

Rıza Üretiminden Karşı Propagandaya: Sinemada Milliyetçilik Söylemleri ve Halkla İlişkiler

ÖZET

- Aytuğ MERMER
ÜZÜMLÜ
Dr. Öğr. Üyesi Amasya
Üniversitesi
aytug.mermer@amasya.edu.tr
ORCID ID: 0000-0001-6410-4974

Bu çalışma sinema sektörünün sadece bireylerin iyi vakit geçirmesini sağlayan bir kitle iletişim aracı değil aynı zamanda kimliklerin ve imajların inşası, meşruiyeti ve dolaşımı ile birçok farklı ideolojiye hizmet eden bir halkla ilişkiler aracı olduğu iddiası üzerinde yükselmektedir. Dolayısıyla sinema endüstrisi her yeni ürünü ile unutulmaya yüz tutmuş bir fikri canlandırma, olmayan bir fikri hayata geçirme, gerçekliği olduğu gibi resmetme ya da gerçekliği deforme etme gibi işlevlere sahip bulunmaktadır. Çalışmada sinema endüstrisindeki genel üretim kalıplarının dışında ve bu doğrultuda meşru söylem karşıtı anlam inşa eden Shooter (2007) filminden yola çıkılarak milliyetçiliğin hangi durumlarda hangi söylemlerle görünür hale gelerek temsil edildiği sorusuna yanıt aranmaktadır. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde sinema endüstrisinde imaj üretimi, rıza üretimi ve karşı propaganda yönelik genel bir çerçeveye çizilmekte ve bu uygulamaların resmi söylemi dolaşımında tutma pratiklerine yer verilmektedir. Bölümün devamında milliyetçilik ve milliyetçilik türleri hakkında kavramsal tartışmalara yer verilmekte ve sinema endüstrisinde milliyetçilik söyleminin bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak kullanımı örneklerle aktarılmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde araştırmanın örneğini oluşturan Shooter filminde milliyetçilik temelinde aktarılan mesajlar niteliksel yöntemlerden içerik analizi tekniği ile çözümlenmektedir. Araştırma sonucunda, ABD hükümetlerinin sınır ötesi operasyonlarının temelinde ülkenin yayılmacı milliyetçilik anlayışı bulunduğu ve bunun yurttaşların bir kısmı tarafından meşru bulunmadığı anlamının inşa edildiği ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Sözcükler: halkla ilişkiler, sinema, milliyetçilik, rıza üretimi, karşı propaganda

Geliş Tarihi 24.02.2020

Kabul Tarihi 12.06.2020

Yayın Tarihi 01.07.2020

From Consent Production to Counter Propaganda: Nationalism Discourses and Public Relations in Cinema

ABSTRACT

- **Aytuğ MERMER
ÜZÜMLÜ**
Asst. Prof. Amasya
University
aytug.mermer@amasya.edu.tr
ORCID ID: 0000-0001-6410-
4974

This study claims that the cinema sector is not only an existing mass communication tool to entertain individuals, but also a public relations tool that builds identity and makes them legitimate. Therefore, with every new product of the cinema industry, it has functions such as reviving an old ideology, creating an idea that is not present, revealing reality or distorting reality. In the study, an answer is sought for the question of which nationalism is represented by what discourses and in what situations, based on the Shooter movie, which produces legitimate anti-discourse meaning in addition to the general production patterns in the cinema industry. The study consists of two parts. In the first part, a general framework for image production, consent production and counter-propaganda is drawn in the cinema industry and the practices of these practices to keep the official discourse in circulation are given. In the continuation of the section, conceptual discussions about nationalism and types of nationalism are given and the use of the discourse of nationalism as a public relations activity in the cinema industry is explained with examples. In the second part of the study, in the movie Shooter the messages conveyed on the basis of nationalism are analyzed by content analysis technique, which is one of the qualitative methods. As a result of the research, it is revealed that, contrary to the meaning that the US government, which is tried to be reached in Hollywood cinema, is engaged in conflicts with the motivation of the understanding of liberal nationalism, in the example of Shooter movie, the meaning of the expansionist nationalism of the governments is the basis of the cross-border operations of the country and the meaning that this is not legitimate by the citizens.

Keywords: public relations, cinema, nationalism, consent production, counter propaganda

GİRİŞ

On sekizinci yüzyılın kapanışında hâsıl olan her halkın bağımsız ve egemen olabileceği fikri, milletleri yeni yüzyıla kendi kaderini tayin edebilecekleri umuduyla uyandırmıştır. Zira Monarşi karşısında milleti güçlendiren milliyetçilik rüzgârı, önüne kattığı halkları, bağımsız bir geleceğe taşımayı vaat etmektedir. Bu rüzgâra kapılan birçok topluluk, bağımsızlığını ilan ederek kendi devletini kurmuş, ulus kimliği üzerinden yerleşik birer sistem oturtmuş, geç kalanlar ise yirminci yüzyılda beklenmedik sorunlarla yüzleşmeye başlamıştır.

Coğrafi keşifler, ülkelerin yeni kaynak ve pazar arayışları, uzak ülkelere ticaretin hız kazanması, bilimsel keşifler, teknolojik değişimler, demokratik ve hukuki düzenlemeler ile yirminci yüzyılda dünya düzeni ve coğrafi haritalar değişmiş, sınırlar baştan çizilmiştir. Oluşan yeni düzene milliyetçilik fikrinin katkısı yadsınamayacak ölçüde büyük olmuştur. Milliyetçiliğin yorumlanma biçimine göre farklı şekilde işlerlik kazanması yenedünya düzeninde mutlaka bir milliyetçilik dokunuşu olduğunu söylemeyi mümkün kılmaktadır. Bu dokunuş, doğrudan ya da dolaylı olarak, başka bir deyişle içinde bulunulan ortamda gelişen milliyetçilik türlerine göre oluşmuştur.

Milliyetçilik fikrinin güç aldığı söylemler, birbirinden farklı yapılar sergilemektedir. Bunun nedeni milliyetçilik kavramının kapsayıcılığı altında farklı milliyetçilik türlerinin ve söylemlerinin barınmasıdır. Milliyetçilik nosyonu, hukuk, siyaset, eğitim gibi hayatın her alanında varlık göstermekte, bu varlığını çoğu zaman iletişimsel söylemler ile sürdürmektedir.

Bu çalışmada ilkin, kitle iletişim araçlarından sinema ile halkla ilişkiler pratiklerinin yakın ilişkisi imaj üretimi, rızanın inşası ve karşı propaganda ekseninde ele alınmaktadır. Ardından, milliyetçilik kavramı ve türlerine dair bilgi verilmekte ve farklı milliyetçilik söylemlerinin temel dayanak noktalarının sinemada temsili, çalışma içinde detaylandırılmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde sinema yoluyla inşa edilen milliyetçilik söylemlerinin kamuoyu ile nasıl buluşturulduğunu ifade etmek için Shooter /Tetikçi filmi örneğinde içerik analizi yöntemiyle değerlendirme yapılmaktadır.

1. SİNEMADA HALKLA İLİŞKİLER: RIZA ÜRETİMİNDEN KARŞI PROPAGANDAYA

Kitle iletişim araçlarının toplumsal hayatta merkezi önem kazanması ile birlikte bu araçlardan en etkin biçimde yararlanmak halkla ilişkiler, pazarlama-satış, hukuk, eğitim, sağlık ve hatta siyaset alanında beklenmedik dönüşümler yaşanmasına yol açmıştır. Zira "zihinlere açılan kapılar" (Bernays, 1947, s. 113) olarak tanımlanan kitle iletişim araçları bir ürün, hizmet ya da fikrin taraftar bulmasında ve meşruiyet kazanmasında en etkili araçlar olarak görülmeye başlanmıştır. Özellikle bir fikrin yayılmasında kitle iletişim araçlarının rolü yadsınmamaktadır. Zira "kitle iletişim araçları, halka mesajlar ve simgeler ileten bir sistem oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçlarının işlevleri, bireyleri eğlendirmek, bilgilendirmek ve onları toplumun kurumsal yapısıyla bütünleştirerek değerleri, inançları ve davranış biçimlerini onlara aşılacaktır" (Herman ve Chomsky, 1999, s. 11). Dolayısıyla "artık başkaları tarafından üretilen imajlar insanların dünya ile temel bağlantısı haline dönüşmektedir" (Debord, 2006, s. 196).

İletişim teknolojisindeki gelişmeler ile birlikte tarihsel olarak dünyada gazete, radyo, televizyon ve internet dönem dönem altın çağlarını yaşamış olsa da "sinema yirminci yüzyıla damgasını vurmuştur" (Robb, 2013, s. 28) Özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısı ile birlikte sinema yoğun bir biçimde rıza üretimi amaçlı kullanılarak, algıların biçimlendirilmesi konusunda büyük hizmetlerde bulunmuştur. Görünenin sunumu, gerçekliğin aktarımı amacı ile Lumiere kardeşlerin geliştirdiği ve başlangıçta donuk bir karenin hareketlenmesini hedefleyen sinema (Yazıcı, 1997, s. 109) zamanla gerçek ile kurgu arasındaki farkı flu hale getirmiş, mevcut ideolojilerin dolaşımını sağlamanın yanı sıra yeni ideoloji üretimine de fırsat vermiştir.

