

‘Kurtarıcının Sonu’: Hollywood’tan Netflix’e Felaket Filmlerinde Amerikan Propagandasının Dönüşümü

 Nisa YILDIRIM*

 Güler CANBULAT**

* Dr. Öğr. Üyesi,
İstanbul Gelişim Üniversitesi,
nyildirim@gelisim.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7941-4470

** Dr. Öğr. Üyesi,
İstanbul Gelişim Üniversitesi,
gcanbulat@gelisim.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7810-6727

Gönderilme/ Received

13.02.2026

Kabul Tarihi/ Accepted

30.03.2026

Yayın Tarihi/Published

31.03.2026

Öz

Sinemanın ilk yıllarından itibaren pek çok devlet tarafından propaganda amacıyla kullanıldığı bilinmektedir. Amerika tüm dünyada sinema endüstrisini domine eden Hollywood aracılığıyla her dönemde kendi politik ve kültürel düşünce biçimlerini dolaşıma sokmayı başarmıştır. Özellikle doksanlı yıllardan itibaren ürettiği felaket filmlerinde Amerika'nın dünyanın kurtarıcısı olduğu söylemi sürekli tekrarlanmaktadır. Bununla birlikte, yakın geçmişte hayatımıza giren Amerika merkezli dijital platformların sektör lideri konumunda olan Netflix'in, Hollywood'un geleneksel söylemi ile uyuşmayan felaket filmlerine imza attığı görülmektedir. Bu araştırma felaket temalı Hollywood ve Netflix filmlerini göstergebilim yöntemi ile inceleyerek bu anlatılardaki Amerikan propagandasının dönüşümünü ortaya koymayı amaçlar. Bu doğrultuda Hollywood filmleri *Independence Day* (1996), *Armageddon* (1998), *Deep Impact* (1998) ve *The Day After Tomorrow* (2004) ve Netflix yapımı *Don't Look Up* (2021) ve *Leave the World Behind* (2023) filmleri analiz edilmiştir. Filmlerdeki karakterler, nesnelere ve eylemlere aracılığıyla gösterilenler ideolojik bağlamda değerlendirilmiştir. Hollywood yapımlarında küresel çapta yıkım yaratacak felaketler Amerika Devleti'nin teknolojik üstünlüğü, başkanın rasyonel tutumu ve donanımlı bilim insanlarının fedakarlıkları sayesinde engellenmektedir. Netflix yapımlarında ise Amerikan Hükümeti'nin kayıtsızlığı veya işlevsizliği nedeniyle felaketlerin önüne geçilemediği görülmektedir. Sonuç olarak, hemen her ülkeden kullanıcısı bulunan Netflix'in, Amerika'nın Hollywood aracılığıyla uzun yıllardır inşa ettiği 'kurtarıcı ülke' söylemini benimsemediği; hatta bu söylemin 'atıl' hale geldiğini dile getirmeyi tercih ettiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Propaganda, Felaket filmleri, Hollywood, Netflix.

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

**Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

*** Yazarların çalışmadaki katkı oranları; birinci yazar %50, ikinci yazar %50,

Contribution rates of the authors in the study; first author 50%, second author 50%.

****Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

*****Bu çalışmanın hazırlanmasında yapay zekâ araçları kullanılmamıştır.

Artificial intelligence tools were not used in the preparation of this study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Yıldırım, N. & Canbulat, G. (2026). ‘Kurtarıcının Sonu’: Hollywood’tan Netflix’e Felaket Filmlerinde Amerikan Propagandasının Dönüşümü. İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 6(1), 187-209. doi: 10.59534/jcss.1888806



Analysis Of Artificial Intelligence News In The Context Of Framing Theory



Nisa YILDIRIM*



Güler CANBULAT**

* Assistant Professor,
Istanbul Gelişim University,
nyildirim@gelisim.edu.tr
ORCID: 0000-0002-7941-4470

** Assistant Professor,
Istanbul Gelişim University,
gcanbulat@gelisim.edu.tr
ORCID: 0000-0001-7810-6727

Gönderilme/ Received
13.02.2026

Kabul Tarihi/ Accepted
30.03.2026

Yayın Tarihi/Published
31.03.2026

Abstract

Through Hollywood, the United States has successfully circulated its own political and cultural modes of thought in every era. Particularly in disaster films produced since the 1990s, the narrative of America as the savior of the world has been constantly reinforced. However, Netflix has produced disaster films that do not align with this narrative. This research aims to reveal the transformation of American propaganda in these narratives by examining disaster-themed Hollywood and Netflix films through semiotic analysis. In this context, the Hollywood films Independence Day (1996), Armageddon (1998), Deep Impact (1998), and The Day After Tomorrow (2004), and the Netflix productions Don't Look Up (2021) and Leave the World Behind (2023) are analyzed. In Hollywood productions, disasters capable of causing global destruction are averted thanks to the technological superiority of the American State, the rational demeanor of the President, and the sacrifices of highly equipped scientists. In Netflix productions, however, it is seen that disasters cannot be prevented due to the indifference or dysfunctionality of the American Government. Consequently, it can be argued that Netflix, which has users in almost every country, does not adopt the "savior nation" discourse built by Hollywood; instead, it prefers to express that this discourse has become "obsolete."

Keywords: Propaganda, Disaster films, Hollywood, Netflix.

Giriş

Sinema farklı sanat disiplinlerinin ifade olanaklarını birleştiren ve geniş kitleler üzerinde güçlü etkiler yaratabilen bir medya biçimidir. Sinemanın etki kapasitesi fark eden devletler, özellikle I. Dünya Savaşı sonrasında bu mecraayı politik, ideolojik ve kültürel mesajların dolaşıma sokulduğu bir propaganda aracı olarak kullanmıştır. Bu tür amaçlarla üretilen filmler kimi zaman propagandayı açık bir biçimde merkeze alan haber ve tanıtım filmleri olurken, kimi zaman da örtük bir şekilde yerleştirilen mesajlarla propaganda yapan kurmaca hikayeler olmuştur (Kıraç, 2012, s.41).

Propagandanın sinemada sistematik ve etkili olarak kullanımının başlangıcı için 1917 Ekim Devrimi sonrası Sovyet sineması örneği verilebilir. Özellikle 1924-1930 yılları arası için ‘altın çağ’ tanımı yapılmaktadır (Aykıl, 2017, s.131). Dönemin genç sinemacıları devrimci ideolojiyi yansıtacak anlatım biçimleri ve yeni bir sinema dili arayışı içinde olmuşlardır. Devrimci ve özgürlükçü bir yapıda başlayan bu girişimler, zamanla kendi içine kapanan ve tek parti iktidarına dönüşen Sovyetler Birliği’nin devlet ideolojisinin uzantısı bir propaganda aracına dönüşmüştür (Kıraç, 2012, s.44). Sovyet Sineması’ndan sonra propaganda sinemasının en etkin kullanıldığı bir diğer örnek Nazi Almanyası dönemidir. Hitler’in iktidarda olduğu tüm süre boyunca “en katı” propaganda metinlerini halka iletmek için kullandığı sinemayı “siyasi bir araç” olarak tanımladığı bilinmektedir. Propaganda Bakanı Goebbels ise dönemin politik fikirlerini yüceltmek ve çalışma saatleri dışında işçileri kontrol altında tutmak için sinemanın en etkin araçların başında geldiğini savunmuştur (Sarıtış, 2018, s.335).

Sinema aracılığıyla yapılan propaganda dendiğinde günümüzde akla gelen ilk ülkenin Amerika olmasının nedeni, Amerikan sinemayı ideolojik bir aygıt ve stratejik bir ikna aracı olarak kullanmadaki sistematik sürekliliğidir. Ana-akım sinema filmlerini tüm dünya ülkelerinde dolaşıma sokan ve ‘Hollywood’ ismi ile anılan Amerikan sinema endüstrisi yapımlarında hemen her dönemde ülkenin hegemon bakış açısıyla inşa ettiği popülist söylemlerine yer vermiş, Amerikan politikası ve kültürünün ‘ideal’ olarak kodlanmasını sağlamaya çaba sarf etmiştir. Özellikle 90’lı yıllarda Hollywood’da yükselişe geçen felaket filmleri akımı ile küresel çapta yok edici afetlerin Amerikan Hükümeti’nin teknolojik üstünlüğü sayesinde etkisiz hale getirildiği, Amerika’yı ‘dünyanın kurtarıcısı’ olarak konumlandıran anlatılar artarda hayata geçirilmiştir. Kurtarıcı mitinin 2000’li yıllarda da Hollywood yapımı felaket filmleri ile yeniden üretilmeye devam ettiği bilinmektedir.

Yakın geçmişte hizmete başlayan dijital platformlar ilk yıllarından itibaren kendi film ve dizi projelerini hayata geçirmiştir. Özellikle Netflix, Hulu, Amazon Prime Video ve Disney Plus gibi platformlar uluslararası çapta hizmet vermektedir. Sektör lideri olan Netflix 190 ülkede erişilebilir olduğunu açıklamıştır. Her ne kadar tamamı Amerikan şirketi olsalar da bu platformlar farklı ülkelerde farklı dillerde yapımların hayata geçirilmesini mümkün kılmaktadır. Bu yönleriyle Hollywood’un kültürel hegemonyasını zayıflattığı iddia edilebilir. Söz konusu Amerikan propagandası olduğunda Netflix’in yayınladığı

felaket temalı *Don't Look Up* (2021) ve *Leave the World Behind* (2023) adlı iki film 'kurtarıcı mitini' reddetmeleri ile dikkat çekmiştir. Hollywood'un geleneksel anlatı kalıplarından farklılaştığı gözlenen Netflix'in anlatılarından farklı olarak çıkan bu araştırma felaket filmlerindeki Amerikan propagandasının dönüşümünü incelemeyi amaçlamaktadır. Hollywood filmleri *Independence Day* (1996), *Armageddon* (1998), *Deep Impact* (1998) ve *The Day After Tomorrow* (2004) ve Netflix yapımı *Don't Look Up* (2021) ve *Leave the World Behind* (2023) filmleri göstergebilim yöntemi ile incelenecektir. Öncesinde ise propaganda kavramı ve sinema ilişkisi üzerinde durulacaktır.

