidir. Bunun sonucunda da Ordu Film Dairesi'ndeki ve Müdafaa-i Milliye Cemiyeti'ndeki araç gereçler "Malûl Gaziler Cemiyeti"ne devredilmiş ve düşman eline geçmekten kurtarılmıştır. Böylelikle film çekim işlerini dernek üstlenmiş, Mürebbiye ve Binnaz filmleri çekilmiştir (Onaran, 1994: 14-15).

Genel olarak bakmak istersek Türkiye'de film yapımı, "cinematographe" aygıtının bulunuşundan yaklaşık yirmi yıl sonra başlamış ve daha çok yurtdışındaki örnekler kopya edilmeye çalışılmıştır. Örnek alınan Almanya'daki gibi sinema özel bir endüstri olarak görülememiş, daha çok bir yan uğraş olarak görülmüştür. Fakat bu olumsuzluklara rağmen yapılan bu çalışmalar Türkiye'de film çevrilebileceği ve halkın rağbet gösterebileceği gerçeklerini ortaya çıkarması bakımından önemlidir. Daha sonraki dönemde kurulacak olan Kemal Film de hazırlanan bu temel sayesinde kendisinde cesaret bulmuştur.

2.1. TİYATROCULAR DÖNEMİ (1922-1939)

Tiyatrocular Dönemi olarak adlandırılan dönem, Cumhuriyet'in ilanı ile 2. Dünya Savaşı öncesini kapsayan ve tiyatrocu yönetmen ve oyuncuların egemenliğindeki bir dönemdir. I. Dünya Savaşı süresince devlet egemenliğinde olan sinema faaliyetleri, Kurtuluş Savaşı ile birlikte özel şirketler üstünden ilerleyen bir alan haline dönmüştür. Bu dönemde "İpek Film" ve "Kemal Film" 'in ön plana çıktığı görülmektedir. Türk Sineması, Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte propaganda kullanımı için ordunun etkisinde kalmaya başlamış ve ilk yılları bu şekilde şekillenmiştir. İlk özel film şirketi olan Kemal Film 1922 yılında kurulmuş ve sinemanın halka inmesi sağlanmaya başlanmıştır.

1922 ile başlayıp 1939'lu yıllara kadar süregelen bu dönemde Türk Sineması tiyatrocuların egemenliğinde varlığını sürdürmüştür. Kemal Film ile birlikte bir tiyatrocu olan Muhsin Ertuğrul sinema hayatına başlamıştır. 1922-1939 yılları arasında 27 filmden 23'ü Muhsin Ertuğrul tarafından çekilmiştir. Bu sebeple bu

döneme "Muhsin Ertuğrul Dönemi" veya "Tiyatrocular Dönemi" adı verilmiştir. Fakat bu dönemde çalışmaların sadece Muhsin Ertuğrul üzerinden ilerlemesi ve oyuncu kadrosunun yine aynı kişi yönetimindeki Şehir Tiyatrosu'nda sağlanması Türk Sineması'nın yol kat etmesi anlamında olumsuz etki yaratmıştır (Özön, 2013:75).

Birçok sinema tarihçisine göre Muhsin Ertuğrul, sinema dilini tiyatronun olanaklarını kullanarak oluşturmuştur. Çıkarmış olduğu eserlerin tiyatro eserleri olması, tiyatroların sahne ve dekorlarını kullanması sebebiyle de çağdaş sinema seviyesine erişemediği düşünülmektedir. Muhsin Ertuğrul sinema tarihçilerinin büyük bir kısmına göre kendi tarzı ve kimliğini sinemaya aktaramamış ve Türkiye'nin kendine has sinema kimliği oluşmamıştır. Fakat tüm bunlara rağmen Muhsin Ertuğrul Türk sinemasına birçok yeniliği getiren bir isim olmuştur. Müslüman bir Türk kadının ilk kez sinema oyunculuğu yapması, ilk özel yapım evlerinin yapılması, ilk ortak yapımlar ve ilk türler bu dönemde ortaya çıkmaya başlamıştır. (Evren, 2014:74)

Muhsin Ertuğrul'un sinema hayatına başladığı dönem, Türkiye'de sosyal ve siyasi alanda birçok gelişmelerin süregeldiği bir döneme denk gelmektedir. Öyle ki bu dönemde sadece sinema alanında değil, devletin tüm alanlarında birtakım yenilikler ve devrimler gerçekleşmiştir.

Muhsin Ertuğrul, Almanya'da sahne işçiliği ve figüranlık da dahil olmak üzere sinema sektöründe birçok alanda çalışmış ve sonrasında Türkiye'ye dönmüştür. Bulunduğu dönemde Türkiye'de sinema ile ilgili kendisine yol gösterecek bir sinemacı bulunmadığı için kendisi bir çözüm bulmaya çalışmıştır. Bu vesileyle de öncelikle Bozkurt Film şirketini kurmuş, bu şirket ile hiçbir faaliyet gösterememiş ve ardından Kemal Film'i kurmuştur. Ertuğrul, ilk olarak güncel bir konuyu ele aldığı filmini çekmiştir. Bu film bulunduğu dönem itibariyle magazinsel bir konuyu işlemektedir ve beklenildiği gibi seyirci tarafından da büyük ilgi görmüştür. Aynı dönemde Fuat Uzkınay'ın çekmiş olduğu *Zafer Yollarında* filmi gösterime girmiştir. Bu filmde Uzkınay, Kurtuluş Savaşı ve İzmir'in kurtuluşu konularını ele almıştır. Bu filmde devlet desteği ile ordu kuvvetleri kullanılarak olay örgüsü canlandırılmıştır.

Muhsin Ertuğrul, Kemal Film ile birlikte 1922 de *Boğaziçi Esrarı*, 1923 yılında *Ateşten Gömlek*, *Leblebici Horhor* ve *Kız Kulesinde Bir Facia Aşk*, 1924 yılında ise Sözde Kızlar filmlerini çekmiştir. (Özgüç, 1988:10-11) Bu dönemde Malûl Gaziler Cemiyeti, Kemal Film ve TBMM Orduları Film Teşkilatı'nın da hazırlamış olduğu belgeseller gösterime girmiştir. Yeni ve bambaşka bir düzene geçen ve bu düzene ayak uydurmaya çalışan Türk halkı için propagandanın sıklıkla kullanıldığı sinema büyük bir görev üstlenmiştir.

1922 yılında çekilmiş olan *Boğaziçi Esrarı* filmi, Yakup Kadri Karaosmanoğlu'nun Nur Baba adlı, Bektaşilik ve aşk ekseninde dönen romanından uyarlanmıştır. Kullanılan hicivli anlatım sebebiyle film Bektaşiler tarafından tepkiyle karşılanmakla kalmamış, film seti basılıp dekorlar yıkılmıştır.

Ateşten Gömlek filmi Muhsin Ertuğrul'un başarıya ulaşan filmlerinden birisi ve çoğu sinemacıya göre en önemlisi olarak kabul edilmektedir. Film, Türk Sinemasının konulu "İlk Kurtuluş Savaşı filmi"dir. İlginçtir ki filmin uyarlandığı Halide Edip'in eseri Ateşten Gömlek de "İlk Kurtuluş Savaşı romanı"dır. Filmin yönetmeni Muhsin Ertuğrul, romanın yazarı Halide Edip gibi filmde kadın oyuncuların oynaması gerektiğini savunmuştur. Film, Kurtuluş Savaşı'nı anlatan ilk sinema filmi olmasının yanı sıra, Türk kadın oyuncuların ilk kez sanatsal özgürlüklerine kavuştukları film olarak da tarihe geçmiştir (Özgüç, 2005: 84).

Ertuğrul, aslında romana da sadık kalarak Türk milliyetçiliğini öne çıkarıp diğer milletleri ötekileştirme yoluna gitmiştir. Zira Kurtuluş Savaşı'ndan yeni çıkmış, yorgun bir millet için bu tarz milli duygular içeren filmlere ihtiyaç duyulmaktadır. Ulusal duyguların doruğa çıktığı bir zamanda seyirci ile buluşan bu filmin diğer bir özelliği de ilk kez kadın oyuncuların beyazperdede bulunmasıdır. Aynı zamanda filmin, Cumhuriyet'in ilanından yaklaşık 6 ay önce gösterime girmesi de filmin başarısına katkıda bulunmuş ve izleyici tarafından büyük ilgi görmüştür (Özgüç, 1992, 12-19).

Türk Sineması'nda Sovyet sinemacıların çektiği filmler önemlidir. Türkiye Cumhuriyeti ile SSCB arasındaki ilişkiler, kültürel alanda da yakınlaşmalara sebebiyet vermiştir. Sovyetler de Almanya gibi, sinemayı bir propaganda aracı olarak kullanmıştır. Filmlerde de kendi düşünceleri benimsetmeye ve yaymaya

çalışmışlardır. Sinemanın propaganda gücünü anlayan Sovyetler, 1920'li yıllardan itibaren propaganda filmleri çekmeye başlamışlardır. Bu filmler din karşıtı ve ideoloji aşılamaya yönelik filmlerdir. İşte böyle bir durumda Türkiye'nin SSCB sineması ile tanışması kaçınılmaz olmuş ve 1926 yılında Sovyetlerin kültür teşkilatı VOKS Türkiye'ye filmler göndermeye başlamıştır (Beyoğlu, 2018: 123).

SSCB'nin çekmiş olduğu Lenin ve Stalin için çekilen "lider filmleri", Türkiye'de de Atatürk için film çekilmesi konusunu gündeme getirmiştir. Sovyet sinemacısı N.Zahri, Milli Mücadele ile ilgili bir film yapmak üzere Türkiye'ye gelmiştir. *Öldürülemeyen Adam* adındaki film için temaslarda bulunulmuş, fakat çekimine izin verilmemiştir. Fakat Sovyet sinemacılar sonrasında, *Türkiye'nin Kalbi Ankara* filmini çekmeyi başarmışlardır. Film, Atatürk'ün isteği üzerine çekilmiş ve 10. yılını dolduran Cumhuriyet'i ve inkılaplarını anlatmaktadır.

Böyle bir dönemde, Kemal Film'in kapanmasıyla birlikte Muhsin Ertuğrul sinema konusunda kendini geliştirmek üzere SSCB'ye gitmiştir. 1925 yılında çektiği *Tamilla* filmi bir kadının hikayesini, aynı yılda çekmiş olduğu diğer bir film olan *Spartaküs* de bir kölenin hikayesini anlatmaktadır. Sovyet kültüründen ve sanatından etkilenen Ertuğrul, sanatını Türkiye'de Rus klasikleriyle aktarmaya başlamıştır. Fakat Darülbedayi dergisinde, komünizm propagandası yaptığı iddialarına maruz kalmıştır. (Tevetoğlu'ndan aktaran Erdur, 2019:74)

Muhsin Ertuğrul, sanat adı ile komünizm propagandası yaptığı iddialarını şu şekilde cevap vermiştir:

"İşittim ki benim yazılarıma hiç kastetmediğim manalar veriliyormuş. Onun için biraz izahat vermek istedim. Biz sanatta yeni ve geriyiz. Sanatta en ileri ülkeler bile Sovyetlerden öğrenmeye çalışıyorlar. Sovyet sanatını methediyorsam bu; şu veya bu maksatla değil, ancak sanatta doğruyu görmek, doğruyu söylemek ve iyi örnek almak kastıyladır. Ben tiyatro çerçevesinden dışarıya çıkmam, yazılarımdan başka mana çıkarmaya uğraşmak gülünç olur, jurnalcilik olur (Ertuğrul 1935: 5)".

Aslında bu sözlerden de anlaşılacağı gibi Ertuğrul; Sovyet kültürünü yaymak veya taklit etmek, komünizmi Türkiye'ye sokmak gibi gaye edinmemiş, aksine Rus ve Sovyet kültüründe bizden ileri gördüğü yanları alıp geliştirmeyi bir amaç edinmiştir.

Yurtdışındaki 4 yıllık aradan sonra Ertuğrul, döndüğünde İpek Film ile anlaşmıştır. Yine bir uyarlama eseri konu edinen *Ankara Postası* filmi 1929 yılında çekilmiştir.

Muhsin Ertuğrul bu filmden sonra üçüncü Kurtuluş Savaşı filmi olan *Bir Millet Uyanıyor* filmini izleyici ile buluşturmuştur. Bu film, sonra çekilecek Kurtuluş Savaşı filmlerine bir yol göstericisi olması bakımından önemlidir. Öyle ki, filmde dönemin liderleri Mustafa Kemal ve İsmet Paşa kısa hareketli görüntülerinin bulunmasını kabul etmişlerdir. Ertuğrul, sonrasında Musahipzade Celal'in oyunlarından esinlendiği *Aynaroz Kadısı* ve *Bir Kavuk Devrildi* filmlerini sinemaya aktarmıştır. İki filmin de ortak özelliği eski yaşamı, örf ve adetleri anlatmasıdır.

Sesli sinemanın 1928 yılında Amerika'da ortaya çıkması ile birlikte Türkiye'de de sesli film yapımcılığına önem artmıştır. Öyle ki bu dönemde *"Sesli olsun da nasıl olursa olsun"* algısı ön plana çıkmıştır. Bu bağlamda da Türkiye'de operet filmle artmaya başlamıştır. Operet, daha çok "belli bir konuda, hemen her sahnesi müzikli, koro duo ya da solo şarkılarla geliştirilmiş; sahnelerin sözlerle belirtildikten sonra, şarkı ve revü aracılığıyla yeniden tekrarlama yoluyla işlendiği türdür. (Onaran, 1973, 75) Ertuğrul'un operet filmleri: Karım Beni Aldatırsa (1933), Söz Bir Allah Bir (1933), Cici Berber (1933), Milyon Avcıları (1934), ve Leblebici Horhor Ağa (1936)'dır. *Karım Beni Aldatırsa* filmi İstanbul Moda'da geçen bir aşk ve aldatma hikayesini anlatmaktadır. İnişli çıkışlı bir olay örgüsü olan filmde tipik Türk sineması melodramını görmek mümkündür. Filmin senaryosu Nazım Hikmet'e aittir. *Söz Bir Allah Bir* filmi de yine evlilik, aşk, aldatma, ihtiras konularını içeren bir filmdir. Filmin konusu Mahmut Yesari'nin uyarladığı, orijinali Fransızca olan ve Türkçe ismi *Sana Göz Kırptı Derim* eserinden alınmıştır. Filmin müziği bir halk müziği olan Drama Köprüsü'dür. (Onaran, 1973: 76-81) Filmin senaryosunu Nazım Hikmet hazırlamıştır. Filmde; henüz 14 yaşında olan Cahide Sonku, Leyla rolünü canlandırmaktadır. Film, Cahide Sonku'nun ilk oynadığı film olarak da tarihe geçmiştir. Operet filmlerindeki müzikler, radyoda alaturka müziğin yasaklandığı bir döneme denk geldiği için batılı bir tarza yaklaşmıştır. (Meriç, 2009:205)

Tiyatrocular döneminin bir diğer önemi de Mustafa Kemal Atatürk'ün Türkiye'de Cumhurbaşkanlığı yaptığı dönem olmasıdır. Mustafa Kemal'in sinemaya olan ilgisi, o dönemde sinemaya verilen destekleri de artırmıştır. Mustafa Kemal,

1932 yılında Muhsin Ertuğrul tarafından çekilen Bir Millet Uyanıyor filmi için kamera karşısına geçmiştir. Devlet tarafından sinema, eğitim ve dolayısıyla propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Halkevlerinde film gösterimini içeren madde, sinemanın propaganda gücünü kullanmak isteyen devlet tarafından halkevleri çalışma talimatnamesine eklenmiştir. (Uluskan'dan aktaran Ulusoy, 2018:54-55) Daha önce de bahsettiğimiz gibi sinema, yeni rejimi insanlara benimsetmek ve toplumdan eski rejimi soğutmak, unutturmak, uzaklaştırmak amacı ile kullanılmıştır.

Muhsin Ertuğrul bulunduğu dönemde tek adam konumunda olduğu için Türk Sinemasına damgasını vurmuştur. Ertuğrul, Tiyatrocular Dönemi olarak Türk sinemasının şekillendirilmesi ve gelişmesinde rol oynasa da 1939 yılı sonrasında etkisini yitirmeye başlamıştır. Muhsin Ertuğrul filmleri, olumsuz Osmanlı yönetici ve din adamı tiplemeleri ile toplumun Osmanlı'ya olan sempatisini ve bakış açısını değiştirmeye başlaması bakımından önemlidir. Bu bağlamda yapmış olduğu filmler henüz emekleme aşamasında olan Cumhuriyet rejimine güç katmış ve sinemanın bir propaganda aracı olarak kullanılmasına da örnek teşkil etmiştir.