Sinema, algıları biçimlendirmekle kalmayıp çoğu zaman "kimin güçlü ya da güçsüz olduğunu, kimin güç ve vahşet uygulamaya muktedirken, kimin aciz olduğunu ortaya koyup, kimi zaman güce sahip olanların durumunu meşrulaştırmakta kimi zaman ise aciz olanlara oldukları yerde kalmaları gerektiğinin mesajını vermektedir" (Kellner, 1996, s. 1-2). Bir sinema filminin hiçbir zaman sadece bir film olarak değerlendirilmemesi gerektiğini iddia eden Diken ve Lausten da (2010: 15) filmlerin sadece insanları eğlendirmek, dikkatlerini dağıtmak amacı

gütmediği, bunlardan öte devletler, kişiler, kurumlar için imaj ve rıza üretimi yaptığı iddiasını dile getirmektedir.

Sinema, imaj ve ideoloji üretimini, temsil niteliğinin verdiği güç ile rıza oluşturmak üzerine kurgulamaktadır. “Temsil insanların kendi ile dünya arasındaki ve nesnelere dünya arasındaki sınırları çizebilmesini sağlamaktadır. Temsiller içinde yaşanan kültürden devralınır ve içselleştirilerek benliğin bir parçası haline getirilir. Bir kültüre egemen olan temsiller aslında can alıcı politik önem taşımaktadır” (Ryan ve Kellner, 2010, s. 37). Dolayısıyla sinemada üretilen anlamlar, içeriğin biçimine göre kimi zaman hâlihazırda ideolojinin temsiline, kimi zaman ise yeni bir fikrin meşruiyetine zemin hazırlamaktadır, fakat her halükârda politik bir önem taşıyan halkla ilişkiler mesajlarıdır.

Halkla ilişkiler mesleğinin kurucuları arasında gösterilen Edward Bernays’in (1947, s. 114) halkla ilişkileri, “bir eyleme, nedene, harekete ya da kuruma kamu desteği sağlamak için bilgi yoluyla yapılan ikna ve girişim” olarak tanımlamasını takip eden yarım asırdan sonra kavramın “çeşitli insan grupları arasında karşılıklı yararın korunmasını sağlayacak uyumu yerleştirme sanatı” (Peltekoğlu, 1998, s. 3) olarak ifade edildiği görülmektedir. Esasen halkla ilişkiler kavramı, literatürde beş yüze yakın farklı tanıma sahip bulunmakta ve bu tanımlar, halkla ilişkilerin kim tarafından, ne zaman, ne amaçla, hangi tür mesajların, hangi kanallar ile aktarıldığına göre farklılaşmaktadır (Harlow, 1977, s. 49-63). Bu tanımlar, halkla ilişkiler uygulayıcılarına imaj yaratıcısı ve kullanıcısı, duyurum uzmanı, editör, algı yöneticisi, aracı köprü, kamuoyu eğiticisi gibi farklı misyonlar yüklemektedir (Ewen, 1996). Fakat tümünün ortak noktası halkla ilişkilerin kamuoyunun sempati ve desteğini kazanıp, rıza yoluyla ikna yaratmayı amaçlayan girişimlerini ifade etmesidir. Öte yandan “kişileri etkilemek ve davranışlarını biçimlendirmek için gerçekleştirilen sistematik faaliyetler bütünü olarak tanımlanan propaganda” (Doob, 1966, s. 240) ise, özü itibarıyla değerlerin, insanlar arası geçişini sağlama görevini üstlenmektedir (Taylor, 1998, s. 7). Bu ekseninde, propagandanın teoride karşılığının halkla ilişkiler faaliyetleri ile benzerlik taşımakta olduğu düşünülse de kavramın tarihsel yolculuğunda şahit olunan otoriter ve asimetric iletişim pratikleri, günümüzde propagandanın olumsuz çağrışımlar ile anılmasına yol açmaktadır.

Halkla ilişkiler ve propaganda kavramları arasındaki yakın ilişki, 1900’lü yılların başında kendini göstermeye başlamaktadır. Özellikle “Birinci Dünya Savaşı dönemi propaganda tekniklerinin geliştirilmesi, kitle iletişim araçlarından yararlanılmak suretiyle

kamuoyu yaratma, rıza üretimi ve ikna çalışmalarının altında halkla ilişkiler disiplininin uygulamalarının hayata geçtiği dönem olarak anılmaktadır” (Çiçek, 2018, s. 82). Bahsi geçen dönemde yapılan uygulamalar üzerinden propaganda tanımı geliştiren Lasswell (1927, s. 9) propagandayı, "anlamli semboller ya da öyküler, söylentiler, haberler, resimler ve toplumsal iletişimin diğeri biçimleriyle düşüncelerin denetimini sağlamak” ifadeleriyle nitelemektedir. 1917 Devrimini takip eden dönemde, Lenin'in sinemayı sadece eğlence amaçlı değil, aynı zamanda özellikle devrimin kilit aktörleri olan işçileri ve köylüleri eğitim amacıyla da işler hale getirmek için ajit trenlerini ve gemileri kullanması- Grunig ve Hunt'ın (1984) halkla ilişkiler modelleri arasında sıraladığı kamuoyu bilgilendirme modeli kapsamında görünür hale gelse de- sinemada propagandanın ilk örneklerini oluşturmaktadır (Robb, 2013, s. 128). Sinema ve propagandanın bu temasından sonra ilişkileri her geçen gün yakın bir hal almakta, özellikle İkinci Dünya Savaşı sürecinde en üst boyuta ulaşmaktadır. Reichel'in (1991) ifadesiyle özellikle “Nazi iktidarı döneminde çekilen filmlerin %14'ü doğrudan propaganda ve karşı propaganda filmleri, kalan filmlerin %50'sine yakını ise eğlence temelli görünen öykülü, örtük propaganda unsurları taşıyan filmler olmuştur” (akt. Kışmir, 2019). Bahsi geçen dönemde egemen ideolojinin dolaşımında kalması işlevini gören sinema filmleri ilerleyen süreçte az taraftarı bulunan ideolojilerin de karşı propaganda ile görünür kılınmasına yardımcı olmuştur.

2000'li yıllara kadar sinema sektörü imaj üretimi, rıza inşası, propaganda/karşı propaganda, itibar yönetimi gibi uygulamalarla kişi ya da kurumların halkla ilişkiler amaçlarına aracılık etmeye devam etmiştir. Bu anlamda halkla ilişkileri, ticari bir propaganda sanayisi olarak niteleyen Herman ve Chomsky'ye (2006, s. 46) göre halkla ilişkiler; “halkın nasıl düşünceğini kontrol etmek zorunda” olan bir alana dönüşürken, sinema sektörü ise, bu eksenlerdeki rıza üretimi ve karşıt propaganda savaşlarına sahne olmaktadır. Geline aşamada “artık temel savaş alanı doğrudan insanların zihinleri olmuş, savaşlar seslerin, görüntülerin kullanılmasıyla, zihinlerin fethini hedefleyen mücadelelere dönüşmüştür” (Yıldız, 2007, s. 1-2).

1.1. Milliyetçilik Türleri ve Sinemada Milliyetçilik Söylemleri

Milliyetçilik en dar haliyle "bir milletin özerklik, birlik, kimlik kazanmasına ve bunları idame ettirmesine yönelik ideolojik bir hareket" (Smith, 2010, s. 122) olarak tanımlansa da bu ideolojik hareketin neleri kapsadığı çoğu düşünür tarafından net bir biçimde ifade edilememektedir. Çoğu zaman milliyetçilik, "insanlar tarafından bir ideolojiyi değil de doğal

bir erdemi ifade ediyormuş gibi algılansa da" (Copeaux, 1998, s. 44) çok farklı uçlarda görünüşler sergileyen bir yapıya sahiptir (Calhoun, 2007, s. 4). Bu görünüşlerin aldığı form çoğu zaman kim tarafından ne amaçla ortaya konulduğu ile ilintilidir. Dolayısıyla "milliyetçilik her zaman farklı terimlerle iç içe olan bir zincirin içindeki halka gibidir ve yurttaşlık, yurtseverlik, popülizm, etnisizm, etnosentrizm, yabancı düşmanlığı, şovenizm, jingoizm, emperyalizm gibi terimler bu zincirin önemli halkalarıdır" (Balibar ve Wallerstein, 2000, s. 62).

Milliyetçilik kavramının katı ve donuk bir kavram olmaması hasebiyle sınırlarını da net bir biçimde çizmek çoğu zaman mümkün olmamaktadır. Bu nedenle milliyetçilik kavramına yönelik yapılan farklı disiplinlerdeki çalışmalar milliyetçiliğin ne zaman, ne amaçla, ne şekilde uygulandığına ve verdiği görüntülere odaklanılarak oluşan milliyetçilik biçimlerine göre tanımlamalar yapmaktadır. Literatürde çoğunlukla milliyetçiliği iki sınıfta ele alan düşünceler bulunmaktadır. Kohn (1965) milliyetçiliği "Doğu tipi milliyetçilik" ve "Batı tipi milliyetçilik" olmak üzere iki sınıfta ele almaktadır. Ona göre Batı tipi milliyetçilik tarihsel ve sosyolojik değişimlerle eşzamanlı organik olarak ortaya çıkmış iken, Doğu tipi milliyetçilik hâlihazırdaki Batı tipi milliyetçilikten olumsuz olarak etkilenen toplumlarda dışarıklık ve tepkisel olarak oluşmaktadır. Marx ve Engels'de benzer ikili bir sınıflandırma yapmakta, Avrupalı milliyetçilik ve Avrupalı olmayan milliyetçilik olarak milliyetçilik türlerini ele almaktadır. Esasen bu ikili ayrımlar temelde Renan'ın (1882) yaptığı sivil milliyetçilik ve etnik milliyetçilik sınıflandırmasına benzer özellikler göstermektedir. Zira Renan sivil milliyetçiliği Batı tipi ve yurttaşlık temelli olarak tasvir ederken, etnik milliyetçiliği Doğu tipi ve ırk temelli olarak nitelendirmektedir.