1. Propaganda Kavramı

Kökünü 17. yüzyıla uzanan propaganda teriminin başlangıçta inançların, değerlerin ve belirli uygulamaların yayılması anlamına geldiği bilinmektedir. 18. ve 19. yüzyıllarda ise bu kavram, birçok Avrupa dilinde politik düşüncelerin, dini inançların ve hatta ticari ürünlerin geniş kitlelere aktarılmasını ifade eden daha tarafsız bir terim olarak kullanılmıştır. Propaganda sözlük anlamıyla bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma olarak tanımlanmaktadır (TDK Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/>). Günümüzün propaganda kavramı ile ilişkilendirebileceğimiz birçok uygulama tarihin eski dönemlerinde de karşımıza çıkmaktadır. Eski Mezopotamya'ya ait olduğu bilinen Kral Yazıtları buna örnek verilebilir. Bu yazıtlar bizzat dönemin kralları tarafından yazdırılmış, başarılarını öven metinler içermektedir (Eraslan, 2020, s.75). Roma İmparatoru Neron'un yönetimi altındaki halkı kendi fikirleri doğrultusunda yönlendirmek amacıyla büyük bir teşkilat kurduğu bilinmektedir (Özsoy, 1998, s.24). Moğol İmparatoru Cengizhan geniş bir coğrafyayı hakimiyeti altına almasını sağlayan savaşları psikolojik savaş tekniklerini de içeren çeşitli tekniklerle kazanmıştır. İşgal etmeyi planladığı ülkelere önceden görevliler göndererek kendi lehine propaganda uygulamaları yapması da bunlardan biridir (Eraslan, 2020, s.79). Askeri operasyonların dışında din alanında da propagandanın sıklıkla uygulandığı bilinmektedir. 17. yüzyılın başında Protestanlığın yayılmaya başlaması üzerine Papalık Katolik mezhebinin propagandasını yapmaya ihtiyaç duymuş ve 1622 yılında Congragatio de Propaganda Fide'yi (İnancı Yayma Cemiyeti) kurarak Protestanlık mezhebi ile mücadeleye girişmiştir (Eraslan, 2020, s.82).

20. Yüzyıldan itibaren propaganda kavramına yönelik algının değişime uğradığı söylenebilir. Kavramının uzun süre taşıdığı tarafsız anlam, I. Dünya Savaşı ile belirgin biçimde değişmiştir. Savaşın getirdiği yüksek kayıplar, geleneksel asker toplama yöntemlerini yetersiz bırakmış ve devletler için kamuoyunun desteğini kazanmayı zorunlu hale getirmiştir. Bu dönemde halk, ucuz gazetelerden afişlere, hatta sinemaya kadar dönemin tüm kitle iletişim araçları aracılığıyla sürekli olarak devletin propaganda mesajlarına maruz kalmıştır (Clark, 2004, s.12).

Propagandayı en etkin kullanan ülkelerin başında Amerika'nın geldiği bilinmektedir. Eraslan, ABD için "propaganda, psikolojik savaş gibi kavramları ulusal ve uluslararası politikalarının temelini koymuş bir ülke" yorumunu yapar.

Ülkenin I. Dünya Savaşı yıllarında kurulan Halkla İlişkiler Komitesi ile yazılı ve görsel araçlar kullanarak vatandaşlarını ülkenin silahlanması gerektiğine ikna etmeyi amaçlamıştır (2020, ss.92-93). İlerleyen yıllarda kitle iletişim araçları Amerika'nın başat propaganda araçları olarak var olagelmeye devam etmiş, medya metinleri her dönemin politik karakteristiği doğrultusunda ülkenin tüm dünyanın lideri olma hevesine uygun olarak üretilmiştir. Amerika'nın propaganda stratejilerinde katı yöntemler yerine sistematik ve ikna odaklı yöntemler tercih ettiği söylenebilir.

Propaganda tarihindeki en sert uygulamalar ise 1933 ile 1945 yılları arasında Adolf Hitler iktidarı altında totaliter bir diktatörlüğe dönüşen Nazi Almanyası'nda hayata geçirilmiştir. Nazi iktidarı boyunca Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nı yürüten Joseph Goebbels, modern kitle iletişim araçlarını rejimin ideallerini yaymak için kapsamlı biçimde seferber etmesiyle tanınır. Bu dönemde sinema, Nazi ideolojisinin hem içeride toplumsal rıza üretmek, hem de dışarıya güç ve düzen mesajı vermek için stratejik biçimde kullanılan bir araç haline gelmiştir (Kıraç, 2012, s.42).

Propaganda sözcüğü etkileme, sindirme ve yanıltma yöntemlerini içeren olumsuz çağrışımlara sahiptir ve propagandanın demokrasi fikri ile bağdaşmaz olduğu anlayışı yaygındır. Sinema ve propaganda ilişkisini incelerken karşılaşılan temel güçlüklerden biri, araştırmaların çoğunlukla propagandanın, Batı demokrasilerinin tarihsel düşmanları olarak gösterilen totaliter rejimlere ait bir olguymuş gibi ele alınması olmaktadır. Bu rejimlerin resmi terminolojilerinde "propaganda" sözcüğünün açık bir şekilde kullanılmış olması, kavramın temelde faşist diktatörlükler, Sovyetler Birliği ve diğer komünist devletlerle özdeşleştirilmesine neden olmuştur (Clark, 2004, s.12). Bu yaklaşım, kapitalist toplumlarda işleyen daha görünmez propaganda biçimlerini gözden kaçırma riskini taşımaktadır. Oysa Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi eleştirisinden (Adorno & Horkheimer, 2010) Stuart Hall'un ideoloji ve temsil tartışmalarına (Hall, 1980) kadar pek çok düşünür, kapitalist kitle kültürünün günlük hayatın içine gömülü ideolojik yönlendirme mekanizmaları ürettiğini göstermiştir. Harold Lasswell'e (1927) göre propaganda, siyasal tutumların semboller aracılığıyla yönetilmesidir ve kitle iletişim araçlarında sistematik olarak üretilen imgeler, sloganlar ve anlatılar yoluyla insanların inanç ve davranışlarını şekillendirir.

Kapitalist toplumlarda tüketim kültürünü ve hâkim ideolojik değerleri yaygınlaştıran söylemler mevcuttur. Hollywood sinemasından televizyon haberlerine, reklamlardan pop müziğe ve dijital kültürün biçimlendirdiği imgeler dünyasına kadar geniş bir alanda, tüketimci değerlerin ve hegemonik davranış kalıplarının nasıl yeniden üretildiğini araştıran önemli bir literatür bulunmaktadır (Kellner, 1995, Chomsky, 2005). Nitekim modern propaganda, soyut bir manipülasyon süreci olmaktan ziyade kitle kültürünün yükselişiyle birlikte kurumsallaşan ve endüstriyel imgelerin dolaşımıyla güç kazanan bir iletişim biçimidir. Bu nedenle propaganda ile kitle kültürü birbirini besleyen, hatta çoğu zaman birbirinin içinden anlaşılabilen iki iç içe yapıdır. Hem karmaşık hem de gündelik medyaya dağılmış olmaları nedeniyle iki kavramın sınırları, her zaman kesin çizgilerle belirlenemez (Clark, 2004, ss. 19-20).

2. Hollywood'tan Netflix'e Sinemada Amerikan Propagandası

Propagandanın kitleler üzerindeki ikna edici gücü, görsel ve işitsel anlatıyı birleştiren sinemanın doğuşuyla yeni bir boyuta taşınmıştır. Tarihsel süreçte, özellikle savaş dönemlerinde kitle manipülasyon aracı olarak kullanılan propaganda büyük oranda sinematik anlatılar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Sinemanın 'hipnotik' etkisinin temeli izleyicinin anlatıdaki karakterlerle kurduğu özdeşleşmeye dayanmaktadır. İzleyici anlatının kurgusal doğasının bilincinde olsa dahi, karakterlerle kurduğu duygusal bağ sonucu eleştirel bakışını yitirmekte ve empoze edilen ideolojik anlamları içselleştirmektedir. Bu bağlamda sinema, kitlelerin gerçeklik algısını stratejik çıkarlar doğrultusunda yeniden inşa etmek amacıyla kullanılabilir vazgeçilmez bir aygıt olarak görülmüştür (Altay & Uğur, 2018, s.18). Örneğin, Birinci Dünya Savaşı döneminde devletler vatandaşlarını savaşın gerekliliğine ve yöneticilerin aldığı kararların doğruluğuna ikna etmek için kitle iletişim araçlarını kullanmışlardır. 'Orduya katılım çağrıları' gazete ve radyo aracılığıyla doğrudan gerçekleştirilirken, sinemanın kullanım biçimi bu iki kitle iletişim aracından ayrılmıştır. Sinemanın doğası gereği anlamı 'dolaylı' olarak üretebilme işlevinden yararlanmış ve kurmaca anlatılar aracılığıyla "savaşa destek verme ve erkekleri savaşa katılmaya teşvik etmeye yönelik" içerikler dolaşıma sokulmuştur (Apak, 2024, s.155)

Geçmiş dönemlerde egemen toplumların iktidarlarını genişletme aracı olan propagandanın içinde bulunduğumuz çağda en yoğun gözlendiği ülke Amerika'dır. Politik ve ekonomik alanlardaki etkinliğini arttırmaktan kamuoyu belirlemeye var olan tüm propaganda tekniklerini uygulayan ülke, bu sayede "küresel mekânlar olarak algılanan mekânda en fazla etkinliğe sahip olan güç" haline gelmiştir (Çetin, 2016, s.252). Amerika'nın kültürel açıdan da diğer ülkeler üzerindeki hakimiyeti büyüktür. Bunu sağlayan da büyük ölçüde kitle iletişim araçları ile sistemli biçimde iletilen mesajlar olmuştur. Amerikan ana akım sineması olan Hollywood'un tüm dünyada dolaşıma soktuğu filmler aracılığıyla yalnızca ülkenin askeri üstünlüğü değil, gündelik hayata ait uygulamaları da 'ideal' olan yaşam tarzı olarak sunulmuş ve büyük ölçüde kabul görmeleri sağlanmıştır. Sinema filmleri aracılığıyla yapılan propaganda teknikleri arasında yer alan 'tekrarlama' kuralı ile örtüştüğü söylenebilir:

İyi bir propagandanın ilk koşulu belli başlı olguları bıkmadan tekrar etmektir. Propagandanın etkinliği, az sayıda düşünceyle sınırlanmasına ve bunların bıkip usanmadan tekrarlanmasına bağlıdır. Tekrar sonucu kararsız olan veya konuyla ilgili pek bilgisi olmayan kişiler çok rahat bir şekilde manipüle edilebilirler. Tekrarlanan mesajlar doğrultusunda kişi bu mesajları kabullenir ve bir sonraki safhada özümser. Bunun için mutlaka tekrar yapılmalıdır. Bu tekrarlar kitle iletişim araçlarında bariz bir şekilde olabileceği gibi bazı metinler içine gizlenmiş şekilde de olabilirler (Özer, 2019, s.19).