Muhsin Ertuğrul'un filmleri, resmi ideolojinin ve Kemalist modernleşme projesinin sinemadaki izdüşümüdür. Ertuğrul, gerçekten de sinema alanında tam olarak rejim ile birlikte yol almıştır. Yeni temelleri atılan Cumhuriyet'de Ertuğrul, sanat alanında Batılılaşma misyonunu üstlenmiştir. Kurtuluş Savaşı gibi büyük bir savaştan yeni çıkan Türkiye'de en temel ihtiyaçlar bile ithal edilmek zorunda kalmıştır. Böyle bir dönemde de sinema kırsal kesime çok ulaşamamış, şartların daha iyi olduğu Batıya ve elit kesime de Ertuğrul aracılığı ile ulaşmıştır. (Sevim, 2016:79-80)

2.2. GEÇİŞ DÖNEMİ (1939-1950)

Geçiş Dönemi hem Türkiye hem de dünya açısından sıkıntılı bir döneme denk gelmektedir. Henüz savaşta tarafı belli olmayan Türkiye, kendi cephelerine çekilmek istenen devletler tarafından bir propaganda savaşı içerisinde kalmıştır. İkinci Dünya savaşının her an patlak vermek üzere olduğu bu dönemde devlet bir sansür yasasını yürürlüğe sokmuştur. Yurtdışındaki filmlerde yoğunlukla kullanılan propaganda öğesi bu yasanın gündeme girmesini kaçınılmaz hale getirmiştir. 1939 yılında

yürürlüğe giren on maddelik yasanın beşinde propaganda kelimesinin kullanılması, bu dönemde devletin bu konuya olan hassasiyetini göstermektedir. Özellikle, Almanya ve Sovyetler Birliği'nden ülkemize gelen filmlerin propaganda içerikli olması, bu filmlerin sansüre takılmasına yol açmış ve ülkemize giriş kapıları büyük ölçüde kapanmıştır.

1935 yılının şubat ayında Sovyet Sinema Teşkilatı'nın yıl dönümü vesilesiyle Rusya'ya bir heyet gönderilmiştir. Propaganda sinemasında önemli bir yere sahip olan Sovyetler Birliği ile yapılan bu iş birliği, sektörel anlamda önemli bir adımdır. Sovyetler Birliği tarafından ülkemize gönderilen filmler propaganda filmleri olup, daha çok komünizm ve din propaganda unsurları içermektedir. Aynı dönemlerde Fransız yapımcıların da Türkiye'de çekmek istediği bir takım filmler olmuştur. Bunlar "Edebi Şefimiz Atatürk'ün Hayatı" ve "Türkiye İnkılabı ve Türk Kadını" adındaki filmlerdir. Bu filmler Dışişleri Bakanlığı tarafından değerlendirilip uygun görülse bile savaş öncesi dönemdeki karışıklık sebebi ile vazgeçilmiştir.

Geçiş Dönemi'nde tiyatrocular dışında birçok kişi sinema alanına giriş yapmıştır. Faruk Kenç'le birlikte Şadan Kamil, Baha Gelenbevi, Turgut Demirağ, Şakir Sırmalı, Çetin Karamanbey, Aydın Arakon, Orhan M.Arıburnu gibi tiyatro içerisinden gelmeyen yönetmenler ilk filmlerini bu dönemde çevirmiştir. (Berktaş, 2009: 231)

Tiyatro dışından gelen sinemacılardan Baha Gelenbevi, 1944 yılında ilk filmi olan *Deniz Kızı*'nı çekmiştir. Bunu takiben Faruk Kenç aynı yılda *Hasret* adında bir köy filmi çekmiştir. Bu film başrolünün tiyatro dışından bir olması bakımından önem teşkil etmektedir. Yine geçiş döneminde 1946 yılında Şadan Kamil, *Toros Çocuğu* ve *Seven Ne Yapmaz* filmlerinin yönetmenliğini yapmıştır. Aynı sene Turgut Demirağ, Çalıkuşu romanından uyarladığı *Bir Dağ Masalı* filmini izleyici ile buluşturmuştur. (Ulusoy, 2018: 58-59)

Sinemacılar ile tiyatrocuların birbirinden ayrılmasını sağlayan Lütfi Ö. Akad'ın ilk filmi Vurun Kahpeye 1949 yılında piyasa çıkmıştır. Yine bir kitap uyarlaması olan film Akad'ın yönettiği ilk film olma özelliğini taşımaktadır. Filmde istiklal mahkemelerinin gösterildiği sahneler ile siyasi göndermeler yapılmıştır.

Geçiş Dönemi'nde film üretmiş başka bir yönetmen Şakir Sırmalı'dır. Kendisi 1948 yılında *Unutulan Sır* filmini beyaz perdeye aktarmıştır. Bu saydığımız yönetmenler dışında Çetin Karamanbey Silik Çehreler filmi ile ilk film denemesini gerçekleştirmiş, Aydın Arakon ise Çığlık filmi ile Türk Sineması'ndaki ilk korku filmi denemesini gerçekleştirmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nın bittiği dönemlerde Avrupa, Amerika ve Asya'da birçok ulusal sinemaların kurulduğu görülmüştür. Fakat aynı dönemde bu olaya Türkiye'de rastlanmamıştır. Savaş döneminde diğer devletlerin yaptığı gerçek savaş görüntülerinden oluşan belgesel çekimleri yeni sinemacıların gelişmesini sağlamıştır. Fakat Türkiye'de 1939'da yürürlüğe giren sansür tüzüğü hala yürürlükte kalmaya devam etmiştir.

Dönemin tek partisi olan Cumhuriyet Halk Partisi, çağdaş uygarlık seviyesine ilerlemenin sanat alanındaki gelişmelere bağlı olduğunu düşünmektedir. Yeni ilke, inkılap ve devrimlerin etkisinde olan ve bir nevi alışma sürecinde olan Türk milleti için sinema bir eğitim ve propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Bu dönemde çekilen filmleri daha çok belgesel tadında, eğitim ve propaganda filmleri olarak tanımlayabiliriz (Lüleci, 2018: 222).

2.2.1.Mısır Filmleri

İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasından, her sektör gibi sinema sektörü de nasibini almıştır. 1938 yıllarında yeni bir yapılanmaya girmeye çalışan Türk sineması, savaşın başlamasıyla buna ara vermek zorunda kalmıştır. Öyle ki savaş süresince sadece sekiz film çekilebilmiştir. Film konusunda sıkıntı çeken Türkiye, çareyi ithal filmlerde bulmaya çalışmıştır. Fakat savaşın başlaması ile filmlerin ithalatında da azalma görülmüştür. Amerika ve Avrupa'dan gelen filmlerin ithalatındaki sıkıntılar sonucu filmler Mısır üzerinden ülkemize girmeye başlamış, Amerika ve Avrupa'dan gelen filmlerin yanında Mısır filmleri de seyirciyle buluşmuştur. Savaş dönemi boyunca Türkiye'de gösterime giren Türk filmleri ile Mısır filmleri sayıları birbirini çok yakından takip etmiştir. (Ulusoy, 2018: 57-58)

Bu bağlamda Türk sinemasını ve seyircisini etkileyen bir unsur olan Mısır sinemasından bahsetmek gerekmektedir. Mısır sineması, özellikle 1940'lı yıllarda altın dönemini yaşamaya başlamıştır. Talaat Harb'ın finansörlüğünde kurulan "Stüdyo Mısır" dönemine göre ileri teknoloji ve imkanlarla donatılmış bir stüdyo niteliği taşımaktadır. Yapımcılar, ülke içerisindeki pazarlarından memnun olmakla birlikte, yurtdışındaki pazardan da gelir elde etmek istemişlerdir. Irak, Filistin, Lübnan, Suriye gibi ülkelere gönderilmeye başlayan filmler, aynı zamanda Türkiye'ye de gönderilmeye başlanmıştır. Türkiye'de ilk kez 1936 yılında bir Mısır filmi gösterime girmiş ve Türk seyircisi tarafından büyük bir ilgi görmüştür. Mısır filmlerinin ithal edildiği ülkelerde başarılı olmasının tek sebebini Mısır sinemasının teknik üstünlüğüne bağlayamayız. Bu filmlerin ün kazanmalarının asıl sebebi filmlerde kullanılan Arap müzikleridir. Mısırlı ünlü sanatçıların müziklerinin filmlerde kullanılması Türk seyirci tarafından büyük ilgi görmüş, hatta gazetelere konu olmuşlardır (Özyıldırım, 2014: 286).

Mısır filmlerinin Türk sineması açısından en büyük önemi, Türklerin sinemaya olan ilgisinin sinemacılar tarafından anlaşılmasına sebep olmasıdır. Öyle ki Mısır filmlerinin gösterime gireceği zamanlarda sinema önlerinde uzun kuyruklar ve kabalıklar toplanmıştır. Mısır filmleri, İstanbul'un yanında Anadolu'da da sinemaya olan ilginin artmasına sebep olmuştur. Söz konusu dönemde sinema seyircisinin artması bilet fiyatlarının da artmasına olanak sağlamıştır.

Mısır filmlerinden, Türkiye'de en büyük etki yaratan bir filme örnek vermek istersek bu *Aşkın Gözyaşları* filmidir. Film hem konusu hem de şarkıları ile Türk seyircisi tarafından çok beğenilir. Yılmaz Öztuna, Türk seyircisinin filme yoğun ilgisine karşı *"...Türk kültür hayatının ibret alınması gereken bir olayıdır..."* cümlelerini dile getirmiştir. (Özyıldırım, 2014: 289). Film Türkiye'de o kadar çok sevilmiştir ki, aynı adla filmler çekilmiş ve filmdeki şarkının Türkçe'si seslendirilmiştir.

Mısır filmleri furyası birçok kesim tarafından beğenilse de beğenilmeyen tarafları da görülmüş ve bir kesim tarafından olumsuz eleştiriler de almıştır. Mısır'ın ünlü oyuncularının Orta Doğu film piyasasına girmesi ve dolayısıyla ülkemizde de gösterime girmeleri, Türkiye'nin Batı'yı örnek almasını isteyen kesimler tarafından tepki ile karşılanmıştır. Mısır ve dolaylı yoldan Arap kültürünün hem oyuncu

tiplemeleri hem de müzik anlamında sinemamıza dahil olması bu kesim tarafından kabul görmemiştir.

Dönemin dergilerinden Akbaba dergisinin 133. sayfasında, dergi sahibi Yusuf Ziya Ortaç'ın başyazısında:

"...İşitiyoruz ki, stüdyolarımızda yine tefli dümbelekli ve zilli göbekli Arap filmleri Türkçeleştiriliyormuş! Yine işitiyoruz ki Rus edebiyatında, Rus musikisinde bir temizleme başlamış: Avrupa'daki işgal ülkelerinden Sovyet sanatına sinen ruhu temizleme! Bu tezat karşısında ne kadar hür ve demokrat ruhlu olursak olalım bir dikkatle düşünmek zorundayız. Şimdi... her sinemada bir Arap filmi var. Anadolu baştanbaşa bu fesli, yaşmaklı, yalelli filimlerle mest oluyormuş. Bu yeni düşmandan korkmalıyız: Beyaz perde, Divan edebiyatının beyaz kâğıdından; meyhane zurnası tevekkül şairinin kamış kaleminden çok kuvvetlidir..." (Özyıldırım, 2014: 297) demektedir. Bu ibareye de bakılınca Batılı çevreler tarafından Mısır filmlerindeki Arap kültürünün gericiliğin sinemaya yansıması olarak görüldüğü anlaşılmaktadır.

Ahmet Yüksel Özemre, Hasretini Çektiğim Üsküdar kitabında Mısır filmleri hakkında:

"...1940'ların Üsküdar'ında Hale Sineması ile Bizim Sinema'da Mısır filmleri furyası vardı. Sulu gözlü Üsküdar hanımları bol bol ağlayabilmek için bu filmleri birkaç kere seyrederlerdi. En sevilen aktörler Muhammed Abdülvehab (1907 – 1988), Leyla Murad (1918 – 1995) idi. Bunların "Aşkın Gözyaşları" adlı romantik filmi 5 yılda tam 7 defa oynatılmıştır... ibarelerini kullanmıştır. (Özemre, 2007: 152-153)

Mısır filmlerinin Türkiye'de önüne geçilemeyecek şekilde rağbet görmesi, bu filmlere bazı yasaklarının getirilmesini kaçınılmaz hale getirmiştir. "Aşkın Gözyaşları" filminin gördüğü rağbet, Mısır ve Arap filmlerinin önünü hiç olmadığı kadar açmıştır. Fakat bu yasağın filmde gösterilen Arap kültürü öğelerinden çok, Arapça söz ve müziklerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Öztuna, bu yasağın Mısır filmlerinde Arapça şarkı okunmasına getirildiği görüşündedir. (Öztuna, 1990: 437) O dönem, Türkiye'nin latin harflerine geçmesi nedeniyle okuma yazma oranının düşük olduğu bir dönemdir. Bu nedenle de filmlerin alt yazılı olması mantıksız görülmekte, filmdeki karakterlere dublaj

yapılmakta, müzikler ise Arapça kalmaktadır. O dönemde Türk seyircisi yabancı olduğu Batı müziğindense, Arap müziklerini tercih etmektedir.

Böyle bir dönemde de görev Türk bestecilerine düşmüştür. Türk bestekarlar 1940-1950 yılları arasında 85 adet filmin müziğine Türkçe besteler yapmıştır. Öztuna, Türk müziğindeki Arap etkisinin bu dönemde Saadettin Kaynak tarafından Arap müziğinden etkilenerek bestelenen müzikler ile başladığını savunmaktadır (Öztuna, 1990: 63).

2.3. SİNEMACILAR DÖNEMİ (1950-1970)

Sinemacılar döneminin başlangıcı, Türkiye'de tek partili dönemden çok partili döneme geçiş evresine denk gelmiştir. Şimdiye kadar tek partinin iktidarlığı Cumhuriyet'in ilanından beri devam etmiş fakat bu dönemde iktidara ilk kez başka bir parti sahip olmuştur. Demokrat Parti'nin büyük bir oy farkı ile seçimi kazanması ile her konuda olduğu gibi sinemada da bazı değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Önceki dönemde daha çok gördüğümüz milli duyguların kullanıldığı sahnelerin yerini bu dönemde dini öğelerin çokça kullanıldığı sahneler almıştır. Cami ve minareler, dua sahneleri, mevlit, ezan gibi öğeler filmlerde gereksiz olarak kullanılmaya başlanmıştır. (Özön, 1995:230) Din duygularının sömürülmeye başlaması ile Mısır filmleri de Türkiye'de yoğun bir şekilde gösterim bulmaya başlamıştır. Demokrat Parti'nin iktidara gelmesi ile Osmanlı'ya bakış açısı geçmiş döneme göre yumuşamış, Osmanlı filmlerinin çekilmesine olanak tanınmıştır.

1950'li yılların başında Aydın Arakon'un yönetmenliğinde *İstanbul'un Fethi* filmi çekilmiştir. Bu film, dönemin tarihsel filmlerinin başlangıcı olarak da kabul edilmektedir. Film, bine yakın kişiden oluşan dev figüran kadrosu ile de dikkat çekmiştir. Filmin izleyici tarafından beğenilmesi ve başarı yakalaması, diğer yönetmenlerin de tarihi filmler çekme yoluna gitmesine sebep olmuştur. Filmin dikkat çekici bir kısmı, filmde dini söylemlere ve öğelere yer verilmemesidir. Filmde Akşemseddin'e ve Hz. Peygamber'in İstanbul'un fethi ile ilgili hadisine değinilmemiştir. (Ulusoy, 2018: 72) Buradan sonuçla da Türk sinemasında henüz dini konuların gelişmediği sonucuna varılmaktadır.

Sinemacılar Dönemi'nin önemli yönetmenlerinden Lütfi Ömer Akad, ticari filmler çekmesinin yanında kendi üslubunu yansıtabildiği çeşitli deneme filmlerin de yönetmenliğini yapmıştır. 1949 yılında *Vurun Kahpeye* filmi ile başladığı sürece, *Lüküs Hayat, Tahir ile Zühre* ve *Arzu ile Kamber* filmler ile devam etmiştir. Bu filmlerden sonra Vurun Kahpeye filmi ile aldığı başarıyı yakalamaması Erman film ile yollarının ayrılmasına sebep olmuştur. (Onaran, 2001:16) Şimdiye kadar stüdyolarda çekilen veya çekilmek zorunda kalınan filmler Akad ile birlikte gerçek hayatta çekilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda 1952 yılında çekilen Kanun Namına filmi ile öykü stüdyodan dışarı çıkmış, seyirci gerçek hayat ile buluşmuştur. 1955 yılında çekilen Beyaz Mendil filmi, köy halkından seçilmiş gerçek oyuncuları ile birlikte kırsal gerçekçiliği anlatan önemli filmler arasında kendine yer edinmiştir. Aslında Akad'ın kırsal ve toplumsal öğeleri seçmesinin sebebi izleyici ile bir bağ kurmak istemesidir. *Hudutların Kanunu* filmi yine Akad tarafından çekilmiş ve doğuda yaşanan kaçakçılık olaylarını anlatan bir film olmuştur. Filmde yöresel bir hikayeyi tarafsız şekilde anlatan Akad, toplumda gördüğü sorunları da açık şekilde göstermeye çalışmıştır. (Aytekin, 2015: 322)

Daha önce de belirttiğimiz gibi Sinemacılar Dönemi, hükümetin Osmanlı konusundaki tavırlarını yumuşattığı bir dönem olmuştur. 1951 yılında Baha Gelenbevi tarafından çekilen *Barbaros Hayrettin Paşa* Hızır Reis'in hikayesini anlatmaktadır. Aynı senede Vedat Ar yönetmenliğinde *Lale Devri* filmi çekilmiştir. Bu iki film, ayrılan bütçe bakımından yüksek olmasına rağmen istenilen beğeniye ulaşamamıştır.

