

Kritik Analitik Bakışla Algı Yönetiminde İngiliz Tarzı

Kemal Kaptaner*
Mimar Sinan Mühendisler Birliği

Özet

İngiliz tarzı ya da “İngiliz Okulu” yüzyıllardır dünya siyasetine yön veren vaka çalışmaları ve uygulamaları sergiliyor. İngiltere, artık üzerinde güneşin batmadığı bir imparatorluk olmasa da, uluslararası ilişkiler yoluyla etkisini sürdürmüştür. Uluslararası arenada gerçekleştirdiği diplomatik uygulamalar, devlet adamları, politikacılar, yöneticiler ve uzmanlar için paha biçilmez bir “siyasi” içgörü kaynağı olmuştur. İngiliz diplomasisinin en son örneklerinden biri Ekim 2021’de Türkiye’de yaşanan ve on büyükelçiliğin Türk Yargı Sistemini eleştiren toplu açıklamasında İngilizlerin yer almadığı olayda görülüyor. İletişim açısından bakıldığında, İngiliz yöneticilerin ve politikacıların “algı yönetimi” sanatındaki ustalığını göstermektedir. Dünyanın her yerinde emperyalizmi protesto eden gösterilerde ABD bayraklarının ilk ezilen, yırtılan ve yakılan bayraklar olduğunu görüyoruz. Bununla birlikte, Britanya emperyalizm ve sömürgecilik tarihinde öncü bir rol oynamasına rağmen, İngiliz bayrağı için bu nadiren geçerlidir. İngilizler, kitlelerin nefretini kazanmadan, hatta sevgi beslemeden siyasi ve ekonomik gücü sürdürmeyi nasıl başarabilir?

Yukarıdaki soruyu ayırtırmak ve cevaplamak için eleştirel ve analitik düşünme perspektifi uygulanacaktır. Bu makale, bu fenomeni daha iyi açıklamak için yumuşak güç ve kültürel diplomasi gibi kavramları inceleyecektir. İnsan ilişkileri, filmler, diziler, belgeseller, müzeler ve dil eğitiminden örnekler kullanarak İngilizlerin algı yönetimini nasıl gerçekleştirdiklerini analiz edecektir.

Anahtar Kelimeler: Algı, İngiliz, İletişim, Medya, Eleştirel

Kritik Analitik Bakışla Algı Yönetiminde İngiliz Tarzı

Abstract

British style or “The English School” has been exhibiting case studies and practices that set the pace in world politics for centuries. Even though Britain is no longer the empire on which the sun never sets, it still has maintained its influence through international relations. The diplomatic practices it has set in the international arena has been an invaluable source of “political” insight for statesmen, politicians, executives and experts. One of the latest examples of the British diplomacy can be seen at the incident in Turkey, in October 2021, where British was not part of the collective announcement made by ten embassies criticizing Turkish Judicial System. From a communication point of view, it demonstrates the British executives’ and politicians’ mastery in the art of “perception management”. In demonstrations protesting imperialism all over the world, we can see the US flags are the first to be trampled, torn and burnt. However, this is rarely the case for the British flag even though Britain played a leading role in the history of imperialism and colonialism. How can British succeed at sustaining political and economic power without gaining hatred of the masses, even breeding fondness?

Critical and analytical thinking perspective will be applied to decompose and answer the above question. This paper will be studying concepts like soft power and cultural diplomacy to better explain this phenomenon. It will analyze how Britons perform perception management using examples from human relations, movies, TV series, documentaries, museums and language education.

Keywords: Perception, British, Communication, Media, Critica

1. Giriş

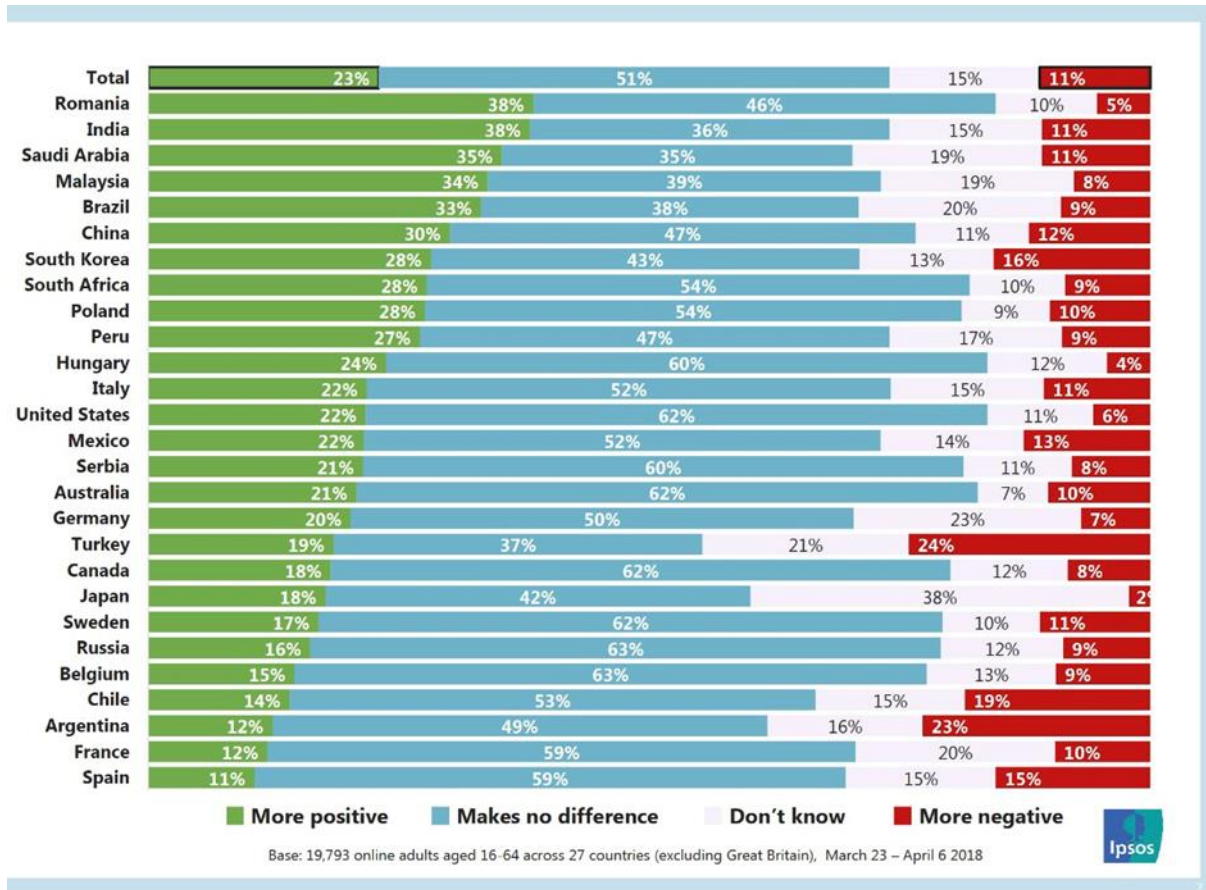
İngiltere, değişen dünya dengelerinde eski etki ve gücü kalmamış gözükse de, dünyaya yön veren ülkeler arasında hâlâ ön sıralarda yer almaktadır. *İngiliz Milletler Topluluğu* veya resmî adıyla Milletler Topluluğu (*Commonwealth of Nations*) geçmişte Britanya İmparatorluğu'nun, bazıları günümüzde de Birleşik Krallık'ın parçası olan 53 devletin oluşturduğu uluslararası bir koalisyonudur. Üyelerin 16'sı hâlen Britanya Kraliyet Ailesi yönetimindedir. Bu ülkelerde, Kraliçe II. Elizabeth devlet başkanı görev ve yetkilerini, kendisi tarafından atanan Genel Valiler aracılığı ile sürdürür. Kraliçe aynı zamanda İngiliz Milletler Topluluğu'nun başkanıdır. Ülkelerin tümünün nüfus toplamı 2,5 milyardır. Bu çalışmamızda İngilizlerin sinema filmleri, TV dizileri, belgeseller, müzecilik, dil öğretimi gibi araçlarla Birleşik Krallık (*United Kingdom*) ve İngilizler hakkında dünya genelinde nasıl bir algı oluşturduklarını eleştirel bir yaklaşım ve kritik analitik bakış açısıyla irdedeceğiz. British Council, Reuters haber ajansı, BBC (*British Broadcasting Corporation*) gibi kurumların dünya çapındaki etkileri ise başlı başına ayrı birer araştırma konusu. Bu makalede söz konusu bu kurumlara da kısaca değineceğiz.