Sessiz sinemanın başlangıcından itibaren ABD, ulusal kimliği, tarihsel anlatıları ve toplumsal değerleri sinema yoluyla kitlelere aktarma konusunda güçlü bir ideolojik yaklaşım göstermiştir. D.W. Griffith'in imza attığı *Bir Ulusun Doğuşu* (1915) Amerikan sinemasının politik işlevini erken dönemde görünür

kılan en çarpıcı örneklerden birisi olmuştur. Linda Williams'ın (2001) vurguladığı gibi, *Bir Ulusun Doğuşu* filmi, ırkçı ve milliyetçi söylemleri dramatik sinema diliyle birleştirerek hem beyaz üstünlüğü mitini meşrulaştırmış, hem de Amerikan sinemasının politik işlevini görünür kılmıştır. Amerikan Western sineması da ulus kimliği ve mitolojisini pekiştiren bir anlatı yaratır. Erken dönem Western filmleri, Amerikan İç Savaşı ve Kızılderililerle çatışmalar üzerinden genç ulusun kendini tanımlama sürecini şekillendirir. Bu filmler “iyi” ve “kötü” arasındaki ayrımı keskinleştirerek, vatani savunanlarla ulusal bütünlüğe tehdit oluşturanları ideolojik olarak konumlandırır. Bu yönüyle Western, Amerikan yayılcılığının kültürel temsili ve etkili bir propaganda aracı olmuştur (Akbulut, 2017, s. 83).

Douglas Kellner'in (1995) medya kültürü üzerine çalışmasının da ortaya koyduğu gibi, Amerikan sineması hiçbir zaman yalnızca eğlence üretme amacıyla sınırlı kalmamıştır. Hollywood ile simgeleşen Amerikan sineması aynı zamanda ulusal kimlik, düşman temsilleri, toplumsal düzen ve devlet otoritesi hakkındaki algıları sinemanın erken dönemlerinden beri biçimlendiren bir propaganda mekanizmasıdır. Öyle ki, Hollywood 20. yüzyıl boyunca ABD'nin kültürel hegemonya araçlarının en etkililerinden biri haline gelmiştir. Savaş dönemlerinde militarist ideolojiyi öne çıkaran film üretiminde belirgin bir artış görülür ve büyük film stüdyoları toplumun milliyetçi duygularını harekete geçiren ve Amerikan hegemonyasıyla uyumlu mesajlar taşıyan yapımlar üretirler (Kıraç, 2012, ss. 42-44). Örneğin, *Top Gun* (1986) filmi Amerikan donanmasında görevli genç bir pilotun kariyerinin başında yaşadığı zorlukların ardından yaşadığı yükselişine odaklanır. “Vurgulanan zenginlik ile hissedilen yoksulluk ulusal ölçekte parlak bir gelecek vaadiyle donanmayı özendirme işlevi görürken, küresel ölçekte Amerikan yaşam biçimi ve değerlerini yüceltmektedir” (Sadakaoğlu, 2018, s.20). *Rocky* (1976) filmi ile Vietnam Savaşı sonrası yaşadığı yenilgiyi unutmaya çalışan halkına Amerikan Rüyası hatırlatılmış, yenilgiyi gerekçelendirme niyeti ile *Rambo II* (1985) ve *Rambo III* (1988) filmleri hayata geçirilmiştir.

Cumhuriyetçi partiden George H. W. Bush'un başkanlığında patlak veren Körfez Savaşı, Amerikan medyasının devlet politikalarıyla nasıl eşgüdümlü çalıştığını en görünür biçimde ortaya koyan örneklerden biri olmuştur. 16 Ocak 1991'de bombardımanın başlamasıyla birlikte 160 milyon Amerikalı operasyonu televizyondan canlı izlemiş ve bu yayınlar Amerikan televizyon tarihinde rekor izlenme oranlarına ulaşmıştır. Savaşın sonraki haftalarında televizyon kanalları neredeyse 24 saat boyunca canlı bağlantılar, uydu görüntüleri, yerinden anlık raporlar ve sürekli uzman yorumlarıyla kamuoyunu yönlendiren bir savaş söylemi üretmiştir. Dikkatle planlanmış bir medya stratejisinin parçası olan bu akışta televizyon muhabirleri sıkı kurallar altında çalışmıştır. Askerlerle kontrolsüz röportajlar yapmak, ağır yaralı askerleri veya savaşın gerçek bedelini gösteren travmatik sahneleri ekrana taşımak açıkça yasaklanmıştır. Körfez Savaşı hem görüntü seçimi, hem de içerik kontrolü üzerinden, medyanın, savaş deneyimini sterilize eden ve kamuoyunda devlet politikalarına yönelik rıza üretmeyi amaçlayan bir propaganda mekanizmasına dönüştüğünün güçlü bir örneği olmuştur (Kellner, 1992).

2000'lere gelindiğinde Amerikan dış politikasını meşrulaştırma amacıyla çeşitli filmler üretilmiştir. Somali müdahalesinin gerekliliğine ikna etme niyetiyle üretilmiş *Black Hawk Down* (2001) ile başlayan akımı Irak Savaşı'nda bomba

imha timinin yaşadıkları hakkındaki *The Hurt Locker* (2008) ve 1979'te İran'da yaşanan İslam Devrimi sürecindeki 'rehine krizi' hakkındaki *Argo* (2012) izlemiştir. *Zero Dark Thirty* (2012) filmi ile Bin Ladin operasyonu ve *Lone Survivor* (2013) filmi ile de Afganistan operasyonunun neden yapıldığı Amerika lehine bakış açısı ile kurmaca anlatılara konu edilmiştir.

Bununla birlikte, Doğu Bloku ile Soğuk Savaşın sona ermesi ile Hollywood, anlatılarında ideolojik öteki olarak içselleştirdiği düşman figürünü kaybetmiştir. Kendini dünyada “tek güç” konumunda gören Amerika'nın ulusal kimlik ve militarizm anlatılarını beslemek için yeni bir popüler mitolojiye ihtiyaç duymuştur. Bu bağlamda, Hollywood, dünyayı tehdit eden küresel tehlike karşısında dünyayı kurtaran istisnai güç olarak Amerika mitini devreye sokmuştur. *Independence Day* (1996), *Armageddon* (1998) ve *Deep Impact* (1998) gibi büyük bütçeli felaket filmleri, tam da bu siyasal atmosferde ortaya çıkarak Amerikan kahramanlığını, askeri teknolojiyi ve ulusal birliği görkemli bir görsel dil içinde yeniden kuran ve açıkça propaganda işlevi gören dev ölçekli anlatılar üretmeye başlamıştır (Kellner, 1995). İlerleyen yıllarda da felaket temalı filmlerin üretimine devam edilmiş, birçoğunda Amerika'nın bilim ve teknolojideki üstünlüğü, tüm dünyayı etkileyen yıkıcı afetlerdeki kurtarıcı rolü ile birleştirilerek sunulmuştur.

Tablo 1: Amerikan Yapımı Felaket Filmleri

FİLM	TEMA
<i>Independence Day</i> (1996)	Uzaylı istilası, insan ırkı için yok oluş tehdidi
<i>Dante's Peak</i> (1997)	Yanardağ patlaması, şehirde yaşanan kaos ve yıkım
<i>Armageddon</i> (1998)	Kuyruklu yıldız tehdidi, muhtemel küresel felaket
<i>Deep Impact</i> (1998)	Kuyruklu yıldız çarpması, küresel afetler
<i>The Day After Tomorrow</i> (2004)	Ani iklim değişikliği, buzul çağına giriş
<i>Children of Men</i> (2006)	İnsan soyunun kısırılığı, göçmen krizi
<i>I Am Legend</i> (2007)	Genetik salgın, mutantlarla mücadele
<i>Cloverfield</i> (2008)	Canavar saldırısı, kaotik şehir yıkımı
<i>The Road</i> (2009)	Kıyamet sonrası hayatta kalma, baba-oğul ilişkisi
<i>2012</i> (2009)	Jeolojik felaketler, Maya takvimi, kıyamet miti
<i>Contagion</i> (2011)	Salgın yayılması, sistemsel çöküş, bilim ve panik
<i>World War Z</i> (2013)	Zombi pandemisi, küresel çöküş, hızla yayılan korku
<i>Snowpiercer</i> (2013)	Buzul çağı sonrası oluşan toplumsal sınıflar
<i>Interstellar</i> (2014)	Dünya yaşamının çöküşü, uzayda koloni kurma
<i>San Andreas</i> (2015)	Dev deprem, aile üyesini kurtarma
<i>Geostorm</i> (2017)	İklim kontrol teknolojisinin çöküşü, yapay kıyamet
<i>These Final Hours</i> (2013)	Meteor sonrası dünyanın son günü, kişisel hesaplaşmalar
<i>Greenland</i> (2020)	Kuyruklu yıldız tehdidi, hükümet kontrolü, aile üyesini kurtarma
<i>Don't Look Up</i> (2021)	Kuyruklu yıldız çarpması, bilimin inkarı, medyadaki yozlaşma