Bu döneme bir parantez açmak gerekirse, dönemin şüphesiz en önemli yönetmen ve oyuncularından biri Cahide Sonku'dur. Henüz küçük yaşlarında tiyatro seçmelerinde Muhsin Ertuğrul tarafından beğenilmiş ve seçilmiştir. İlk zamanlarında birkaç tiyatro rolü ile seyircinin karşısına geçen Sonku, 1934 yılında *Aysel, Bataklı Damın Kızı*filmi ile şöhrete kavuşmuştur.

Baha Gelenbevi, Türk Sinemasının ilk köy filmi olarak kabul edilen bu film hakkında şu değerlendirmeyi yapmıştır:

Burada köy yaşamı fazlaca mefkureleşmiş (idealize edilmiş) idi; fakat yine de şimdilerde moda olan "Anadolu realizmasından mesaj" getirdik diye, "sefalet

şarkısı" söylemiyordu hiç olmazsa. Zaten Anadolu'da hiçbir zaman sefalet olmamıştır, sefalet sanılan şey "zaruret"tir. Sefalet pislik ve acizdir, zaruret ise kaderdir yalnızca. İşte Muhsin, bu kılpayı farkı idrak etmiştir. (Gelenbevi'den aktaran Sevim, 2016:73)

Cahide Sonku 1940 yılında Ertuğrul'un Şehvet Kurbanı filminde oynamıştır. Aysel, Bataklı Damın Kızı, Şehvet Kurbanı ve Kıskanmak filmleri ile Cahide Sonku, Türk Sinemasının ilk büyük kadın yıldızı olmuştur.

Sonku, 1950 yılına kadar Muhsin Ertuğrul harici başka yönetmenler ile çalışmamış, fakat bir karar alıp kendi film şirketi olan Sonku Film'i kurmuştur. Sonku Film ile çektiği ilk film 1949 yapımı *Fedakar Ana*'dır. Sonrasında Cahide Sonku, Sami Ayanoğlu ve Talat Artemel'in ortaklığında *Vatan ve Namık Kemal* filmi çekilmiştir. (Ulusoy, 2018: 84)

Film, isminden de anlaşılacağı üzere Namık Kemal'in Vatan piyesinden uyarlanmıştır. Aynı senelerde Zeki Müren'in seyirci karşısına çıktığı ilk film olan *Beklenen Şarkı* filminde Sonku hem oyuncu hem de yönetmen olarak görev almıştır. Film, zamanında çok ses getirmiş ve beğenilmiştir. Fakat 1958 yılında depoda meydana gelen bir yangın, Sonku Film'i bitirme noktasına getirmiş ve Cahide Sonku için bir çöküşün başlangıcı olmuştur. Sonku 1977 yılında Yeşilçam Sokağı filmi ile son kez beyazperdede gözükmüştür. Son dönemlerini eski şaşalı günlerinden uzak ve yalnız bir şekilde geçirmiştir. Cahide Sonku, yaşamış olduğu dönem itibariyle Türk Sineması'nda star olarak nitelendirilebilecek ilk kadın oyuncusu olarak görülmektedir. Öyle ki *Vatan ve Namık Kemal* filmi ile en iyi film ve en iyi kadın oyuncu ödüllerine sahip olmuştur.

2.3.1. Toplumsal Gerçekçilik

Türk sinemasında siyasileşme eğilimi 1960 yıllarında görülmektedir. Bunun sebebi olarak da 1960 Askeri darbesi sebep gösterilebilir. Hükümete yapılan müdahale sonrası daha çok toplumsal sorunlara dikkat çeken filmler çekilmiştir. Demokrat Parti döneminde politika anlamında yeni söylemlerin ortaya çıkmasının önüne sansür geçmiştir. 27 Mayıs darbesi sonrası ile "Toplumsal Gerçekçilik" fikri önem kazanmıştır (Kasım, 2012: 24). 1961 Anayasası ile birlikte Türk Sineması toplumsal sorunlarla ilgilenme fırsatı bulmaya başlamıştır.

Türkiye'de 1960 Hareketi sonrasında Kemalist kesimin benimsediği "ilericilik" akımı ön plana çıkmıştır. 1960 darbesi sonrası asıl hedef ülkeyi çağdaş bir düzeye ulaştırmak ve bu yolda devam etmektir. Demokrat Parti yönetimine ordu tarafından el konulması ve 1961 Anayasası ile Türk Sineması'nda toplumsal gerçekçi filmler çekilmeye başlamıştır (Daldal, 2005: 56-57).

27 Mayıs 1960'da gerçekleşen hareket sonrası Türk Sineması, şimdiye kadar görmezden geldiği toplumsal gerçeklerle yüzleşme fırsatı bulmuştur. Sinemacılar dönemi olarak adlandırdığımız bu dönemin ikinci yarısına denk gelen bu dönemi "toplumsal gerçekçilik akımı" olarak nitelendirebiliriz (Esen, 2000: 165). Bu akımın etkisi ile oluşturulan filmler genelde kentte geçen ve gerçekleştirilen ordu hareketinin insanlar üzerindeki etkisini anlatmaktadır. Daldal'a göre bu filmlerde geleneksel burjuvazi eleştirilir, devlet ve devletin polisi ise adaletten ve zayıftan yanadır. (Daldal, 2005: 94)

1960 yılının başlarında çekilen ve daha çok batıya olan göçü anlatan filmlerde kent yaşamı ile köylü yaşamı arasındaki uçurumu ve kimlik bunalımları açıkça görülebilmektedir. Daha önce Muhsin Ertuğrul filmlerinde din adamların hicvedilmesi, 1960 sonrasındaki özgürlükçü ortam neticesinde şekil değiştirmiştir.

Halit Refik'in 1964 yılında çekmiş olduğu Gurbet Kuşları filmi Türk Sinema tarihinde göç olgusunu anlatan ilk filmdir. Film Turgut Özakman'ın Ocak oyunundan uyarlanmıştır. Filmde iç ve dış göç, beyin göçü, din konuları, batı doğu çatışması gibi konular ele alınmıştır.

Medeni bir toplum olma ve Batıyı örnek alma politikaları sonucu değişime zorlanan toplum içindeki sosyo-ekonomik değişkenliklerin medyana getirdiği sınıf kavramı filmin genel yapısını oluşturmaktadır. Filmde, göç yapmak zorunda kalan toplumun temel gayesinin daha huzurlu ve sıkıntısız bir hayata duyduğu özlemdir. Sonrasındaki çekilecek göç filmleri gibi bu filmde de taşradan metropole göç eden yığınlar ekonomik yetersizliklere sahiplerdir ve iş bulmak zorlukları çekmektedirler. Filmde göç eden insanlar benliklerini kaybetmemiş ve geleneklerini yeni yaşam alanlarında devam ettirmişlerdir. Kentte yaşama tutunabilmenin tek yolu akıllı ve uyanık olmaktan geçmektedir (Uğur, 2016: 925).

Daha önce de bahsettiğimiz gibi sinema bu dönemde aslında politik ve kültürel açıdan toplumun aynası olarak görülmekte ve gerçeği beyaz perdeye yansıtan bir araç olarak kullanılmaktadır. Toplumsal değişimler hep sinemaya konu olmuştur. Toplumun çektiği sıkıntıların beyaz perdeye aktarılması, seyircilerin filmlerde kendilerinden bir şeyler bulmasını sağlamıştır.

2.3.2. Milli Sinema ve Hazretli Filmler

Cinsellik ve dinsellik tarih boyunca Türk sinemasının sömürdüğü en büyük iki unsurdur. Çıplaklık sömürüsüne dayalı cinsellik, inanç sömürüsüne dayalı dinsellik çoğu zaman bir takım moda ve ticari kaygılarla ortaya atılmıştır (Özgüç, 2005: 187). Bu tarz sömürülmeye yatkın olan konular maalesef yetersiz ve eksik bilgiler ile sinemalaştırılmaya çalışılmıştır. Türk sinemasının ilk yıllarında, dini filmler çekilmese de yine dini adamların hikâyenin içerisine yedirildiğini görebiliriz.

Kore Savaşı, Soğuk Savaş dönemi ve Demokrat Parti'nin hükümetin başında olduğu yıllar sırasında yükselen muhafazakarlık ile çok sayıda tarihi film çekilmiştir (Maktav, 2005: 990). Bu tarihi filmlere, aynı dönemde çekilen birtakım dini kişilikleri anlatan filmler de eklenir. Bu filmlerde, dini karakterlere saygı duymak, onları yüceltmek amacıyla başına "hazreti" kelimesi getirilir. Bu nedenle bu dönemde çekilen filmlere "Hazretli Filmler" denmektedir.

Türk Sineması'nda dini film olarak algılanabilecek ilk film, 1956 yılında *Aşıklar Kabesi Mevlana'nın Hayatı* filmidir. Film dini bir temadan çok, Mevlana'nın hayatını anlatan biyografi tarzında bir filmdir. Bu filmden sonra yapılan filmler de yine bu tarzda, dini temayı genel olarak aktarmayıp, dini karakterleri anlatan filmlerdir.

1950'li yıllar, tam olarak din sömürüsünün başlangıç yıllarıdır. Dini inanç ve dini zaaflarından yararlanılan seyirci bu dönemde, cami, Kâbe, ezan unsurları olan filmler ile sömürülmüştür. Anadolu sinemalarında oynatılan *Hac* filminde abartıya kaçılıp şöyle bir çağrı yapılmıştır: *"Dikkat, bu filme 7 defa giden yarı hacı sayılacaktır."* (Özgüç, 2005: 187). Gerçekten de böyle bir dönemde insanlar filmler

etkisine fazlasıyla kapılmış, hatta sinema salonlarına abdest alarak girmeye başlamıştır.

1960'lı yıllarda ortaya çıkan Milli Sinema kavramı, Yücel Çakmaklı tarafından ortaya atılmıştır. *Birleşen Yollar* filmi Milli Sinema adına ilk film olarak kabul edilmektedir. (Scognamillo, 1988: 206). Film, Çakmaklı tarafından çekilmiş ve Şule Yüksel Şenler'in Huzur Sokağı romanından uyarlanmıştır. Yine bu filmde genç kuşağın batıya olan özentisi ve dini arayışları anlatılmıştır. Filmin büyük bir çoğunluğunda dua, namaz, Kur'an-ı Kerim, başörtüsü gibi öğelerin kullanıldığı görülmektedir. Filmi ana teması olarak tek kurtuluşun dine yönelmek olduğu gösterilmek istenmiştir. Hazretli filmler furyası, özellikle Anadolu'da büyük ilgi görmüştür.

Muhsin Ertuğrul'un filmlerinde din adamları ve dini konular hicvedilmektedir. Fakat Milli Sinema olarak bahsettiğimiz dönem, 1960 yılları itibariyle etkisini göstermeye başlamıştır. Bu dönemde, önceki dönemlerin aksine özgürlükçü bir ortam sayesinde hocaları, hazretleri, peygamberleri, evliyaları anlatan filmler yapılmaya başlanmıştır. Nejat Saydam'ın *Hazreti Ömer'in Adaleti* filmi, Asaf Tengiz'in de *Hazreti İbrahim* filmi İslam ile alakalı yapılan ilk filmlerdendir.

Fakat Hazretler filmleri konusunda asıl salgını başlatan film Muharrem Gürses'in 1965 yılında çektiği *Hazreti Yusuf'un Hayatı* filmidir. Bu filmin çekimlerinde ilginç olaylar yaşanmıştır. Filmin çekimi öncesinde oyunculara namaz kıldırılmış, filmin gösterimi esnasında da seyircilere gülsuyu dağıtılmıştır (Özgüç, 2005: 187). Önceki dönemlerde özellikle Anadolu'daki Türk seyircisi tarafından "günah" olarak algılanan sinema, bu dönemde bu kesim tarafından sıcak karşılanmış ve ters görülmemiştir. Dindar kesimlerden o döneme kadar hiç sinemaya gitmemiş kimseler sinemaya gitmeye başlamışlardır.

Dönemde, Demokrat Partisi hükümetine ordunun darbe yapması sonrasında Adalet Partisi kendisini Demokrat Parti'nin mirasçısı olarak görmektedir. Adalet Partisi'nin 1965 yılında iktidara gelmesi ile birlikte siyasi içerikli dini filmlerde de artış olmuştur. Bir furya halini almaya başlayan bu filmlerde camiler, minareler, mevlitler, dualı ve namazlı sahneler sıkça kullanılmıştır. (Özön, 1995:230) Bu

dönemin en belirgin yönetmenleri başta Yücel Çakmaklı olmak üzere, Mesut Uçakan, Salih Diriklik ve Mehmet Tanrısever'dir.

Bu dönemde çekilen filmler en temel özelliği dini karakterlerin hayatlarını konu alan filmler olmalarıdır. Filmlerde sadece kutsal kitaplardaki peygamberlere değinilmemiş, halk arasında kutsal sayılan evliya gibi kişilerin de hayatları anlatılmıştır. Bu filmlerdeki kutsal kişilerin veya din büyüklerinin hayat hikayeleri, halkın ilgisini çekmek amacıyla Hollywood film kalıpları içerisinde beyazperdeye yansıtılmıştır (Özön, 2008, 212).

Dini filmler ile daha çok Anadolu halkını hedeflenmiştir. Fakat bu filmler dini film olarak nitelendirilseler de hikâyeyi milliyetçi vurgulu filmler gibi anlatmaktadırlar. Hikayeler inananlar-inanmayanlar ile iyiler-kötüler arasında geçmektedir (Maktav, 2005: 991)

Birleşen Yollar filmi'nin başarısı Çakmaklı'ya bu tarz dini filmlere devam etmesi yönünde yol çizmiştir. 1972 yılında *Çile* ve aynı yılda *Zehra* filmleri, 1973'de *Oğlum Osman* filmi ve 1974'de Kızım Ayşe filmi dini öğelerin ön planda olduğu diğer filmlerdir. (Onaran, 1999: 156).

Milli Sinema, 1970'li yılların sonlarına doğru sinemacılar tarafından tartışılmaya başlamıştır. Milli Sinema akımı, Yücel Çakmaklı'nın giderek çizgisini değiştirmeye başlaması ile etkisini yitirmeye başlamıştır.

2.4. GENÇ/YENİ SİNEMACILAR DÖNEMİ (1970 VE SONRASI)

1970 yılının önemi sinemada renkli filmin artmaya başlamasıdır. Fakat 1974 ile birlikte ülkemize televizyonun girmesi sinema gişelerini etkilemiştir. Buna karşılık televizyonda izlenemeyecek içerikleri sinemaya girmesi, sinemaya olan ilgiyi olumlu yönde etkilemiştir. Birçok seks filminin bu dönemde çekilmesi ve adeta piyasayı ele geçirmesi 12 Eylül darbesine kadar devam etmiştir.

1970 yıllarının şüphesiz en önemli isimlerinden biri Yılmaz Güney'dir. Birçok filmin yönetmenliğini yapan Güney, aynı zamanda bazı filmlerde senaryo yazarı veya oyuncu olmuştur. Lütfi Akad'ın bu dönemde çektiği göç filmleri de büyük ilgi görmüştür. Özellikle *Gelin-Düğün-Diyet* üçlemesi dönemin siyasal

yapısını güzel bir şekilde betimleyen filmler olmuştur. Aslında bu dönem, Türk Sineması'nın en politik olduğu zamanlar olarak görülmektedir.

1980 yıllarında Türk Sineması'nda bir karmaşık yapının olduğu gözükür. 12 Eylül darbesinin gerçekleşmesi ile 12 Eylül'ü anlatan filmler yapılmaya başlanmıştır. Fakat bu dönemde yapılan filmlerde 12 Eylül'ü eleştiren politik filmler yerine, daha çok bireylerin veya bir olayın etrafında oluşan hikayeler anlatılmaktadır. Yücel Çakmaklı ve Mesut Uçakan gibi isimleri dini konuları politik amaçla işleyen ve kaba propaganda içeren filmler üretmişlerdir.