Yakın tarihte ABD ile birlikte katıldıkları askerî operasyonları ayrı tutarsak, doğrudan taraf oldukları sıcak çatışma vakası olarak Falkland Savaşı'nı hatırlıyoruz. İngiltere'ye yaklaşık 13.000 km uzaklıktaki Falkland Adaları, hemen yanı başındaki Arjantin'in ilhak girişimine karşı 1982 yılında okyanus aşırı bir askerî operasyona, küçük çaplı bir savaşa sahne olmuştu (*History.com Editors*, 2010). Falkland Adaları'na yapılan operasyondan bu yana İngilizlerin sıcak savaş ya da çatışma kapsamına giren önemli bir operasyonuna rastlanmıyor. Ama *yumuşak güç* (soft power) kapsamına giren algı yönetimi çalışmaları, I. ve II. Dünya Savaşı dönemlerinde olduğu gibi aralıksız devam ediyor.

2. İngiliz Kraliyet Ailesi Dünya Genelinde Nasıl Algılanıyor?

Algı yönetimi çalışmalarına dair örneklerle başlamadan önce bir durum tespiti yapmakta fayda var. İngiliz devleti ve Kraliyet Ailesi dünya genelinde nasıl algılanıyor? Üç farklı araştırmadan yararlanarak bu soruya cevap bulmaya çalışalım.

Önce Kraliyet Ailesi dünya genelinde nasıl algılanıyor ona bakalım. Önde gelen uluslararası kamuoyu araştırma şirketlerinden Ipsos 2018 yılında (23 Mart – 6 Nisan) 27 ülkeyi kapsayan bir araştırma yaptı. Online olarak yapılan ankete 16-64 yaş aralığında 19.793 kişi katıldı. Romanya, Hindistan, Suudi Arabistan, Malezya ve Brezilya'da olumlu görüşler çoğunlukta iken Arjantin ve Türkiye ise oran olarak en olumsuz görüşlere sahip olan ülkeler (Ipsos Global Advisory, 2018). Bu verilerden de Arjantin halkının Falkland Savaşı'nı henüz unutmadığını, Türk halkının da başta Çanakkale cephesi olmak üzere I. Dünya Savaşı ve Osmanlı Devleti'nin parçalanmasındaki öncü rolü sebebiyle İngilizlerle ilgili algısının olumsuzluğunu anlayabiliyoruz. Küresel olarak katılımcıların yarısı (%51) İngiltere (UK) hakkındaki görüşlerinde Kraliyet Ailesi'nin fark oluşturmadığını, ortalama %23'ü ise daha olumlu etkilediğini söylerken, sadece %11'i daha olumsuz etkilediğini ifade ediyor (Ipsos Global Advisory, 2018) (Bkz. Tablo 1).

