



ABD Dış Politikasını Meşrulaştırma Aracı Olarak Hollywood Sineması: Tarihsel Bir Özdeyiş

Emel Akbaş*

orcid/ 0000-0001-6667-2588

Öz: Devletler dış politika inşa süreçlerinde diplomasi, savaş, ekonomi, dış yardım ve propaganda gibi araçları ya tek başına ya da beraberce kullanırlar. Yirminci yüzyılın büyük güçlerinden olan ABD, uluslararası kamuoyunu kendi çıkarları doğrultusunda şekillendirebilmek için medyadan, özellikle sinemadan yardım almaktadır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Hollywood Sineması, ABD'nin egemen ideolojisi ve yaşam tarzını (kapitalizm) ihraç etme aracına dönüşmüş; hem bölgesel hem de küresel ölçekte kitleleri etki altına almıştır. Sinema filmlerinin büyük salonlarda topluca ve televizyon kanallarında seyredilebilmesi ve algı inşasında görselliğin doğrudan (propaganda) veya gömülü (subliminal) mesajlar üzerinden bilinçaltına hitap etmesi, böyle olmasında önemli bir rol oynamıştır. ABD Soğuk Savaş Dönemi'nde SSCB ve müttefiklerine; sonrasında ise, Afganistan ve Ortadoğu'nun "terörist" saydığı gruplarına karşı kendisi ve müttefiklerinin izlediği politikalara meşruiyet kazandırmak için, beyaz perdeden sonuna kadar yararlanmıştır. Aykırı örnekler bulunsa da dikkatle bakıldığında Hollywood sineması daha ziyade, kendilerini özenle güdüleyen ABD karar alıcılarının istediği türden filmler yapmış ve yapmaya da devam etmektedir. Bu makale, ABD'nin dış politikada, bir iletişim aracı olarak sinemayı ulusal çıkarlarına uydurmak için izlediği yöntem ve "yedinci sanat" diye tanımlanan sinemanın nasıl siyasallaştırıldığına odaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: ABD, Sinema, Hollywood, İletişim, Dış Politika, Tarih

Hollywood Cinema as a Tool to Legitimate US Foreign Policy: A Historical Maxim

Absract: States use tools such as diplomacy, war, economy, foreign aid and propaganda either alone or together in their foreign policy-making processes. The USA, one of the great powers of the twentieth century, gets help from the media, especially the cinema, in order to shape the international public opinion in line with its own interests. After the Second World War, Hollywood Cinema turned into a tool for exporting the dominant ideology and lifestyle (capitalism) of the

* Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Bölümü, akbasemell@gmail.com

USA; influenced the masses both on a regional and global scale. The fact that movies can be watched collectively in big halls and on television channels, and the visual appeal to the subconscious through direct (propaganda) or embedded (subliminal) messages played an important role in this. USA to the USSR and its allies during the Cold War; Afterwards, he used the white screen to the fullest in order to legitimize the policies he and his allies pursued against the "terrorist" groups in Afghanistan and the Middle East. Although there are contradictory examples, Hollywood cinema has produced and continues to make films that are desired by the US decision makers, who carefully motivate them. This article focuses on the method followed by the USA in foreign policy to adapt cinema as a communication tool to its national interests and how cinema, which is defined as the "seventh art", has been politicized.

Keywords: USA, Cinema, Hollywood, Communication, Foreign Policy, History

Extended Summary

Purpose

In this study, the claim that Hollywood cinema has been transformed into an ideological tool and used effectively in providing the public support that the USA needs is discussed. This claim is supported by the discussion on the films mentioned in the study. The aim of the study is to adopt the US foreign policy and examine the Hollywood cinema as a promotional tool and to reveal the use of Hollywood as a tool in accordance with the US foreign policy strategies and to explain the subject by concretizing with appropriate examples. In the study, in order to create a conceptual framework, the foreign policy and publicity phenomenon of the states, the history of Hollywood cinema and the importance of Hollywood for the USA were examined. In addition, the policies of US Governments to control Hollywood have been researched.

Methods

In the study, in order to create a conceptual framework, the foreign policy and publicity phenomenon of the states, the history of Hollywood cinema and the importance of Hollywood for the USA were examined. In addition, the policies of US Governments to control Hollywood have been researched. With the development of technology and globalization, new tools such as media, cinema, public opinion, pressure groups, non-governmental organizations, which are considered as modern foreign policy tools, have started to be mentioned besides classical foreign policy tools.

