

## MARILYN MONROE DOKTRİNİ<sup>1</sup> VEYA 1950'LERDE ABD YUMUŞAK GÜCÜNÜN BİR ENSTRÜMANI OLARAK MARILYN MONROE SİNEMASI

THE MARILYN MONROE DOCTRINE OR MARILYN MONROE CINEMA AS AN INSTRUMENT OF US SOFT POWER IN THE 1950S

**Yusuf Mehmet AKAY**

Karabük Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü, [yusufakay@karabuk.edu.tr](mailto:yusufakay@karabuk.edu.tr)  
Karabük / Türkiye

ORCID: 0000-0002-3545-4067

### Özet

İkinci Dünya Savaşı'nda ortak bir düşmana karşı savaşan ancak savaştan sonra ideolojik farklılıkları belirginleşen ABD ve SSCB, Soğuk Savaş adı verilen bir mücadeleye başladı. Tarafların sahip olduğu nükleer silahların da etkisiyle sıcak bir çatışmaya dönmeyen bu mücadele, sanattan spora, teknolojiden edebiyata hayatın neredeyse her alanına taşındı. Şüphesiz ki sinema da bu mücadelenin alanlarından biriydi. Ülkeler, kendi ideoloji, değer ve ekonomik sistemlerinin doğru olduğuna diğer insanları ikna etmek ve kendi yanlarına çekmek için çeşitli unsurlar kullandılar. ABD, insanların kalpleri ve zihinleri için yürütülen bu mücadelede Hollywood gibi güçlü bir enstrümandan faydalandı. ABD yönetimi, stüdyoları, halihazırda neredeyse dünyanın her yanında gösterilen Hollywood filmlerini Amerikan yaşam tarzı ve zenginliğini öne çıkaran unsurlarla zenginleştirmeleri için yönlendirirken bir yandan da diğer ülkeleri Hollywood filmlerini salonlarında göstermeleri konusunda teşvik etti. Böylece, bir yandan Soğuk Savaş'ta müttefik olabilecek yeni insanlara ulaşırken bir yandan da Hollywood'un kârlılığını artırarak karşılıklı bir kazanç sağladı. Bu çalışmada, Hollywood'un simge isimlerinden ve kadınlığın sembolüne dönüşen Marilyn Monroe ve filmlerinin Soğuk Savaş'ta, Amerikan değer ve zenginliklerinin diğer insanlara aktarılması ve yumuşak güç yaratılmasındaki rolü incelenmiştir. Bu amaçla, 1950-1960 arasında en çok izlenen dört Marilyn Monroe filmi tespit edilerek filmlerdeki, zenginlik arayışı, moda ve lüks övgüsü, tüketim kültürünün öne çıkarılması ve cinsellik takıntısı Soğuk Savaş bağlamında incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Soğuk Savaş, Hollywood, Marilyn Monroe, Yumuşak Güç

### Abstract

The US and the USSR, who fought against a common enemy in the Second World War but whose ideological differences became apparent after the war, began a struggle called the Cold War. This struggle, which did not turn into a hot conflict due to the nuclear weapons possessed by both sides, was carried into almost every aspect of life, from art to sports, from technology to literature.

<sup>1</sup> Marilyn Monroe Doktrini ifadesi ilk kez, Reinhold Wagnleitner'in 1991'de Almanca, 1994'te İngilizce olarak yayınlanan *Coca-Colonization and the Cold War* kitabında, ABD'nin, Nasyonal Sosyalist kültür emperyalizmine karşı çekici bir panzehir olarak Avrupa'daki Amerikan yaşam tarzını yaygınlaştırma faaliyetleri şeklinde, kullanılmıştır. Bu çalışmada yalnızca sinema bağlamında ele alınmış ve filmlerin içerikleri değerlendirilmiştir.

Cinema was undoubtedly one of the fields of this struggle. Countries used various elements to convince others that their ideology, values and economic systems were right and to win them over to their side. In this struggle for people's hearts and minds, the US has utilized a powerful instrument in Hollywood. The US administration has encouraged other countries to show Hollywood films in their theaters, while directing the studios to enrich Hollywood films, which are already shown almost everywhere in the world, with elements that emphasize the American lifestyle and wealth. Thus, it was a win-win for Hollywood by increasing its profitability while reaching out to new people who could become allies in the Cold War. This study examines the role of Marilyn Monroe, one of Hollywood's iconic figures and a symbol of femininity, and her films in conveying American values and wealth to other people and creating soft power during the Cold War. For this purpose, the four most watched Marilyn Monroe films between 1950-1960 were identified and the pursuit of wealth, the praise of fashion and luxury, the promotion of consumer culture and the obsession with sexuality in the films were analyzed in the context of the Cold War.