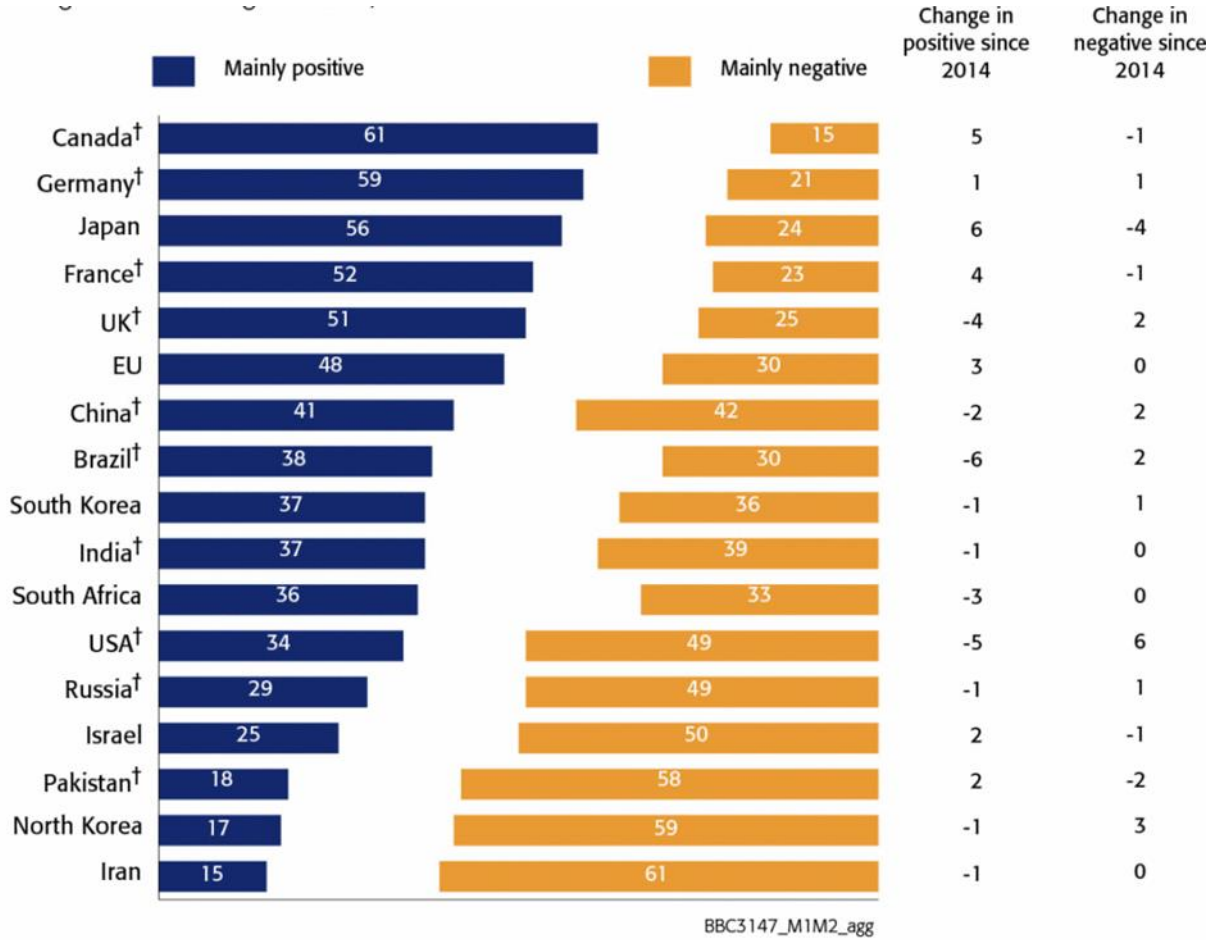


Tablo 1. İngiliz Kraliyet Ailesi'nin Farklı Ülke Vatandaşlarının İngiltere Hakkındaki Görüşlerine Etkisi (Ipsos Global Advisory, 2018)

Ayrıca, Ülke Derecelendirmeleri Araştırması (*The Country Ratings Poll*) GlobeScan/PPC kuruluşu tarafından 19 ülkede 18.000 kişi üzerinde Aralık 2016 ila Nisan 2017 tarihleri arasında yapıldı (GlobeScan, 2017). Katılımcılardan 16 ülke ve AB'nin dünyaya etkilerini "çoğunlukla pozitif" ya da "çoğunlukla negatif" olarak derecelendirmeleri istendi. (Bkz. Tablo 2).

Bu araştırmaya göre dünya sıralamasında Kanada %61 ile en pozitif algılanan ülke konumunda. İkinci sırada gelen Almanya %59, ardından gelen Japonya ise %56 oranlarına sahip (GlobeScan, 2017). Fransa %52'lik oranla Birleşik Krallığın hemen üzerinde yer alıyor. Araştırma yapılan 17 ülke arasında İngilizlerin dünyaya etkisi %51 çoğunluk tarafından pozitif görülüyor, ama bu 2014'e nazaran 4 puan daha aşağıda (GlobeScan, 2017).

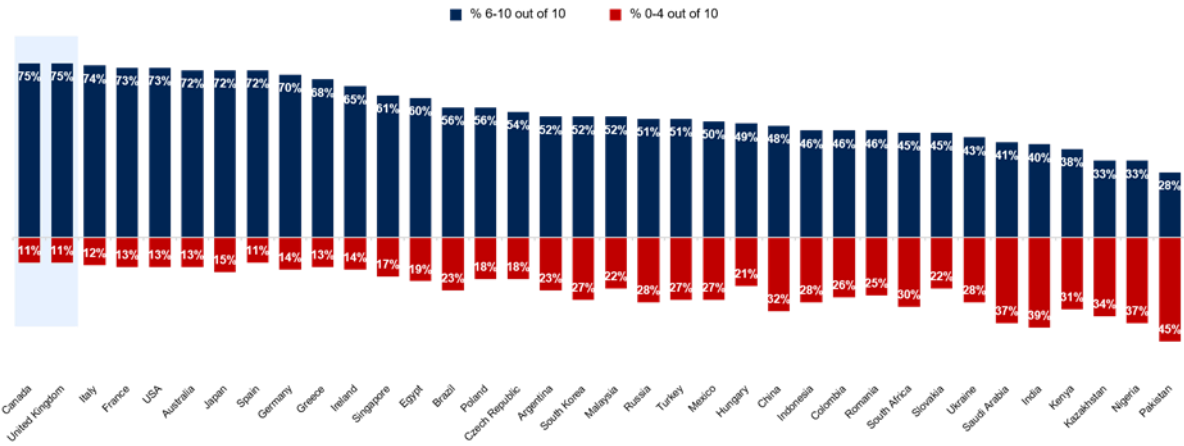
Birleşik Krallık hakkındaki görüşler tarihsel olarak oldukça pozitif, ama bazı AB ülkelerinde düşüş gözleniyor. Almanya'da %51'den 35'e, Fransa'da %72'den 63'e ve İspanya'da %41'den 34'e düşmüş. Benzer düşüşler bazı Milletler Topluluğu (*Commonwealth*) ülkelerinde de görülüyor. Pakistan'da %39'dan 20'ye, Hindistan'da %43'ten 33'e ve Kanada'da %80'den 73'e düşmüş. Çin'deki tutumlar ise bu trende uymuyor, Çinlilerin Birleşik Krallık hakkındaki olumlu görüşleri dikkat çekici şekilde %39'dan 73'e yükselmiş (GlobeScan, 2017).