Leave the World Behind Siber saldırılar, sistemin felç olması sonucu yaşanan kaos
(2023)

Bilindiği gibi, teknoloji propagandayı halk kitlelerine ulaştırmayı kolaylaştırmış, kitle iletişim araçları kolaylıkla birer propaganda aracına dönüştürülebilmıştır (Chomsky, 2005, s.18). Amerika'nın teknoloji alanındaki gücü “küresel kültürün egemenliğini” elinde tutmasını mümkün kılmaktadır (Aslan, 2020, s. 57). Kitle iletişim araçlarının kontrolünü büyük ölçüde elinde tutması ülkenin kültür emperyalizminin başat aktörü konumunu 21. Yüzyılda da korumasını mümkün kılmaktadır. “Kültür emperyalizmi ile belirtilmek istenen kavram, emperyalist bir ülkenin kendi kültürünü, sömürdüğü ülkeye aşlamak istemesidir” (Kongar, 1989, s.29). Emperyalist devletler hakimiyet kurdukları ülkelerde askeri ve ekonomik kontrolün dışında yerel halkların yaşam pratikleri üzerinde de etkin olmayı amaçlarlar. Norm ve değerlerden inanç sistemlerine tüm soyut yapıların yanı sıra, boş zaman aktivitelerinden giyim kuşama kadar birçok somut alanda da egemen devletlere ait kültürel kodların etkisi görülür. Bu devletler kendilerine ait olan tüm pratikleri ve düşünce biçimlerini idealize edilerek sömürülen toplumlara dayatır. Bunu yaparken sıklıkla başvurulan yöntem bu toplumların zihinlerini etkileyecek alanlardaki üretimi kontrol altına almaktır. Medyanın kültür emperyalizminin yumuşak gücü olarak tanımlanmasının nedeni de budur. Amerika'ya ait medya ürünleri hemen her dönemde diğer ülkelerce en çok ithal edilen kültür ürünleri olmuştur.

Amerika'nın kültür emperyalizmini yaymada en kullanışlı araçlarının başında her dönemde Hollywood Sineması gelmiştir. Bununla birlikte, son yıllarda uluslararası dijital platformların hizmet vermeye başlamasıyla sinema ve televizyon endüstrilerinde köklü değişiklikler yaşanmaya başlamıştır. 2013 yılında hayatımıza giren Netflix kısa sürede küresel çapta yayın yapan platforma dönüşmesi onu Hulu, Amazon Prime Video, Disney+, HBO Max gibi rakiplerinden ayırarak ‘ulus-ötesi’ ilk dijital platform olarak değerlendirilmesinin yolunu açmış, platform gerek sinema gerekse televizyon endüstrisi için dağıtım alanında yeni bir sistem yaratmıştır (Yıldırım & Ulusoy, 2021, s. 110). Netflix her ne kadar Amerikan film endüstrisi ekosisteminin bir parçası olsa da ürettiği filmleri dağıtım modelleri ve üretim motivasyonları bağlamında Hollywood sineması'ndan ayrı değerlendirmek gerekmektedir. Hollywood stüdyo sisteminin izlerini taşımaya devam eden, büyük yapım şirketlerinin hakimiyetinde işleyişini sürdürmekte ve izleyiciyi sinema salonlarını çekmeyi ana hedef olarak benimsemektedir. Netflix ise dijital platform olmanın getirdiği farklılığın sonucu olarak veri odaklı bir hedef kitle okuması yapmakta ve asıl hedef olarak üye sayısını korumayı ve arttırmayı benimsemektedir. Bu anlamda finansman modelinin büyük oranda teknoloji sermayesine ile ortaklık barındırdığı söylenebilir. “Örneğin, Apple veya Samsung cihazlarında önceden yüklenmiş Netflix uygulamaları, kullanıcıların içeriklere daha hızlı ve kolay erişimini sağlayabilmektedir” (Aydemir, 2023. s.1499)

Netflix'in rakipleri olan platformların da günümüzde farklı ülkelerden yapımları orijinal içerik olarak ürettikleri ve üyelerine sundukları bilinmektedir. Bununla birlikte, İngilizce dışındaki yapımlara en çok ağırlık veren platformun Netflix olduğu görülmektedir. Netflix'in *La Casa Del Papel* (2017), *Squid Game*

(2021) gibi yapımları tüm dünyada popüler olmuş örnekler arasındadır. 190 ülkede hizmet verdiği bilinen Netflix'in olabilecek en yüksek sayıda üyeye ulaşmayı ve üye sayısını her geçen gün arttırmayı hedeflediğini iddia etmek mümkündür. Buradan hareketle, ulus-ötesi bir platformun hedef kitlesindeki çeşitliliği göz önünde bulundurarak, ırk ve dil farklılıklarını aşan bir yayıncılık anlayışı benimsemesi gerektiği aşikardır.

Netflix'in farklı dillerdeki orijinal yapımlarının Amerikan kültür emperyalizmine etkileri yönünde farklı görüşler bulunmaktadır. Platformun "Hollywood'un kültürel hegemonyasını kırdığı yönünde yorumlar bulunurken, evrensel olanın yerel olan üzerinde hâkimiyet kurmasının sağlandığı ve anlatıları 'Amerikanlaştırdığı' yönünde olumsuz eleştirilere de rastlanmaktadır" (Yıldırım, 2025, s.1168). Bu konudaki fikir ayrılıklarına rağmen söz konusu Amerikan propagandası olduğunda platformun son yıllarda yayınladığı iki 'orijinal' film, Netflix'in Hollywood'a ait söylemi benimsemediği yorumunu yapmayı mümkün kılmaktadır. Popüler Hollywood oyuncularının rol aldığı felaket temalı filmler olan *Don't Look Up* (2021) ve *Leave the World Behind* (2023) Amerikan Hükümetinin işlevsizliğini vurgulanmakta, her ikisi de anlatısını Amerikan vatandaşlarının çaresizliği üzerine kurmaktadır.

3. Yöntem

Bu araştırma felaket temalı Hollywood filmleri ile Netflix filmlerini göstergebilim yöntemi ile karşılaştırarak anlatılardaki Amerikan propagandasının dönüşümünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Örneklem olarak seçilen *Independence Day*, *Armageddon*, *Deep Impact*, *The Day After Tomorrow* Hollywood Sinemasının karakteristiğini yansıtan felaket filmlerinin popüler örnekleri olmaları nedeniyle seçilirken, araştırmanın çıkış noktasını oluşturan dönüşümü gözler önüne seren *Don't Look Up* ve *Leave the World Behind* adlı filmler 'platform' filmlerine örnek olarak seçilmiştir. Filmler amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Amaçlı örnekleme araştırma konusu ile ilişkili kaynakların kısıtlı olduğu durumlarda "bilgi bakımından zengin" örneklere öncelik verilmesini olarak tanımlamak mümkündür (Yağar & Dökme, 2018, s.4). Söz konusu filmlerde Amerikan propagandasına ait unsurların görsel ve sözlü metinler aracılığıyla yoğun biçimde vurgulandığı bilinmektedir.

Araştırmada görsel ve işitsel göstergelerin *mitsel söylemler* üretme ve sürdürme biçimlerini incelemek amacıyla **göstergebilimsel çözümleme** yöntemi benimsenmiştir. Hollywood sinemasının, Amerika'nın üstünlüğü ve dünyayı kurtaran kahramanlığı ile ilgili *mitsel söylemler* üretme ve sürdürme biçimlerini incelemek ve bunun platform yayıncılığı döneminde nasıl dönüştüğünü ortaya koymak için **göstergebilimsel çözümleme** yöntemi somut veriler sunmaktadır. Bu makale bağlamında seçilen filmlerdeki insan, hayvan, nesne ve eylem kullanımları temel "gösterenler" olarak ele alınarak çok katmanlı bir okuma ile ikincil anlam düzlemindeki "gösterilenler" ortaya konulmuştur. Ardından bu sistemin üçüncü anlam düzeyi olan mitik düzeyde nasıl Amerikan propagandası olarak kullanıldığı analiz edilmiştir.

Göstergebilim, Ferdinand de Saussure'ün (1983) ortaya koyduğu biçimiyle, dilsel veya dildışı tüm anlamlama süreçlerini inceleyen beşerî bir bilimdir.

Saussure'e göre gösterge, bir "gösteren" ve bir "gösterilen" in birlikteliğinden oluşur. Gösteren, ses, imge, yazı gibi maddesel görünüşü; gösterilen ise zihinsel kavramı temsil eder. Saussure'ün yaklaşımı, anlamın tekil göstergede değil, göstergelerin oluşturduğu karşıtlıklar ve ilişkiler bütününde kurulduğunu varsayar (Saussure, 1983).

Modern göstergebilimin (semiyotik) kurucularından olan Charles Sanders Peirce ise gösterge, yorumlayan (interpretant) ve nesne (object) olarak tanımladığı üçlü bir model geliştirmiştir. Peirce'in modelinde öne çıkan özelliği yorumlayan kavramını barındırmasıdır. "Yorumlayanın da kendi içinde bir gösterge olması anlam (landırma) sürecini etkilemekte ve daha önce nesneden göstergeye doğrusal bir hareketle oluştuğu düşünülen anlamı, bir akış haline getirmektedir" (Özmkas, 2009, s.43).

Bu makale kapsamında incelenen filmler, Roland Barthes'in tanımladığı biçimiyle birer **metin** olarak ele alınmıştır. Göstergebilimsel çalışmalarda "metin", yalnızca yazılı materyali değil, anlam üreten tüm kültürel ürünleri kapsar. Film, fotoğraf, televizyon dizisi, reklam, afiş, sahne tasarımı ve hatta jest, mimik gibi görsel işitsel pratikler "metin" olarak çözümlenebilir (Barthes, 1977).