Bahsi geçen ikili sınıflandırmaların dışında Synder (1968), dünya tarihini dönemlere ayırarak belli dönemlerde belli milliyetçilik türlerinin ortaya çıktığı iddiasında bulunmaktadır. Ona göre milliyetçilik dört türden oluşmaktadır. 1815-1871 yılları arasında gözlemlenen milliyetçilik, totaliter rejimlere karşı halkı bir arada tutma özelliğine sahip, "kaynaştırıcı milliyetçilik"tir. Takip eden dönemde 1871-1900 yılları arasında ortaya çıkan milliyetçilik savaşların oluşmasına zemin hazırlamış ve bu nedenle "dağıtıcı milliyetçilik" olarak adlandırılmıştır. 1900-1945 yılları arası gözlemlenen milliyetçilik, savaşların etkisiyle oluşan öç duygularının ortaya çıkmasına yol açmış ve "saldırgan milliyetçilik" olarak adlandırılmıştır. 1945 yılını takip eden süreçte ise milliyetçilik modern devletlerin devamı için gerekli olan ehil halini alarak "çağdaş milliyetçilik" olarak adlandırılmıştır. Hayes (1995) de tarihsel

dönüşümlerle eşzamanlı olarak milliyetçiliğin sırasıyla, "insancıl", "gelenekçil", "Jakoben", "liberal", "ekonomik" ve "kaynaştırıcı" türlerinin bulunduğunu ifade etmektedir. Milliyetçiliğin geniş bir idealler ve hedefler yelpazesi ile birleştirilebileceğini bu nedenle hakkında yapılacak sınıflandırmanın da bu doğrultuda olması gerektiğini ifade eden Heywood ise (2017, s. 155-165) milliyetçiliği liberal milliyetçilik, muhafazakâr, yayılmacı milliyetçilik ve anti-kolonyal/post-kolonyal olarak coğrafi ve zamansal sınırlandırmalardan azade daha kapsamlı bir biçimde değerlendirmektedir.

Birçok düşünürün Batı tipi milliyetçilik olarak da ifade ettiği liberal milliyetçilik, esasen liberal devlet anlayışının temel önceliği olan yurttaş ile devlet arasında haklar ve sorumluluklara dayanan bir ilişki olduğu fikrinden hareketle oluşmaktadır. Ancak liberal milliyetçilik, yurttaş ile devlet ilişkisine sadece bireycilik ve özgürlük üzerinden bakmamakta, tolerans ve rızaya dayalılık unsurlarının da önemine işaret etmektedir. Dolayısıyla liberal milliyetçilik somut davranışlar üzerinden görünür hale gelse de o davranışları yaratan soyut bağların varlığının da altı çizilmektedir. Bu soyut bağlar (Selçuk, 2011, s. 121), sadakat ve aidiyettir. Dolayısıyla hak ve ödevlerin yurttaşlar tarafından uygulanması çift yönlü olarak bu bağlar dolayısıyla sağlanmaktadır. Bu çift yönlü aidiyet ve sadakatin kimi zaman dengelenmeyerek, tek yönlü ve sadece millet tarafından ön planda tutulmasının ise, uzun vadede milletlerin iktidarlara hizmetkâr olmak için kurulmuş topluluklara dönüşmesine yol açmakta olduğu iddia edilmektedir (Castells, 2006, s. 74).

Muhafazakâr milliyetçilik anlayışı, temelde mevcut devlet düzeninin tüm unsurları ile korunması için sergilenen çabayı görünür hale getirmektedir. Bunun için kimi zaman paternalizme varan eleştiriden kaçınma tavrı ile muhalefeti düşüncülerin tümünü karşısına alma eğilimi göstermektedir (Steinfels, 1979, s. 65). Muhafazakâr milliyetçilik özellikle gelenek, görev, otorite ve mülkiyet kavramlarının stabilliği için verilen mücadeleyi ifade etmektedir (Heywood, 2017, s. 158-160).

Yayılmacı (expansionist) milliyetçilik ise, toprak kazanmayı sağlamak üzere dizayn edilmiş ve militarizmden güç alan bir milliyetçilik türüdür (Heywood, 2017, s. 160-163). Hobsbawm'ın (2003, s. 160) ifade ettiği gibi, gerek Kıta Avrupası'nda gerekse dünyanın başka noktalarında politik haritanın milliyet doğrultusunda yeniden çizimi için en sistemli girişim bu milliyetçilik anlayışıdır. Yayılmacı milliyetçilik çoğu zaman emperyalizm ile doğrudan bağlantılıdır.

Klasik milliyetçilik türleri arasında sayılan son yaklaşım olan anti-kolonyal milliyetçilik, yerleşme ve ekonomik tahakküm yoluyla yabancı bir toprak üzerinde kontrol tesis etme pratiğine gösterilen tepkiyi ifade eden milliyetçilik türüdür (Heywood, 2017, s. 163-165). Bahsi geçen tepki kimi zaman teorik düzlemde bağımsızlık talebi olarak kalmakla beraber, süreç içinde şiddet içerikli eylemlere uzanabilecek bir skalaya sahip bulunmaktadır. Bunun nedeni Özkırımlı'nın (2013, s. 109) "tarih, ilerleme sürecinin yarattığı çelişkileri gözden kaçıran Batılı filozofları yenilgiye uğratmıştır. Gerçek olan, sanayileşmiş merkez (core) ülkelerin, geri kalmış çevre (periphery) ülkeler üzerinde üstünlük kurması olmuştur" sözleriyle açıklanmaktadır. Benzer şekilde Nairn de (1981, s. 326) merkezde olmayan gelişmemiş ülkelerin milletleri için ilerleme fikrinin, gelişmiş olanlar tarafından sömürülme gizline sahip olduğunun altını çizmektedir. Dolayısıyla merkez ülkelerin geri kalmış olarak addettiği çevre ülkeler üzerine kurmaya çalıştığı üstünlüğe karşı çıkış, anti-kolonyal milliyetçilik pratiklerini oluşturmaktadır. Anti-kolonyal milliyetçilik bir etkiden öte, etkiye karşı tepki özelliğine sahip olduğundan bireysel ya da kolektif halde pratikte aldığı görüntü çoğu zaman agresif ve şiddet içerikli olabilmektedir.

Bu nirengi noktasından hareketle, milliyetçiliğin tek bir açılım sunan bir kavram olmaktan öte, farklı ideolojileri besleyen türlere göre sınıflandırılan çeşitliliğe sahip bir nosyon olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla milliyetçilik türleri ve söylemleri de sinemada farklı temsiller üzerinden rıza imalatı yahut karşı propaganda amaçlı görünür hale gelmektedir. Sinemanın bir rüya fabrikası olarak nitelenmesine yol açan Powdermarker, bu tabiri Hollywood sineması için kullanmış ve "Hollywood'un kitlesel olarak gündüz düşleri ürettiğini" (1951, s. 39) zikretmiştir. Bu noktadan günümüze ulaşan süreçte Hollywood imaj ve rıza üretimi yapan rüya fabrikası olmaya devam etmiştir.

Günümüzde halkla ilişkiler mesajlarını sinema yoluyla ulaştırmak konusunda en etkin çabanın, ABD hükümetleri tarafından sergilenmekte olduğu bilinmektedir. İlk sebebi olmamakla beraber, ülkede 1973 yılında zorunlu askerlikten gönüllü-profesyonel askerliğe geçiş yapılmasının beraberinde ordunun asker ihtiyacını karşılamak amacıyla kamuoyunun ikna edilmesi gerekliliği, ABD yönetimi ve Hollywood'u "askere yazılma oranlarının artması için kamuoyunda ordu lehine izlenim yaratma" amacıyla birlikte çalışmaya itmiştir (Robb, 2005, s. 10). Kamuoyu nezdinde sempati ve meşruiyet yaratacak söylem ve temsiller ABD ordusunun sistematik halkla ilişkiler çalışmalarının bir ürünü olarak Hollywood yapımı asker ve savaş

filmleri arasına yerleştirilmeye başlanmıştır. Önceleri, “Pentagon-Hollywood iş birliği ile çekilen filmlerde ABD askerleri kahraman ve Kuzey Vietnamlılar gaddar, acımasız ve fanatik olarak gösterilmekte” (Herman ve Chomsky, 2006, s. 307) ve filmlerin sonunda “ABD esirlerini, ‘vahşi’ Vietnamlılardan kurtarmaktadır” (Herman ve Chomsky, 2006, s. 44). “Vietnam yenilgisinden 10 yıl sonra, asker bulmakta zorlanan Deniz Kuvvetleri 1986 yılında gösterime giren Top Gun adlı filmin çekimlerine uçak gemileri ve pilotlarla destek vermiş, filmin beklenen ilgiyi bulması üzerine Deniz Kuvvetleri sinema salonlarının önlerine askere kaydolma büroları kurarak ihtiyacı olan askerleri temin etmiştir” (Yorulmaz, 2015, s. 124). Tek nedeni filmler olmamakla beraber Pentagon’un “dünyanın en büyük reklam ajansı” (Schiller, 1993, s. 81) olarak anılmasında bu yapımların rolü büyüktür. Pentagon bu anlamda yaptığı çalışmalarla kamuoyunda hem resmi söylemi vurgulamış hem de karşı propaganda seslerini suskunluk sarmalına gömmeye gayret etmiştir.