1990'lı yıllarda Türkiye'nin içinde bulunduğu Kürt sorunları ile birlikte Güneydoğu ve Kürt kimliği konulu filmler görülmüştür.

2.4.1. Seks Filmleri

Türk sinemasında "Erotizm" veya "Cinsellik" öğeleri 1917 yılından bu yana farklı biçimlerde ve farklı dönemlerde kullanılmıştır. Her dönemde erotizm içeren filmler olmasına rağmen, bu başlığı en belirgin şekilde kullanıldığı dönem olan Yeni Sinemacılar Dönemine dahil edebiliriz. Zira 1970 yıllarına gelindiğinde Türk Sinemasında erotizme olabildiğince serbestlik ve fanteziler eklenmiştir.

1970'li yıllarda Avrupa'da patlama yaşayan seks filmleri furyasından nasibini Türk Sineması da almıştır. 1974-1979 yılları arasında başlarda seks filmleri kategorisinde olan fakat daha sonralarında porno yapımlara kayan filmler ortaya çıkmıştır.

1922 ile 1940 yıllarına kadar Türk Sinemasında tek adam konumunda olan kişi Muhsin Ertuğrul'dur. Muhsin Ertuğrul döneminde erotizm ve cinsellikten tam olarak söz edilebilmesi mümkün değildir. Fakat bu dönemde Ertuğrul, erotizm ve cinselliğe üstü örtülü şekilde yaklaşmaya çalışmıştır. İstanbul'da Bir Facia-i Aşk filminde hayat kadını rolündeki "Mediha", sonrasında çektiği Nur Baba ve Sözde Kızlar filmindeki kadın tiplemeleri cinselliğin kullanıldığı küçük örneklerdir. Fakat bu konuda ilk ve en belirgin örnekler Karım Beni Aldatırsa ve Aynaroz Kadısı filmlerindeki görüntülerdir. Bu filmdeki kadın görüntülerde belli bir "açılma-saçılma" olduğu görülebilir. Hatta bu film o dönemde TBMM'de tartışma konusu

haline gelir. Şehvet Kurbanı filmi, Muhsin Ertuğrul'un cinsellik yaklaşımı ile ilgili belirgin ilk filmidir. Filmde Cahide Sonku'nun tren sahnesindeki hareketleri ve görünümü ile cinsel çekiciliği kullanılmıştır (Özgüç, 2005: 146).

1950 yılları itibariyle tarihsel filmlerin yaygınlaşması, erotik filmlerin de tarihsel dekor ve mekanlara taşınmasına yol açmıştır. Bu dönemde cinsellik; saray hamamlarında, cariyeler, haremler ve sultanlar arasında gösterilmektedir. 1960'lı yıllar itibariyle de erotizm öğesi saraylardan Orta Asya Bozkırlarına uzanmıştır. Bu dönemde çekilen çizgi roman uyarmalarında da yer yer erotizm içeren sahneler kullanılmıştır. Bu filmlere *Tarkan* ve *Malkoçoğlu* filmlerini örnek gösterebiliriz. (Özgüç, 2005: 146-147)

Erotik filmler konusunda asıl patlama 1960-1970 yılları arasında olmuştur. Metin Erksan'ın *Acı Hayat* filmi sadizm ve intikam temalı bir filmdir. *Susuz Yaz* ve *Suçlular Aramızda* filmlerinin temelinde erotizm ve cinsellik yatmaktadır. *Susuz Yaz* filminde şalvarlı yani köylü erotizmi, *Suçlular Aramızda* filminde ise burjuva erotizmi yapılmıştır. Susuz Yaz filminde Erol Taş'ın ineğin memesini emmesi ve Hülya Koçyiğit'in bostan korkuluğuna sarılması köylü erotizmini gösteren ilginç örneklerdir (Özgüç, 2005: 149)

1970 yılından itibaren cinselliğin en çok sömürüldüğü "seks komedileri dönemi" başlar. Bu dönemin önemi, Muhsin Ertuğrul döneminden sonra ikinci kez tiyatro oyuncularının sinemada egemen duruma geçmesidir. 1979 yılı en çok seks komedisi çekilen yıllardandır. Bu dönemde numaradan ve göstermelik sevişme sahneleri yerini gerçek sevişme sahnelerine bırakır. Bu dönem ile alakalı en ilginç bilgi; pornografik filmlerin ortaya çıktığı zamanın, sağcı ve dinci Milliyetçi Cephe hükümeti dönemine denk gelmesidir (Özgüç, 2005: 149)

1980 yılları ile birlikte sinemada erotizmin çehresi değişir. Bu dönemde erotizm, sosyal içerikli filmlere dahil olur. Bu filmlerde kadın rolleri cinsiyet özgürlüğü ve kimlik arayışı konularına değinir. Atıf Yılmaz'ın Mine'si iki yüzlü ahlak anlayışına başkaldıran bir fikri anlatmaktadır.

2.4.2. Devrimci Filmler

Devrimci Sinemanın ortaya çıkış tarihi, Türk Sinemasında Toplumsal Gerçekçilik akımının etkisini göstermeye başladığı yıllara dayanmaktadır. 1960 yılının ortalarına doğru Toplumsal Gerçekçi tavrın varlığının azalması ile 1970'lere kadar Marksist tavrın suskunluğu sürmüştür (Uçakan, 1977: 71). Devrimci Sinemada Marksist tavra uygun olarak olaylar ve davranışlar gibi unsurlar materyalizme dayandırılmıştır. Devrimci Sinemaya göre ele alınan konular hiçbir inanca veya toplum meselelerinden uzak basit düşüncelere bağlanamaz (Uçakan, 1977: 90-91).

1960 yıllarının sonlarına doğru Türkiye'de devrimci söylemler artmış ve kendilerini "Genç Sinemacılar" olarak adlandıran bir grup, Güney Amerika ülkelerinden etkilenmeleri ile birlikte bazı kuramlar oluşturup filmler yapmaya başlamışlardır. Yılmaz Güney, devrimci sinemanın en önemli temsilcilerinden biridir.

Bu sinema, halk kavramını yeniden tanımlamakta ve halkın emekçilerden oluştuğunu savunmaktadır. Bu sinemanın savunucuları tıpkı hayatlarında düzene karşı oldukları gibi var olan sinema anlayışlarına da karşı çıkmışlardır. Bu bağlamda bu sinema anlayışı Yeşilçam düzenine karşıdır. Böyle bir dönemde, 60'lı yılların ortalarına doğru devrimci sinema anlayışı yeşermeye başlamıştır.

Fakat Yılmaz Güney'de dahil olmak üzere Şerif Gören ve Ertem Eğilmez'in de çekmiş olduğu filmler, Genç Sinemacıların belirlediği devrimci sinema kriterlerine tam olarak uymamıştır. Filmler belli bir toplumsal konuya parmak bassa dahi Yeşilçam'ın kalıplarından çıkamamışlardır. Bu dönem çekilmiş olan filmlere Yılmaz Güney'in *Umut* (1970), *Ağıt* (1971), *Acı* (1971), *Baba* (1971) ve *Arkadaş* (1974) filmlerini örnek gösterebiliriz. Bu filmler ile Güney, sosyalist demagoji yapmak ile suçlanmış ve filmlerinde daha önce çekmiş olduğu ağır melodram öğeleri içeren filmlerden ancak konu bakımından ayrıldığı görülmüştür. Güney, bu dönem filmlerinde toplumsal adaletsizliklere değinse bile bu sorunların nasıl düzeltileceği ile alakalı bir gönderme yapmamıştır (Coşkun, 2009: 84-85).

2.4.3. Türk Sinemasında Etnik Kimlikler

1984 yılı ile başlayan PKK terörü 1990'lı yıllar itibariyle büyük kentlere de sıçrayıp Kürt sorununun başlamasına sebep olmuştur. Öyle ki 1990'lı yıllara kadar da Türk sinemasında Kürt imgesinin etkin bir şekilde kullanıldığına dair net bir örnek yoktur. Esmer, ekonomik bakımdan ortanın altında ve eğitim görmemiş Anadolu insanı tasviri benzer şekilde Kürt insanı benzetmelerinde de kullanılmıştır.

Yılmaz Güney'in son dönemlerinde Yol, Sürü ve Duvar gibi filmleri Kürt imgesini kısmen anlatsa da Güney'den önce Kürt imgesini üstü örtülü de olsa ilk kez kullananlardan biri Atıf Yılmaz olmuştur.

Kürt sorunu ile alakalı Türk Sinemasındaki ilk filmlerden biri Atıf Yılmaz'ın 1955 yılında çekmiş olduğu *Dağları Bekleyen Kız* filmidir. Filmdeki hikaye Esat Mahmut Karakurt'un romanındaki kaçakçılık konusu üzerine gibi gözükse de aslında Dersim İsyanı sırasında geçmektedir. Kürt kızını oynayan Nebahat Çehre'nin isminin "Keje" olması, filmin sansüre takılmasına yol açmıştır. 1973 yılında Feyzi Tuna'nın yönettiği Kızgın Toprak filmi Türk Sinemasında Kürt yaşamını ve tiplemelerini aktaran bir filmdir (Özgüç, 2005: 271).

Kürtçe konuşmaları ve Kürtçe halk şarkıları Yılmaz Güney'in yönettiği filmlerde görülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. SON DÖNEM POPÜLER TÜRK SİNEMASINDA PROPAGANDA ANLAYIŞININ İNCELENMESİ

Geçmişten günümüze Türk sineması belirli evrelerden geçmiştir. Tarih boyunca toplumun yaşadığı olaylar ve karşılaşılan sorunlar sinema ile izleyiciye aktarılmıştır. Bu bağlamda Türk sineması da bazı duyguları daha yoğun anlatmak veya topluma bazı fikirleri benimsetmek, yaymak için propaganda unsurunu kullanmıştır. Araştırma kapsamında yıllara göre Türkiye'de Türk yapımı filmler seçilmiş, çalışmamızın kapsamının son dönem popüler Türk Sineması olması sebebiyle de 2010 yılı ve sonrası filmler seçilmiştir. Önceki başlıklarda belirttiğimiz gibi bu filmlerdeki propaganda unsurları 4 ana propaganda konu başlığı üzerinden incelenecektir. Bunlar siyasal, askeri, ekonomik ve kültürel propagandadır.

Seçtiğimiz dönem içerisinde bazı filmlerin devam filmleri birden fazla kez en çok gişe hasılatı yapan filmler arasına girmişlerdir. Bu filmlerden sadece bir adet seçilmiştir.

3.1. ROLAND BARTHES VE GÖSTERGEBİLİM

Göstergebilim denilince akla gelen ilk isimlerden biri olan Barthes'ın yazın çalışmalarına başladığı yıllar 1950'li yıllardır. Bu yıllar itibariyle sanata, edebiyata, dilbilimlerine ve bir bilim olarak göstergebilime merak salan Barthes, bazı değerli yapıtlar ortaya koymaya başlamıştır. 1957 yılında kaleme aldığı "Mythologies" adlı eseri ile mitleri tanımlamış ve bunları geniş kültürel anlamlar içeren göstergeler ve baskın kesimin ideolojik amaçlarına hizmet eden karmaşık ve iyi biçimlenmiş bildirişim dizgeleri olarak tanımlamıştır. (Dervişcemaloğlu, 2010:6)

Göstergebilim önemli isimlerinden Roland Barthes, daha çok popüler kültür çözümlemeleri ile ilgilenmiş ve çalışmalarını bu yönde sürdürmüştür. Barthes çözümleme yaparken birlikte anlam taşıyan olguları anlamlama (signification)

kavramı aracılığı ile göstergebilime bağlar, göstergelerle ikincil gösterilenler ya da yananlam gösterilenleri arasındaki iletişimler üzerinde durur. (Vardar, 2001:88)

Göstergebilimde, gösteren ile gösterilen arasında bir anlam kurulur ve buna anlanlama denir. Bir göstereni gördüğümüzde veya duyduğumuzda zihnimizde canlanan şey gösterilendir. Yani gösterenin gösterilen olarak benimsenme süreci anlanlamadır. Barthes, anlanlama ve yorumlama sürecinde düzanlam ve yananlamlara başvurmaktadır. Düzanlamlar herkes tarafından aynı şekilde anlaşılır, görüldüğünde veya duyulduğunda zihinde aynı şeyleri canlandırır. Yanlış anlaşılma gibi bir durum mümkün değildir. Düzanlamlar genellikle evrenseldirler ve insanların zihinlerinde aynı şekilde canlanırlar.

Sinema ile propaganda ilişkisini konu alan bu çalışmada öncelikle sinema ve propaganda ile alakalı bilgilere değinmiştik. Üçüncü yani son bölümü ile birlikte çalışmamızın yöntem kısmını oluşturan göstergebilim hakkında kısa bir bilgi verilecek ve ardından 2010 sonrası Türk sinemasından en çok gişe hasılatı yapan filmler, göstergebilimsel çözümleme ile incelenecektir. Göstergebilimsel çözümleme konusunda Barthes'ın yaklaşımı ile çözümlemeler yapılacaktır. Tüm bu çözümlemeler sonucunda bu filmlerde kullanılan imgesel ve göstergebilimsel öğelerdeki propaganda unsurları araştırılacak ve tüm bu unsurlardan bir sonuç çıkarılacaktır.

3.2. NEW YORK'TA BEŞ MİNARE (2010)

3.2.1 Filmin Künyesi

Filmin Adı : New York'ta Beş Minare

Filmin Tarihi : 2010

Filmin Yönetmeni : Mahsun Kırmızıgül

Filmin Yapımcısı : Murat Tokat

Filmin Senaristi : Mahsun Kırmızıgül

Filmin Oyuncuları : Mahsun Kırmızıgül, Haluk Bilginer, Mustafa Sandal, Danny Glover, Gina Gershon, Robert Patrick

Filmin Süresi **:** 117 dk.

Filmin Türü **:** Aksiyon, Dram

3.2.2. Filmin Konusu

Film, dinci bir örgüte mensup Deccal kod adı ile tanınan bir kişinin Amerika Birleşik Devletleri'nde yakalanması ile başlar. Bu olayın akabininde suçlunun Türkiye'ye getirilmesi için iki özel Türk polisi görevlendirilir. Sonrasında olaylar gelişir ve Deccal kod adlı kişi yakalanır. Filmde genel tabirle Amerika'nın 11 Eylül saldırısı Türkiye ve İslam coğrafyasına bakış açısını anlatmaktadır.

3.2.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları

Filmin başında, bir ailenin aracı terör saldırısı sonucu infilak ettirilmiştir. Bu sahnede masum bir şekilde top ile oynayan çocuklar, patlamanın etkisi ile ağlamaya ve kaçışmaya başlamaktadırlar. Sonrasında bir tren garında, dini bir kıyafet giymiş bir kişi, İstanbul'da olası terör saldırılarının haberini vermektedir. Aynı kişi, sonrasında bir cami sahnesinde, cemaatine vaaz vermekte ve terörü lanetleyen bir söylemde bulunmaktadır. Bir sonraki sahnede, İstanbul Emniyet Müdürü, okulunu başarıyla bitiren polislere konuşma yapmaktadır.

Sonrasında gelişen olaylarda polisler bir örgüt evine baskın yapmış ve bazı kayıplar verilmiştir. Bu olayların üzerine İstanbul Emniyet Müdürü Mahmut ile telefonla konuşurken: *"Bunların mutlaka bir uluslararası bir desteği var. Bunu ortaya çıkarmalıyız Mahmut."* demiştir. Filmin bu noktasında aslında ilk olarak dış güçlere karşı bir propaganda yapıldığını görebiliriz. Mekanlar ile ilgili yapılan bazı çözümlemelerde de görüldüğü gibi aslında Ortadoğu ile alakalı bir örgüt gibi gözüken örgüt üyelerinin, dış bağlantılı bir destek sağladığı belirtilmek istenmiştir.

Filmin baş karakterlerinden olan Hacı Gümüş karakteri ilk olarak New York'da bir binada görülmektedir. Hacı Gümüş'ün, ilk görüntüsü itibariyle dini bir yönünün olduğu açık bir şekilde gözükmektedir. Takkesi ve sade giyimi ile aslında basit bir din görevlisi gibi değil, farklı ve daha üst bir dini görevi olduğu

gözükmektedir. Bu sahnenin devamında New York polisi, Hacı Gümüş'ün evine baskın düzenlemiş ve Hacı Gümüş, namaz esnasında arkadan kelepçelenmiştir. Bu sahnede ilk kez gördüğümüz David Becker, bir Amerikan ajanıdır. Filmin genelinde soğuk bir mizaca sahip olduğu ve milliyetçi söylemlerde bulunduğu görülmektedir. Hapiste tutulan Hacı Gümüş, turuncu bir kıyafet ile giydirilmiş, el ve ayaklarından kelepçelenmiştir. Aslında bu noktada Amerikan polisinin acımasızlığı ve suçunun dahi belli olmadığı bir kişiye karşı göstermiş olduğu muamele açık bir şekilde gözükmektedir.