Göstergebilimin sinemada kullanılması konusunda öncü isimlerden olan Peter Wollen da göstergebilimin yalnızca dilsel bir kavramsal çerçeve olmadığını altını çizer. Wollen (2004), sinemanın basit bir temsil aracı olmadığını, kendi içsel düzenekleri, kodları, karşıtlıkları ve yapısal örgütlenmesi olan bir "işaretler sistemi" olduğunu vurgular. Wollen'a göre bir filmi anlamak, yalnızca anlatılan hikâyenin ne olduğunu anlamak değil, bu hikâyenin nasıl bir gösterge örgütü aracılığıyla kurulduğunu da anlamayı gerektirir. Böylelikle göstergebilim, sinemanın yüzeyde bıraktığı "gerçeklik etkisi"ni çözerek, filmin alt katmanlarında işleyen ideolojik ya da simgesel yapıları görünür kılar. Diğer bir deyişle filmlerde doğal ve kaçınılmaz bir gerçeklikmiş gibi gösterilen propagandayı açığa çıkaran güçlü bir analitik araç sunar (Wollen, 2004, s.17).

Analizin ilk aşamasında filmlerdeki temel göstergeler belirlenmiş, her gösteren ile ilişkili gösterilenler ayrıştırılmıştır. Bu süreçte insan, hayvan ve nesne kullanımları ile gerçekleşen eylemler birer göstergeler dizgesi olarak ele alınmıştır. Göstergeler dizgesindeki her bir öge, kendi başına anlam taşımakla birlikte, diğer göstergelerle kurduğu ilişkiler üzerinden yeni anlam katmanları da oluşturmaktadırlar (Saussure, 1983).

Analizin ikinci aşamasında Roland Barthes'in "mit" kavramsallaştırması temel alınmıştır (1998). Barthes'in *Çağdaş Söylenler* (1998) çalışmasında gösterdiği üzere, gündelik yaşamın yemek, içmek, spor gibi sıradan görünen unsurları ve dergilerden, reklamlara popüler kültür ürünleri mevcut ideolojilerin propagandasını amaçlayan söylenler yani mitler yaratırlar. Barthes'a göre

anlamlandırma öncelikle düzanlam ve yananlam düzeylerinde işler. **Düzanlam**, gösterge kümesinin yüzeyde sunduğu temel anlam olarak tanımlanabilir. Yananlam ise kültürel, ideolojik ve tarihsel bağlamın devreye girdiği ikincil anlam katmanıdır. Mitik düzeyde anlamlandırma gerçekleşirken düzanlam ve yananlam düzeylerinde anlam kazanmış birincil gösterge, yeniden bir *gösteren* olarak anlamlandırma sistemine dahil olur. Bu şekilde oluşan üçüncü anlam düzeyinde toplumsal, kültürel bağlam tarafından yüklenen anlamlarla gösterge “mit”e dönüşür. Barthes, mitleri modern toplumda ideolojik anlamların doğal ve kaçınılmaz bir gerçeklikmiş gibi sunulmasını sağlayan göstergesel yapılar olarak tanımlar Böylece mitler doğaları gereği propagandanın yapı taşlarını oluşturmaktadırlar (Barthes, 1998, ss. 183-185).

4. Bulgular ve Analiz

Her film için göstergeler insan, nesne ve eylem başlıkları altında sınıflandırılmış ve verilen örneklerin sayısı ‘propaganda’ ile ilişkili göstergelere göre belirlenmiştir.

4.1.Independence Day (Kurtuluş Günü, 1996)

Film ansızın ortaya çıkan ve tüm dünyayı işgal etmeye niyetli uzaylılar ile dünya devletlerinin girdiği mücadele hakkındadır.

Tablo 2. Independence Day

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Amerikan Başkanı Thomas J. Whitmore	Liderlik, Kahramanlık, Cesaret, Sadakat, Fedakarlık
İnsan	Bilim İnsanı David Levinson	Zeka, Sadakat
İnsan	Savaş Pilotu Steven Hiller	Cesaret
Hayvan	Köpek	Sadakat
Nesne	Ay yüzeyindeki Amerikan Bayrağı	Üstünlük, Hakimiyet
Nesne	Uzaylılara ait araçlar	Yabancı, Düşman, Teknolojik üstünlük
Nesne	Savaş Gemisi	Cesaret, Azim
Nesne	Amerikan Askeri Üsleri	Hakimiyet
Eylem	Uzaylılardan gelen saldırı	İnsan neslinin tehlikeye girmesi
Eylem	Beyaz Saray’ın yok edilmesi	Hükümet merkezi yok olsa da hükümetin mutlak gücünü ve işlevini koruması
Eylem	Başkanın uzaylıya barış teklif etmesi	Amerika’nın dünya dışı varlıklara karşı bile barışçıl bir tutumla yaklaşması
Eylem	Başkanın küçük kızını sürekli yanında tutması	Aile bağları
Eylem	Başkan’ın savaş uçağı kullanması	Eski bir savaş pilotu olan başkanın hayatını riske atması
Eylem	Uzay gemilerinin hacklenmesi	İnsan zekasının üstünlüğü

Eylem	Tüm ülkelerin Başkanının beklemesi	Amerikan komutunu	Amerika'nın hükmeden tek ülke olduğu	tüm dünyaya
--------------	------------------------------------	-------------------	--------------------------------------	-------------

Filmin diğer filmlerle karşılaştırıldığında Amerikan Başkanının en fazla ön planda yer aldığı yapım olduğu yorumu yapılabilir. Thomas J. Whitmore adlı bu karakter eski bir savaş pilotudur. Küçük kızına son derece ilgili bir baba olan Whitmore, başkanlık görevini layıkıyla yerine getiren, sorumluluk sahibi, cesur ve fedakar bir figür olarak sunulmaktadır. Uzaylılarla girişilen mücadelede savaş uçaklarından birini kullanmayı isteyerek kendi hayatını riske atmakta ve 'kahraman' başkan olarak tüm vatandaşların hayranlığını kazanmaktadır. Filmin bir diğer önemli karakteri olan savaş pilotu Steven Hiller, Amerikan donanmasının cesur askeri olarak öne çıkmaktadır. Uzaylının kullandığı savaş uçağını düşürüp, yaralı uzaylıyı yumrukladığında Amerikalı genç bir adam olarak 'yenilmezlik' vurgusunu pekiştirmektedir. Ay yüzeyindeki Amerikan Bayrağı sahnesi ile ülkenin dünya dışında da liderliği tartışmasız olarak sunulmaktadır. Uzaylıların şehirlerin üzerine konumlandıkları devasa uzay gemilerini alt edecek teknolojiye sahip olması yine ülkenin teknolojik üstünlüğüne vurgu yapmaktadır. Beyaz Saray'ın uzaylı saldırısıyla yok edilmesi hükümetin işlevinde bir azalma yaratmamakta, Amerika her şartta ayakta kalabilen ülke olarak sunulmaktadır. Son olarak, diğer tüm ülkelerde hükümetlerin Amerikan Başkanının yönlendirmeleriyle hareket etmeleri, Amerika'nın 'dünyanın hakimi' konumunun altını çizmektedir.

4.2. Armageddon (1998)

Film gezegendeki yaşamın yok oluşuna neden olacak boyutta bir göktaşının ortadan kaldırılmasına yönelik verilen mücadele hakkındadır.

Tablo 3. Armageddon

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Amerikan Başkanı	Liderlik, Sorumluluk
İnsan	Sondaj İşçileri	Çalışkanlık
İnsan	Sondaj uzmanı (Harry Stamper)	Fedakarlık, Cesaret
İnsan	Rus Kozmonot	Zaafiyet, Beceriksizlik
Nesne	Amerikan Bayrağı	Hakimiyet
Nesne	NASA Roketleri	Teknolojik üstünlük
Nesne	Sondaj Makineleri	Doğaya hükmetmek
Nesne	Göktaşı	Tehdit
Eylem	Roketlerin Fırlatılması	Kahramanlık, Üstünlük
Eylem	Harry ve kızı arasındaki konuşmalar	Ailenin kutsallığı, güçlü duygusal bağlar
Eylem	Harry'nin ölmeyi göze alarak dünyayı kurtarması	Fedakarlık, Cesaret
Eylem	Tüm kararların Amerikan Hükümeti tarafından alınması	Diğer devletlerin pasif konumu, Amerika'nın tek kurtarıcı olması

Filmde göktaşını küçük parçalara ayıracak bir patlama gerçekleştirilebilmesi için bir ekip kurulmakta ve bir grup sondaj işçisi de ekibe dahil edilmektedir. Filmin ana karakteri olan sondaj uzmanı Harry Stamper çalışkan, fedakar ve cesur bir Amerikalı olarak operasyonun sonunda kendi hayatını feda etmekte, hem ekip arkadaşlarını, hem de milyarlarca insanın hayatını kurtarmaktadır. Uzaya gönderilen ekipte bir Rus kozmonota yer verilmekte, fakat bu karakter yaptığı bir hata nedeniyle operasyona zarar vermektedir. Bilindiği gibi Soğuk savaş döneminde iki ülke arasındaki çekişmenin en görünür olduğu alanlardan bir de uzay çalışmalarıdır. Rus kozmonotun temsili bu konudaki iktidarın kimde olduğuna dair Amerika lehine bir vurgu yapmaktadır. Filmde Amerikan Başkanının operasyonu titizlikle komuta etmesi ve sıklıkla yer verilen Amerikan Bayrağı hakimiyet vurgusunu pekiştirirken, okyanustaki sondaj çalışmalarına ait sekanslar ile ülkenin teknoloji sayesinde elde ettiği doğaya karşı üstünlüğü ön plana çıkarılmaktadır. *Independence Day* filminin aksine bu filmde yok oluşu engellemeye çalışılan operasyon tümüyle Amerikan Hükümeti tarafından hayata geçirilmektedir. Diğer ülkelerin tamamı pasif bir konumdadır. Dolayısıyla film tüm anlatısını dünyanın ve insanlığın tek koruyucusu olarak Amerika Devleti olduğu iddiası üzerine kurmaktadır.