Shaneen (2000, s. 24) ABD TV’lerinde sadece bir kanalda haftada 20’ye yakın asker ve savaş filmi yayınlandığını bu filmlerde “kahraman Amerikalılar”ın -dönem dönem farklılaşan Kızılderili, Vietnamlı, Müslüman gibi- acımasız düşmanlarının sonunda cezalandırıldığının aktarıldığına dikkat çekmektedir. Bu anlamda “Pentagon’un silahlı kuvvetleri halkla şirin gösterecek ve onların sempatisini kazandıracak ticari film yapımcılarına her türlü desteği sağladıkları bilinmektedir” (Yıldız, 2007, s. 81). Öte yandan, 11 Eylül sonrası ülkenin benimsediği sınır ötesi operasyon politikasının yurttaşların bir kısmı tarafından tasvip edilmemesi, bu konuda kamuoyunda yeni bir meşruiyet dalgası yaratma ihtiyacını doğurmuş, ABD ordusunun “senatoyu kaynaklarını artırması ya da koruması için ikna etmesi ve cazip görünmesi gerekmiştir” (Robb, 2005, s. 91). Bu doğrultuda ikinci faz yapımlara hız verilmiştir. Reid (2015, s. 95-107) 11 Eylül saldırısını takip eden süreçte Hollywood sinemasının sistematik olarak sempatik sıradan insanların İslami köktendinciliğin yönlendirmesiyle terörist olmasını işlediğini, 2007 yılından sonraki yapımların ise bu sempatiden azade, vahşi ve fanatik teröristleri düşman olarak görünür hale getirme amacını taşıdığını ifade etmektedir. Dolayısıyla “Hollywood, İkinci Dünya Savaşı, Soğuk Savaş yılları ve 11 Eylül gibi kritik dönemlerde Washington politikalarını destekleyecek şekilde ötekini belirlemiş” (Gul, 2013, s. 49) resmi söylemin toplumsal rıza kazanması için tüm gücüyle katkıda bulunmuş, bu faaliyetler uluslararası düzeyde de kamuoyu yaratma işlevini görmüştür. Demokratik sistemlerin halkla ilişkilerin lobicilik uygulamalarını siyasal gereklilik haline getirmesi (Aykaç, 1990, s. 33)

Hollywood'un denizaşırı imaj aktarımına zemin oluşturmuştur (Robb, 2013, s. 123). Esasen orduların halkla ilişkiler çalışmalarının profesyonel düzeye çıkmasının varlıklarının devamı için de ihtiyaç duydukları toplumsal onayın inşası için gerekli olduğunu ifade eden Yıldız (2007, s. xviii) bunun dünyada gelişen demokrasi anlayışı ile de örtüşmekte olduğunu zikretmektedir. Ordu sinema iş birliğini sağlayan profesyonel halkla ilişkiler uygulamaları Kenneth Bacon'ın "biz ne zaman askerliğin ne kadar heyecan verici bir şey olduğu ile ilgili film çeksek askere başvuran kişi sayısı artıyor" (akt. Shaneen 2003, s. 178) sözlerinde olduğu gibi hem orduların asker ihtiyacını hem de benimsenen askeri politikaların toplumsal meşruiyet ihtiyacını karşılamaktadır.

Sadece Hollywood yapımı savaş filmlerinde böyle bir çabaya rastlandığını söylemek konunun bütüncül ele alınması açısından yeterli olmayacaktır. Zira Amerikan sinema filmleri derneği yöneticisi yöneticiliğini Jack Valenti'nin "Hollywood ve Washington aynı DNA'dan çıkmıştır" ifadesinde (akt. Caruso 2008, s. 3) olduğu üzere savaş filmi kategorisinde olmayan Hollywood yapımlarında da ABD hükümetlerinin müdahalesi bulunmaktadır.

Örneğin, aksiyon kategorisinde bulunan filmlerden *James Bond* serisinin 1997 yapımı *Yarın Asla Ölmez* filminin orijinal halinde bir sahnede "düşman" Bond'a "Yakalanırsan ne olacağını biliyorsun. Bir savaş çıkar ve belki bu defa kazanan biz oluruz" sözlerini sarf etmiş fakat Vietnam ile ilişkilere zarar verebileceği söylenerek hükümet yetkilileri tarafından bu sahne çıkarılmıştır (Robb 2005, s. 28). *The Kingdom* (2007) ve *The Hurt Locker* (2008) filmlerinde düşman kimliği Vietnamlılardan Müslümanlara evrilse de güçlü Amerikan askerlerinden merhamet dilenen zayıf öteki temsili, mevcut varlığını göstermeye devam etmiştir (Picherit-Duthler ve Yunis 2011, s. 238). 1997 yapımı fantastik kategoride listelenen *Jurassic Park 2*'nin çekimi için Amerikan donanmasından lojistik destek alınmış ve Pentagon bu destek karşılığında filmin senaryosuna ekleme yapılmasını istemiştir. Buna göre, kendilerini kurtaranları gören bir kişinin "Artık ona teşekkür borçlusun. Donanmayı ve Deniz Piyadelerini gönderdi" demesi ve ABD Donanmasının logosu ile sekansın kapanması talep edilmiştir (Robb 2005, s. 75). Hollywood yapımı eğlence kategorisinde değerlendirilen birçok yapımda ve hatta çizgi filmlerde dahi ABD hükümetlerinin dokunuşu mevcuttur. "2. Dünya Savaşı'nda ABD'nin çizgi filmlerinde *Donald Duck*, *Mickey Mouse*, *Temel Reis* gibi çizgi film karakterleri birbirleri arasında sürdükleri çatışmalara son vererek, Nazilere karşı savaşımaya başlamıştır. Çizgi filmlerde ABD, Amerikan kamuoyunda Nazilere karşı nefret söylemi inşa ederek, halktan

askeri harcamalarda destek alma yoluna gitmiştir” (Çakı, 2018, s. 53). Benzer şekilde 1948 yapımı *Bugs Bunny*'de Alaaddin'in lambasından çıkan cin Bugs Bunny'yi Irak'a götürmüş, orada temsil edilen devlet yöneticisinin tembel ve miskin olarak tasvir edilmesi sağlanmıştır (Picherit-Duthler ve Yunis, 2011, s. 237). Yine çocuk kitleye yönelik çekilen filmlerden *Mickey Mouse* ve *Lessie*'de de eklemeler ve sansürlenmeler ile senaryoların bir kısmının Pentagon tarafından şekillendirildiği bilinmektedir (Turley, 2005, s. 9).

Bu anlamda Hollywood sinemasında ABD yönetimlerinin almış olduğu kararları sorgulayan, resmi söylemi eleştiren ve karşı propaganda unsurları taşıyan yapımlara rastlama olasılığı oldukça düşüktür. Özellikle 1988 yılında Pentagon ve Hollywood arasında oluşturulan Savunma Bakanlığı Yönergesinin “orduyu halka en iyi şekilde göstermek” ve “ABD hükümet politikalarına aykırı bir unsur temsil etmemek” (Shroder, 1997, s. 17) maddeleri ile ön plana çıkan rıza üretimine katkıda bulunacak yapımlara maddi ve ekipman desteği sağlanmasını öngören iş birliği protokolü, eleştirel yapımların varlığını iyiden iyiye tehdit etmeye başlamıştır. Öncesinde senaryoları Pentagon tarafından gözden geçirilip “uygun” bulunan filmlere destek sağlanırken, bu desteği alamayan eleştirel yapımlar bütçeleri ne kadar yüksek olursa olsun gerçek ekipmanlara ulaşamadıkların teknolojinin elverdiği animasyon teknikleriyle açığı kapatmaya çalışmaktadır (Robb, 2005, s. 98-104). Bu dezavantaj izleyiciler ve eleştirmenler açısından yapımın olumsuz değerlendirilmesine yol açmakta, film gişelerine ve IMDB puanlarına olumsuz olarak yansımaktadır.

2. YÖNTEM

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Bu tekniğin seçilmesinin sebebi, içerik analizinin mesajın görünen ve ilk bakışta algılanan içeriği yerine gizli, üstü örtülü anlamını ortaya çıkarmaya (Bilgin, 2014) yönelik oluşudur. İçerik analizi yöntemi ile çalışmalar dört aşamada sonuçlandırılmaktadır. İlk aşamada, örneklemden elde edilen nitel araştırma verileri işlenmekte, ikinci aşamada veriler kodlanmakta ve temalar bulunmakta, üçüncü aşamada kodlar ve temalar düzenlenmekte, son aşamada ise bulgular yorumlanmaktadır (Bilgin, 2014). Bu çalışmada da ilk aşamada belirlenen tarama ve seçim ölçütlerine göre kodlamalar yapılmış ve bu bağlamda çeşitli temalara ulaşılmıştır. Bu aşamadan

sonra veriler düzenlenmiş, temalara göre gruplanmış ve veriler kategorik hale getirilerek sunulmuştur. Son olarak, elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

2.1. Tarama ve Seçim Ölçütleri

Çalışmanın ilk bölümünde aktarılan kuramsal çerçevede dâhilinde ele alınacak sinema filmini belirleyebilmek için amaçlı örnekleme tekniklerinden, maksimum çeşitlilik örnekleme seçilmiş, bu doğrultuda Hollywood yapımı filmlere odaklanılmış ve IMDB puanı 7'den yüksek olan, ordu, asker, savaş konulu aksiyon filmlerinde, milliyetçilik söylemi temalı öncel tarama yapılmıştır. Bulunan filmlerin, konuları ve milliyetçilik söylem çeşitliliği değerlendirilmiştir. Yapılan literatür taramasında da karşılaşıldığı üzere Hollywood yapımı asker ve savaş temalı filmlerin büyük oranda, ilk bölümde ele alınan nedenlerden ötürü, sıklıkla ABD hükümetlerinin kararlarına yönelik rıza üretimine dayalı halkla ilişkiler çabaları olarak nitelendirilen ve resmi söylem ile liberal milliyetçilik yönünde anlam üretimine yardım etmekte olduğu gözlenmiştir. ABD hükümetlerine ve ordusuna sempati kazandırmak yönünde kamuoyu yaratarak görünür hale gelen filmlere yönelik literatürde bol miktarda çalışma olmasına rağmen, Hollywood'un bu temayülü kapsamında ele alınmayan yapımların sınırlı olması, bu anlamda literatürde boşluk yaratmaktadır. Karşı propaganda özelliğine sahip tek yapım olmamakla birlikte, IMDB puanı yüksek, farklı türde milliyetçilik söylemleri barındırarak söylem çeşitliliği oluşturan, ordu, asker, savaş temalı ve aksiyon kategorisinde listelenen Stephen Hunter'ın kitabından sinemaya uyarlanan ve Antonine Fuqua tarafından yönetilen, ABD yapımı 124 dakikalık *Shooter* (2007) filmi çalışma için uygun bulunmuştur.