Results and Discussion

In the modern world, states are actively using these policy tools. Cinema has been one of the most used tools by states in explaining foreign policy strategies and actions along with political, economic and social policies to the world and their own public opinion. As it can be understood from the study, the USA is one of the countries that uses it most effectively. When the film industry is mentioned in today's world, the first thing that comes to mind is Hollywood cinema. The final result of the study has given the first systematic examples of Hollywood as a legitimizing outlet for the promotion and actions of US policies, primarily with the practices in the Cold War period. In this process, the anti-communist spirit, which was effective in the USA during the Cold War, realized the importance of the cinema industry long ago and used Hollywood movies as a tool to provide the support of the people living in different parts of the world and to shape their thought patterns. As a result of the study, it can be said that Hollywood has always been the fourth largest power in the US arsenal, apart from the military, economic and political power elements of the US, for American decision makers.

The democratic political system of the United States lifestyle, mass culture, competitive free trade, human its progressive attitude towards human rights, technology and mass media its innovative nature surrounds the world, television programs and feature films occupy a large part of the international market. Encompasses popular music in a global dominant position. There are other societies, eating and drinking habits and clothing style. It is being imitated more and more every day by scientific discoveries. Has brought a significant part of it to humanity and continues to do so. It is the first place among the places that young people who want to get education want to go. Ranks and receives more brain drain than any other state, source a large part of global computer chat networks and manages these networks, the most talked about and it has the most preferred language in international correspondence. All these soft power possibilities are within the international system of the USA. has a much greater gravitational pull than other states operating in to have, to arouse much more admiration than them, great morality than any other country in the world. Authority and the hegemony of this country to other states. The creation of a suitable foreign policy environment for the implementation of makes a great contribution. However, the soft power opportunities in question, the foreign policy of the USA. That it has solved all the problems it has faced in the field and that this country has on the exercise of its political supremacy over other states. It cannot be said that it created an exceptionally favorable international political environment. Especially the unpopular political activities of the USA, this country's soft eliminates the advantages brought by power sources and harms its image in the international arena. If the US is soft to continue the gains that power facilities provide and if it wants to restore its damaged international image, on the one hand, international should put an end to his political actions that are not liked by the society, on the

other hand, by developing soft power possibilities as much as possible, should be used effectively. The seventh branch of art in literature, which is a visual and auditory mass media tool. In the globalization process we are in, cinema can reach people very quickly and affect them easily it is an important source of soft power. aware of this situation states, governments, individuals or groups, their thoughts, ideas, spreading their beliefs, social, political and cultural values to other societies intensely use cinema to make an impact on them uses. Dominating the international cinema industry after the first World War one of the strongest in the international film industry in today's world. Hollywood films that are representative of seen as an important source of soft power and effectively is used. As a matter of fact, the USA, through Hollywood movies, spreading the thoughts, ideas, beliefs, social, political and cultural values of the society to other societies and controlling their ideas legitimizes its economic and political projects. One of the endless communicative links the US has when the Hollywood movies, which are clothing, music, architectural structures, social norms and traditions, eating, drinking and entertainment habits, individuals' world opinions, beliefs, ways of thinking about life, lifestyles, expressions, discourses, etc. reflects the moral and national cultural values of this country and is in the national interest of this country. The mind of the world that accepts its foreign policy actions as legitimate. It is clearly seen that he is marketing the ideas that will lead to the formation of. The psychological trauma experienced by the soldiers who participated in the Iraq war on the screen. In the movie, In the Valley of Elah, the characters are that his soldiers used disproportionate force against the Iraqi people, torture them.

Giriş

Tarih boyunca iletişim, insanlarca örgütlenmiş üstyapı kurumlarından olan devlet tarafından etkin olarak kullanılmıştır. İletişimin en etkili, şüphesiz görsel olanı ve türevleridir. Zira görsellik, insanoğlunun kendisini anlatmada, konuşma ve yazmadan önce kullandığı iletişim aracıdır. İnsanlar tarihin erken çağlarında mağara duvarları ve papirüs kâğıdı üzerine resimler çizmişlerdir. Mısırlıların kullandığı hiyeroglif yazısının, çivi yazısı ile eş zamanda ve görsel temelli olduğu da unutulmamalıdır.

Aradan milenyumlar geçmiş olmasına rağmen görsel iletişim, insanoğlunu bugün de etkilemeye devam etmektedir. ABD, görsel iletişimin nispeten yeni sayılabilecek bir türü olan sinemayı, etkili bir propaganda aracı olarak kullanan ilk modern devlettir. "Yedinci Sanat" olarak adlandırılan sinema hem göze hem de kulağa hitap etmesiyle insanların duygu, düşünce, dolayısıyla algıları üzerinde etkili bir kitle iletişim aracıdır (Kırık, 2013: 71 - 72). Bu sebeple Amerikan sinema

endüstrisinin merkezi olan Hollywood (Teksoy, 2012: 116)¹, dünyada sinema sektörünün de zirvesindedir. Bütçesi çok dolgun olan Amerikan sinema endüstrisi sadece eğlence amaçlı değil, ABD Hükümeti'nin değerlerini, rıza yoluyla küresel ölçekte geçerli kılmaya çalışan, politik amaçlı bir sektördür.