Tablo 2. Ülkelerin Dünyaya Etkisi Üzerine Kamuoyu Algısı 2014-2017
(GlobeScan, 2017)

3. 36 Ülkede Birleşik Krallık (İngiltere) Algısı

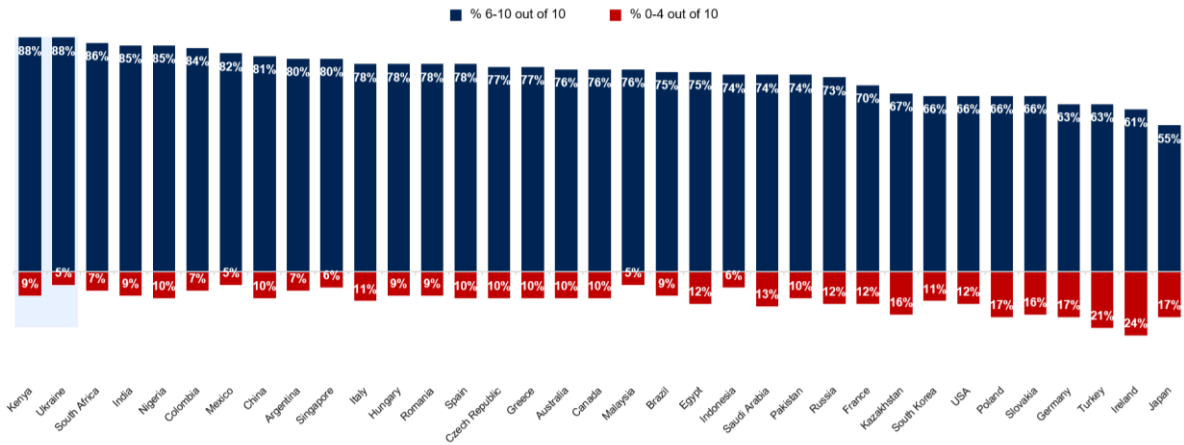
2020 yılında yapılan bir araştırma ise ülkeleri “çekicilik” (attractiveness) kavramı açısından sorguluyor. Ipsos Araştırma şirketi 7 Şubat – 27 Mart 2020 döneminde 36 ülkede 18-34 yaş aralığında, en az ortaöğretim mezunu 37,158 kişi ile bir anket yaptı (Writer-Davies & Williams, 2020). British Council için yapılan bu araştırmaya, 36 ülkenin 19’unda 2016-2018 döneminde trend verisi oluşturacak şekilde üç fazdan sonra 4. faz olarak 17 ülke daha katıldı. 2020 yılındaki çalışma, araştırma yapılan 36 ülkede genç insanların %75’inin Birleşik Krallık ve Kanada’yı “en çekici” ülkeler olarak gördüğünü ortaya koyuyor (Writer-Davies & Williams, 2020). Onların hemen ardından %74 ile İtalya gelirken, Fransa ve ABD %73 ile aynı oranda “çekici” bulunuyor (Bkz. Tablo 3).



Base: Q8. How attractive overall do you find each of the following countries? All participants asked about each country [c: 8,000 per country, 34,550 asked about the United Kingdom]

Tablo 3. 18-34 Yaş Arası Gençlere Göre 36 Ülkenin “Çekicilik” Oranı
(Writer-Davies & Williams, 2020)

Birleşik Krallık en yüksek çekicilik oranına %88 ile Kenya ve Ukrayna’da ulaşırken, Japonya’da ise %55 ile en düşük oran görülüyor. Ancak, ülkeler arasındaki kültürel farklılıklardan dolayı insanların ankete cevap verme biçimi bu oranları maskeliyor. Sıralama konumu dikkate alındığında, Japonlar Birleşik Krallığı 36 ülke arasında 4. sıraya yerleştiriyor. Birleşik Krallık, İrlanda’daki gençler arasında sıralamada en düşük görülüyor (12. sırada). En yüksek olarak da Kenya, Nijerya, Suudi Arabistan, Güney Afrika ve Ukrayna’da Birleşik Krallık birinci sırada “çekici” görülüyor (Writer-Davies & Williams, 2020) (Bkz. Tablo 4).



Base: Q8. How attractive overall do you find each of the following countries? All participants asked about the UK [34,550]

Tablo 4. 35 Ülkenin Gençlerine Göre İngiltere’nin “Çekicilik” Oranları
(Writer-Davies & Williams, 2020)

4. İngilizce İnternette En Çok Kullanılan Dil

Dünya çapında 10 milyon web sitesini inceleyen bir araştırmanın sonuçlarına göre, İngilizce

yayınlanan web siteleri %60,4 oranına sahip (Kemp, 2021). En yakın takipçi Rusça ise %8.5 ile ikinci sırada yer alıyor. İngilizce'nin nüfus olarak payı %16,2 ikinci sıradaki Basitleştirilmiş Çince ise %14,3 paya sahip (Kemp, 2021). Gündelik konuşmalarda, medyada, eğitimde, edebiyatta, akademide, ticari yazışmalarda ve uluslararası organizasyonlarda İngilizce'nin bu kadar önde gelmesi şüphesiz İngiltere için büyük bir *yumuşak güç* (*soft power*) unsuru. İngilizce eğitim kurumları, organizasyonları ve eğitim materyallerinin tüm dünyaya satışının oluşturduğu ekonomi de İngiltere için önemli bir gelir kaynağı.

5. Sürekli Yeni Kelimelerle Zenginleşen Oxford İngilizce Sözlüğü

Yaklaşık 150 yıl önce hayata geçen *Oxford English Dictionary* 600.000 kelime ve 3,5 milyon alıntı cümleden (quotation) oluşuyor. Üç ayda bir güncellemeler ve yeni ilave edilen kelimeler yayınlanıyor. Yeni gelişen teknolojilere ilişkin kelimeler ve bilimsel terimlerin yanı sıra İngilizlerin etkileşim içinde olduğu tüm ülke ve kültürlerden yeni kelimeler sözlüğe ekleniyor. İslam dünyasından Arapça, Farsça ve Türkçe kökenli kelimeler de bunlar arasında yer alıyor. Örneğin “iftar” kelimesini aradığınızda; “the meal eaten by Muslims after the sun has set during Ramadan” (Ramazan’da güneş batınca Müslümanların yediği öğün) açıklamasını ve alıntı olarak da “*After a long day, they break their fast with a meal known as iftar.*”(Uzun bir günden sonra, oruçlarını iftar diye bilinen öğünle açtılar.) cümlesini görebilirsiniz (Oxford English Dictionary, 2005). Bunlar İngilizce ve beraberinde İngiliz kültürünün kuşatıcılığı, tüm dünya kültürlerine entegre olduğu algısını oluşturuyor.