Seçilen yöntemin özelliği gereği çalışmada, aynı anlamsal özelliğe sahip ifadeler aynı kategori altında bir araya getirilmiştir. Çalışmada yapılan kategorizasyon, milliyetçilik olgusunun sinemada sunumunun ve dolaylı olarak kültürel yansımalarının görünürlük kazandığı farklı milliyetçilik türlerinin söylemlerini barındıran temalar göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. Kategoriler, ABD Ordusunun Temsili, ABD Vatandaşlarının Temsili, ABD Medyasının Temsili, ABD Hükümetinin Temsili olarak belirlenmiştir.

2.2. Bulgular ve Yorumlama

-ABD Ordusunun Temsili kategorisi, ABD ordusu imajı ve ABD askerleri imajı teması üzerinden içerikte nasıl bir anlam çerçevesi oluşturulduğunu ele almaktadır.

-ABD Yurttaşlarının Temsili kategorisinde içerikte tematik olarak ABD yurttaşların hangi durumlarda hangi milliyetçilik türüne (liberal, muhafazakâr, yayılmacı, sömürü karşıtı) yakın bir görüntü sergilediği değerlendirilmektedir.

-ABD Medyasının Temsili kategorisi altında medyanın işleyişi temalı içerikler ele alınmakta ve ABD mediasının olayları lanse ediş biçimi ve milliyetçilik söyleminin türü değerlendirilmektedir.

-ABD Hükümetinin Temsili kategorisinde ise, hükümet üyeleri imajı ve devlet yapısı temalı içeriklerde genel olarak ABD hükümetinin hangi türde milliyetçilik anlayışı benimsediği ve bunu uygulama yolları ortaya çıkarılmaktadır.

2.2.1. ABD Ordusunun Temsili

İçerikte, Amerikan ordusunun her bir askeri dürüst, cesur, mücadeleci ve vicdanlı birey imajı ile konumlandırılmaktadır. Kadınlara, çocuklara merhamet gösterilmekte, yararlılar düşmanları dahi olsa askerler tarafından yaşam destek ekipleri çağırarak hayatta kalmalarını sağlanmaktadır. Çatışma durumlarında askerler arkadaşlarını kaybetse bile, çatıştıkları tarafı düşman olarak görmemekte, kin ve nefretle değil, ordudan aldıkları emirlere riayet ettiklerinin bilinci ile görevlerine devam etmektedir.

Askerler, milliyetçilik duygularından öte, maddi kazanımlar için orduda yer almaktadır. Çatışma esnasında sarf ettikleri "bu son işim, evlenmek için gerekli olan parayı bir araya getirdim", "bu işten sağ çıkarsam ordudan ayrılacağım" ifadeleri onların özel yaşam önceliklerini için gereken finansal kazanım için orduda yer aldıkları ve yaptıklarını "iş" olarak gördükleri yönünde anlam oluşturmaktadır.

İçerikte askerlerin iyi bir eğitim sürecinden geçtikleri için hayatta kalma konusunda diğer insanlardan daha başarılı oldukları yönünde anlam oluşturulmaktadır. Polisler ve diğer koruma görevlileri bir kurşunla hayatlarını kaybederken ya da arbedelerde hemen bayılırken, ordu mensupları hayati organlarından vurulmuş olsalar dahi kendi ilk yardımlarını yapabilmekte, hiç kimseye ihtiyaç duymadan hayatta kalabilmektedir. Filmin başkahramanı Bob Lee Swagger defalarca vurulmuş olmasına ve 20 dakika hayatta kalabileceği söylenmesine rağmen bir arabanın arka koltuğunda bulunduğu malzemelerle ivedilikle acil müdahalesini yapabilecek niteliklere sahiptir. Kendisine nasıl hayatta kaldığı sorulduğunda, "Hükümet bana nasıl ölmeyeceğimi öğretmek için çok para harcadı, insanları nasıl öldüreceğimi öğrettikten

sonra" sözleri ile verdiği cevap, ordu mensuplarına hükümet tarafından yapılan finansal yatırımın da altını çizmektedir.

İçerikte düşük rütbeli ordu mensupları iyi niyetli ve vatanseverlik duygularıyla emirlere riayet eden kişiler olarak yer bulmaktadır. Askerler verilen talimatları eksiksiz yerine getirmeye uğraşmakta fakat hükümetin hangi amacına hizmet ettiklerini bilmemektedir. Filmde ABD tarafından ordu eliyle yapılan bir sınır ötesi operasyondan yıllar sonra orada çatışmış başkahramanın bir hükümet yetkilisi ile arasında geçen diyalogda yetkilinin "Sana Afrika'da olanları anlatayım. O köylüler köylerindeki petrol boru hattı yüzünden orada olmamalıydılar. Ordu orada toplu katliam yaptı. 400 ceset olan toplu bir mezar var. Fakat onlar ölenler için tanrıların başka yere gitmelerini istediğini söylediler ve köyler boşaltıldı. Sen Etiyopya'da onları öldüren askerlerdendin. Her şeyi gördün orada ölmeliydin" ifadesi ABD ordusunun sınır ötesi operasyonlarını yayımlacı milliyetçilik anlayışından hareketle yaptığını, talimatlara uymak kaygısında olan askerlerin bu durumdan haberdar olmadığını işaret etmektedir.

İçerikte, her ne kadar askerler vatanseverlik duygularının motivasyonu ile çatışma yaşamayan kişiler olarak gösterilse de bir kez orduya katılmış olmanın askerlerde milliyetçilik duygularının her an uyanabilmesine yol açacağı inancı hâkimdir. Başkahraman çatışma esnasında en yakın arkadaşını ordudan destek gelmemesi üzerine kaybetmiş ve bunun üzerine orduya inancını kaybederek ayrılma kararı vermiş olsa da devletin ilk çağrısında yeniden vatanını düşmanlara karşı koruma vazifesini üstlenmeye gönüllüdür. Aradan yıllar geçtikten sonra ABD Hükümeti yetkilileri onu tekrar vatan savunması için sivil göreve çağırdığında Albay rütbeli istihbarat yetkilisi "Bayrağın önünde durdun iç ve dış düşmanlara karşı devleti korudun yine yapabilirsin, üniformaya ihtiyacın yok" ifadelerini kullanmaktadır. İçerikte vatanseverliğin sadece ordu mensubu olmakla gösterilmeyeceği yönünde anlam oluşturulmaktadır.

2.2.2. ABD Yurttaşlarının Temsili

İçerikte tasvir edilen ABD yurttaşları, vatansever, devlete tehdit oluşturacak durumlarda polis ile iş birliği yapan, iç ve dış düşmanlara karşı devletlerini korumak için sivil olsalar da şiddet uygulamaktan çekinmeyen, vatan korumasında hayatını kaybeden şehitleri unutmayıp ağaçlara sarı kurdeleler bağlayarak onlara duydukları saygıyı her fırsatta dile getiren "iyi niyetli" kişiler imajına sahip bulunmaktadır.

Filmde kişisel silahlanma detayı yoğun oranda bulunmaktadır. Neredeyse tüm sade vatandaşların evlerinde silah bulunsa da sadece devlet tarafından suçlu ilan edilen kişilere bu silah doğrultulmaktadır. Öte yandan ABD hukuk sisteminin nesnellğine yurttaşlar nezdinde bir inanç bulunmadığı yönünde anlam yaratılmaktadır. "Adalet onları yok etmeyecek onları bir iki yıl için içeride tutacak, ama ben devletim için adaleti sağlayacağım" söylemleri kişisel adaleti sağlama isteğinin kolektif adalet için liberal milliyetçilik duygularından güç alarak oluştuğunu ortaya koymaktadır.

Liberal milliyetçilik teması ile sunulan devleti korumanın kolluk güçleri ile birlikte yurttaşlarda bulunduğu fikri, "Burası Afrika'nın boynuzu değil, burası özgürler ve cesurlar ülkesi Amerika", "Bu ülkeyi bütün düşmanlara karşı koruma yemini ettik" ifadeleriyle bir cesaret, dayanışma ve medeniyet göstergesi olarak sunulmaktadır. Benzer şekilde filmde sivil yurttaşlar "düşman"lara karşı kazandıkları başarılar neticesinde devlet tarafından ödüllendirilmektedir. "Bu madalyadan babanda da vardı" sözleri ile milliyetçilik olgusu suçlulara direnç göstermek ile ilişkili sunulmakta ve kültürel bir gelenek olarak gösterilmektedir.