Sinema tarihyazımına geleneksel ve çizgisel bir bakışla değil, tam tersine bütünsel ve kapsayıcı bir bakış açısıyla bakmak gerektiği kabulünden hareketle yöntem olarak bütünsel sinema tarihyazımı ile de paralellik taşıyan nitel araştırma yöntemine başvurularak hazırlanan bu çalışmada inceleme konusu olarak belirlenen probleme ilişkin sorgulayıcı, yorumlayıcı ve problemin doğal ortamındaki biçimini anlama uğraşı içine girilmeye çalışılmıştır. Çalışmada kavramsal bir çerçeve oluşturmak adına devletlerin dış politika ve tanıtım olgusu, Hollywood sinemasının tarihi ve Hollywood'un ABD için önemi incelenmiştir. Ayrıca ABD Hükümetlerinin Hollywood'u kontrol etmeye yönelik politikaları araştırılmıştır. Teknolojinin gelişmesi ve küreselleşme ile birlikte klasik dış politika araçlarının yanında modern dış politika araçları olarak kabul edilen medya, sinema, kamuoyu, baskı grupları, sivil toplum kuruluşları gibi yeni araçlardan da söz edilmeye başlanmıştır. Bu çalışmada Hollywood sinemasının ideolojik bir araca dönüştürüldüğü ve ABD'nin ihtiyaç duyduğu halk desteğini sağlamada etkin bir şekilde kullanıldığı iddiası ele alınmaktadır. Bu iddia, çalışmada bahsedilen filmlerle ilgili tartışma ile desteklenmektedir. Çalışmanın amacı, ABD dış politikasını benimseyerek bir tanıtım aracı olarak Hollywood sinemasını incelemek ve Hollywood'un bir araç olarak kullanımını ABD dış politika stratejileri doğrultusunda ortaya koymak ve uygun örneklerle konuyu somutlaştırarak açıklamaktır. Çalışmada kavramsal bir çerçeve oluşturmak adına devletlerin dış politika ve tanıtım olgusu, Hollywood sinemasının tarihi ve Hollywood'un ABD için önemi incelenmiştir. Ayrıca ABD Hükümetlerinin Hollywood'u kontrol etmeye yönelik politikaları araştırılmıştır.

Dış Politika Araçlarına Kısa Bir Bakış

Tarih boyunca, devletlerin dış politika faaliyetlerini yürütürken kullandığı değişik araçlar olmuştur. Orta Çağ'da, devletlerarası ilişkilerde kullanılan temel yöntem savaştı. Bir devlet; ganimet elde etmek, toprak kazanmak veya algıladığı tehdidi ortadan kaldırmak için savaşa başvuruyordu (Aydın, 2004: 43). Devletlerarası ilişkilerde bu dönemde iş birliği, tanıtım ve diplomasi gibi unsurlara rastlamak mümkün değildir. 1648 tarihli Westphalia Antlaşması'ndan (Gross, 1948: 20 – 41)² sonraki iki yüzyılda dış politika; protokol kuralları, aktörleri ve

¹ Amerika Birleşik Devletleri'nin Kaliforniya eyaletinde bulunan Los Angeles kentinin bir bölgesidir. Kent merkezinin kuzeybatısında yer alır. Sinema stüdyoları ve film yıldızlarının oturduğu evlerin bu bölgede yoğunlaşmasından dolayı Amerikan sinema endüstrisiyle özdeşleşmiştir. Rekin Teksoy, *Rekin Teksoy'un Ansiklopedik Sinema Terimleri Sözlüğü*, İstanbul: 2012, Oğlak.

² İspanya ile Felemenk Devleti arasındaki Seksen Yıl Savaşı (1568-1648) ile Otuz Yıl Savaşları'nın (1618-1648) ardından imzalanan Westphalia Antlaşması modern devletlerin doğuş tarihi olarak kabul