Hacı Gümüş filmin birçok sahnesinde bazı ayetler okumuş ve bunları Arapça olarak seslendirmiştir. Bazı bölümlerde Said Nursi'den örnekler vermiş ve cehalet sebebi ile Türkiye'den Amerika'ya taşındığını belirtmiştir. Hacı Gümüş ne kadar dini bir kişilik olsa da izleyiciye, sade giyimi ve gözlüğü ile entelektüel bir görüntü izlenimi bırakmaktadır.

Fırat ve Acar, Deccal'i yakalayıp Türkiye'ye getirmek amacı ile New York'a gönderilecek iki Türk polisidir. Fırat, dini bir görünüm ile kamufle olmuş ve örgüt içerisinden bilgi sızdırmak ile görevli bir polistir. Acar da onunla birlikte gönderilecek ekiptedir.

Ajan David Becker, Hacı Gümüş'ün Türkiye'ye teslim edilmesiyle görevli ekibin başındaki sorumlu kişidir. Fırat ve Acar'ın ajan ile Amerika'da ilk görüşmelerinde, Ajan Becker Kürtçe konuşur ve Irak'ta özgürlük operasyonunda bulunduğunu söyler. Irak'a özgürlük için gidildiğini ve ölümlerden Müslümanların sorumlu olduğunu belirten cümleler kurar. Bu sahnede Acar ile David'in din konusunda ufak bir gerilim yaşadıkları görülür. Aslında burada Ajan David üzerinden dini ve siyasi bir propaganda yapıldığı görülmektedir. Amerikan ajanının tipik bir milliyetçi ve daha çok Türk/Müslüman düşmanı gibi gösterilmesi, karşısındaki insanın düşüncelerine saygı duymayan bir görüntü sergilemesi buna bir örnek gösterilebilir. Sahnenin devamında Acar, David Becker hakkında: *"Adam tam bir İslam düşmanı şerefsiz. Zaten bunlara karşı olan herkes terörist."* ibarelerini kullanmıştır. Buradaki söylem de aslında Türkiye'nin Amerika'ya siyasi ve dini olarak bakış açısını göstermektedir. Başka bir sahnede Ajan Becker, insanların ibadet halinde olduğu bir camiye girer ve saygısızca bağırarak sorular sormaya başlar, cevap alamaz. İmamın onun ayakkabılarıyla girmesi ve bağırması konusunda

uyarılarına; *"Düşmanlarımıza yardım ve yataklık eden bir dine saygı duymaya hiç niyetimiz yok"* şeklinde cevap vermiştir. Sonrasında kullandığı *"Bir şeyler bilip de söylemezseniz, bir dahaki gelişimde burayı yerle bir ederim."* cümlesi yine dini yönden Amerika'nın Müslüman'lara karşı tutumunu gösteren cinsten bir propaganda unsurudur. Yine başka bir sahnede Ajan Becker arkadaşının ona fazla ileri gittiğini söylemesi üzerine *"Bu kulelerin enkazında kardeşim yatıyor benim, söylediklerimi anlıyor musun ?* Hepsi suçlu." cümlesini kurarak öfkesinin nedenini belirtmiştir. Arkadaşı Jim ise *"Müslümanların hepsine terörist muamelesi yapamayız."* diyerek karşılık vermiş ve ajan bu konuda kendisine hak vermiştir. Yine Hacı Gümüş'ün Türkiye'ye gönderilmesi sırasında Becker: *"Amerika Müslüman teröristlerin elinden çok çekti."* cümlesini kurmuş ve Acar da ona tüm Müslüman toplumunu sorumlu tutmasının doğru olmadığını söylemiştir.

Hacı Gümüş'ün Türk yetkililere teslimi sırasında bir bisikletliye çarpan Amerikan polisi, yaralıya umursamaz bir şekilde kart verip yoluna devam etmektedir. Burada aslında Amerikan polisinin acımasız veya umursamaz olduğu gösterilmek istenmiştir.

Marcus'un Hacı Gümüş'ü polislerin elinden kaçırması sonrasında bir akşam beraber namaz kılarlar. Filmin birçok kısmında bu tarz dini öğeleri görmek mümkündür.

Hacı Gümüş'ün eşi Maria, eşine bağlı bir kişiliktir. Hacı Gümüş'ün yakalandığı sahnede panik bir şekilde bağırmaktadır, sorgu sürecinde de ona eski soy isimi ile hitap edilse de Gümüş olarak hitap edilmesini ister. Film boyunca da neler olup bittiğini anlamak ister. Hacı Gümüş, Fırat ve Acar'ın bir akşam beraber oturduğu bir sahnede Acar, Maria'nın kolyesini gördükten sonra hocaya: *"Hoca efendi, hanımın Hristiyan'mı? Bu İslam'a ters değil mi?"* diye sorar. Hacı Gümüş de dinde zorlama olmadığını ifade eder. Başka bir sahnede Maria, onu teselli etmeye çalışa Acar'a: *"Ülkenizde masum insanların başına neler geldiğini biliyorum. O terörist değil."* cümlesini kurmuş ve bir bakıma Amerika toplumunun Türkiye'ye olan bakış açısını göstermiştir.

3.2.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları

Filmin ilk sahnesi bir aracın patlatılması ile başlamaktadır. Çocukların oyun oynadığı basit bir mahallede duran bir araç, tanımlanamayan bir örgüt veya kişi tarafından terör saldırısına uğramıştır. Bu görüntünün başındaki huzur görüntüsü, bir anda bir patlama ile bir kaosa dönüşmüştür.

Bir sonraki sahnede camide yapılan vaaz sahnesi görülmektedir. Camideki görüntüdeki insanların dizilimi ile polislerin ant içtiği sahnenin arka arkaya kullanılması ile bir benzerlik gösterilmeye çalışılmıştır.

Örgüt baskını yapılan görüntüde örgütün eski bir gecekondu dairesinde kaldığı görülmüştür. Karanlık ve ışıksız bir ortam olarak gözüken bu mekânda bir duvarlarda birçok dini öğeye rastlamak mümkündür.

Filmde, milliyetçi bir grubun olduğu eski bir mekâna yardım için gelinmiştir. Bu mekân görünüş itibariyle Osmanlı mimarisine sahip bir yerdir. Milliyetçi kişiler burada ant içmektedirler. *"Allah Türk'ü korusun ve yüceltsin."* cümlesi bu kısımda geçmiştir. Filistin için yardım istenmiş ve sonrası için söz alınmıştır.

3.2.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları

Filmde birkaç sefer New York'un gösterildiği sahnelerde ezan sesi duyulmaktadır. Maria'nın Türkiye'ye geldiğinde ezan sesinden etkilendiği gözükmektedir. Filmde dini öğelerin olduğu sahnelerde anlatım; tekbir sesleri, ezan sesi, Kürtçe yakarış sesleri ile güçlendirilmiştir. Gerilim sahnelerinde ve duygusal sahnelerde müzik kullanımı anlatımı güçlendirmiştir. Örgüt baskının olduğu sahnede, örgütün bulunduğu evdeki bir odada Amerika merkezli bir televizyon kanalının açık bir şekilde olması ve sesinin duyulması, örgütün Amerika yardımlı bir örgüt olabileceği konusunda izleyiciye fikir vermektedir. Bunlar dışında filmde kullanılan seslerde özel bir gösterge unsuru bulunmamaktadır.

3.2.6. New York'ta Beş Minare Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Tablo 1. New York'ta Beş Minare Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Seçilen Görsel	Düz Anlam Boyutu: **Gösteren**	Yan Anlam Boyutu: **Gösterilen**
	Televizyon	Örgütün Amerikan televizyonuna ait bir kanalda haberleri seyretmesi ve örgütün Amerikan merkezli oldukları düşüncesi
	Tutuklanma Sahnesi	Tutuklanma eyleminin ibadet halinde, silahsız ve savunmasız bir kişiye acımasız şekilde ters kelepçe şeklinde yapılması
	Turuncu Yükümlü Kıyafeti	Suçu kesinleşmemiş bir zanlıya yapılan muamele

	Hiphop tarzı müzik dinleyen Amerikan polisi	Amerikan polisi tasviri
	Ayakkabılar ile camiye girilmesi ve bağırılması	Hoşgörüsüzlük, Saygısızlık, İslam düşmanlığı
	Geçmişte iki dine de ibadethane olarak hizmet etmiş yapıda iki dine göre ayrı ayrı dua edilmesi	Hoşgörü, Dinler arası diyalog
	Mevlana gösterisi	Hoşgörü ve Din

	Kuzular	Taşra, Doğu
	Yaşlı teyzenin yabancılara evini açması	Hoşgörü
	Yaşlı amca	Cahiliyet
	Siyah bayrağın yanması	Cahiliyetin sona ermesi

3.3. EYVAH EYVAH 2 (2011)

3.3.1. Filmin Künyesi

Filmin Adı : Eyvah Eyvah 2

Filmin Tarihi : 2011

Filmin Yönetmeni : Hakan Algül

Filmin Yapımcısı : Necati Akpınar

Filmin Senaristi : Ata Demirer

Filmin Oyuncuları : Demet Akbağ, Ata Demirer, Özge Borak, Salih Kalyon, Alican Yücesoy

Filmin Süresi : 111 dk.

Filmin Türü : Komedi

3.3.2. Filmin Konusu

Film, babasını bulan Hüseyin'in Geyikli'ye dönmesi ile başlar. Babasını, dedesini ve büyükannesini yanına alan Hüseyin'in aklı ise hemşire Müjgan'dadır. Fakat kasabaya yeni atanan doktor karşısına engel olarak çıkar. Hüseyin, doktoru engellemek için her yolu dener fakat her defasında başarısız olur. Sonrasında aslında doktorun evli olduğunu anlayınca derin bir nefes alır. Hüseyin kıza evlenme teklifi etmek istese de yine başarısız olacaktır. Hemşire Müjgan'ın ailesi Edremit'ten Geyikli'ye gelirler. Ailenin Hüseyin'ile karşılaşması ile hikayemiz bambaşka olaylara sahne olur. Hüseyin ile Müjgan'ın ilişkisini onaylamak istemeyen baba, taşınıp İzmir'e dönmek ister. Fakat sonrasında kızını üzmez ve tekrar Geyikli'ye dönerler.

3.3.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları

Hüseyin karakteri filmin başında saf ve utangaç bir karakter olarak kendini açıkça göstermektedir. Kendisi Trakya aksanı ile konuşmaktadır. Kendisinin bir grubu bulunmaktadır ve bu grupta zurnacı olarak çalışmaktadır.

Firuzan barlarda şarkıcılık yapan bir kadındır. Yaşça büyük olmasına rağmen genç gözükmek isteyen bir görünüm sergilemektedir. Öyle ki kendisine abla

denmesinden hoşlanmadığı durumlar olmuştur. Kendisi yer yer itici ve huysuz hareketler sergilese de filmde önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir.

Çetin Yıldırım Ateş belediye başkanı rolünde oynamaktadır ve kendisi Türk filmlerinde gördüğümüz genel belediye başkanı tiplemesine sahiptir. Genellikle Türk sinemasında belediye başkanı tiplemeleri babacan ve nispeten eğitimsiz gibi gösterilmektedir. Eyvah Eyvah 2 filminde de belediye başkanı, konuya çok vakıf olmayan ve bulunduğu konuma şans eseri gelmiş bir tip gibi gözükmektedir.

Müjgan genel bir hemşire görünümündedir. Yerli halka yukardan bakan bir tip değil, onlarla aynı bakış açısından bakan biri olarak rolünü canlandırmıştır. Fakat burada asıl önemli kısım olarak babasının takındığı tavırları gösterebiliriz. Müjgan'ın babası, İzmir'den gelmesi ve askeriye emeklisi olması sebebiyle elit bir görünüme sahiptir. Türk sinemasında genel İzmir'li erkek görünümü olarak sakalsız ve bıyıksız erkek görünümü seçilmektedir. Ayrıca askeriye emeklisi olması sebebiyle kızını bir zurnacıya vermek istememektedir. Kendisi baş karakter olan Hüseyin'i hedef göstererek kızına: *"Kızı boş bırakırsan ya davulcuya ya da zurnacıya…"* demiştir. Başka bir sahnede de *"Bende çalgıcıya verilecek kız yok!"* ibaresini kullanmıştır. Bu bağlamda aslında asker emeklisi, İzmir'li ve elit kodların içeren baba karakterimiz zurnacı-çalgıcı gibi meslekleri küçümser bir tavır sergilemiştir. Fakat bu ibarelerin tam olarak bir kültürel propaganda olduğunu söylemek yanlış olacaktır.

Firuzan'ın hoşlandığı ve aynı zamanda Hüseyin'in ekibinden olan diğer bir çalgıcıya filmde 'İspanyol' diye seslenilmektedir. Kendisi uzun saçları, sakalı, gitarı ve giyimi ile gerçekten bir İspanyol görünümüne sahiptir.

Doktorun, Hüseyin'in arı sokulması ile ilgili koluna domates sürmesi ile dalga geçerek, *"Ya üstad, sen zurnanı üfle bu işleri bize bırak"* lafı ile doktorun köylüye veya müzisyenlik mesleğine bakış açışı görülmektedir.

3.3.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları

Filmde mekân kullanımında baştan sona kadar Bozcaada'nın doğal görünümü kullanılmıştır. Düğün sahnelerinde genel köy düğünü görünümü için ağaçlara ışıklar bağlanmış ve masalar kurulmuştur. Filmde mekân kullanımıyla alakalı belirgin bir unsur bulunmamaktadır.

3.3.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları

Filmde genel olarak hareketli müzikler kullanılmış ve Türk müziklerinin farklı şekilde uygulanmış halleri kullanılmıştır. Bazı gerilim sahnelerinde yabancı müziklerin enstrümental hallerini duymak mümkündür. Filmin sonundaki ayrılık ve kavuşma sahnelerinde kullanılan müzikler, yaşanılan duyguların doruğa çıkmasına ve izleyicinin etkilenmesine katkı sağlamıştır. Mekan kullanımında olduğu gibi ses kullanımında da belirgin bir propaganda unsuru bulunmamaktadır.

Fakat sahnelerdeki olayları, benzer durumları anlatan müzikler ile anlatılma yoluna gidilmiştir. Filmin başlarında Hüseyin'in Müjgan'a ulaşamamasının sebebi doktordur ve bu sahnelerde şarkının *"Karaçalı gibi girdin aramıza"* kısmı çalmaktadır. Yine doktor ile Müjgan'ın dans ettiği sahnede çalan şarkıda "*Sevmesini bilmiyorsan bakma sakın gözlerime, mutlu olmak istiyorsan inan sözlerime"* kısımları çalmaktadır.

3.3.6. Eyvah Eyvah 2 Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Tablo 2. Eyvah Eyvah 2 Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Seçilen Görsel	Düz Anlam Boyutu: **Gösteren**	Yan Anlam Boyutu: **Gösterilen**
	Askeriye Emeklisi	Otorite, Güç, Öfke,

	Tek Kişinin Oturduğu Bank ve Deniz	Yalnızlık

3.4. FETİH 1453 (2012)

3.4.1. Filmin Künyesi

Filmin Adı : Fetih 1453

Filmin Tarihi : 2012

Filmin Yönetmeni : Faruk Aksoy

Filmin Yapımcısı : Servet Aksoy, Faruk Aksoy, Ayşe Germen

Filmin Senaristi : Atilla Engin, İrfan Saruhan

Filmin Oyuncuları : Devrim Evin, İbrahim Çelikkol, Ozan Çobanoğlu, Halis Bayraktaroğlu, Sedat Mert, İlker Kurt

Filmin Süresi : 165 dk.

Filmin Türü : Aksiyon, Macera, Dram, Tarihi, Savaş

3.4.2. Filmin Konusu

Film, adından da anlaşılacağı gibi II. Mehmet'in tahta çıkıp İstanbul'u alma hazırlıkları ve Bizans İmparatorluğu'nun son toprağı olan Konstantinopolis'in kuşatılmasını anlatmaktadır. Film Türk Sineması açısından şimdiye kadar yapılmış en büyük tarihi kahramanlık filmlerinden birisi olması bakımından önemlidir.

3.4.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları

Filmin ilk sahnelerinden biri, Sultan Mehmet'in gördüğü rüyayı göstermektedir. Bu rüyada Mehmet'e Osmanlı Devleti'nin kuran padişah Osman Gazi'nin *"Peygamberimizin müjdelediği o güzel kumandan sensin Mehmet."* demesi,

fethin dini yönüne ilk örneklerden biridir. Osman Gazi'nin elini öptükten sonra, Osman Gazi'nin Mehmet'e yüzük takmaya çalışması ve bu sırada yüzüğün kızgın ateşlere doğru düşmesi ile birlikte Mehmet rüyasından uyanmıştır. Aslında burada gösterilmek istenen Osman Gazi'nin Sultan Mehmet'e bir görev atfetmesi ve bu görevin zorluğu ve sorumluluk gerektiren bir durum olduğu anlatılmak istenmiştir. Bu rüyadan sonra da Mehmet soluk soluğa uyanmıştır.