Filmde genel olarak iktidarlar değişse de ABD vatandaşlığının kişilere liberal milliyetçilik türünde bir sorumluluk yüklediği ifade edilmektedir. Milliyetçilik olgusu hükümetlerden bağımsız olarak vatan sevgisiyle eş tutulmakta, "Ülkene büyük bir hizmette bulunuyorsun, Başkanı sevmesen de ülkeni seviyorsun" söylemleri kişilerin yönetim tercihleri farklı olsa da yurttaşlık bilinciyle vatanlarına hizmette bulunma davranışlarının değişmeyeceği yönünde anlam oluşturulmaktadır.

İçerikte ABD yurttaşları ülkelerinde ve dünyada kaos istemeyen ve vatan sevgisi ile hareket eden bireyler olarak sunulmaktadır. Bu idealleri doğrultusunda davranışlar sergilerken, ülkeleri tarafından hayal kırıklığına uğratılsalar da ülkelerine duydukları bağlılık onları bireysel hak arayışı içine girmekten alı koymaktadır. "Ne yaşarsak yaşayalım biz Amerikalılar, vatanseverlik düğmesine basıldığında doğrulup ne yapmamı istersin patron diye soruyoruz" sözleri bu anlamı görünür hale gelmektedir.

İçerikte, ABD yurttaşlarının milliyetçilik anlayışına yönelik vurgu liberal milliyetçilik yönündedir. İçerikte, Gellner'in (2012, s. 49-50) ifade ettiği gibi milliyetçi toplumsal örgütlenme esasen devlet ve kültürün evlenmesi anlamına gelmektedir. Devlet kültürü

korurken, yurttaşlar da soy, mülkiyet, ikamet gibi şeylerden öte, devletin koruduğu kültüre uyum sağlayarak vatandaşlık kazanmaktadır. Dolayısıyla yapım karşı propaganda amacı taşısa da, yapımda sunulan yurttaşlar devlet ile ortak hareket etme kültürünü benimsemiş kişilerdir.

2.2.3. ABD Medyasının Temsili

Çalışmanın örneğini oluşturan içerikte, medyanın ABD yurttaşları nezdinde kilit bir konumda olduğu her fırsatta tekrarlanmaktadır. Özellikle kitle iletişim kuramlarından sihirli mermi teorisinin iddia ettiği gibi medyada yer bulan neredeyse tüm içerikler, doğruluğu yanlışlığı sorgulanmadan ve halk tarafından hiçbir direnç gösterilmeden kabul edilmektedir. Afrika'da ABD'nin petrol boru hatlarının geçeceği bölgede büyük bir katliama imza atan ABD ordusuna durum sorulduğunda yetkililerin verdiği yanıtta sonra yurttaşlar hükümet yetkililerinin beyanının doğruluğuna ikna olmaktadır. Yetkililer durumu "Burası öyle bir ülke ki savunma bakanı TV'ye çıkıp 'Bu katliam petrol için değil o bölgeye özgürlük getirmek için' diyor ve herkes inanıyor" sözleriyle açıklamaktadır. Dolayısıyla medyada anti-kolonyal milliyetçilik söylemi barındıran içerikler sansürlenmektedir.

Filmde, medya temalı olarak vurgulanan imaj, hükümetin kendi çıkarları doğrultusunda medyaya enformasyon akışı sağlamak ve medyanın da hükümetin istekleri doğrultusunda çerçevelendirilen haberlerle algı yönetmekte olduğu yönündedir. Aslında hükümet için çalışan başkahraman Bob Lee Swagger hainlerle savaşırken yaralandığında, tüm haber bültenlerinde hain olarak onun fotoğrafı gösterilmektedir. Haberleri gören ABD vatandaşları milliyetçilik duygularının motivasyonu ile hükümet ile iş birliği yapmak istemekte, kahramanın neden hain ilan edildiğini sorgulamadan onu öldürmeye çalışmaktadır. Benzer şekilde rüşvetçi bir polis hayatını kaybettiğinde bu durum tüm gazetelerde "kahraman polis öldürüldü" şeklinde manşetlere taşınmış, halk "şehit" polis için yas tutmuştur.

ABD Başkanı ve Başpiskoposun yan yana olduğu bir anma töreninde Başpiskoposun vurulması üzerine medya, asıl vurulmak istenenin başkan olduğu yönünde ileti ulaştırmakta ve tüm yurttaşlara başkana sahip çıkılması için çağrıda bulunmaktadır. İçeriğin devamında hükümet yetkililerinin "Başkanı değil Başpiskoposu vurdular. Ama hedefte başkan varmış gibi gösterdiler. Çünkü o gün Başpiskopos gerçeği söyleyecekti. Etiyopya'da yapılan katliamı..." söylemleri üzerinden içerikte medyanın haberleri hükümetin lehine çerçevelediğini ifade etmektedir.

Anti-kolonyal milliyetçilik motivasyonu ABD hükümetinin ekonomik çıkarlar uğruna masum ve az gelişmiş topluluklara zarar verdiğini öğrenen başkahraman bu durumu medyayla paylaşacağını söylediğinde, ABD senatörü "Bildiklerini herkese anlat kimse sana inanmayacak senin bir hain olduğunu düşünen halk zehirli iğneyle ölmeni isteyecek" sözlerini sarf ederek, medyanın rıza üretimi konusundaki gücünü görünür hale getirmektedir.

2.2.4. ABD Hükümetinin Temsili

İçerikte, ABD hükümetlerinin benimsediği milliyetçilik anlayışının yayılmacı milliyetçilik olduğu ve bunun bir devlet geleneği olduğu açıkça ifade edilmektedir. Fakat hükümetler orduya, medyaya ve yurttaşlara kimi zaman liberal, kimi zaman muhafazakâr milliyetçilik söylemleri ile seslenerek yayılmacı milliyetçilik amaçlarını gizli tutmaktadır. Senatörler ve rütbeli askerlerden oluşan bir grup hükümet yetkilisi açıkça "Hangi amaçla olursa olsun, ülkede para ve gücün artırılması ilkesine ihanet eden olursa, biz de ona ihanet ederiz" sözlerini sarf etmektedir. ABD hükümeti yayılmacı milliyetçilik anlayışıyla oldukça sistemli hareket etmektedir. Etiyopya'da yapılan katliamın yankıları sürerken yetkililere yine az gelişmiş bir bölge olan "Ekvadora git ve oradaki yerliler ile olan sorunu her zamanki şekilde çöz" talimatı gelmektedir.

ABD hükümeti genel olarak kişilerle ve kurumlarla pragmatizm temelli ilişkiler kurmaktadır. Belli bir meblağ karşılığında anlaşılan askerler, polisler, medya mensupları ve kamu görevlileri ile kurulan ilişkiler yüzeysel ve amaç odaklıdır. Hükümet yetkilileri tarafından söylenen "Sonuçta bütün bunlar biz değil başkaları da yapsa olacak, bari sen fayda sağla", "Masada yerini al, bu konuşmaları yargıya teslim edersen biz değil masumlar ölür", "İstedğini aldın şimdi sana düşen şeyi yapacaksın" ifadeleri ile hükümetle birlikte çalışanların sarf ettikleri "Seni istedikleri gibi ordudan ayrıldıktan sonra beni de istediler. Hükümet yaralıları sever, kullanması kolaydır" cümleleri ABD hükümetlerinin faydacı yaklaşımına örnek teşkil etmektedir. İçerikte beraber çalışılan kişilerin kaybı hükümet için sorun olarak addedilmemekte ve hatta çoğu zaman görev tamamlandıktan sonra bu kişiler hükümetin başka yetkilileri tarafından çeşitli yollarla (katletmek, yurt dışına göndermek) ortadan kaldırılmaktadır.

ABD hükümeti üyeleri olarak gösterilen kişiler yapılan katliamların, yolsuzlukların hükümetin faydasına olduğu söyleminden kuvvetle sonsuz bir özgüven ile hareket etmektedir. "Ne kadar korkunç olursa olsun her şey hükümetin onayıyla yapıldı" ifadelerini kullanan

hükümet yetkilileri bu sebepten ötürü de bireysel anlamda bir sorumluluk ya da korku yaşamamaktadırlar. Başkahraman ve hükümet yetkilileri arasında geçen diyalogda Bob Lee Swagger "Boru hattı geçsin diye bir köyü katlettiniz" suçlamasında bulunduğu yetkililer, "Hayır biz oraya istikrar getirdik ve bizi çok seviyorlar" sözleriyle cevap vermektedir.

Yayılmacı milliyetçilik anlayışı ile yapılan tüm yolsuzluklar ve katliamlardan ötürü kendilerini suçlu görmeyen hükümet yetkilileri kısmen de olsa ABD yargı sisteminden çekinmektedir. Aralarında geçen diyaloglarda "Kahrolası güçler ayrılığı ilkesi yüksek makamdan gelen ricalara 'canınız cehenneme' deme yetkisi verilmesidir", ya da yargı için senatörün söylediği "Tek insanın dünyayı değiştireceğini düşünen kafası karışık biri her zaman çıkar, onu yok etmek gerekir. Demokrasinin kötü yanı da budur" söylemleri ABD devlet yapılanmasında yetkililerin istedikleri gibi davranmalarına mâni olabilecek tek unsurun hukuk sistemi olduğunu ortaya koymaktadır. Fakat bu pürüz de halk desteğini alan hükümetler için "demokrasi" yoluyla çözümlenebilecektir. İçerikte demokrasinin pragmatizm amacıyla kullanımın patolojilerinin altı çokça çizilmektedir. Kişiler ne kadar kötü şeyler yapmış olurlarsa olsunlar eğer halk desteğini almışlarsa tüm yapılanların meşruiyet kazanacağı sıklıkla ifade edilmekte, "seçilmiş bir yöneticiyi, bir senatörü vuramazsın" sözleriyle bu kişilerin herhangi bir can kaybı korkusu yaşamadığı da gözler önüne serilmektedir.