6. Sinema Filmleri İle Propaganda

II. Dünya Savaşı sırasında İngilizler hem kendi vatandaşlarının hem de Amerikan kamuoyunun desteğini almak için çeşitli propaganda filmleri çektiler. Avrupa’da cereyan eden ve İngiltere adasının da işgaliyle sonuçlanabilecek bu tehlikeye karşı ABD’nin yardımını almayı ve dahası ABD’nin savaşa müdahil olmasını istiyorlardı (Harris, 2011). İngiliz Enformasyon Bakanlığı’nın (MOI) Vatan Cephesi ve Amerika bölümünde (Home Front, American division) yapılan çalışmalar bu amaca hizmet ediyordu. Ünlü İngiliz yönetmen Sir Alfred Hitchcock imzalı “*Yabancı Muhabir*” (The Foreign Correspondent) filmi, Amerika bölümünün faaliyeti olarak *örtülü propaganda* ya da *kara propaganda* tarzının önemli örneklerinden biridir (Harris, 2011). Alfred Hitchcock II. Dünya Savaşı sırasında propaganda filmleri üzerinde çalıştı. Bunlardan ikisi Enformasyon Bakanlığı (MOI) için doğrudan propaganda filmi, diğerleri de İngiliz hükümetinin etkisindeki *gri propaganda* filmleriydi. 1940 yapımı “*Yabancı Muhabir*” filmi Amerikan izleyicisinin dikkatini çekip, zihinlerini Müttefikler “iyi”, Almanlar “kötü” olarak görmeye hazırlayan “Hollywood tarzı” bir filmi. Film, propagandacı tabiatını Hollywood aksiyonu tarzıyla örtetek gizleyen klasik bir gri propaganda filmi olmakla birlikte izleyicilerin çoğu bunun tarafsız bir film olmadığını tahmin edebiliyordu (Harris, 2011).

İkinci Dünya Savaşı’nda İngiliz propagandasını araştırdıktan sonra, tarihin bu döneminde İngiliz propagandacıların bu alanda niçin seçkin olduklarını anlamak zor değil. Hem Vatan Cephesi hem de Amerika bölümü (Home Front, American division) propaganda kampanyaları, amaçlarına ulaşmak için özelleştirilmiş hedefler, stratejiler ve taktikler kullandılar (Harris, 2011). İngiliz hükümeti tarafından üretilen birincil kaynakları analiz ettikten sonra ortaya çıkan veriler,

İngilizlerin kendi vatandaşları ve müttefiklerinin kalplerini ve zihinlerini kazanmak için kullandıkları çeşitli özel, zamanla sınanmış ve yenilikçi taktikleri olduğu görüşünü destekliyor (Harris, 2011).

7. James Bond Filmleri ve İngiliz İstihbaratı

James Bond 007, Ian Fleming tarafından 1952'de yaratılan hayalî bir İngiliz ajan karakteridir. Fleming, 1964 yılında ölüncüye dek bu karakter etrafında birçok roman ve küçük hikâyeler yazmıştır. Bond filmleri aynı zamanda dünyanın en uzun serili filmi olma özelliğine sahiptir ("Is James Bond The Longest Running Movie Franchise?", 2020). 2021 yılında 25.si vizyona giren *James Bond* filmleri, ilk filmin yayınlandığı 1962'den bu yana Kraliçe'ye hizmet eden yetenekli bir MI6 ajanının başarılarını tüm dünyaya duyurdu. Ian Lancaster Fleming (1908-1964) İngiltere'nin meşhur devlet adamlarının yetiştiği *Eton Koleji*'nden mezun olmuş ve buradan askerî okula devam etmiştir. İngiliz istihbarat servisi MI6 için çalıştığı, hatta 1955 yılında 6-7 Eylül olayları yaşanırken İstanbul'da bulunduğu, Pera Palas'ta kaldığı ve azınlık vatandaşlarımıza ait dükkanlar yağmalanırken her ne hikmetse Beyoğlu'nda gezintiye çıktığı iddia edilmektedir (Arslan, 2021). James Bond serüvenlerinin yazarı Ian Fleming için yapımcı Barbara Broccoli: "Eski bir casus olarak favori şehrinin İstanbul olmasına şaşırmadım, casus olsam ben de İstanbul'u severdim." diyor. İstanbul 007'nin gözde kentleri arasındadır. *Rusya'dan Sevgilerle* (*From Russia with Love*, 1963), *Dünya Yetmez* (*The World is not Enough*, 1999) ve *Skyfall* (2012) gibi üç sıkı Bond macerasında İstanbul üstüne düşen aksiyon ve politik gerilim görevini başarıyla yerine getirir (Arslan, 2021). Filmlerin kahramanı James Bond, izleyicilerin bilinçaltında Birleşik Krallığa ve Kraliçe'ye hizmet eden ajanların ne kadar maharetli olduğu, en tehlikeli operasyonları bile kendi ülkeleri lehine sonuçlandırabilecekleri algısını oluşturuyor.

8. Dijital Platformlarda İngiliz Dizileri

2016 yapımı *The Crown* (Tac) dizisi, Netflix platformunda dört sezon halinde yayınlandı. (Morgan & Caron, 2016), beşinci sezonun 2022 yılı içinde yayına girmesi bekleniyor. 2019 yılının sonuna kadar dünya çapında 73 milyon hanede izlendi. En İyi Drama dalında Emmy ve Altın Küre sahibi olan dizi, Kraliçe II. Elizabeth'in hayat hikayesi ile birlikte dönemin siyasal ve sosyal olaylarını da dramatize ediyor (IMDb, 2021). Dizi boyunca dünya kamuoyunun bilmediği bazı aile sırları da ifşa ediliyor. Dizide kraliyet ailesindeki bazı karakterlerin zaafı, hatalı davranışları anlatılsa da Kraliçe her zaman olumlu bir portre çiziyor. Aile mensuplarına, Başbakanlara, politikacılara ve çeşitli karakterlere eleştirel bakılsa bile sonuçta Kraliçe için karizmatik bir hava ve hayranlık, saygı duyguları oluşturulmuş oluyor. Dizi İngiliz senarist ve oyun yazarı Peter Morgan imzasıyla, Left Bank Pictures ve Sony Pictures Television şirketlerinin yapımı. Peter Morgan aynı zamanda Kraliçe'nin hayat hikayesini anlatan *The Queen* sinema filminin de senaristi (Lambert, 2021). *The Crown* dizisinde İngiliz hükümeti ve kraliyet ailesinin doğrudan bir sponsorluk ya da ortaklığı gözüküyor.