Filmin başından itibaren Bizans tarafı kumandan ve yöneticilerinin sürekli içip, gülerek Osmanlı ile alakalı planlarını anlatmaları ve gülmeleri tasvir edilmiştir. Bizans soylu sınıfı, tıpkı eski Türk filmlerindeki tasvirleri gibi zevk ve sefa düşkünü olarak gösterilmiştir.

Fatih Sultan Mehmet'in iki ordunun karşı karşıya geldiği sahnede Bizans kumandanına söylediği *"Her halükârda kan dökülecek. Mesele şehit olmak için mi, murdar olmak için mi döküldüğündedir."* diyerek kendi davasının haklılığını ve karşı tarafın davasının haksızlığını dini bir yönden belirtmiştir. Fetih hazırlıkları sırasında topluca edilen dualar, son büyük kuşatmanın yapılacağı gün toplu namaz kılınması yine filmdeki olay örgüsünü dini bir yöne bağlamaktadır. Sultan Mehmet'in *"Biz Kuran'ın hükmüne uyduk."* söylemi de yine savaşın amacını belirten başka bir örnektir. *"Büyük fetihler, inançla yapılır"* ve *"Düşmanı dize getirmeden şehadet şerbetini içmeyeceğiz. Allahuekber."* sözleri ile Fatih Sultan Mehmet fethin son saldırısını başlatmıştır.

İmparator Konstantin filmin birçok kısmında halkını ve etrafındaki yöneticileri dini yönden ikna etmeye çalışmaktadır. Aslında bu yönüyle Fatih Sultan Mehmet de aynı şekilde bir yol izlemektedir. Konstantin'in "Şehrimiz dinsizlerle savaşa hazırlanıyor" lafı buna bir örnektir. Başka bir sahnede Konstantin, "*Tanrının belası Türk, hep bir adım önümde, hep!"* diyerek Türklerin onlardan daha önde olduklarını kabul etmiştir. Konstantin ile Fatih Sultan Mehmet'in savaş öncesi karşılaştıkları sahnede *"Surlarımızın ve imanımızın tarihte hiçbir güç tarafından aşılamadığını hatırlatmak isterim Sultan hazretleri"* diyerek Konstantin, saldırıya karşı galip gelmelerini surlara ve imanlarına bağlamaktadır. Bunun yanında Konstantin'in *"Dinsiz Türkler"* ibaresi ve *"Tanrı bizimledir."* ibareleri yine filmde yoğun bir şekilde kullanılan dini kullanımlara başka birer örneklerdir.

Filmde Katolik ve Ortodoksların kavgaları sıkça gösterilmiştir. Ortodoksların ayaklanmaları ve dinlerinin Katoliklere satıldığını iddia etmeleri bu kavgalara bir örnektir.

Ordular tarafından inceleyecek olursak, Osmanlı ordusunun savaşa hazırlık aşamasında aynı anda Allahu Ekber nidaları, lağımcıların düşman tarafından esir alınmak yerine şehadet getirip kendilerini feda etmeleri dini konulara birer örnektir. Osmanlı tarafındaki askerler kuşatmaya ara verildiği kısımlarda sükûnetle yaralarını sarmaya çalışırken, Bizans tarafı ise zevk ve sefa içinde içki içip eğlenir şekilde gösterilmiştir. Aynı zamanda Bizans askerlerinin esir aldığı Türk askerlerini, Türk ordusunun önünde infaz etmeleri ile de Bizans askerleri acımasız bir şekilde tasvir edilmiştir.

Filmin ve dolayısıyla fethin çözülme kısmı Akşemseddin'in belirmesiyle başlamaktadır. Birkaç gün umutsuzluktan kimse ile görüşmek istemeyen Sultan Mehmet, Akşemseddin ile görüşmüştür. Akşemseddin ise ona: *"Buraya gelmeden evvel üç gün istihareye yattım Mehmet. Bu kuşatma hayra vesile mi değil mi diye. Hamdolsun son gece muradıma hasıl oldu. Ebu Eyyübi Ensari Hazretleri rüyama teşrif ettiler. Bana mezarının yerini bildirdi. Git dedi Mehmet'e göster. Neden surlara çok yakın yattığımı anlat…"* ve *"…Vazgeçemezsin Mehmet, sen buraya o müjdelenen komutan olmak için geldin."* sözlerini söylemiştir. Burada fethin dini yönü açıkça seyirciye aktarılmıştır.

Son olarak Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'a girip sivillere karşı*: "Korkmayın, bundan sonra canımız bir, malımız bir, kaderimiz birdir. İnancınızı dilediğiniz gibi yaşamakta serbestsiniz."* demesi ve sonrasında bir kızı kucağına alıp sevmesi, İslam dinindeki hoşgörü unsurunu pekiştiren bir kullanımdır.

3.4.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları

Filmdeki mekanlar genel olarak savaş hazırlığında olan iki devletten oluşmaktadır. Bizans ve Avrupa'da ile alakalı gösterilen sahnelerde halkın yoksulluk ve kıtlık içinde gösterildiği, dilencilerin çoğunlukta olduğu gösterilmiştir.

Bizans'ın burjuva kısmının gösterildiği birçok sahnelerde birçok objede ateşin yanması ve israfa varacak şekilde şaşalı objelerin bulunması daha önce de

bahsettiğimiz gibi Bizans'ın zevk ve sefa içerisinde olduğunu göstermek amaçlıdır. Türk Sinemasındaki diğer örneklerdeki gibi Fetih 1453 filminde de Bizans tarafındaki karakterler zevk düşkünü ve küstah, mekanlar da şaşalı ve başka bir yönden de karanlık işlerin döndüğü bir yermiş gibi tasvir edilmiştir.

3.4.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları

Filmin ilk sahnelerinden itibaren ses ve müzik kullanımı ile anlatımın güçlendirildiği görülmektedir. Filmin başlarında Fetih suresinin okunması ilk örneklerden biridir. Kilise ve cami sahnelerinde kullanılan sesler, o dine uygun şekilde seçilmiştir.

Fatih Sultan Mehmet'in tesbihi ile düşünürken birden tesbihini koparması ile yere düşen tesbih boncuklarında surların yıkılma sesi kullanılmıştır.

Şehit olan askerlerin üzerlerine toprak atılırken kullanılan müzik, İslami bir unsur olan teşrik tekbirinin söylenirken kullanılan ezgidir.

3.4.6. Fetih 1453 Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Tablo 3. Fetih 1453 Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Seçilen Görsel	Düz Anlam Boyutu: **Gösteren**	Yan Anlam Boyutu: **Gösterilen**
	Yüzük	Sorumluluk, Görev

	Havuz, Şarap, Kadınlar	Zevk & Sefa
	Saçından Çekiştirilen Kız	Acımasızlık, Kaba Kuvvet
	Haçlı Askeri	Acımasızlık
	Miğfer	Savaş

	Tesbih	Sabır
	Tesbihin Dökülmesi	Sabrın taşması ve umutsuzluk
	Akşemseddin	İslam, Din, Maneviyat, Ruhaniyet
	Namaz	İslam, İman, İnanç

	Sancak	Zafer
	Siviller ve Fatih Sultan Mehmet	Hoşgörü, İslam'da Hoşgörü

3.5. DÜĞÜN DERNEK (2013)

3.5.1. Filmin Künyesi

Filmin Adı : Düğün Dernek

Filmin Tarihi : 2013

Filmin Yönetmeni : Selçuk Aydemir

Filmin Yapımcısı : Necati Akpınar

Filmin Senaristi : Selçuk Aydemir

Filmin Oyuncuları : Ahmet Kural, Murat Cemcir, Rasim Öztekin, Barış Yıldız, Ulaş Torun, Zerrin Sümer, Kemal İnci, Devrim Yakut

Filmin Süresi : 105 dk.

Filmin Türü : Komedi

3.5.2. Filmin Konusu

Film, Sivas'a bir yabancı gelin gelmesi ve düğün hazırlıklarını konu almaktadır. Tarık yurtdışından gelir ve ailesine evleneceği kişi olan Monica'nın geleceğini haber verir. Tarık'ın babası İsmail de oğlunun sadece bir nikahla evlenmesini kabullenmez, telaş ile bir düğün hazırlamaya çalışır. Fikret, Çetin, Saffet ve İsmail'in düğün için gerekli olan şeyleri toparlamaya çalışırlar.

3.5.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları

Saffet öğretmenin filmin başında köylü İsmail tarafından *"Sığır gibi yayılmışsınız lan yola, değnekle sırtınıza mı vuralım illa ki, lan oğlum bir de şehir görmüşsün ulan"* lafları ile köylünün, okumuş kesimden bir öğretmene bakış açısını göstermektedir. Filmin birçok kısmında Saffet öğretmen azar işitir. Sürekli yalanla itham edilir ve bu konuya deli olur. Saffet'in durumu aslında bir bakıma doğudaki kesimin veya okumamış kesimin eğitimli kişilere bakış açısını göstermektedir. Bu bakış açısını filmin diğer kısımlarında, başka karakterlerin davranışlarında da görmekteyiz. Çetin ve Fikret'in düğün için bir beyaz eşyacıdan eşya almaya giderler. Fakat dükkân sahibi zengin olmadığını, öyle zannedildiğini, yüzde ile çalıştığını ve dükkandaki malzemelerin kendinin olmadığını anlatmaya çalışır. Ne Çetin ne de Fikret bunu anlamazlar veya anlamak istemezler. Dükkân sahibi Saffet'e okumuş adam olduğunu, onun anlatmasını istediğini söyler. Saffet ne kadar anlatmaya çalışsa da yine anlaşılmak istenmez. *"Okumuş adam tripleri"* denir. Film boyunca Saffet ne kadar sakin kalmaya çalışırsa o kadar üstüne gelir, o kadar bağırırlar.

Başrol oyuncularından Fikret asabi bir karakterdir. Sivas Otel'in içerisine girerken otelin valesini azarlar, otelden çıkan bir erkeğe yanındaki kadına valizi taşıttığı için bağırır ve elindeki mendili vurur. Fikret, otel görevlisi bir kadından hoşlanır, yardımcı olmak isteyen diğer bir görevliyi yine azarlar, bağırır. *"Yürü git, adamın asabını bozma…"* der. Sonrasında elindeki mendili kadına savurur ve *"Kadını kaçırdın, Allah belanı versin"* der. Fikret'in bu hareketlerini yaptığı kimseler genellikle eğitimli ve saygılı insanlardır. Fikret ise tam tersi bir karakterdir. Otel çalışanına yapmış olduğu bu davranışlar ile aslında toplumda eğitimli insanları, hayatlarında belirli bir seviyeye erişmiş veya belirli bir kültüre sahip insanları darp

etmenin veya azarlamanın sıradan bir şey olduğu gösterilmeye çalışılmıştır. Bu hareketleri sergilediği kimseler genellikle kendi gibi olmayan insanlardır. Sivas Otel'de Sivas belediye başkanı Sırrı'nın yanına gider, otel çalışanı kadınlar hakkında *"Bunlar at olsa kupon yaparım…"* gibi bir laf söyler. Sonrasında Sırrı'ya fermuarının açık olduğunu söyleyerek onunla dalga geçer. Bu sırada çalışan kadın hakkında: *"Kaçak içki olsun, su katmam sek içerim."* diyerek tekrar fikrini belirtir. Sonrasında *"Kitap yazsın, okurum"* der. Aslında bu lafları ile Fikret, tekrar bahsettiğimiz konulara örnek teşkil edecek hareketler sergilemektedir. Kitap okumaktan uzak bir insan olarak, kadına sahip olmak için kitap 'bile' okuyabileceğini iddia etmiştir. Belediye başkanına karşı "lan" ve "ortağım" diye hitap etmekten de çekinmemektedir.

Çetin karakteri bayram namazının kılınacağı sahnede cemaatten birinin bir karton üzerinden namaz kılmaya çalıştığını görüp: *"Gardaş, mübarek bayram sabahı ayıp oluyor ama. Adamı dinden imandan çıkartmayın gözünü yediğim. Bu buzdolabı kutusu yabancı sermaye. Ben bunun üzerinde secde etmem."* demiştir. Bu sahnede geçen birtakım cümleler ile din konusunda ufak bir yerme yapılmıştır. Çetin karakteri aynı sahnede verilen bağışların nereye gittiğini sorgulamıştır. Çetin'in bağış toplanırken, bağışın toplandığı kutunun bile yabancı sermaye olduğunu söylemiştir. Bu bağlamda aslında Çetin karakteri cahil dindar bir kesimi simgelemektedir. Çetin, boks kulübündeki öğrencilerini aidat vermedikleri için cezalandırır. Aynı zamanda Saffet'in öğrencilerinden de yine aidat vermeyenleri tek ayak üstünde bekletir. Onları sürekli korkutup tehdit eder.

Çetin gençliğinde alkoliktir ve babası hacca giderken içkili şekilde onu uğurlamaya gitmiştir. Bunun üzerine de babası onun gibi oğlunun olmadığını söylemiştir. Bu kısımdan sonra rüyasına molla dedesi girmiştir ve ondan yediği dayaktan sonra alkolü bırakmıştır.

Tarık yurtdışında çalışan, eğitimli bir kişiliktir. Letonya'da bir kızla tanışmıştır ve onunla evlenecektir. Fakat köy halkı ve annesi tarafından bu evlilik pek olumlu karşılanmamıştır.

3.5.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları

Film Sivas'da geçmektedir. Taşrada geçen bir komedi filmi olan Düğün Dernek, yöresel aksilikleri anlatan bir filmdir. Filmde mekanlar ile ilgili bir propaganda unsuruna rastlanmamıştır.

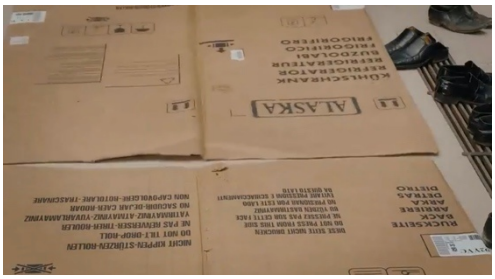
3.5.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları

Filmde seyirciye verilmek istenen komedi unsuru için şive, argo ve bel altı espriler kullanılmıştır. Bu unsurlar aslında 2000 sonrası Popüler Türk Sinemasındaki güldürünün olmazsa olmazı olarak sürekli kullanılmıştır.

3.5.6. Düğün Dernek Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Tablo 4. Düğün Dernek Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Seçilen Görsel	Düz Anlam Boyutu: **Gösteren**	Yan Anlam Boyutu: **Gösterilen**
	Molla Dede	Tövbe

	Karton Kutu	Yabancı Sermaye
	Patlayan Işıklar	Değişim, Tövbe
	3D Gözlük	Cahillik
	Deve	Örf, Adet

3.6. RECEP İVEDİK 4 (2014)

3.6.1. Filmin Künyesi

Filmin Adı	**:**	Recep İvedik 4
Filmin Tarihi	**:**	2014
Filmin Yönetmeni	**:**	Togan Gökbakar
Filmin Yapımcısı	**:**	Suzan Güverte, Şahan Gökbakar, Emrah Çoban
Filmin Senaristi	**:**	Şahan Gökbakar
Filmin Oyuncuları	**:**	Şahan Gökbakar, İrfan Kangı, Murat Ergür, Cem Korkmaz, Arda Hacıoğlu, Aziz Karakaya, Gülüm Baltacıgil, Barış Bulut
Filmin Süresi	**:**	117 dk.
Filmin Türü	**:**	Komedi

3.6.2. Filmin Konusu

Recep İvedik'in yıllardır yaşadığı ve top oynadığı bir arsa birisi tarafından satın alınır. Recep de buna karşı çıkar ve bu parayı bulmak üzere bir ada yarışmasına katılıp bu parayı elde etmeye çalışır.

3.6.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları

Recep İvedik karakteri filmin ilk sahnesinde çocuklar ile antrenman yapmaktadır. Recep, araziye keşif için gelen memurlara sinirlenmiştir. Hem açıklamalarını dinlemek istemez, karşı çıkar hem de onları itip kakarak Ali bey ile görüşmeye giderler. Recep, kendisi ile gayet sakin ve saygılı şekilde konuşan Ali beye karşı "Sana buradan bir yapıştırırım" lafını eder.

Recep kahveye girip arsayı satın aldığını ve bunun beraber ödenmesi gerektiğini kahvedeki insanlara söyler, fakat bunu yine argo bir şekilde söyler. Kahvede telefon ile ünlülerden para ister, insanların masalarına vurup bağırmaya devam eder.