SONUÇ

Kitle iletişim araçlarının öncelikli amacı kamuoyunu bilgilendirmek, haberdar etmek, eğlendirmek olarak zikredilse de bu araçların kamuoyu oluşturma işlevi yadsınamayacak boyuttadır. Bu durum bir fikir ya da olayın gerçekte ne olduğu ile kitle iletişim araçlarında nasıl sunulduğu arasında giderek büyüyen uçurumlar oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Kitle iletişim araçları gerçekliği olduğu gibi yansıtılabilmektedir, yoksa bu araçların yansıttıkları mı gerçek kabul edilmektedir sorusu literatürde sıkça yer alan bir tartışma olarak halen geçerliliğini korumaktadır.

Kitle iletişim araçları günümüzde bir fikri dolaşıma sokma, meşrulaştırma ve o fikre yönelik rıza imal etme işlevini görmeleriyle etkili birer kamuoyu oluşturucular olarak kabul edilmektedir. Bu araçlar arasında, görsel olanların avantajı daha yüksek bulunmaktadır. Görmenin iktidar getirdiğini savunan Sartori'nin de vurguladığı üzere bireylerin gözleri ile

gördükleri olay ya da olguların gerçek olabilme ihtimali üzerine kanaatleri daha yüksektir. Bu anlamda gerçekliği olduğu gibi aktarma niyetiyle hayatlara giren sinema, gerçek olması isteneni üretme işleviyle yarım yüzyıldan fazladır faaliyet göstermektedir. Özellikle Hollywood sineması için kullanılan "rüya fabrikası" tabiri başlangıçta gerçeği yansıtmada olan sinemanın, zaman içinde imaj üretim tesisine dönüştüğünün ve hatta rüyaları gerçekmiş gibi gösterdiğinin altını çizmektedir.

Bu çalışmada ABD yapımı *Shooter/Tetikçi* filmi özelinde sinemada üretilen imaj ve ideolojilerden milliyetçilik kavramının toplumun farklı kesimlerindeki tezahürü, rıza üretimi ve karşı propaganda eksenine ele alınmaktadır. Seçilen örnek Hollywood sinemasının Pentagon ile iş birliği yaparak rıza üretme amacıyla oluşturduğu birçok üründe olduğu gibi ülkenin sınır ötesi operasyonlarını meşrulaştırma çabasını yansıtmamanın aksine, toplum nezdinde bu operasyonlara şüpheyle yaklaşıldığının altını çizen eleştirel konumu ile nadir karşı propaganda örneklerinden birini oluşturmaktadır. Çalışmada değerlendirilen içerikte ABD ordusunun üyeleri milliyetçilik duygularının motivasyonu değil, ekonomik anlamdaki kazanımları için askerlik mesleğini sürdürmekte olan bireyler olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla ordu mensupları öç, intikam, kin yahut vatan sevgisi duygularından ziyade, "iş"lerini iyi yapmak kaygısı ile savaşmaktadırlar. Yeterince bilgilendirilmeyen askerler nerede, ne için savaşıklarını bilmemekte, sadece hava araçlarıyla bırakıldıkları bölgelerde kendilerine "düşman" olarak tanımlanan kimselerle çatışma içine girmekte, talimatlara kesintisiz uymakla programlandırılmaktadır. Dolayısıyla içerikte ABD ordusunun üyeleri milliyetçilik söylemlerinden azade profesyoneller olarak yansıtılmaktadır.

Ele alınan içerikte ABD yurttaşları liberal milliyetçilik türünde bir milliyetçilik anlayışına sahip bireyler olarak sunulmaktadır. Buna göre mensubu oldukları ülkenin tüm değerlerine saygı duyan, yasalara uyan, sevdikleri bir arkadaşları kamu nezdinde düşman ilan edildiğinde ona karşı cephe alan, şehitlerine sadakat gösteren, ülkelerinde karmaşa olmasını istemeyen ve bunun için gerekirse kendileri de sivil olarak vatan savunmasına girişecek kişiler olarak imgelenmektedir. Kimi zaman şovenizme kayan ulusun üstünlüğü tavrı, Amerikalı yahut Amerikan vatandaşı olmanın diğer milletlere karşı öncelikli olmak anlamına geldiği, içerikte sıkça karşılaşılan bir konumlandırmadır. Dolayısıyla bu ayrıcalığa sahip olan yurttaşlar, kendilerine bu hakkı veren devletlerine karşı sorumlu ve hatta borçlu olarak nitelendirilmektedir. Bunun için de içerikte yurttaşlar devlet ne zaman kendilerine ihtiyaç

duyarsa bu ödevlerini yerine getirmeye hazır kişiler olarak sunulmaktadır. İçerikte ABD medyası da liberal milliyetçilik anlayışına sahip olarak imgenenmektedir. Hükümetin kontrolünde hareket eden medya, hükümetin çıkarları doğrultusunda haber yapmakta, çoğu zaman gerçeği saptırmaktadır. Medya bunu yaparken toplumsal kaosu engelleme amacını taşımakta, yurttaşların sulh içinde yaşamalarının devamı için hükümetin uygun gördüğü şeyleri, fazla sorgulamadan hükümetin uygun gördüğü şekilde bilmelerini sağlamaktadır. Bu sebeple içerikte yoğun bir medya eleştirisi bulunmaktadır. Medyanın sahip olduğu liberal milliyetçilik anlayışının toplumun üyelerinin yanlış bilgilendirilmesine yol açtığı, bu yanlış bilgilendirmenin demokrasi ile birleşiminin el çabukluğuyla "iyi"leri "kötü", "dost"ları "düşman" yapabildiği ve bu süreçte masumların zarar görmekte olduğu sıklıkla vurgulanmaktadır.

Araştırmanın örneğini oluşturan içerikte ABD hükümetinin eylemlerinin temelinde yayılcı (expansionist) milliyetçilik olduğu ortaya konmaktadır. Bu milliyetçilik anlayışından hareketle, özellikle gelişmemiş ya da az gelişmiş ülkelerde karışıklık yaratıp, o topraklarda bulunan kaynaklara sahip olmak ve ekonomik çıkar sağlamak amaçlarıyla hareket eden ABD hükümetlerinin bu temayülü bir devlet geleneği olarak sunulmaktadır. Dolayısıyla başkanlar, senatörler, yüksek rütbeli askerler değişse bile devletin bu amacı değişmemektedir. Hükümetlerin milliyetçilik söyleminin muğlaklığından faydalanıp, bu gizli amaçlarını açık etmediği, karışıklık çıkan bölgelere barış elçiliği misyonuyla ulaştıkları açıkça vurgulanmaktadır.

Çalışmadan yola çıkarak varılacak nokta, milliyetçilik söylemi ile tarih boyu olduğu gibi günümüzde de farklı durumlarda farklı amaçlara hizmet eder şekilde karşılaşıldığıdır. Özellikle iktidar sahiplerinin kitle iletişim araçları ile dolaşıma soktuğu söylemler, farklı milliyetçilik türlerinden temellerini almakta, farklı durumlarda farklı amaçlarla zikredilmektedir. Toplumlar nezdinde milliyetçilik temelde oldukça doğal, herkeste bulunması gereken bir erdemi işaret ediyormuş gibi algılandığından milliyetçilik içerikli söylemler, tüm zamanlarda olduğu gibi rıza üretimi ve karşı propagandanın başlıca argümanı olma özelliğine sahip bulunmaya devam etmektedir.

EXTENDED ABSTRACT

The idea that “every people should be independent” emerged at the end of the eighteenth century shaped to the nineteenth century. The understanding of nationalism that strengthened the nation against the monarchy had promised to move societies into an independent future. At that time, many societies declared independence and established a state. Those who could not establish a state faced many problems in the twentieth century. In the twentieth century, geographical discoveries, countries' search for new resources and markets, speeding up trade to distant countries, scientific discoveries, technological changes, democratic and legal regulations accelerated, and the geographical maps changed with the world order. The idea of nationalism contributed greatly to the new order. But there was not a single definition of nationalism, only perhaps it was possible to talk about the discourses of nationalism.

The discourses in which the idea of nationalism is powered show different structures. The reason for this is that there are different types of nationalism and discourses under the scope of the concept of nationalism. The concept of nationalism exists in all areas of life such as law, politics and education, and it maintains this existence mostly through communicative discourses.

With the mass media gaining central importance in social life, the most effective injury from these tools has led to unexpected transformations in the field of public relations, marketing-sales, health and even politics. Because mass media, which are defined as "doors opening to minds", are the most effective tools in finding support and legitimacy of a product, service or idea. The role of mass media cannot be denied, especially in the spread of an idea. Because mass media create a system that transmits messages and symbols to the public. The functions of mass media are to entertain and inform individuals, and to integrate them with the institutional structure of society, instilling values, beliefs and behaviors. At this point, the images produced by others become the basic connection of people with the world.