Kraliçe II. Elizabeth'in en büyük oğlu Galler Prensi Charles, Diana Spencer ile evlenince düğünleri tüm dünya televizyonlarında canlı yayınlanmış, tarihi bir olay olmuştu. Hayatta olduğu yıllarda Lady Diana, magazin medyasının ilk sırada gelen konularından biriydi. Son yıllarda ise Kraliçe'nin torunları ve gelinleri dünya medyasında sık sık yer buluyor. Diana'yı anlatan sinema filmi ve

belgeseller, yaşarken gördüğü ilginin ölümünden yıllar sonra da devamını sağlıyor. *The Story of Diana* ve *Diana in Her Own Words* bu tür belgesellere iki örnek. Diana, kraliyet ailesinin halka sıcak gelen, sempatik yüzüydü. Giyim kuşamı, saç modeli bile milyonlarca kadın tarafından örnek alınmıyordu. *The Crown* dizisinde Diana ve Prens Charles ilişkisine dair bölümlerde, Charles hakkında daha negatif ve sorunların kaynağındaki hatalı kişi algısı oluşuyordu. Bu algıyı düzeltmenin yolu yine bir Netflix belgeseli oldu; *The Windsors* (Campbell, Wulff-Cochrane, Miller, & Blue, 2016).

The Windsors altı bölümlük bir belgesel dizi. Kraliyet ailesinin aslında Almanya'dan İngiltere'ye göçen ve Almanca soyadını değiştirerek "Windsors Hanedanı" adını aldığı gibi çarpıcı bilgilerle başlıyor. Bu şeffaflık, yöntem olarak eleştirel yaklaşımların önünü kestiği gibi ailenin kendi tarihine duyduğu özgüvenin göstergesi oluyor. Prens Charles'ın kamuoyunda olumsuz algılanan Camilla Parker Bowles ile ilişkisi bu belgeselde temize çıkarılıyor. *The Windsors* belgeseli, kamuoyunda Diana lehine ağır basan olumlu algıyı, Charles ve Camilla ilişkisini daha masum gösteren mesajlarla dengeliyor.

Diana cephesinin cevabı ise 2021 sonunda vizyona giren *Spencer* (Prenses Diana'nın Kraliyete Vedası) filmiyle oldu. Diana'nın boşanmayla sonuçlanan peri masalında, yaşadığı sorunlar ve duygu dünyası bu filmde dramatize ediliyor.

Victoria & Abdul sinema filmi ise izleyiciyi biraz daha gerilere, 1800'lere götürüyor. Kraliçe Victoria ile Hindistan'dan getirilen Müslüman asıllı bakıcısının, gerçek hayattan senaryoya aktarılan ilginç bir hikayesi var. Yaşlı Kraliçe, bakıcısından İslam dinini ve kültürünü öğreniyor, çok saygı duyuyor. İslam dünyası ile ilişkilerinde her zaman ince bir siyaset izleyen İngilizler, bu gibi filmlerle de kamuoyuna olumlu mesajlar vermeyi başarıyorlar.

9. İngiliz Kurumlarının Medyadaki Gücü

Londra basını, imparatorluğun çoğundaki gazeteler için bir şablon gibi hizmet ederken, yarı-resmî İngiliz yayın kuruluşu BBC de yayıncılık sistemleri için bir model oldu. BBC 1938 yılında Ortadoğu'ya yönelik Arapça programlar yayımlayarak yabancı dil yayınlarını başlattı. 1946 yılında BBC radyoları 43 dilde yayın yapıyordu. BBC'nin inişleri çıkışları olsa da halen küresel radyo ve televizyon alanında güçlü bir oyuncu olarak kaldı. Koloni medyası olgunlaştıkça, ülkeleri ile Fleet Street (Londra'da gazete merkezlerinin olduğu cadde) arasında mekik dokuyan gazeteciler ve patronları için, Londra 1960'lara kadar bir merkez olarak varlığını korudu. İngiliz kültürünün dünyaya tanıtımında etkin rol oynayan *British Council* ise 1934 yılında kuruldu. Birleşik Krallık'ın uluslararası eğitim ve kültürel fırsatlardan sorumlu en büyük organizasyonu. 100'den fazla ülkede faaliyet gösteren kurumun merkezi Londra'da.

Reuters haber ajansı da İngiliz bakış açısını dünyaya empoze eden en önemli kurumlardan biri. 1938 yılında hükümet ile Reuters arasındaki bir centilmenlik anlaşmasıyla, ajansın hizmetlerini Balkanlar, Ortadoğu ve Uzakdoğu'ya yayması için parasal destek sağlandı. Londra'nın küresel kapitalizmde giderek artan güçlü rolü, özellikle İngiltere'de patlayarak çoğalan gazete mecrası ve onların yabancı haber iştahı Reuters'in büyümesine yardım etti. Fransız ve Alman ajanslarıyla yaptıkları anlaşmalar Reuters'in dünyanın büyük bir kısmına hakim olmasını sağladı. 1970'lerde

Reuters iş dünyası haberleri kökenine geri döndü ve bilgisayar sistemleri dönüşümüne yatırım yaptı (Jenks, 2006). *Financial Times* gazetesi ve *The Economist* dergisi de haberleriyle dünya ekonomisini etkileyen Londra merkezli uluslararası mecralar olarak gücünü koruyor.

Sovyetler Birliği'nin propaganda etkisini kırmak amacıyla, Dışişleri Sekreterliği tarafından 1948 yılında Information Research Department (IRD: Enformasyon Araştırma Bölümü) kuruldu. Bütçesi gizli oylamayla onaylanan bir devlet birimidir. Politikacılar, gazeteciler ve yayıncılara anti-komünist içerikli bilgi, belge ve görsel işitsel malzeme üretiyor, üretenleri destekliyordu. Örneğin 1951 yılında Singapur ofisi, George Orwell'in *Hayvan Çiftliği* eserinin İngilizce, Çince, Tamilce ve Malayca kırktan fazla broşür ve kitabını üretmiş, çizgi roman versiyonunu Güneydoğu Asya gazeteleri için basılacak şekilde göndermiştir. George Orwell'in anti-totaliter kitapları *Hayvan Çiftliği* ve *1984*, Amerikan ve İngiliz propaganda ajansları tarafından yaygın şekilde dağıtıldı. Yerel dillere uyarlanması için yurt dışı hakları satın alınan *Hayvan Çiftliği* 78 bölümlük bant çizgi roman şeklinde Hindistan, Burma, Tayland, Venezuela ve Eritre gibi ülkelerde yayımlatıldı. IRD'nin Orwell gibi desteklediği pek çok köşe yazarı da dönemin anti-komünist propagandasına uygun yazılar kaleme alıyordu. Örneğin *Daily Telegraph* yazarı Hugh Chevins'in Kasım 1949 tarihli, sendikacılığı konu alan 'Uluslararası Emek' makalesi Türkiye, İran, İtalya, Norveç, İsveç ve Hollanda'da on dört gazetede yayımlandı (Jenks, 2006).