kurumlarıyla ortaya çıkacaktı (Arı, 2003: 43). Dış politikaya özgü “güvenlik”, “devletlerarası siyasi ilişki” ve “güç dengesi” gibi kavramları da bu gelişimden ayrı görmemek gerekir. XVIII. ve XIX. yüzyılda dış politika için oldukça kapsayıcı olan bu kavramlar, günümüz koşulları ve imkânları düşünüldüğünde yeterli değildir (Sönmezoğlu, 1992: 105). Geçen yüzyıldan beri, teknolojik gelişmenin siyaset, ekonomi ve toplum üzerindeki etkisi giderek artmaktadır. Diplomasi, antlaşmalar, elçilikler ve benzeri geleneksel unsurlar dış politikada varlığını ve önemini sürdürse de günümüz doğasına uygun yeni kavramlar ve araçlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu tarz dış politika araçlarının başında “tanıtım” gelmektedir. Devletler son yüzyılda, uluslararası sistem (Evans & Newnham, 2007: 634)³ ve uluslararası kamuoyu (Evans & Jeffrey, 2007: 336)⁴ karşısında, dış politika karar ve eylemlerine meşruiyet kazandırmak için, tanıtımdan etkin bir şekilde yararlanma yarışına girmiştir. Bu yarış kızıştıran, ulusal sınırların önemini etkisizleştirip mal ve hizmet alımını hızlandıran küreselleşme olgusudur. Tanıtım ve tanıtım yöntemleri, devletlerin dış politikalarının etkilediği alanın büyütülmesine yardımcı olmaktadır. Bu durum, uluslararası sistem ve kamuoyuna verilecek mesajlarla tanıtım imgelerinin kısa, orta ve uzun vadeli getiriler üretmesi için doğru seçilmelerini gerektirmektedir.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, özellikle Soğuk Savaş’ın (Oran, 2001: 536)⁵ başlamasıyla birlikte ABD, bir denge unsuru olarak SSCB karşısına dikilince, tanıtım işini sistematik bir etkinlik haline getirmiştir. Soğuk Savaş’ın sona ermesiyle (1991) birlikte, uluslararası sistemde tek güç olarak kalan ABD, küresel gücünü korumak için sistemi kendi kurallarına göre şekillendirmek ve bunu yaparken uluslararası toplumun gözünde eylemlerine meşruiyet kazandırmak istemiştir.

Modern devletlerin dış politika inşa ve eylem süreçlerinde bir diğer önemli araç, “propaganda” kavramıdır. Propaganda kabaca, bireyler ve gruplar aracılığıyla diğer grupların kanılar ve davranışlarını iletişim araçları üzerinden etkileme, değiştirme veya denetlemeye yönelik bilinçli bir davranıştır (1962, akt. Arı, 2013: 369). Propagandanın hedef kitlesi devlet görevlilerinden ziyade, ülkelerin halklarıdır (Arı, 2013: 369). Kültürel bakımdan sinema, son derece etkili bir propaganda aracı olup dış politikasına etki edilmek istenilen devletlerin halkları

edilmektedir. Antlaşma ile İspanya, Felemenk Devleti’nin bağımsızlığını tanımıştır. L. Gross, “The Peace of Westphalia, 1648-1948”, *The American Journal of International Law*, 42, 1, (1948), p. 20-41.

³ Uluslararası sistem; siyasal, toplumsal ve ekonomik bir sistemdir. Uluslararası sistem teorisi, devletler arasındaki güç dağılımını, devletlerin birbiriyle ve çevreleri ile olan ilişkilerini, ulus devletlerin oluşturduğu yapıyı inceler. G. Evans & L. Newnham, *Uluslararası ilişkiler sözlüğü*, çev. H. Ahsen Utku, İstanbul: 2007, Gökkuşbe.

⁴ Birden fazla toplumun önemli bir kesimi tarafından belirli bir konu üzerine ifade edilen bireysel görüş, tutum ve inançların toplamıdır. G. Evans & L. Newnham, *Uluslararası ilişkiler sözlüğü*, çev. H. Ahsen Utku, İstanbul: 2007, Gökkuşbe.

⁵ Soğuk Savaş kavramı İkinci Dünya Savaşı sonrasında temelde ABD ile SSCB arasında gelişen düşmanca ilişkileri ve ideolojik çatışmaları tanımlamak için kullanılmıştır. Bu çatışma kendini açık askeri eylemlerle değil, ekonomik baskı, propaganda ve silahlanma yarışıyla göstermiştir. Bu dönem için çoğunlukla Churchill’in 1946’daki “demir perde” konuşması başlangıç kabul edilmektedir. B. Oran, *Türk Dış Politikası*, I, İstanbul: 2001, İletişim.

ve/veya uluslararası kamuoyuna verilmek istenilen mesajın alınmasını kolaylaştırır. İster Soğuk Savaş dönemi ister sonrasında yapılınsın psikolojik savaşın amacı, hedef ülke (ve devlet) halkının, hükümetine olan bağlılığını bozmak veya kendi değerlerinden uzaklaştırmaktır (Arı, 2013: 377).

Hollywood Sineması ve Küresel Etkisi

İktisadi ve teknolojik üstünlüğü sayesinde ABD, Hollywood sinemasına tanıtım için önemli yatırımlar yapmıştır.⁶ ABD’nde toplumun sinemaya verdiği önem ve kullanılan yenilikçi teknolojiler, Hollywood sinemasını bir endüstri haline dönüştürmüştü. Küresel ölçekte izlenen ve dünya sinemasının bazı kısa dönemler hariç rekabet edemediği Hollywood sineması, ABD imajını güçlendiren bir araç niteliğindedir (Robb, 2002: 23 – 25).