4.3. Deep Impact (Derin Darbe, 1998)

Film, *Armageddon* ile aynı yıl gösterime girmiş olmakla birlikte benzer olay örgüsüne sahiptir.

Tablo 4. Deep Impact

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Amerikan Başkanı Tom Beck	Liderlik, Kahramanlık, Soğukkanlılık, Azim
İnsan	Amerikan Genci Leo Biederman	Zeka, Cesaret, Sadakat
İnsan	Gazeteci Jenny Lerner	Cesaret, Fedakarlık
İnsan	Astronotlar	Fedakarlık
Nesne	Amerikan Bayrağı	Hakimiyet
Nesne	NASA'nın Uzay Gemisi Messiah	Teknolojik üstünlük
Nesne	Göktaşı	Tehdit
Nesne	Sığınaklar	Korumacı devlet anlayışı, Teknolojik üstünlük
Eylem	Kurtulma şansı olmayan çiftin bebeklerini büyük kızlarına emanet etmeleri	Ebeveyn fedakarlığı, ailenin devamlılığı
Eylem	Tsunamilerin metropollerini yok etmesi	İnsanın doğanın karşısındaki güçsüzlüğü
Eylem	Toplu dua ritüelleri	Halkın birlik duygusu ve dini değerleri
Eylem	Jenny ve babasının konuşmaları	Ailenin kutsallığı
Eylem	Başkanın füzelerin başarısız olduğunu canlı yayında itiraf etmesi	Dürüstlük
Eylem	Başkanın astronotları anması ve restorasyon vurgusu	Minnettarlık, Amerika'nın her şartta ayağa kalkabileceğine olan güven

'Gezegen katili' olarak tanımlanan bir göktaşından kurtulmaya yönelik mücadele hakkındaki bu filmde Amerikan Başkanı görece daha ön plandadır. Siyahi bir karakter olan Tom Beck adlı başkan tüm süreci canlı yayınlar aracılığıyla halka aktardığı şeffaf bir operasyona liderlik etmektedir. Soğukkanlı ve dürüst bir karakter olması nedeniyle operasyonda yaşanan aksaklıklara rağmen son ana kadar saygınlığını korumaktadır. Operasyonun başarısız olma ihtimaline karşı inşa edilen sığınaklar ile vatandaşına sahip çıkan devlet vurgusu yapılmaktadır. Gözü pek genç gazeteci Jenny Lerner'in göktaşının varlığına dair bilgilerin paylaşıldığı ilk günlerde Beyaz Saray'da yapılan basın açıklaması sırasında sorduğu sorular ülkedeki basın özgürlüğüne işaret etmektedir. Göktaşını yok edecek nükleer patlayıcıların ilk denemede başarısız olması ve son çare olarak astronotların kendi hayatlarını kaybetmeyi göze alarak dünyayı kurtarmaları kahraman ve fedakar Amerikan bilim insanı profilini tekrar etmektedir. Operasyonu gerçekleştirecek NASA aracının isminin Messiah (Mesih) olması ve filmde yer verilen toplu dua ritüelleri Hristiyanlığa olan bağlılığı vurgularken, Amerika'nın üstlendiği sorumluluğu ilahi bir görev olarak sunmaktadır. Filmin finalinde, yaşanan tüm yıkıma rağmen operasyonun son anda başarıya ulaşması ve bu sayede kitlesel yok oluşun önüne geçilmesi 'dünyanın kurtarıcısı ülke' mitini yeniden üretmektedir. Başkanın konuşmasına yer verilen final sekansındaki yeniden inşa vurgusu Amerika'nın yok edilemezliğine, her şartta hayatta kalmayı başaracağına işaret etmektedir.

4.4. The Day After Tomorrow (Yarıdan Sonra, 2004)

Film dünyanın ansızın buzul çağına girmesi üzerine paleoklimatoloji uzmanı bir adamın, oğlunu kurtarmak için Washington'dan New York'a yola çıkması hakkındadır.

Tablo 5. The Day After Tomorrow

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Amerikan Başkanı Raymond Becker	Liderlik, Kuralcılık
İnsan	Klimatolog Jack Hall	Öngörü, Bilimin üstünlüğü
İnsan	Lise Öğrencisi Sam Hall	Zeka, Liderlik, Fedakarlık, Cesaret
İnsan	Klimatolog Jason Evans	Dostluk, Sadakat
Nesne	Amerikan Bayrağı	Hakimiyet
Nesne	Eriyen Buzullar	Tehlike, Tehdit
Nesne	Amerikan Uzay İstasyonu	Teknolojik Üstünlük
Nesne	Gutenberg İncili	Dini değerler
Nesne	Özgürlük Heykeli	Dayanıklılık, Yok edilemez olma
Eylem	Kutup ikliminin başlaması	Doğanın öngörülemezliği
Eylem	Doktorun ölümü göze alarak çocuk hastasının yanında kalması	Fedakarlık, göreve bağlılık
Eylem	Jack'in oğlu Sam'i bulma mücadelesi	Ailenin kutsallığı
Eylem	Jack'in iş arkadaşlarından birinin kendini feda ederek diğerlerini kurtarması	Dostluk, sadakat

Eylem	Başkanın kendilerini misafir eden Meksika'ya teşekkürü ve hata yaptıklarını itiraf etmesi ve restorasyon vurgusu	Minnettarlık, Özeleştirme, Tevazu, Amerika'nın yok edilemezliğine olan inanç
Eylem	Hayatta kalan vatandaşların kurtarılması	Amerika'nın en zor şartlarda bile vatandaşlarına sahip çıkmaktan vazgeçmemesi

Filmde kutuplarda iklim araştırmaları yürüten ekibin yöneticisi olan Jack Hall adlı karakter ailesine olan bağlılığının yanı sıra işinde de son derece başarılı ve idealist bir bilim insanı olarak sunulmaktadır. İklim değişikliğinin bir anda buzul çağının başlangıcına neden olması Hall ve durumun ciddiyetini kavramakta zorlanan hükümet yetkililerini karşı karşıya getirmektedir. Bu noktada bilim insanı Hall öngörüsü ve tutarlı tahminleri ile bilimin üstünlüğünü temsil ederken, Amerikan Başkanı Raymond Becker sabit fikirli ve kuralcı bir lider olarak sunulmaktadır. Önceki felaket filmlerine kıyasla Amerikan Hükümeti'nin 'asla yanılmaz' temsiline değişikliğe uğradığı görülmektedir. Yine de doğanın yok edici gücü ile baş etmekte zorlanan hükümet yetkilileri son ana kadar sorumluluklarını yerine getirmektedir. Başkan yürütülen kurtarma operasyonlarını sürekli takip ederek korumacı devlet mitini tekrarlararken, finalde başta Meksika olmak üzere sığınmak zorunda kaldıkları güney yarım küredeki üçüncü dünya ülkelerine hitaben minnettar bir konuşma yaparak tevazu örneği sergilemektedir. Aynı konuşmada yeniden ayağa kalkacaklarını söyleyerek Amerika'nı yok edilemezliğini vurgulayan Başkan her şartta lider bir devletin yöneticisi tavrını korumaktadır. Doğanın yıkıcı etkisine rağmen gerek Amerikan Uzay İstasyonu, gerekse iklim çalışmalarının sürdüğü araştırma merkezleri ile teknolojik üstünlük sürekli hatırlatılmakta, New York şehrini kaplamış buzullar arasında ayakta kalan Özgürlük Heykeli ile de 'yenilmezlik' miti görselleştirilmektedir.

4.5. Don't Look Up (Yukarı Bakma, 2021)

Film göktaşı tehdidini uzun süre umursamayan Amerikan Hükümeti'nin son anda aldığı tedbirlerin boşa çıkmasıyla bir felaket yaşanması hakkındadır.

Tablo 6. Don't Look Up

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Amerikan Başkanı Janie Orlean	Faydacılık, popülizm, bilim karşıtlığı
İnsan	Astronomi profesörü Dr. Randall Mindy	Manipülasyona açıklık, zayıf karakterli olmak
İnsan	Astronomi doktora öğrencisi Kate Dibiasky	Bilim insanlarının toplumun kayıtsızlığı karşısında yaşadığı buhran
İnsan	Televizyoncu Brie Evantee	Medya eliyle yaratılan toplumsal yozlaşmanın aktörleri
İnsan	Teknoloji şirketi CEO'su Peter Isherwell	Elon Musk ve Bill Gates gibi teknoloji devi şirketlerin CEO'larının karikatürize edilmesi
İnsan	NASA yetkilisi Dr. Teddy Oglethorpe	Bilim insanlarının hükümet tarafından susturulması