1950 yılında İngiltere, Sheffield'ta uluslararası bir Barış Konferansı düzenlenmesi gündeme gelir (Jenks, 2006). İngiliz hükümetinin bakış açısı bu konferansın Moskova yanlısı, komünizme sıcak bakan grupların bir organizasyonu olduğu yönündedir. "Reuters haber ajansının barış hareketine dair gerçekçi iktibaslar ve tasvirler içeren objektif yayınları, hükümette özel bir sorun oluşturdu. İngiliz Milletler Topluluğu (Commonwealth) İlişkileri Bakanı Patrick Gordon-Walker şu noktaya işaret etti; zeki İngiliz okuyucuları Reuters bültenlerinde atıfta bulunulan öfkeli suçlamalar ve iddiaların içini (niyetini) kolaylıkla okuyabilirler, fakat eski kolonilerdeki bilgisiz okuyucular aldanabilir. Karaçi'deki Yüksek Komiser, Pakistanlıların Reuters'a güvendiğini ve okuduklarına inandığını, çünkü onların 'bilgili olmadığını ya da *kritik analiz (eleştirel çözümleme) yetenekleri olmadığını*' ifade etti (Jenks, 2006).

10. Resimli Dergilerle Propaganda

İngilizlerin 1. Dünya Savaşı propaganda çalışmaları kapsamında dünya halklarını etkilemek için yayınladığı çeşitli resimli dergiler vardı. Bunlardan bazılarını Sanders ve Taylor (1982) İngiliz propagandası üzerine yazdıkları kitapta ayrıntılı şekilde ele almıştır. Örneğin, 1916 yılında Güney Amerika ve İspanya'da görev yapan diplomatik görevliler tarafından dağıtılan, önce aylık sonra on beş günde bir yayınlanan *America Latina*; yine on beş günde bir yayınlanan ve Brezilya'ya da gönderilen Portekizce *O Espelho*; Yunanistan'da haftalık yayınlanan *Hesperia* ve Arapça, Farsça, Hintçe tercüme yayınlanan *Al Hakikat* da on beş günde bir çıkıyordu (Sanders & Taylor, 1982). Daha sonra *Al Hakikat*'in Türkçe tercümesi de çıkarıldı. *War Pictorial* (Resimli Savaş Dergisi) aylık olarak çıkarılırken, yorumlar İngilizce, Fransızca, Hollandaca, İspanyolca, Portekizce, İtalyanca, Rusça, Yunanca ve Türkçe dillerinde yayınlanıyordu. Kasım 1917'de *War Pictorial* dergisinin tirajı aylık 750.000 adede yükselmişti. Çin ve Japonya için *Cheng Pao* dergisi yayınlandı. Malayca, Bengalce, Hintçe, Gujerati, Tamilce, Urduca ve Sihler için Gurumkhi versiyonu olan dergiler yayınlandığını da kısaca ekleyelim. *Al Hakikat* dergisinin Türkçe tercüme

hataları gibi konular zaman zaman İngiliz parlamentosuna kadar ulaşan eleştirilere sebep olabiliyordu (Sanders & Taylor, 1982). *The Daily Telegraph* gazetesi Ağustos 1916'da *Al Hakikat* ve *Cheng Pao* dergilerinin yayınından dolayı hükümeti tebrik etmişti. Ancak hükümet ile bu dergiler arasındaki bağlantının gizli kalması konusunda hassas olan Dışişleri'nde ciddi rahatsızlık duyuldu (Sanders & Taylor, 1982).

Genel olarak kameranın yalan söylemeyeceğine inanılan bir zamanda, filmlerin ve fotoğrafların propaganda amaçları için kullanılması bir 'gerçeklik illüzyonu' sağladı. Film kurgu tekniklerinin kullanımı henüz bebeklik çağında olsa da sabit ya da hareketli film (fotoğraf ya da video), kameraman neyi göstermek istiyorsa sadece onu gösterebilir. Burada sunulan görüntüler aslında dikkatlice sahnelenmiştir (Sanders & Taylor, 1982). Günümüzde de sosyal medya platformlarında yer alan bilgiler bu tür bir yanılsamaya yol açıyor. Hakikat-sonrası (post-truth) denilen kavram, kötü niyetle yapılmış yalan yanlış paylaşımların gerçeklere oranla çok daha hızlı şekilde ve daha geniş kitlelere ulaştığını ifade ediyor.

11. Sosyal Medya Üzerinden Algı Oluşturma Gücü

Londra merkezli Cambridge Analytica şirketinin, Facebook kullanıcılarının kişisel bilgilerini analiz ederek 2016 yılındaki ABD başkanlık seçimlerini Donald Trump'ın kazanacağı şekilde bir kampanya yürütmesi skandala yol açtı. Cambridge Analytica CEO'su Alexander Nix, 5 kıtada 200'den fazla seçim kampanyasında çalıştıklarını açıklamak zorunda kaldı. (Watkins & Carol, 2018). *The Great Hack* belgeseli, şirket çalışanlarının itiraflarıyla skandala detaylı olarak anlatıyor (Amer, Dreyfous, Korin, Kos, & Noujaim, 2019). Aynı yöntemlerle, yani büyük veri (big data) analizi ile "davranışsal mikro hedefleme" yaparak yürüttüğü Brexit kampanyası da skandala yol açan, dünya gündeminde yer alan örnek bir vakadır (Horsford & Haynes, 2019). Bu vakalar, İngilizlerin algı yönetimini artık algoritmalar, yapay zeka ve yazılım teknolojisi ile çok etkili bir şekilde yapabildiğinin birer örneği.