Şekil 1: Los Angeles, Kalforniya’da bulunan Amerikan kültür simgesi

Beyaz Saray-Hollywood birlikteliğinin başlangıcı 1942 yılına dayanmaktadır. ABD Başkanı Franklin Roosevelt, aralarında John Ford ve Frank Capra gibi yönetmenlerin de bulunduğu birçok önemli sinemacıyı Beyaz Saray’a davet ederek, psikolojik seferberlik perspektifiyle onlarca film yapmalarını istemiştir. Bu amaçla Hollywood’da kurulmuş bir irtibat bürosuna (Ryne & Kellner, 1997: 32 – 36) verilen görev, ABD dış politikası ve eylemlerini film yaparak desteklemektir. Soğuk Savaş’ın başlaması ile büro kalıcı hale gelip kurumsallaşınca, Hollywood ile ABD yönetimi arasındaki ilişki de resmi bir hal alır.

⁶ “Hollywood Sinemasından Kültürel Emperyalizme”, <http://www.acikmedeniyet.com>, 27.03.2019.

ABD'nin özellikle müzik, edebiyat ve teknoloji kullanımı konusunda kendi yaşam tarzını, filmlerde gömülü olarak da dayattığı bilinmektedir. Sahne gerisinde asılı durumda görünürken 50 yıldızlı bayrak, ABD'nin girişimci orta sınıfının yaşam tarzı olan bahçe içindeki iki katlı ve havuzlu ev, kısacası "Amerikan rüyası" Hollywood sinemasının klasikleridir. New York Times eski muhabirlerinden Stephen Kenzer'e göre, ABD'nin uluslararası şirketleri de Amerikan rüyasının diğer devletlere, dolayısıyla diğer halklara ulaşmasında önemli rol oynarlar. ABD dış politikasının önemli hedeflerinden biri olan, uluslararası kamuoyunun oluşturulmasında etkili olan bu şirketlerin bir bölümü doğrudan Hollywood ile bir bölümü de Wall Street⁷ üzerinden dolaylı olarak Hollywood ile bağlantılıdır (Kurtoğlu, 2013: 13). ABD sinema endüstrisi çektiği aksiyon filmleri, romantik komediler, korku sineması örnekleri ve benzeri ürünleriyle dünya çapında bir iktisadi pazara sahiptir. ABD'nin muhalif olduğu ülkeleri konu alan filmlerde (İran, Rusya, K. Kore, Afganistan ve Irak) işlenen konular ve verilen mesajlar üzerinden aynı zamanda kültürel bir alıcı kitlesine ulaştığı da bir gerçektir. Soğuk Savaş sonrasında halkların apolitik bir zemine çekilmesi, kapitalizmin şekere bulanmış hali olan piyasa ekonomisinin bir değermiş gibi takdim edilmesi ve küreselleşmenin alternatifsizliğini dayatan söylemlerin sıklığında, Hollywood sinemasının payı büyüktür.

ABD sineması 1946-1949 yılları arasında, Avrupa'ya çok sayıda film pazarlamıştı. Bunların 2600'den fazlası İtalya, 1300'den fazla film de Hollanda'ya gönderilmişti.⁸ Harabeye dönmüş Avrupa'yı ayağa kaldırmaya aday Marshall Planı ile Avrupalı devletlerden sinema sektörünün geliştirilmesi de istenmişti (Bayramoğlu, 1999: 22). Fransa ile yapılan 1946 tarihli Blum-Byrness Anlaşması ile Amerika, Fransa'nın kendisine olan borçlarını silmek karşılığında, Fransa'da bazı sanayi kollarında ticari ayrıcalık istemiştir ki bunlar arasında sinema endüstrisi de bulunmaktadır. Söz konusu anlaşmadan önce Fransa'da 38 Amerikan filmi gösterime girmiş iken, anlaşma sonrasında bu sayı 338'e çıkmıştı (Ulusoy, 2006: 24).

Sinema üzerinden ABD'nin kazancını, gişe hasılatından ibaret saymak fevkalade yanıltıcıdır. Örneğin bir filmde bir aktörün giydiği pantolon, bir aktristin yaptırdığı saç modeli, kullanılan bir araba, içilen bir içecek ve benzeri unsurlar çok sayıda doğrudan ve gömülü mesajla birlikte, ABD mallarına olan talebi arttırmakta, hatta patlatmaktadır. Bu filmlerde kullanılan objeler ve hatta cümleler, özellikle gelişmekte olan ülkelerin eğitimi yetersiz gençleri arasında sorgulanmadan kabul edilmekte, ulusal kültürün yozlaşmasına kapı aralamaktadır (Kazgan, 2004: 35 – 42).