Recep hastaneye girip görgüsüz bir şekilde elinde tekerlekli sandalye olan bir çalışanı durdurur ve tekerlekli sandalyeye biner. Burada bir doktor ile konuşur ve doktorun terslemesi üzerine masadaki herşeyi eliyle yere döker. *"Kusuruma bakma,*

elim çarptı" der. Bu lafı derken aynı zamanda sandalyeyi de doktorun masasına fırlatır.

Recep bankaya gider, kredi çekmek ister. Yine kendisiyle gayet medeni konuşmaya çalışan şube müdürüne *"Konuşma lan"* şeklinde cevap verir. Anlatmaya çalıştığı şeyleri asla anlamaya çalışmaz ve terslemeye devam eder. Sahnenin devamında kadına rüşvet dahi teklif eder. Yine bankadan çıkarken ayaklarını masaya koyar ve uzun süre boyunca hem hakaret eder hem de bağırmaya devam eder. Tüm bunların üstüne kadına iftira da atar.

Recep, Issız Ada adında bir yarışmaya katılmaya karar verir fakat yarışmanın başvuru süreci bitmiştir. Birisinin hem formunu hem de göğüs numarasını zor kullanarak alır. Karşı çıktığında da yine bağırarak karşılık verir.

Recep ve Taylan karakterleri adada iki takımın liderleri olurlar. Kura çekerek takımlarına kişileri seçmeye başlarlar. Bu kısımda Recep kendi seçtiği kişileri sürekli eleştirir. Şişman bir kadını seçtiğinde onu istemez ve *"Çok yer"* diye dalga geçer. Daha sonraki seçtiklerini de beğenmez; onları cüce, şişko ve moruk olarak tanımlar. Son seçtiği kadını da kısa saçlı olduğu için erkek olarak tanımlar. Daha sonrasında "Nuhun Gemisi" gibi bir tabir yaparak takımından seçtiği kimselere hayvan benzetmesi yapar. *"Bunlar Allah'ın lütfu, bunlar Allah'ın cezası"* der.

Recep, Aslıhan karakterini ayı ve angus hayvanına benzetir, bu şekilde sürekli onunla dalga geçer. Filmin büyük bir kısmında bu karaktere hakaretler eder. Recep, adadaki oylama kısmında sürekli televizyonda halka karşı çağrılarda bulunur, rakibi olan kişiyi kötüler. Kazanınca *"Yine halkımız doğru olanı buldu. Yine halkımız doğru olanı gösterdi. Teşekkürler Türkiye'm. Biz bu halkımızla çok ileri gideyeceğiz daha. Anladılar gördüler, mikrobu gördüler."* der. Recep rakibini teselli etmek yerine ona *"mikrop"* olarak seslenir, rakibini sürekli küçümser ve kötüler.

Recep filmin birçok kısmında genzini temizleyip yere tükürür. Yemek yerken eliyle yemek yer, yemekleri birbirine karıştırır. İstediği yemekleri önüne çeker. Limbo oyununu öğretmeye çalışan öğreticiyi eline tükürüp tokatlar. Arkadaşı Halil'i ayağını yüzüne değdirerek uyandırmaya çalışır.

Recep İvedik karakteri genel olarak film boyunca sorunlarla mücadele etme durumundadır. İncelikten uzak, kaba, geleneksel değerlere bağlı bir karakter olan

Recep, önceki filmlerinde olduğu gibi bu filmde de kendisinden farklı olana, toplumdaki farklı kişiliklere, entelektüelliğe, eğitimli kimselere karşı bir tutum sergilemektedir. Recep İvedik karakteri, sergilemiş olduğu hareket ve tavırlar ile aslında toplumdaki eğitimli veya aykırı insanların aşağılanabileceğini hatta darp edilebileceğini normal göstermiş ve bu şekilde kurgulanmıştır. Recep karakteri bir toplum eleştirisi değildir, belki toplum onda kendinden bir şeyler bulmuştur fakat kaba kuvvet ve argo ile komedi sağlanmaya çalışılmıştır.

3.6.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları

Film ilk olarak Recep İvedik'in yaşadığı Güngören'de, daha sonrasında yarışma için gittikleri adada geçmektedir. Recep, para istemek için gittiği modern yerlerde eğitimli insanlar ile iletişim sağlayamaz ve her defasında ortamı dağıtıp gider. Mekan seçimleri ile alakalı bir propaganda unsuruna rastlanmamıştır.

3.6.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları

Filmde Recep İvedik karakterinin kaba kuvvet ve argo kullanımı, kullanmış olduğu ses tonu ve yüksekliği ile desteklenmiştir.

3.6.6. Recep İvedik 4 Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Tablo 5. Recep İvedik 4 Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Seçilen Görsel	Düz Anlam Boyutu: **Gösteren**	Yan Anlam Boyutu: **Gösterilen**
	Arkasına Basılmış Pis Burun Ayakkabı	Geleneksel Türk İnsanı
	Berke	Entelektüel
	Kafa Tokuşturmak	Görgüsüzlük

	Yolcunun Arkasından Su Dökmek	Geleneksellik, Örf & Adet
	Elle Yemek Yeme	Görgüsüzlük
	Limbocu	Sanatçı

3.7. DAĞ 2 (2016)

3.7.1. Filmin Künyesi

Filmin Adı : Dağ 2

Filmin Tarihi : 2016

Filmin Yönetmeni : Alper Çağlar

Filmin Yapımcısı : Alper Çağlar, Doruk Acar

Filmin Senaristi : Alper Çağlar

Filmin Oyuncuları **:** Çağlar Ertuğrul, Ufuk Bayraktar, Ahu Türkpençe, Murat Serezli, Atılgan Gümüş, Murat Arkın, Ahmet Pınar, Armağan Oğuz

Filmin Süresi **:** 135 dk.

Filmin Türü **:** Dram, Savaş

3.7.2. Filmin Konusu

İki arkadaş olan Oğuz ve Bekir'i anlatan film, özel bir görev için Kuzey Irak'a gitmelerini ve gelişen olayları anlatmaktadır. Bekir ve Oğuz'un çok iyi arkadaştırlar ve Muharebe Arama Kurtarma Timi'ne katılmak için tüm zorlu sınavlardan başarıyla geçerler. Görevleri gazeteci Ceyda Balaban'ı kurtarmaktır. Fakat gidecekleri coğrafyada karşılaşacakları birçok farklı kuvvet vardır. Film genel olarak "görev mi, vicdan mı?" sorusu etrafımda şekillenmektedir.

3.7.3. Karakterlere İlişkin Propaganda Unsurları

Ceyda karakteri bir gazetecidir ve filmin başında İŞİD militanları tarafından infaz edilmek üzere iken Türk askerleri tarafından kurtarılır. Fakat sadece kendisinin kurtarılması ve ekibinin kurtarılmamasına kızar, ekibindekilerin Türk olmadığı için kurtarılmadığını iddia eder.

Ceyda anti-militarist bir tavırdadır ve infaz edilen insanların tek suçlarının onların anlamadığı bir dine sahip olmaları olduğunu söyler. Komutan ise ona *"Bu bizim kavgamız değil"* der. Başka bir sahnede Türkiye'nin buradaki zulme neden kayıtsız kaldığını sorgular ve *"Burda acı çekenler bir zamanlar bizim de bir parçamızdı"* der. Buna karşılık Arif: *"Her parçamız için savaşa girsek, Altay dağlarına kadar tanklarımızı sürmemiz lazım"* der. Ceyda'nın film boyunca savunduğu fikir; masumların ölmemesi ve din-dil-ırk ayırmadan hiçbir sivilin ölüme terk edilmemesidir.

Yarbay Veysel yani ekibin komutanının isteği görevi kayıpsız bir şekilde bitirebilmektir. Fakat Ceyda her defasında onların karşısına bir vicdan olarak çıkmaktadır. Ekip bir köyde dinlenir ve bir sonraki gün köye baskın yapılacağı için köyden gitmek zorundadırlar. Fakat yardım için gelen helikoptere sadece çocukları ve Ceyda'yı bindirirler. Sonrasında Veysel: *"1950'de Irak Türk'ü derdik, sonra bir*

anda Türkmen diye ayırmak zorunda kaldık. Bizim için savunulacak toprak, halkımızın olduğu topraktır. Bu insanlar da halkımız." der ve en yüksek tepeye Türk bayrağı çekilmesini ister. *"Burası bugün vatan toprağı"* der. Aslında bu replik ile anlatılmak istenen birlik ve beraberlik olma vurgusudur. Ceyda Balaban, dünya üzerinde tüm askeri sistemlerin ve kurumların eleştirilmesi gerektiğini savunan savaş karşıtı, idealist bir profil çizmektedir.

Nabat, Türk askerlerinin filmde kurtardığı bir Türkmen kızıdır. Komutan onu helikoptere bindirmek ister, mahzene girmesini söyler fakat o her defasında *"Batır şöveşte belli olur"* yani *"Bahadır savaşta belli olur"* der. Bu da Türk milliyetçiliğinin kısmen yapıldığı ve "Türk'ün Türk'ten başka dostu yoktur" mesajı içeren başka bir milliyetçi örnektir. Ayrıca inatçı ve cesur tavrı, Türk askerlerine yardımları ile kadınların da savaş dönemlerinde yaptıkları fedakarlığa gönderme yapılmıştır.

Oğuz, genel olarak içine kapanık bir kişiliği olsa da tarihsel ve coğrafi bilgi birikimi ve sükunetiyle, askerliğin doğası ve kendiyle ilgili cevaplar arayan bir üstteğmendir. En yakın silah arkadaşı ve can dostuyla olan bağı, yer yer filmde de belirtildiği gibi "önemli olan vatan ve yanındaki adamdır" söylemiyle bir bütünlük göstermektedir. Oğuz ve Bekir'in eğitimleri sırasında komutan Bekir'e: *"Mezhebiniz, ırkınız, dinlediğiniz müzik, sevdiğiniz yemek zerre kadar önemli değil. Önemli olan iki şey var arkadaşlar. Vatan ve yanınızdaki adam. Bu iki şey için ölür ve öldürürsünüz. Arkadaşınız icabında bacağını tekrar sakatlayacak. Ama dostunuz asla yarı yolda bırakmayacak"* der. Bu sözlerden sonra Bekir daha da hızlı koşmaya başlar ve koşu eğitimini tamamlar. Daha sonrasında suyun içinde bir eğitim alırlar. Komutan Bekir'e: *"Vatan sevgisi seni ısıtır Bekir."* der.Bu replikler ile aslında verilmek istenen mesaj, vatan için her türlü zorluğa göğüs gerilmesi gerektiği ve herkesin birbirini kollayacağı bir "can yoldaşı" olması gerektiğidir.

Veysel, odaklı ve ciddi bir lider olarak karşımıza çıkan bir karakter olup, yalnızca görevini icra etmektedir. Görev onun için her şeyden önemlidir fakat geçmişe yönelik hatırladığı sahnelerde gösterilen kızının ölümüyle birlikte vazifesinin dışında karar alma konusunda içsel sorgulamalar yaşayarak bir asker olarak vicdani bir değişim göstermiş, "görev mi, vicdan mı?" temeline dayanan filmin "görevi yaparken vicdanlı olmak" mantığıyla seyrini değiştirmiştir. Yarbay

Veysel bir eğitimin başlangıcında konuşmasına şöyle başlar: *"Nice mezuniyet, yıl dönümü, düğün kaçıracaksınız. Çocuklarınızın doğum günlerinde dağda üzerinize mermi yağacak. Yine de her saniyesine değecek. Bu aşk öyle bi aşk ki; sizi tüketse de, öldürse de bırakmayacaksınız."*

Bekir, Oğuz'un can dostudur. Ankara varoşlarından Özel Kuvvetler'e uzanan zorlu süreçten başarıyla geçmiş bir uzman çavuştur. Bekir için aslolan görevdir. Oldukça dirençli ve güçlü olan Bekir karakteri, örgütün köy baskını esnasında tankla köye girişi sahnesinde geçen "Tankları var. Bizim de Bekirimiz var." diyalogu ile karakterin önemini göstermektedir.

Arif, ukala olduğu kadar mesleki yeteneklerinin farkında olan bir keskin nişancıdır. Her ateş ettiğinde Hüseyin Nihal Atsız'ın Kahramanların Ölümü şiirinden bir dize okumasıyla, Atsız'ın Türkçü – Turancı dünya görüşüne bir gönderme yapılmıştır.

Filmde tüm karakterlere ortak olarak baktığımızda militarist bir bakış açısı kullanıldığı görülmektedir. Milliyetçi bakış açısı yaparken bir devlet propagandası yapılmamış, askeri kuvvetlerin ideolojik hedeflerden uzak sadece görev bilinci ile hareket ettiği gösterilmek istenmiştir.

3.7.4. Mekanlara İlişkin Propaganda Unsurları

Filmin bir kısmı Bekir ve Oğuz'un eğitim süreçlerini anlatmakta, diğer kısmı da Kuzey Irak'a yapmış oldukları harekâtı anlatmaktadır.

Arif, köye yapılacak olan baskında minarede keskin nişancı tüfeği ile beklemektedir. Bu yönüyle Türk askerinin dini yönü, dini korumayla da mükellef olduğu gibi bir anlam çıkarılabilir. Cihatçı karşı güçlerin gelip tank ile minareyi havaya uçurması da aslında asıl amaçlarının din olmadığını göstermektedir.

Karşı terörist güçlerin köye M1 Abrams tankı ile gelmesi, o kuvvetlerin Amerika destekli olduklarına ufak bir gönderme olarak algılanabilir.

3.7.5. Ses ve Müzik Kullanımına İlişkin Propaganda Unsurları

Filmde marşlar ve sahnelere göre seçilen müzikler ön plana çıkmış, eğitim sahnelerinde, çatışma sahnelerinde ve duygusal sahnelerde müzik kullanımı anlatımı güçlendirmiştir. Filmin ilk sahnesi "İleri Marşı" ile başlamaktadır. Sonrasında kullanılan pilot telsiz sesleri ve müzik ile ilk görüntülerden itibaren gerilim verilmeye başlanmıştır.

Bekir ve Oğuz'un eğitimleri sırasında bir şarkı çalar ve şarkının sözlerinin bir kısmı şu şekildedir*: "Güzel anam, canım anam, kolay değildir."* İkisi de bu sahnede acı çekerek eğitimlerine devam etmektedirler. Eğitim sahnelerinde çalan "Kolay Değildir" şarkısı eğitimlerin ne kadar zorlu olduğunu vurgulayarak TSK askerlerinin zorlu süreçlerden geçtiğini destekleyen bir unsurdur.

Bekir ve Oğuz'un yine eğitimleri sırasında yere yatırılırlar. Yedi gündür aç ve iki gündür susuzdurlar. Yüzleri kapatılır ve yüzlerine su verilir. Ellerindeki kağıttaki ismi söylemeleri istenir. Bekir ismi söylemek yerine Müslüm Gürses'in Affet şarkısından *"Çünkü sen çölüme yağmur oldun"* kısmını söyler ve Oğuz da ona eşlik eder. Bu sahne film boyunca verilen "önemli olan yalnızca vatan ve yanındaki adamdır." mesajını desteklemiştir. Çardaklı Köyü'nde radyodan duyulan türkü ve Bekir'in düğününde çalan Ankara havaları Türk kültürünün çeşitliliğini göstermiştir. Çardaklı köyünde operasyon öncesi askerlerin geçmişlerine dair yaptıkları konuşmalarda arka planda çalan Selda Bağcan'ın seslendirdiği Ayrılık türküsü ile askerlerin hatıralarına gönderme yapılmış gibi görünse de türkünün özünde Kuzey Azerbaycan ve Güney Azerbaycan'ın ayrılığını konu alması ve buna ilintili olarak bir zamanlar Irak Türkleri olarak bilinen halkın günümüzde Türkmen olarak bahsedilmesine dolaylı yoldan gösterilmiş bir tepkidir. Filmin son sahnelerinde çalan Kalmak Türküsü ile olay örgüsü bütünleşmiştir. Genel itibariyle, kullanılan müzikler hem askeri hem siyasi hem de kültürel ögeler barındırmaktadır.

Keskin nişancı Arif her mermiyi sıkmasından önce Hüseyin Nihal Atsız'ın Kahramanların Ölümü şiirinden bir dize okumaktadır. Son dize olan *"Kahramanlar can verir, yurdu yaşatmak için."* sözünden sonra ekip arkadaşlarından birkaçı can vermiştir. Arif'in ateş ederken bu dizeleri söylemesi, seyirciye Arif'in hedefine ve görevine olan dikkatini ve çabasını göstermekte yardımcı olmuştur.