İnsan	Başkanın Oğlu Jason Orlean	Nepotizm, liyakatsizlik
Nesne	BASH markasının cep telefonu	Kullanıcıyı devamlı olarak izleyen yapay zeka destekli cihazların yarattığı gözetim kapitalizmi
Nesne	Oval ofiste sergilenen başkanın şarkıcılarla çekilmiş fotoğrafları	Başkanın popülist tutumu, liyakatsizlik
Nesne	'Don't Look Up' kampanyası şapkası	Trump'ın seçim kampanyasına yönelik alaycı referans
Nesne	Uzay kapsülü (kaçış aracı)	Üst sınıfın kurtuluş planı, elit sınıfın bencilliği
Nesne	Xanax	Stresi yönetememe
Eylem	Başkanın bilim insanlarını çağırdığı gün saatlerce bekletip görüşmemesi	Bilimsel bilginin değersiz görülmesi
Eylem	Başkanın kuyruklu yıldız bilgisini paylaşmayı kongre sonrasına ertelemesi	Politikacıların ben merkezci karakteristiği
Eylem	Televizyon programında kuyruklu yıldız haberinin ilgi çekmemesi	Halkın kayıtsızlığı
Eylem	Başkanın oğlunun basın açıklamalarında film repliklerine yer vermesi	Liyakatsizlik, akıl dışı uygulamalar
Eylem	Kate Dibiasky hakkında sosyal medyada alaycı paylaşımlar yapılması	Linç kültürü, post truth çağı karakteristiği
Eylem	'Don't Look Up' kampanya sürecinde yaşananlar	Toplumsal kutuplaşma
Eylem	Kuyruklu yıldızdaki değerli mineral ve metaller için yıldızı parçalama operasyonunun iptal edilmesi	Teknoloji şirketlerinin maddi çıkarların akıl dışı uygulamalara yol açması
Eylem	Başkanın halka açıkça yalan söylemesi	Politikacıların güvenilmezliği
Eylem	Kuyruklu yıldızı parçalama operasyonu başarısız olunca başkan ve ekibinin ortadan kaybolması	Politikacıların bencilliği

Film Hollywood yapımı felaket filmlerinden farklı olarak komedi / drama türündeki bu film Amerika'nın sinema eliyle sürekli yeniden üretilen 'kurtarıcı' devlet imajını yerle bir etmektedir. Kadın Amerikan Başkanı Janie Orlean adlı karakter faydacı ve popülist bir lider olarak sunulmakta, vasat zekalı oğlu Jason'a verdiği sınırsız yetkiler ile Beyaz Saray'da süregelen son derece liyakatsiz bir yönetim resmedilmektedir. Medyaya yansıyan skandallarından rahatsız olmayan Başkan ve oğlu eliyle yaratılan 'yozlaşma' tüm devlet kademelerinde görünür olmuştur. Bilim insanları Dr. Randall Mindy ve Kate Dibiasky'nin yaklaşan devasa göktaşı hakkındaki uyarılarının uzun süre görmezden gelinmesi ile 'bilimsel bilginin' değersizleşmiş olduğu vurgulanmaktadır. Film post-truth kavramı ile örtüşen birçok örnek barındırmaktadır. Kavram, kamuoyunun şekillenmesinde rasyonel düşünce ve nesnel gerçeklerin kişisel inanç ve

duygulardan daha az etkili olması olarak tanımlanabilir. Filmde medyanın etkisiyle duyarsızlaşmış olan Amerikan halkının herhangi bir konuda rasyonel tepkiler veremez hale geldiği görülmektedir. Dezenformasyon ve linç kültürünün yanı sıra medya ve politikacılar etkisiyle sürdürülen popülist söylemler post-truth çağı karakteristiği ile birebir uyuşmaktadır. Filmde uzun yıllardır Amerika'ya atfedilen 'teknolojik üstünlük' olumsuz bir özelliğe evrilmekte, bilim ve teknoloji insanların yanlış uygulamaları nedeniyle işlevsiz hale gelmektedir. Teknoloji şirketi BASH'in CEO'su Peter Isherwell karakteri ile günümüzde elinde sınırsız güç bulunduran teknoloji şirketi yöneticileri parodileştirilmektedir. Kayıtsızlıkları ve yanlış kararları ile göktaşı tehdidini yok edemeyen başkan ve bir grup elitin dünyadaki yaşamın sona ereceği kesinleştiğinde kendilerini kurtaracak kapsüle binerek yeni bir gezegene kaçmaları yıllardır süregelen 'fedakar' başkan söylemi ile ters düşmektedir.

4.6. Leave The World Behind (Dünyayı Ardında Bırak, 2023)

Film siber saldırılar ile başlayan kaosun hayatın tüm alanlarına sıçradığı günlerde Amerikan Hükümeti'nin işlevsiz kalması sonucu olup bitenlerin kontrolden çıkması hakkındadır.

Tablo 7. Leave The World Behind

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnsan	Beyaz ailedeki anne karakteri Amanda Stanford	Kariyer odaklı modern hayatın getirdiği yalnızlık ve tatminsizlik
İnsan	Beyaz ailedeki baba karakteri Clay Stanford	Özgüven sorunları, yetersizlik hissi, gerçek bir yetişkin olamama
İnsan	Siyahi aile: G.H. Scott ve kızı	Siyahilere yönelik devam eden ırkçılık
İnsan	Komşu adam Danny	Muhafazakarlık, şüphecilik, bencillik
Hayvan	Geyikler ve Flamingolar	Medeniyet ve doğa arasındaki sınırın belirsizleşmesi, doğanın her şartta üstünlüğü
Nesne	Kontrolden çıkan taşıtlar	İnsanın kendi ürettiği teknolojinin kurbanına dönüşmesi
Nesne	NASA tişörtü	Genç erkeğin Amerikan kimliğine olan bağı
Nesne	Dökülen dişler	Genç erkeğin gücünü yitirmesi
Nesne	Duvar kağıdı	Yükselen tehdit
Eylem	Hükümet yetkililerinin sessizliği, vatandaşların kaderlerine terk edilmeleri	Devlet kurumlarının kriz anındaki işlevsizliği
Eylem	İletişim araçlarının işlevsizleşmesi / Siber saldırıların hayatı durdurması	Elektronik iletişimin modern hayatın devamlılığının ön şartı oluşu
Eylem	Latin kökenli kadına yardım edilmemesi	Dayanışma duygusundan yoksun Amerikan halkı, ırkçılık, insanın bencilliği
Eylem	Ergen kızın <i>Friends</i> dizine olan bağımlılığı	Nostalji, popüler kültürün 'kaçış' işlevi

Eylem	G.H. Scott'ın Pentagon yetkilileri ile iletişimi	Devlet yetkililerinin görevlerini kişisel menfaatleri için suistimal etmeleri
Eylem	Finalde Newyork'tan yükselen dumanlar ve siren sesleri	Kurtarıcının yokluğu ve kurtuluş ihtimalinin bulunmaması

Filmde şehre yakın bir bölgede kiraladıkları evde tatil yapan iki çocuklu Newyork'lu beyaz çiftin, yaşanan kaos nedeniyle evlerine dönmek zorunda kalan evin sahibi siyahi adam ve kızı ile güven sorunları yaşadıkları görülmektedir. Film bu yönüyle ırkçılığın sürmekte olduğu vurgulamaktadır. Beyaz çiftin ergen oğlunun giydiği NASA logolu tişört Amerika'nın eski güçlü dönemlerine dair bir nostalji olarak yorumlanabileceği gibi, kız kardeşinin sürekli olarak *Friends* dizisini izlemesi popüler kültür ile uyuşturulan Amerikan halkını hatırlatmaktadır. Ergen erkek karakterin dişlerinin dökülmesinin maskülen otoritesinin güç kaybını temsil ettiğini söylemek mümkündür. Taşıtların kontrolden çıkması ile yaşanan kaos, kendi ürettiği teknolojilerin kurbanı olan insan olarak yorumlanabilir. İletişim araçlarının sessizliğe bürünmesi ile haber akışı durduğunda halk kendi başının çaresine bakmaya çalışırken dayanışmanın yerini bencillik almaktadır. Film boyunca yaşanan kaosun nedenini tahmin etmeye çalışan karakterler Amerika'nın diğer devletleri kendisine düşman ettiğini dile getirmekte ve birden fazla düşmanın olabileceğine ihtimal vermektedir. Tüm süreç boyunca hükümetin işlevsiz kalması ve final sekansında Newyork'un dumanlar ve sirenler arasında yer verilen görüntüsü kurtarıcı devletten kendini koruyamayan devlete evrilen Amerika'yı resmetmektedir.

Sonuç

Toplulukların düşünce ve davranışlarını bir amaç doğrultusunda kalıcı olarak değiştirmeye yönelik uygulamalar anlamına gelen propaganda özellikle iletişim araçları kullanılarak çok daha hızlı ve etkin biçimde gerçekleştirilebilmektedir. Devletler 20. yüzyılın başlarında sinemanın icat edilmesi ile beyazperdenin propaganda için son derece kullanışlı ve etkili bir mecra olduğunu keşfetmişler ve I. Dünya Savaşı yıllarından itibaren rıza oluşturmak başta olmak üzere çeşitli politik amaçlar için bu mecraı kullanmaya başlamışlardır. İlk örneği olarak Sovyet Sinemasının verilebileceği propaganda sineması II. Dünya Savaşı yıllarında Nazi Almanyası'nda da etkin biçimde kullanılmıştır.

Söz konusu propaganda olduğunda ilk akla gelen ülkelerden biri olan Amerika da sinemayı her dönemin şartlarına uygun olarak propaganda araçları arasına dahil etmiştir. Hollywood filmlerinde sıklıkla Amerikan kültürünü idealize eden veya dış politikalarını meşrulaştıran anlatılara yer verildiği bilinmektedir. 90'lı yıllardan itibaren ağırlık verilmeye başlanan felaket filmlerinde de Amerikan propagandasının son derece görünür olduğunu, bu filmlerde ülkenin sürekli olarak lider devlet olarak tasvir edildiğini söylemek mümkündür. Örneğin, *Independence Day*, *Armageddon*, *Deep Impact* ve *The Day After Tomorrow* gibi örneklerde insanlığın sonunu getirecek felaketler Amerika'nın müdahalesi ile savuşturulmakta, ülke dünyanın kurtarıcısı olarak sunulmaktadır. Bununla birlikte, son dönemde yaşanan dijitalleşme kitle iletişim araçlarını da etkilemiş, sinema endüstrisi için üretim biçimlerinden anlatı kalıplarına birçok alanda değişimler yaşanmıştır. Üyelik sistemi ile internet üzerinden film ve dizi izlemeye

imkan veren dijital platformlar 2013 yılı itibariyle hayatımıza girmeye başlamıştır. Bu alandaki sektör lideri konumunda olan Netflix'in dizi ve film türünde kendi içeriklerini üreten bir strateji izlediği bilinmektedir. Hemen her ülkeden kullanıcıya sahip olan Netflix farklı ülkelerde, farklı dillerde içerikler hayata geçirerek bu içerikleri uluslararası çapta erişilebilir kılmakta, bu yönüyle Hollywood'un sinema endüstrisindeki hakimiyetini zayıflatmaktadır. Netflix üretim ve dağıtım konusundaki uygulamalar dışında da Hollywood'a alternatif olabilmektedir. Platformun yapımları arasında Hollywood'un Amerikan propagandası bağlamında yıllardır ürettiği söylem ile örtüşmeyen anlatılar bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak alışlageldik Amerikan propagandasına yer vermeyen felaket filmleri *Don't Look Up* ve *Leave the World Behind* verilebilir.