⁷ Wall Street, ABD New York'ta, Manhattan'ın güneyinde, ülkenin önde gelen bazı finans kuruluşlarının toplandığı sokaktır. Toplam piyasa değerlerine göre dünyanın en büyük iki borsasına (NYSE ve NASDAQ) ev sahipliği yapmaktadır. Refah dönemlerinde kısa sürede zengin olmanın yolunu simgeler hale gelmiştir. 1929'da ABD menkul kıymetler piyasasının çökmesinden sonra da ekonomiyi altüst edecek kadar güçlenmiş olan vurguncuların kalesi olarak görülmeye başlanmıştır. <https://www.wsj.com/>, 24.11.2022.

⁸ "ABD Film Endüstrisi", www.sinemadusun.com/sinyaz/htm, 07.02. 2021.

Hollywood filmleri, Amerikan halkının yaşam tarzının diğer uluslarinkinden üstünlüğünü, zenginliğini, değerlerinin yüceliğini, göreceli olarak özgürlükçülüğünü, askeri gücünün ihtişamını vurgulayarak ön plana çıkarmaktadır. Rıza yoluyla sistematik olarak belletilen mükemmellik yanılması, insanların tüketime olan taleplerinin artmasında, yeni tüketim alışkanlıkları ve davranış kalıpları geliştirdiğinden, büyük bir ekonomik sektör oluşturmada da aracı bir rol üstlenmektedir (Rotha, 2000: 91 – 94).

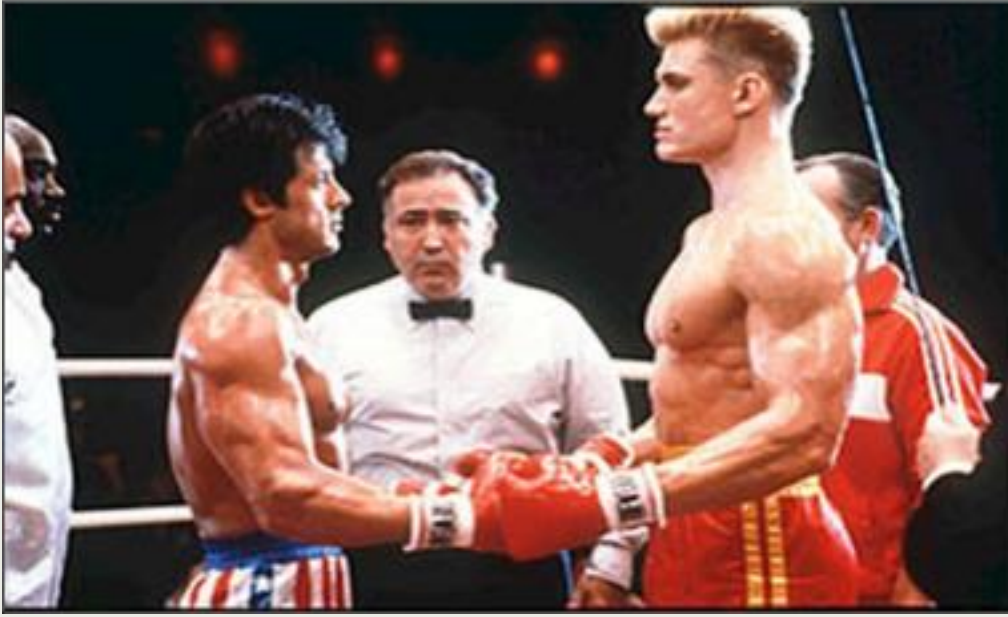
Hollywood sineması genelde, Amerikan dış politikasıyla uyumlu senaryoları çekip toplumla buluşturmaktadır. Ara sıra, örneğin Michael Moore'un "Fahrenheit 9/11" gibi eleştirel bakan film çalışmaları da olabilmektedir. Belgesel film, Oscar ödül töreninde yaptığı Bush karşıtı konuşmasıyla gündeme gelen Moore'un Bush ailesi ile Suudi kraliyet ailesi ve bin Laden ailesi arasındaki çıkar ilişkisine yönelir. ABD'de belgesel filmi izlemek birçok insan için muhalif olduğunu ifade etmenin bir aracı haline gelmiştir. Bu nedenle sinema salonları önünde büyük kalabalıklar oluşmuştur (Serttaş Ertike, 2012: 77-99). Belgesel filmin yapımcılığını Michael Moore, Jim Czarnecki ve Kathleen Glynn üstlenmiştir. Aslen İrlandalı olan Michael Moore Hollywood sinema yönetmenlerinin profili dışında kalan nadir yönetmenlerinden biri olma özelliğini taşır.