3.7.6. Dağ 2 Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Tablo 6. Dağ 2 Filmi Görüntüsel Göstergeleri

Seçilen Görsel	Düz Anlam Boyutu: **Gösteren**	Yan Anlam Boyutu: **Gösterilen**
	Video Çekimi ve Video Kamera	Terör Örgütü / İnfaz
	Turuncu Yükümlü Kıyafeti	İnfaz
	Çocuk ve Topaç	Masumiyet ve El Bombası Benzetmesi

	Taşlardaki Kan	İnfaz
	Cenin Pozisyonu	Kurtarılmışlık, Yeniden Doğuş, Güven)
	Türkmen Çocuğu	Masumiyet ve Milliyetçilik
	Sancak, Bayrak	Vatan

	Kırmızı Çiçek	Umut
	Bulutlar Arasından Çıkan Güneş	Barış ve Huzur
	Minarenin Tank ile Vurulması	Terör Örgütünün Amacının Din veya Cihat Olmaması
	Mermi Deliklerine Rağmen Dalgalanan Bayrak	Gazi

SONUÇ

Sinema, birçok farklı unsuru içerisinde bulunduran ve bunlardan beslenen bir sanat dalıdır. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de devletler bazı politikaları benimsetmek veya uygulamak amacı ile sinemayı bir araç olarak kullanmış, bu bağlamda da yönetmenler propagandayı etkin bir şekilde kullanmak durumunda kalmışlardır.

Dünya sinemasında propagandanın önemi Türk Sineması ile karşılaştırıldığında çok daha önce fark edilmiş, bu konuda sadece sinema alanında olmayıp birçok alanda çalışmalar hızlanmıştır. Osmanlı döneminde birçok savaşa girmemiz ve ardından kurulan Türkiye Cumhuriyeti ile birlikte yeni bir yönetim biçimini benimsememiz, bu yeniliklerin halka aktarılması, daha doğrusu öğretilmesi mecburiyetini beraberinde getirmiştir. Dünya sinemasının gelişmesinde rol oynayan propaganda, Türk Sinemasında da etkili bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Çalışmamız kapsamında öncelikle Cumhuriyet'in ilk yılları itibariyle kurulan özel yapım şirketleri ve yönetmenler incelenmiştir. Bu dönemlerde sinemanın bir belgesel niteliği taşıyan bir araç olarak kullanıldığı ve modern Türkiye Cumhuriyeti'nin sağlam temeller üzerinde yükselmesinde sinemanın önemi açık bir şekilde görülmüştür.

Sonraki dönemlerde yaşanan bazı büyük olaylar ile Türkiye Cumhuriyeti başındaki bazı politikacılar da değişim göstermiş, bu halkın bakış açısını da farklı alanlara yöneltmiştir. Kimi zaman dini öğeler, kimi zaman toplumsal sorunlar kimi zaman ise kadın öğesi, sinemada kullanılan propagandanın birer malzemesi haline gelmişlerdir. Türk Sinemasında özellikle 1960'lı yıllar itibariyle propaganda, sinema içerisinde etkili bir şekilde kullanılmış ve toplum içerisindeki sorunlar en etkin şekilde sinema ile halka aktarılmıştır.

Çalışmamız kapsamında 2010 sonrası olarak tabir edilen Popüler Türk Sinemasında en çok gişe hasılatı yapan filmler incelenmiştir. İnceleme sonucunda görülmüştür ki Türk Sinemasında, incelemiş olduğumuz eski dönem Türk Sinemasına oranla propaganda kullanımı daha yüzeysel bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Cumhuriyet dönemi Türk Sinemasında kullanılan milli öğeler ile izleyiciye ulaşılmış, günümüz popüler Türk Sinemasında da aynı şekilde milliyetçi

duygular barındıran filmler izleyici tarafından rağbet görmüştür. Eski Türk Sineması komedi filmlerinde güldürürken düşündüren filmler, günümüzde mesaj verme kaygısı olmayan piyasa yönelimli filmlere yerini bırakmıştır. Günümüzde propaganda kullanımının askeri, tarihi, siyasi ve dram filmlerinde kullanıldığı, komedi filmlerinde ise toplumdaki eğitimli ve aykırı insanları yererek kullanıldığı görebiliriz.

Günümüze baktığımızda ise toplum, toplumsal bir mesaj verme kaygısı içeren filmler yerine güldürü öğeleri içeren filmlere rağbet göstermiştir. Sadece 2010 döneminde bazı siyasi mesajlar içeren bir film olan New York'ta Beş Minare filmi çekilmiş, bu film de daha çok dini bir propaganda ile mesajını seyirciye ulaştırmıştır. 2010 sonrasında incelediğimiz filmler ya milliyetçi duyguları açığa çıkaran tarihi-savaş filmleri olmuş, ya da Düğün Dernek, Recep İvedik filmleri gibi anti-elitist mesajlar içeren filmler olmuştur. Toplum daha çok bu tarz filmlerde kendinde bir şeyler bulmuştur. Bu bağlamda bu filmlerin rağbet görmesinin altında siyasi sebeplerin de olabileceği konusu ayrı bir çalışma alanıdır. Ülkemizin terör örgütleri ile her zamankinden daha büyük sorunları olduğu yıllarda milliyetçi tarih filmleri çekilmiş ve beklendiği gibi en çok gişe hasılatı yapan filmler arasına girmiştir. Bu noktada toplumu iyi analiz eden yönetmenlerin kullandığı doğru propaganda teknikleri etkili olmuştur.

Sonuç olarak sinemada propaganda eskiye oranla çok daha gizli ve yüzeysel kullanılmaya başlanmıştır. En çok gişe hasılatı yapan filmler, askeri propagandanın yapıldığı filmler hariç, seyircinin izlerken günlük hayattaki dertlerini unuttuğu veya unutmak isteyeceği salt komedi filmleridir. En çok gişe hasılatı yapan askeri ve siyasi propaganda filmlerinde propaganda yoğun bir şekilde kullanılmış, komedi filmlerinde ise topluma yanlış mesajlar vermek amacı ile yüzeysel bir şekilde kullanılmıştır. İnceleme yaptığımız filmlerdeki propaganda unsuru bulunduran göstergelerin, diğer tür filmlere oranla askeri filmlerde çok daha fazla olduğu görülmüştür.

KAYNAKÇA

Abisel, Nilgün, (1999), Popüler Sinema ve Türler, Alan Yayıncılık, İstanbul.

Abiser, N. (2003). Sessiz Sinema. İstanbul: Om Yayınevi.

Akarcalı, Sezer, (2003), İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda, İmaj Yayınları, Ankara.

Arda, Ö. (2014). 2000'li Yıllarda Latin Amerika ve Türk Sinemasında Belgesel Sinemanın Üçüncü Sinemada Temsili. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Armağan, Ahsen (1999) Siyasal Bir İletişim Türü Olarak Propaganda, İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:9, Ss:417-426.

Armes, R. (2011). Üçüncü Dünya Sineması ve Batı, Doruk Yayımcılık

Atabek, Nejdet, (2003), Propaganda ve Toplumsal Kontrol, Selçuk İletişim Dergisi, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt:2, Sayı:4, Ss: 4-12.

Aziz, Aysel (2003) Siyasal İletişim, Nobel Yayınları, Ankara.

Baydur, Mehmet, (2004), Sinema Yazıları, İletişim Yayınları, İstanbul.

Bayramoğlu, Murat, (2001), Hollywood Sinemasında Star'ın Yeri ve İşlevi, Evrensel Kültür Dergisi, Sayı:115, Ss: 21-23.

Bektaş, Arsev (2000) Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul.

Bektaş, Arsev (2002) Siyasal Propaganda, Bağlam Yayınları, İstanbul.

Berkes, Niyazi, (1942), Propaganda Nedir? Recep Ulusoylu Basım Evi, Ankara.

Bıçakçı, İlker (2003) İletişim Ve Halkla İlişkiler, Media Cat Yayınları, İstanbul.

Biryıldız, E. Erus Ç.Z. (Der) (2007). Üçüncü Sinema ve Üçüncü Dünya Sineması. İstanbul: Es Yayınları.

Bogart, L. (1995) Cool War. A New Look At Usıa' S Premises For Propaganda, American University Prees, Washington Dc.

Briggs Asa, P. Burke (2011) Medyanın Toplumsal Tarihi Gutenberg'den İnternet'e, (Çev. Ü.H. Yolsal, E. Uzun), Kırmızı Yay., İstanbul.

Brown, J.A.C, (2000), Beyin Yıkama, Çev: Behzat Tanç, Boğaziçi Yayınları, İstanbul.

Cantril, Hadley (Mar.1938) "Propaganda Analysis", The English Journal, Vol. 27, No.3.

Clark, Toby (2004) Sanat ve Propaganda Kitle Kültürü Çağında Politik İmge, (Çev. E. Hoşsucu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Cavalier, Jean-Jacques, (2004), Medya ve İletişim Teknolojileri, Çev: Mete Çamdereli, Salyangoz Yayınları, İstanbul.

Chomsky, Noam (2002) Medya Gerçeği, Çev. Abdullah Yılmaz, Osman Akınhay, Everest Yayınları, İstanbul.

Clark, Toby (2004) Sanat Ve Propaganda Kitle Kültürü Çağında Politik İmge, (Çev. E. Hoşsucu), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Devito, J. A. (1986) The Communication Handbook: A Dictionary, Harper &Row, New York.

Domenach, Jean-Marie, (2003), Politika ve Propaganda, Çev: Tahsin Yücel, Varlık Yayınları, İstanbul.

Esen, Şükran, (2000), 80'ler Türkiye'sinde Sinema, Beta Yayınları, İstanbul.

Ferro, Marc, (1995), Sinema ve Tarih, Çev: Hülya Tufan, Turhan Ilgaz, Kesit Yayıncılık, İstanbul.

Fethi, Ahmet, (2003), Dünya Sinema Tarihi, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Garth S. Jowett, Victoria O'donnell, (2017) Propaganda ve İkna, Artes Yayınları, İstanbul.

Gillespie, D. (2000). Early Soviet Cinema Innovation, Ideology And Propaganda. Wallflower,

Gözaydın, İştar, (2002), Bir Tarih Yaratma Aracı Olarak Sinema, Tarih ve Toplum Dergisi, Cilt: 38, Sayı: 227,Ss: 15-20.

Güldoğan, M. (2010). Alternatif Modernleşme ve Üçüncü Sinema. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gündeş, Simten, (1998), Belgesel Filmin Yapısal Gelişimi Türkiye'ye Yansıması, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul.

Günel, O. (2015). Milliyetçilik Ve Kahramanlık Kavramları Üzerinden Birinci ve Üçüncü Sinema. İstanbul Journal Of Social Sciences. (9). 14-40.

Güz, Nükhet (2002) Etkili İletişim Terimleri, İnkılap Yayınları, İstanbul.

Habermas, J. (1984) Siyasal Katılım Kendi Başına Bir Değer Mi? Çev. Tanıl Bora ve Mithat Sancar, İstanbul: İletişim Yayınları.

Hancerlioğlu, Orhan (1986) Toplumbilim Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Healy, Tim Traverse, (1998), Halkla İlişkiler ve Propaganda Karşılaştırmalı Değerler, Çev: Nur Nirven, Ahmet Ünver, Rota Yayınları, İstanbul.

İnceoğlu, Ç. (2013). Sovyet Propaganda Animasyonlarında Batı ve Batılı İmgesi. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi. (19). 23-40.

İnceoğlu, Metin, (1985), Güdülenme Yöntemleri, A. Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları, Ankara.

Jowett, G. S. And V. O'Donnell (2012) Propaganda and Persuasion, Sage Publications, Fifth Edution, USA.

Kabaağaç, Sina (1995), Latince / Türkçe Sözlük, Sosyal Yayınlar, İstanbul.

Kecskemeti, P. (1973) Propaganda, In I.D. Pool (F.W. Schramm, N. Maccoby and E.B. Parker Eds.), Handbook Of Communication, Rand Mcnally, Chicago.

Kuruoğlu, Huriye (2006) Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo, Nobel Yayın, Ankara.

Karcalı, Sezer, (2003), İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda, İmaj Yayınları, Ankara.

Lerner, Daniel (2000) Propagandada Etkinlilik: Şartlar ve Değerlendirme, (Ed.) Ünsal Oskay, Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş, Der Yayınları, İstanbul.

Mattelart, Armand, (2005), İletişimin Dünyasallaşması, Çev: Halime Yücel, İletişim Yayınları, İstanbul.

Monaco, James, (2001), Bir Film Nasıl Okunur, Çev: Ertan Yılmaz, Oğlak Yayıncılık, İstanbul.

Mutlu, Mustafa (2003) Vietnam' Dan Körfez'e/Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, Okumuş Adam Yayıncılık, İstanbul.

Mutlu, Mustafa, (2003), Vietnam'dan Körfez'e/ Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, Okumuş Adam Yayıncılık, İstanbul.

Odabaş, B. (2013). Üçüncü Sinema. Agora Kitaplığı.

Odabaş, Battal, (2007), Propaganda Sineması, http://www.bodabas.tripot.com / Propsine.html 16.01.2007.

Onaran, Alim Şerif, (1999), Sinemaya Giriş, Maltepe Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Onaran, Alim Şerif, (1994), Türk Sineması (I. Cilt), Kitle Yayınları, İstanbul

Oskay, Ünal, (2000), Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş, Der Yayınları, İstanbul.

Özgüç, Agah (1988) Kronolojik Türk Sinema Tarihi 1914-1988

Özgüç, Agah (2005) Türlerle Türk Sineması, Dünya Yayınları, İstanbul

Özön, Nijat (2013). Türk Sineması Tarihi. İstanbul: Agora Kitaplığı

Özön, Nijat, (1984), 100 Soruda Sinema Sanatı, Gerçek Yayınevi, İstanbul.

Özsoy, Osman, (1998), Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma, Alfa Yayınları, İstanbul.

Pratkanis, A. ve E. Aronson (2008) Propaganda Çağı İknanın Gündelik Kullanımı Ve Suistimali (Çev. N. Haliloğlu), Paradigma Yay., İstanbul.

Pudovkin, Vsevolod İllaryonoviç, (1995), Sinemanın Temel İlkeleri, Çev: Nijat Özün, Bilgi Yayınevi, Ankara.

Robb, David, L, (2005), Hollywood Operasyonları, Çev: Sinan Okan, Güncel Yayıncılık, İstanbul.

Rotha, Paul, (1996), Sinema Tarihi Ülke Sinemaları, Çev: İbrahim Şener, Sistem Yayınları, İstanbul.

Schiller, Herbert, (2005), Zihin Yönlendirenler, Çev: Cevdet Cerit, Pınar Yayınları, İstanbul.

Scognamillo, Giovanni, (1997), Dünya Sinema Sanayii, Editör: Hurşit İlbeyi, Timaş Yayınları, İstanbul.

Seçkin, Gülcan, (1996), Demokratik Seçkinler: Amerikan Film Yıldızları, Yıllık 1995-1996 Dergisi, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Ss:67-104

Shaw, T. (2001). British Cinema And The Cold War. I.B. Tauris.

Sofuoğlu, Hikmet, (2004), Bergson ve Sinema, Selçuk İletişim Dergisi, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt:3, Sayı:3, Ss: 66-76.

Şenyücel, Kerime, (2007), Belgesel Tarihi,

Tan, Ahmet, (2002), Politik Pazarlama, Papatya Yayınları, İstanbul.

Tarhan, Nevzat (2004) Psikolojik Savaş, Gri Propaganda, Timaş Yayınları, İstanbul.

Tarhan, Nevzat, (2004), Psikolojik Savaş, Gri Propaganda, Timaş Yayınları, İstanbul.

Uğur, Aydın, (1991), Zihinlerin Yeni Efendileri: Medyalar, (Der) Yusuf Kaplan, Enformasyon Devrimi Efsanesi, Rey Yayıncılık, Kayseri.

Valantin, Jen, Michel, (2006), Hollywood, Pentagon Ve Washington, Çev: Ömer Faruk Turan, Bab-I Ali Yayıncılık, İstanbul.

Vincenti, Giorgio, (1993), Sinemanın Yüz Yılı, Çev: Engin Ayça, Evrensel Yayınları, İstanbul.

Wollen, Peter, (2004), Sinemada Göstergeler ve Anlam, Çev: Zafer Aracagök, Bülent Doğan, Metis Yayıncılık, İstanbul.

Yakar, H.G. (2013). Sovyet Filmlerinin Eğitim Amaçlı Kullanımı: Tarihsel Bir Değerlendirme. İstanbul Üniversitesi Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi. (19). 21-36.

Yılmaz, H. (2007). Latin Amerika'da Sinema ve Toplum: 1960'ların Sinema Hareketleri İle 1995 Sonrası Yeni Sinemanın Karşılaştırılması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yılmaz, K.Y. (2007). Propaganda Aracı Olarak Sinema: 1990 Sonrası Amerikan Filmlerinde Propagandanın Kullanımı Üzerine Bir Çalışma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.