Although newspapers, radio, television and the internet have experienced the golden ages from time to time with the developments in communication technology, cinema has left its mark on the twentieth century. Especially with the second half of the twentieth century, cinema has been used extensively for the purpose of producing consent and has made great

services in shaping perceptions. This vehicle, which was developed by the Lumiere brothers for the presentation of the visible and the transfer of reality, initially aimed at the movement of a dull square, made the difference between reality and fiction uncertain, and also provided an opportunity for the production of new ideology as well as providing the circulation of existing ideologies. Cinema has not only shaped the perceptions, but often has missions such as determining the strength and powerlessness and deciding who has the right to apply power to whom. Diken and Lausten (2010), who claim that a movie should never be considered as just a movie, also claims that the movies are not only intended to entertain and distract people, but also to produce images and consent for states, individuals, institutions.

Cinema builds its image and ideology production on consent with the power of representation. Representation enables people to draw the boundaries between themselves and the world, and between objects and the world. It has the characteristics of the culture in the representations and is internalized. every representation has a political meaning. Therefore, the meanings produced in cinema sometimes make it possible to represent the existing ideology according to the form of the content and sometimes to gain legitimacy for a new idea. But representations are always public relations messages of political importance.

After half a century after Edward Bernays, who is shown among the founders of the public relations profession, to define public relations as persuasive through information to provide public support for a reason, it is seen that the concept was expressed as the art of establishing harmony between groups of people. Thus, although public relations have nearly 500 different definitions in the literature, it essentially refers to the attempt to achieve harmony between the parties. For this reason, public relations practitioners are given names such as image creator, announcement expert, editor, perception manager, intermediary bridge, public educator. But the common point of all is that public relations express their attempts to win the sympathy and support of the public and create persuasion through consent. Propaganda, on the other hand, is a set of systematic activities carried out to influence people and shape their behaviors and provides the transition of values between people. Although it is thought that the response of propaganda in theory on this axis is like public relations activities, authoritarian and asymmetrical practices witnessed in the historical journey of the concept lead to the propaganda to be mentioned with negative connotations today.

The close relationship between the concepts of public relations and propaganda begins to manifest itself in the early 1900s. Especially the first world war period is known as the period when the practices of the public relations discipline are realized under the development of propaganda techniques, creating public opinion by using mass media, consent production and persuasion studies. In the period following the 1917 Revolution, Lenin's use of agitate trains and ships to make cinema work not only for entertainment purposes, but also for training workers and peasants, who are the key actors of the revolution, are the first modern examples of propaganda in cinema. After this relationship between cinema and propaganda, their closeness increased. More than half of the films shot, especially during the Second World War and Nazi rule, carry direct propaganda messages. In the period, cinema films, which functioned as the dominant ideology to remain in circulation, helped to make the ideologies with few supporters visible in the future with counter propaganda.

Until the 2000s, the cinema sector continued to mediate the public relations of individuals or institutions with applications such as image production, consent building, propaganda / counterpropaganda, and reputation management. In this sense, according to Herman and Chomsky (2006), who describe public relations as a commercial propaganda industry, public relations; While the cinema sector turns into an area that has to control how the public will think, the scene of consent production and opposing propaganda wars on this axis. At the current stage, the main battlefield has become the minds of the people directly, and the wars have turned into struggles aimed at the conquest of the minds with the use of sounds and images.

In this study, first of all, the close relationship between cinema and public relations practices, is discussed in the image production, consent building and counter propaganda axis. Accordingly, the historical development of public relations, which frame all concepts, is discussed in the first part of the study. In the second part of the first chapter, a theoretical framework for the concept of nationalism is drawn and the types of nationalism are mentioned. This section also examines the representation of the main premises of different nationalism discourses in cinema. In the second part of the study, in order to express how the discourses of nationalism built through cinema are brought together with the public, an evaluation is made using the content analysis method in the example of the Shooter movie. Accordingly, the movie Shooter exhibits a rare example of counterpropaganda in Hollywood cinema.

KAYNAKÇA

- Aykaç, B. (1990). Propaganda ve halkla ilişkiler. *Kooperatifçilik Dergisi*, 90, 27-50.
- Balibar, E. and Wallerstein I. (2000). *Irk ulus sınıf belirsiz kimlikler*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bernays, E. (1947). The engineering of consent. *Annals of The American Academy of Political and Social Science*, 250, 113-120.
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal bilimlerde içerik analizi: teknikler ve örnek çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Calhoun, C. (2007). *Milliyetçilik*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Caruso, J. (2008). Film analysis: reel bad rabs. *International Journal Of Multicultural Education*, 1-7.
- Castells, M. (2006). *Kimliğin gücü: enformasyon çağı, ekonomi, toplum ve kültür*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Copeaux, E. (1998). *Türk Tarih tezinden Türk İslam sentezine*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Çakı, C. (2018). İkinci dünya savaşı'ndaki propaganda savaşlarında çizgi filmin rolü: Nazi Almanyası ve Amerika Birleşik Devletleri üzerine inceleme. *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 2, 51-64.
- Çiçek, M. (2018). Çanakkale cephesine düşman askeri nasıl geldi? halkla ilişkiler, kamuoyu ve propaganda ekseninde savaş afişlerinin analizi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5, 80-94
- Debord, G. (2006). *Gösteri toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayını.
- Diken, B. ve Lausten, C. (2010). *Filmlerle sosyoloji*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Doob, L. W. (1966). *Public opinion and propaganda*. Connecticut: Archon Books.
- Bernays, E. L. (1965). *Biography of an idea: memoris of public relations counsel Edward L. Bernays*. New York: Simon and Schuster.

- Ewen, S. (1996). *PR: a social history of spin*. New York: Basic Books.
- Gellner, E. (2012). *Milliyetçiliğe bakmak*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gul, S. (2013). Representation of American policy on war against terror in Hollywood movies. *Global Media Journal*, 49-77.
- Harlow, R. F. (1977). Public relations definition. *Public Relations Review*, 49- 63.
- Hayes, C. (1995). *Milliyetçilik bir din*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Hermann, E. S. ve Chomsky, N. (1999). *Medya halka nasıl evet dedirtir?*. İstanbul: Minerva Yayınları.
- Herman, E. S. ve Chomsky, N. (2006). *Kitle medyasının ekonomi politiği: rızanın imalatı*. İstanbul: Aram Yayınları.
- Heywood, A. (2017). *Politics*. B. Özipek ve M. Yıldız (çev), İstanbul: Liberte Yayınları.
- Hobsbawm, E. (2003). *Sermaye çağı 1848–1875*. B. Şener (çev), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Kellner, D. (1996) *Media culture*. London: Routledge.
- Kellner, D. ve Ryan, M. (2010). *Politik kamera: çağdaş Hollywood sinemasının ideolojisi ve politikası*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kişmir, G. (2019). Almanya’da II. Dünya Savaşı sonrası yaşanan bellek patlamasına tarihî bakış. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 41, 49-62.
- Kohn, H. (1965). *Nationalism: its meaning and history*. New Jersey: Princeton.
- Lasswell, H. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Feter Smith.
- Nairn, T. (1981). *The break-up of Britain: crisis and Neo-Nationalism*. London: Verso Publishing.
- Özkırımlı, U. (2013). *Milliyetçilik kuramları: eleştirel bir bakış*, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Peltekoğlu, F. B. (1998). *Halkla ilişkiler nedir?*. Ankara: Beta Basım Yayım Dağıtım.

- Picherit-Duthler, G. and Yunis, A. (2011). Tramps vs. sweethearts: changing images of Arab and American Women in Hollywood films. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 225-243.
- Powdermaker, H. (1951). *Hollywood the dream factory: an anthropologist looks at the movie-makers*. Boston: Little and Brown Company.
- Reid, J. (2015). The age of sympathy: re-examining discourses of muslim terrorism in hollywood beyond the 'pre-' and 'post-9/11' dichotomy. *Journal of Media and Communication*, 95-107.
- Robb, D. (2005.) *Hollywood operasyonları*. S. Okan (çev), İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Robb, B. J. (2013). *Sessiz sinema*. E. Ulun (çev) İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Schiller, H. (1993). Zihin Yönlendirenler. C. Cerit (çev), İstanbul: Pınar Yayınları.
- Schroder, K. (1997). Getting Pentagon into picture. *Entertainment and Sport Lawyers Journal*, 15, 58-74.
- Selçuk, S. (2011). Milliyetçilik üzerine: bir literatür taraması. *Journal of Yaşar University*, 23, 3855-3865.
- Shaheen, J. G. (2000). Hollywood's Muslim Arabs. *The Muslim World*, 22-42.
- Shaheen, J. G. (2003). Reel bad Arabs: how Hollywood vilifies a people. *The Annuals of The American Academy Of Political And Social Science*, 171-193.
- Smith, A. D. (2010). *Milli kimlik*, B. Şener (çev), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Snyder, L. (1968). *The meaning of nationalism*, New York: Greenwood Press.
- Steinfels, P. (1979). *The neoconservatives*. New York: Simon and Schuster Pub.
- Taylor, R. (1998). *Film propaganda Soviet Russia and Nazi Germany*. I.B. Tauris.
- Vatalin, J. M. (2006). *Küresel stratejinin üç aktörü: Hollywood, Pentagon ve Washington*. İstanbul: Babiâli Kültür.
- Yazıcı, İ. (1997). *Kitle iletişiminde imaj: kuramsal bir yaklaşım*. İstanbul: Bilim Yayınları.
- Yıldız, N. (2007). *Tanklar ve sözcükler*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Yorulmaz, B. (2015). *Sinema ve din eğitimi*. İstanbul: Dem Yayınları.