Soğuk Savaş döneminde SSCB, Vietnam Savaşı döneminde Asyalılar, Soğuk Savaş sonrası dönemde ise Ortadoğulu teröristler, ABD ve Amerikan yurttaşlarının ötekileri yapılmışlardır (Rotha, 2000: 94 – 96). Bu, iyi-kötü ayrımı gibi, insan beynine kolayca yerleşebilecek kültürel kodlar kullanımıyla mümkün olabilmektedir. İyi ile kötünün savaşında, iyiler hep olağanüstü özelliklerle donatılmış Amerikalı kahramanlar; kötüler ise, Amerikan halkından olmayanlardır. Ötekilerin ulusal kimliği, döneme göre değişiklik göstermekte; kimi zaman bir Rus, kimi zaman bir Asyalı, kimi zaman da Ortadoğulu bir Müslüman olmaktadır (Ryne & Kellner, 1997: 18 – 22).

Bu bağlamda, Soğuk Savaş Dönemi'nde SSCB ile yaşanan rekabet, Hollywood sinemasının önemli aksiyon filmlerinden Rocky'de göze çarpmaktadır. İtalyan asıllı bir ABD yurttaşı olan Rocky Balboa, Rus boksör ile kıyasıya bir rekabete girişmektedir. Müsabaka öncesinde Rocky karakterinin aile yapısı, arkadaşlarıyla dayanışma halinde olması, çalışma azmi ve sportmenlik vurgulanırken; Rus boksör ve ekibinin saldırganlığı, hileye başvurusu, Sovyet yetkililerin müsabakayı kazanması için Rus sporcuya baskı yapmaları, elbette sadece film senaryosu olarak değerlendirilmemelidir (Robb, 2002: 51). Esasen ABD, sinema üzerinden komünist rejimi ötekileştirmektedir. Rocky filminin tüm dünyada izlenip önemli bir gişe hasılatı elde ettiği unutulmamalıdır. Hollywood sinemasının ürettiği bir diğer karakter olan Rambo ise, SSCB'nin işgalinden sonra Afganistan'ı kurtarma işine girişmiş ABD'li bir kahraman olarak beyazperdeye yansımıştır.

ABD'nin Soğuk Savaş döneminde doğrudan dahil olduğu Vietnam Savaşı, Hollywood sinemasında önemli bir yer edinmiştir. Amerikan halkı, bu savaş ve Uzak Doğu'daki ormanlarda ölme gereğinin sebebini bir türlü anlayamadığı için, Amerikan kamuoyu için savaş anlamsız hale gelmiştir. Bu noktada Hollywood'un

görevi, imajı zedelenmiş Amerikan askerleri ve siyasetine makyaj yaparak düzeltmek olmuştur. *Eve Dönüş*, *Avcı (Hunter)*, *Kıyamet (Apocalypse Now)* gibi



Şekil 2: Rocky IV Filminden Bir Kare (1986)

filmler, bu çabanın ürünüdürler. Bu filmlerin ortak yanı, Vietnam'daki savaşı sorgulamadan ülkesi ve değerleri için çatışmaya katılan kahraman askerlerin yaşadığı sıkıntılardır.

Soğuk Savaş bitip Doğu Bloğu dağıldığında ABD ve destekçisi ülkeler, kapitalizmin nihai bir zafer kazandığı ve bundan böyle ABD'nin başında olduğu tek kutuplu bir dünyanın var olacağını düşünmüşlerdir. 11 Eylül 2001'de New York ve Washington'a yapılan uçaklı intihar saldırılarından sonra George W. Bush başkanlığındaki ABD yönetiminin dış politikasında Ortadoğu ve Afganistan nüfuz alanı olarak ortaya çıkmıştır. Başdanışman Karl Rove ile yapılan görüşmelerden sonra, Hollywood'da vatansever filmler çekilmesi ve filmlerde terörizm ve teröristlerle ilgili konuların işlenmesi kararlaştırılmıştır (Robb, 2002: 26). Afganistan ve Irak'ın işgali, Kuzey Kore ve İran'a yönelik baskıların arttığı 11 Eylül sonrasında, 1970'lerde Rus casuslarla savaşan James Bond, 1990'lı yıllarda uluslararası teröristler ve diktatör rejimlerin nükleer silah tehdidiyle boğuşur hale gelmiştir (Rotha, 2000: 86 – 89). Bu dönemde çekilen Hollywood filmlerinde dünyanın başına gelebilecek tüm felaketler önce Amerika'da ortaya çıkmakta, yıkım tüm dünyaya yayılmadan Amerika tarafından önlenmekte, deyim yerindeyse kendini dünya ve insanlık için feda eden bir Amerika seyirci karşısına çıkartılmaktadır. ABD, Yarından Sonra (*The Day After Tomorrow*) adlı filmde dünyayı küresel ısınmadan korurken, emisyon gazlarını azaltarak küresel ısınmaya karşı ciddi önlemleri getiren "Kyoto Protokolü" ne imza atmamıştır. Böylece ABD sinema aracılığı ile gerçeği gizlemekte ve hatta çarpıtmaktadır. Ayrıca ABD, kendine tehlike olarak gördüğü ülkelere yönelik baskı oluşturabilecek alternatif kanallara başvurmaktadır. Örneğin Almanya karşısında Hollywood