12. Millî Savaş Müzesi'nin Son Mesajı

İskoçya, Edinburgh kalesindeki Millî Savaş Müzesi'nin (National War Museum) mızraklar, kılıçlar, kalkanlar ve zırhlarla başlayan galerileri, ilerledikçe günümüz savaş ya da savunma teknolojilerini sergiliyor. Müze salonlarına sığmayacak savaş uçakları ve savaş gemilerinin maketleri, fotoğrafları ve videoları vitrinlerde yer alıyor. Müzeyi bu haliyle gezip bitirenler "*İngilizler bir dönem tüm dünyaya hükmetmiş, üzerinde güneş batmayan bir imparatorluk kurmuş. Bunun yolu da deniz aşırı ülkelere gönderilecek güçlü bir orduya sahip olmak. İngilizler savaşçı bir millet, dünyaya silah zoruyla hakim olmuşlar...*" diye düşünebilir. Oysa müzenin son bölümündeki kurgu bu algıyı yumuşatıyor, hatta tümünden değiştiriyor diyebiliriz. Müzeden çıkmadan önce içinden geçilen son bölümde Prenses Diana'nın fotoğrafları ve bazı özel eşyaları sergileniyor. Prenses Diana, Kraliyet ailesindeki son yıllarında HALO vakfının medyaya yansıyan yüzü oldu (HALO Trust, 2022). HALO vakfı, bazı 3. Dünya ülkelerinde savaştan arta kalan ve sivillerin ölüm ve yaralanmalarına yol açan kara mayınlarının temizlenmesi için çalışmalar yapıyor. Prenses Diana sayesinde, vakfın çalışmaları dünya medyasında genişçe yer alıyordu. İşte müzenin son bölümünde bu faaliyete dair fotoğraflar, Diana'nın giydiği koruyucu yelek ve kask gibi özel eşyalar sergileniyor. Doğal olarak ziyaretçiler, Diana sempatiğinin etkisiyle,

İngilizlerin aslında barış yanlısı olduğu, dünya dengelerine barışçı yoldan katkıda bulunduğu algısıyla müze ziyaretini tamamlıyor.

Sonuç

Bilinçli insanlar, muhatap oldukları medya ve kültürel iletişim araçlarını, sadece eğlenme, hoşça vakit geçirme amacıyla tüketen değil, “kritik analitik” bakış açısı ve eleştirel düşünme süzgecinden geçiren insanlardır. Bu makalemizde İngilizlerin bazı faaliyetlerini kritik analitik bakış açısıyla yorumlamaya çalıştık. Siyasi, askeri ve ekonomik çıkarları korumak amacıyla “algı yönetimi” araçları ve yöntemlerini kullanmak her devletin en doğal hakkı. İngiltere örneğini incelerken, 1900’lü yıllarda bu araç ve yöntemlerin daha konvansiyonel olduğunu, yakın tarihlerde ise sosyal medya ve Netflix gibi dijital platformların öne çıktığını görüyoruz. Verdiğimiz örneklerden de görüldüğü üzere, İngilizler sadece bu mecraları değil her türlü iletişim mecrasını “algı yönetimi” mesajları için kullanabiliyor. “İngiliz aklı” dediğimiz olgu yüzyılların birikimi. Algı yönetimi de bu birikimin önemli unsurları arasında yer alıyor. Devlet adamlarının, medya yöneticilerinin, uluslararası ilişkiler alanında çalışanların, iletişim sektöründe hizmet veren profesyonellerin bu birikimden öğreneceği çok şeyler var.

Kaynakça

Amer, K., Dreyfous, G.W., Korin, J., & Kos, P. (Producers), & Amer, K. & Noujaim, J. (Directors). (2019). *The Great Hack*. <https://www.netflix.com/title/80117542>

Arslan, T. (2021). İstanbul’u Seven Casuslar: James Bond ve Benzerleri. *Dünya Sinemasında İstanbul*. İBB Kültür A.Ş. Yayınları.

Campbell, C. & Wulff-Cochrane, R. (Producers), & Miller, A. & Blue, A. (Directors). (2016). *The Windsors*. <https://www.netflix.com/title/80216651>

GlobeScan (2017). *Sharp Drop in World Views of US, UK: Global Poll*. <https://globescan.com/2017/07/04/sharp-drop-in-world-views-of-us-uk-global-poll/>

HALO Trust (2022). Our History. *Halotruster.org*

<https://www.halotruster.org/about-us/who-we-are/our-history/>

Harris, P. (2011). *British Propaganda: An Analytical Evaluation of British Goals, Strategies and Tactics*.

<https://minds.wisconsin.edu/bitstream/handle/1793/55648/HarrisFall11.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

History.com Editors (2010). Falkland War Ends. *History*. <https://www.history.com/this-day-in-history/falkland-islands-war-ends>

Horsford, L. (Producer) & Haynes, T. (Director). (2019). *Brexit: The Uncivil War*. <https://www.amazon.com/Brexit-The-Uncivil-War/dp/B07QLNMB43>

IMDb (2021). The Crown: Awards. *Internet Movie Database (IMDb.com)*. <https://www.imdb.com/title/tt4786824/awards>

Ipsos Global Advisory (2018). The Royal Wedding 2018: International Perceptions of the Royal Family. *Ipsos*. <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-05/ipsos-mori-royal-wedding-poll-2018-presentation.pdf>

Is James Bond The Longest Running Movie Franchise? (2020, April 17). *Blaze DVDs*. <https://blazedvds.com/blogs/news/is-james-bond-the-longest-running-movie-franchise>

Jenks, J. (2006). *British propaganda and news media in the Cold War*. Edinburgh University Press.

Kemp, S. (2021). Digital 2021: Global Overview Report. *Datareportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Lambert, H. (2021). ‘The Crown’ Showrunner on Bringing the “Most Glorious and Most Sour Fairy Tale of the 20th Century” to Screen. *Hollywood Reporter*. <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/the-crown-showrunner-peter-morgan-season-four-1234996463/>

Morgan, P. (Producer) & Caron, B. (Director). (2016). *The Crown*. <https://www.netflix.com/title/80025678>

Oxford English Dictionary (2005). New Words List March 2005. *OED*. <https://public.oed.com/updates/new-words-list-march-2005/>

Sanders, M. L., & Taylor, P. M. (1982). *British Propaganda during the First World War, 1914–18*. Macmillan International Higher Education.

Writer-Davies, B. & Williams, B. (2020). How Others See Us: Perceptions of the UK across 36 countries. *Ipsos*. <https://www.ipsos.com/en-uk/how-others-see-us-perceptions-uk-across-36-countries>

Watkins, E. & Jordan, C. (2018). Cambridge Analytica suspends CEO Alexander Nix after undercover recordings air. *CNN*. <https://edition.cnn.com/2018/03/20/politics/alexander-nix-cambridge-analytica/index.html>