Hollywood ve Netflix üretimi olan söz konusu felaket filmleri Amerikan propagandası bağlamında göstergibilim yöntemi ile analiz edilerek karşılaştırıldıklarında iki mecraya ait anlatıların karşıt söylemler içerdiği görülmektedir. Hollywood anlatılarına örnek olarak seçilen *Independence Day*, *Armageddon* ve *Deep Impact* filmlerinde dünya küresel çapta bir yok oluş tehdidi ile karşı karşıya gelmekte, bu tehdit Amerikan Hükümetinin akılcı adımları ile ortadan kaldırılmaktadır. Tüm insanlığı etkileyecek bu tehditler karşısında diğer devletler çoğunlukla pasif konumda kalarak, Amerika'nın operasyonlarını beklemekte, kimi zaman da Amerikan Hükümeti'nin yönettiği planlara dahil olmaktadır. Başta Amerikan Başkanı olmak üzere, hükümet yetkilileri, NASA ve/veya ordu mensupları ile bilim insanlarından oluşan karakterlerin olumlu özelliklerinin ön planda olduğu görülmektedir. Diğer bir örnek olan *The Day After Tomorrow* filminde iklim değişikliği kaynaklı küresel bir felaket yaşanmakta, bu kez duruma müdahale etmek mümkün olmasa da Amerikan Hükümeti yaşanan felaketin büyüklüğüne rağmen vatandaşlarını kurtarabilmek adına tüm imkanlarını seferber etmektedir. Söz konusu filmlerde Amerikan Devletine ait tüm unsurların liderlik, kahramanlık, liyakat, zeka, cesaret, azim, fedakarlık, teknolojik üstünlük, hakimiyet, yenilmezlik gibi temaları vurgulayacak biçimde temsil edildikleri görülmektedir.

Netflix yapımı felaket filmleri olan *Don't Look Up* ve *Leave the World Behind* örnekleri incelendiğinde ise bunların Hollywood yapımı felaket filmlerinde inşa edilen tüm olumlu temaları yanlışlayan anlatılar oldukları görülmektedir. *Armageddon* ve *Deep Impact* filmlerinde olduğu gibi dünyada yaşamın sonunu getirecek bir göktaşı tehdidini konu alan *Don't Look Up* tam anlamıyla Amerikan Başkanı parodisi örneği sunmaktadır. Akıl dışı uygulamalar ile ülkeyi kaosa sürükleyen kadın başkan diğer tüm resmi kurumlardaki çürümenin sorumlusu konumundadır. *Leave the World Behind* örneğinde diğer filmlerden farklı olarak felaketin kaynağı belirsizdir. Siber saldırılarla iletişim araçları işlevsiz hale gelmekte, Amerikan Hükümeti'nin görünür hiçbir müdahalede bulunmaması şehirlerde hayatın kısa sürede kontrolden çıkmasına sebep olmaktadır. Filmin dramatik finalinde bir kurtarıcının ve kurtuluş ihtimalinin yokluğu vurgulanmaktadır. Netflix'in bu iki yapımında Amerikan propagandası bağlamında değerlendirilebilecek unsurlar ile faydacılık, liyakatsizlik, nepotizm, popülizm, toplumsal kutuplaşma ve yozlaşma, ırkçılık, bilim karşıtlığı, dezenformasyon, linç kültürü, yalnızlık, tatminsizlik, şüphecilik temalarının öne çıkarıldığı görülmektedir.

Sonuç olarak, Netflix'in felaket filmlerinde Hollywood'un uzun yıllardır inşa ettiği 'Amerikan Rüyası' ve 'dünyanın kurtarıcısı Amerika' mitlerinin büyük ölçüde yıkıldığı görülmektedir. Kurtarıcı devletten 'işlevsiz' devlete geçiş, bilimsel ve teknolojik üstünlüğün kaybı, engellenemeyen kaos gibi temalar ile Hollywood'a ait geleneksel söylemin atıl hale geldiğinin altı çizilmektedir. Buradan hareketle Netflix'in, Hollywood'un Amerikan propagandası bağlamında tek taraflı tutumunu benimsemediği söylenebilir. Bununla birlikte, söz konusu platformun günümüzde ulus-ötesi bir platform olarak 190 ülkede hizmet verdiği bilinmektedir. Latin Amerika'dan Uzak Doğu'ya, Afrika'dan İskandinavya'ya uzanan geniş bir coğrafyada heterojen kullanıcı kitlesine hitap edebilmek küresel içerik stratejileri doğru yönetmeyi gerekli kılmaktadır. Netflix'in kısa sürede dijital platformların sektör lideri olarak elde ettiği konumu göz önünde bulundurulduğunda bu sonucu ideolojik bir tercihten ziyade, küresel tüketici beklentilerine uygun, 'daha geniş kitleleri' hedefleyen anlatılar inşa etme çabası olarak yorumlamak mümkündür.

Kaynakça

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2010). Aydınlanmanın Diyalektiği (N. Ülner & M. Tüzel, Çev.; Orijinal eser yayımlanma yılı 1947). Kabalcı Yayınları.
- Apak, D. (2024). Birinci Dünya Savaşı'ndaki propaganda faaliyetlerinin iletişim araştırmaları ile etkileşimi. İNİF E- Dergi, 9(2), 152-173.
- Akbulut, D. (2017). Sinemanın İlkleri: Amerikan Sineması. Etik Yayınları.
- Altay, S., & Uğur, U. (2018). Sinemanın Propaganda Aracı Olarak Kullanılması: Ben Küba Filmi. İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 4(8), 13-32.
- Aslan, P. (2020). Dijitalleşme ve İletişim (1. bs). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Aydemir, M. (2023). Dijital Platformlarda İçerik Mülkiyeti Stratejileri: 'Sadece' Modeli Üzerine Bir İnceleme. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 13(3), 1457-1478. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1271624>
- Akyıl, L. (2017). Uluslararası İlişkilerde Algı Yönetimi Aracı: Propaganda Sineması. Uluslararası Disiplinlerarası ve Kültürlerarası Sanat, 2(2), 129-139.
- Barthes, R. (1998). Çağdaş Söylenler (T. Yücel, Çev.). Metis Yayınları.
- Barthes, R. (1977). Image-Music-Text (S. Heath, Trans.). Fontana Press.
- Clark, T. (2004). Sanat ve Propaganda (E. Hoşsucu, Çev.; Orijinal eser yayımlanma yılı 1997). Ayrıntı Yayınları.
- Chomsky, N. (2005). Medya Denetimi, Elif Baki (çev.), İstanbul : Everest Yayınları.
- Çetin, B. (2016). Propaganda Olgusu ve Propagandanın Amerikanlaşması. Firat University Journal of Social Sciences, 24(2), 239-266. <https://doi.org/10.18069/fusbed.61313>
- Eraslan, L. (2020) Sosyal Medya Ve Algı Yönetimi, Anı Yayıncılık
- Hall, S. W. (1980). Encoding/Decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies (pp. 63-87). London: Hutchinson.
- Lasswell, H. D. (1927). The Theory of Political Propaganda. American Political Science Review, 21(3), 627-631.
- Kellner, D. (1992). The Persian Gulf TV war. Westview Press.
- Kellner, D. (1995). Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern. Routledge.

- Kıraç, R. (2012). *Sinemanın ABC'si*. Say Yayınları.
- Kongar, E. (1989). *Kültür Üzerine*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Özer, N. P. (2019). Propagandada Yöntemler, Araçlar ve Bir Propaganda Modeli Olarak Herman ve Chomsky Propaganda Modeli. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 15-30.
- Özmkas, U. (2009). Charles Sanders Peirce'in Gösterge Kavramı. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 32-45. <https://doi.org/10.12780/UUSB44>
- Özsoy, O. (1998). *Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sadakaoğlu, M. C. (2018). Amerikan Sinemasında Dönemsel Kahramanın İnşası: Bir Eleştirel Temsil Analizi Çalışması. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(1), 16-25. <https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2018.2/1.16-25>
- Sarıtaş, İ. (2018). Nazi Döneminde Sinemanın Propaganda Aracı Olarak İşlevi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(47), 329-350.
- Saussure, F. de. (1983). *Course in General Linguistics* (C. Bally & A. Sechehaye, Eds.; R. Harris, Trans.). Duckworth.
- Yağar, F., & Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
- Yıldırım, N. (2025). Frankenstein Osmanlı'da: Glokal Hikaye Anlatıcılığı Bağlamında 'Yaratılan' Dizisindeki Türk-Kültür Öğeleri Üzerine Bir Analiz. *Uluslararası Dil Edebiyat ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 1168-1184. <https://doi.org/10.37999/udekad.1703302>
- Yıldırım, N. & Ulusoy, N. (2021) Winners of the Catastrophe: How Streaming Services Proved Their Sovereignty during the Pandemic of 21st Century? in (Eds. Hasan Kemal Süher, Tuna Tetik) *New Communication in the Post-Pandemic Era: Media, Education, and Information*, (105-118), Peterlang
- Williams, L. (2001). *Playing the Race Card: Melodramas of Black and White from Uncle Tom to O. J. Simpson*. Princeton University Press.
- Wollen, P. (2004). *Sinemada Göstergeler ve Anlam* (Z. Aracagök & B. Doğan, Çev.). Metis Yayınları.