sineması, hemen her yıl en az bir tane, Nazilerin soykırımını konu edinen bir filmi piyasaya sürmektedir. Aynı şekilde Oscar Ödülleri'nin hiç değişmeyen teması, Yahudi soykırımı olmaktadır. ABD'nin Japonya konusunda izlediği stratejiler de, Almanya ile benzerlik taşımaktadır. Japonya'ya yönelik baskı sinemada, özellikle II. Dünya Savaşı yıllarında Japon askerlerinin işgal ettiği topraklarda yerli halka yaptıkları işkencelerin belgelenmesi şeklindedir. İnce Kırmızı Hat (The Red Line) ve Pearl Harbour, bu yöndeki sayısız filmlerden yalnızca öne çıkan ikisidir.

Konunun bir başka boyutu ise, ABD'nin süper güç olma yolunda sinemadan aldığı destektir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ABD, sadece ekonomik, siyasi ve askeri gücünü değil, Hollywood sinemasını da kullanmıştır. Sinema, ABD'nin ihraç etmek istediği ideoloji ve satacağı şekerli içecekler, araba, fastfood, teknolojik aletler ve silahın da tanıtım ve reklamını yapmıştır. Ekonomik büyüme ile dünya hegemonyası kurmak, süper güç olmak arasındaki bağ herkesçe bilinen bir gerçekliktir.

Sonuç

ABD'nin dış politikasında tehdit algılaması, zamana göre değişiklik göstermiştir. Soğuk Savaş başladığında Sovyetler Birliği, 1960'lardan itibaren ayrıca Çin Halk Cumhuriyeti, 1990'larda Irak ve Saddam, 2001'den sonra El Kaide, terörizm, radikal İslâm ve Kuzey Kore. Bunlara karşı mücadelesini ve bu mücadelede müttefik arayışını meşrulaştırmak için ABD, Hollywood sinemasını etkili bir propaganda amacı olarak kullanmıştır. Hollywood filmleri sadece eğlence, hoş zaman geçirme ve sanat için çekilmeyip Amerikan halkının üstünlüğü, zenginliği, göreceli özgürlükçülüğü ve en önemlisi askeri gücünün ihtişamını vurgulayarak algı oluşturmaktadır. ABD'nin askeri ve ekonomik bakımdan süper güç olarak algılanmasını kolaylaştıran tam olarak budur.

Kaynakça

- Arı, T. (2003). Uluslararası ilişkiler teorileri: çatışma, hegemonya, işbirliği, İstanbul: Alfa.
- Aydın, M. (2004). "Uluslararası İlişkilerin Gerçekçi Teorisi", Uluslararası İlişkiler Dergisi, 1/4, 33-60.
- Bayramoğlu, M. (1999). "Marshall Planı'ndan Bahar Devrimine Hollywood Sinema Endüstrisi", Evrensel Kültür Dergisi, 93, ss. 1-24.
- Evans, G. & Newnham, J. (2007). Uluslararası ilişkiler sözlüğü, çev. H. Ahsen Utku, İstanbul: Gökkuşbu.
- Gross, L. (1948). "The Peace of Westphalia, 1648-1948", The American Journal of International Law, 42, 1, 20-41.

- Kazgan, G. (2004). Küreselleşme ve Ulus Devlet, İstanbul: Bilgi Üniversitesi.
- Oran, B. (2001), Türk dış Politikası, I, İstanbul: İletişim.
- Robb, D. L. (2002). Operation Hollywood, New York: Prometheus.
- Rotha, P. (2000). Sinemanın öyküsü, çev. İbrahim Şener, İstanbul: İzdüşüm.
- Ryne, M., Kellner, D. (1997). Politik kamera, çev. Elif Özsayar, İstanbul: Ayrıntı.
- Serttaş Ertike, A. (2012). “Fahrenheit 9/11 Belgeselinin İletişimsel Eylem Kuramı ve 5 Basamaklı Etik Çözümleme Modeline Göre Analizi”, İletişim Çalışmaları Dergisi, 2, 77-99.
- Sönmezoğlu, F. (1992). Uluslararası ilişkiler sözlüğü, İstanbul: Beta.
- Teksoy, R. (2012). Rekin Teksoy’un ansiklopedik sinema terimleri sözlüğü, İstanbul: Oğlak.
- Türk dış politikası I, (2001). ed. Baskın Oran, İstanbul: İletişim.
- Ulusoy, N. (2006). Televizyon sinema dayanışması ve Fransa örneği, Basılmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. “ABD Film Endüstrisi”, www.sinemadusun.com/sinyaz/htm.https://www.wsj.com/