**Keywords:** Cold War, Hollywood, Marilyn Monroe, Soft Power

## 1. GİRİŞ

Distopik edebiyatta öngördükleri gelecek itibarıyla benzer ancak kullandıkları yöntemle farklılaşan iki büyük kitap vardır: *1984* ve *Cesur Yeni Dünya*. Daha sonra filme de alınan bu kitaplardan *1984*'te yazar George Orwell, komünizm ve faşizmin etkisiyle insanların dışarıdan dayatılan bir baskıya boyun eğeceğini öngörmüştür. Oysa, *Cesur Yeni Dünya*'nin yazarı Aldous Huxley, pasifizme yönelen insanların süreç içerisinde baskıdan hoşlanmaya, düşünce yeteneklerini aksatan araçları övmeye başlayacaklarını ileri sürmüştür. Orwell, kitapların yasaklanmasından ve bilgiye erişememekten korkarken; Huxley kitapları okuyacak kimsenin kalmayacağı, duyarsızlaşmaya varacak şekilde bilgi yağmuruna tutulacak bir gelecek tahayyül etmiştir. Bu iki distopik dünya, güç kavramı bağlamında ele alındığında, ilkinde zor (*force*) kullanılan bir dünya olduğu, ikincisindeyse ise insanların örtülü rızalarının (*consent*) alındığı veya rızalarının başka bir otoriteye devredildiği görülmektedir. Benzer bir şekilde günümüz uluslararası ilişkilerinde de güç ele alındığında kabaca iki ayağı olduğu kabul edilmektedir; zor ve rıza.

İtalyan düşünür Antonio Gramsci, kapitalist Batı dünyasındaki kötü koşullar altında yaşayan kitlelerin neden sistemin devamını sağlama konusunda rıza gösterdikleri üzerine düşünürken kapitalistlerin yalnızca zor kullanmadığını, kitlelerin rızasına da ihtiyaç duyduklarını fark etmiştir (Gramsci, 2007, s. 31). Ekonomik olarak kendi yapılarını kuranlar, bu ekonomik yapı üzerinden rıza oluşturan toplumsal bir üstyapı da inşa etmişlerdir. Gramsci'ye göre, kalıcı bir zafer kazanmak için toplumsal üstyapıyı sahiplenen sivil toplumun çeşitli manevra ve mevzi savaşlarıyla kazanılması gerekmektedir. Bu da ancak hegemonyanın ne olduğunun anlaşılmasıyla gerçekleşebilecektir (Gramsci, 2007, s. 296). Gramsci, hegemonya adını verdiği mekanizmanın nasıl oluştuğunu, zor ve rıza dağılımının hangi koşullar altında değiştiğini 1930'lara tarihlenen ve döneminde çok ilgi çekmeyen *Hapishane Defterleri*'nde anlatmıştır. 1970'lerde *Yeni Sol* hareketler tarafından yeniden keşfedilen Gramsci ve hegemonya kavramı Robert Cox, Stephen Gill ve Joseph Nye gibi yazarlar tarafından uluslararası ilişkiler ve uluslararası politik ekonomiye uyarlanmıştır. 1990'larda Joseph Nye, Gramsci'nin hegemonya kavramını farklı bir biçimde ele alarak yumuşak güç (*soft power*) adını verdiği kavramı ortaya atmıştır.

1990'ların başında literatüre Joseph Nye tarafından kazandırılan yumuşak güç kavramı 30 yılda oldukça kabul görmüş ve kullanım alanı bulmuştur. Nye, Gramsci'nin hegemonya kavramından esinlendiğini ve kavramlar arasındaki benzerliği kabul etmiştir (Zahran & Ramos, 2010, s. 12). İki kavram da ilkelere, düşüncelere, değerlere ve kurumlara yaptığı atıf, farklı grupların rızalarına ve meşruiyetlerine duyduğu ihtiyaç ve bir yapı üzerinde güç ve kontrol sahibi olmak gibi noktalarda birbirine benzemektedirler (Zahran & Ramos, 2010, s. 13). Türkçeye kimi yazarlarca ince güç (Kalın, 2006) olarak da çevrilen kavram günümüzde yumuşak güç olarak kabul görmüş ve yaygınlık kazanmıştır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yumuşak gücü literatüre kazandıran Nye, kavramı üç kitapla izah etmiştir. Bunlar; 1990'da yayınladığı *Bound to Lead* (Nye, 1990a), 2002'deki *The Paradox of American Power* (Amerikan Gücünün Paradoksu(Nye, 2003)) ve 2004'teki *Soft Power* (Yumuşak Güç(Nye, 2017))'dır. Ancak, ilk iki kitabın odağı yumuşak güçten ziyade Amerikan dış politikasıdır. Zaten, ilk kitabın içindeki yumuşak güç kısmı ayrıca bir makale olarak yayınlanmış (Nye, 1990b) ve bu çalışmada da o makaleye atıf yapılmıştır.

1990'daki makale o yıllarda tartışılmakta olan Amerikan gücünün düşüşüne karşı bir yanıt olarak değerlendirilmiştir. Makalede Nye, Amerikan gücünün İkinci Dünya Savaşı dönemindeki ABD ile kıyaslanmasının yersiz olduğunu, savaş ekonomisi nedeniyle yaşanan olağanüstü büyümenin karşılaştırmayı sağlıklı kıldığını ifade etmiştir. Ayrıca, gücün farklı boyutları olduğunu, kendisinin ilk sayfalarda *indirect power* veya *co-optive power* olarak ifade ettiği ancak sonraki sayfalarda makalenin adıyla anılacak *soft power* kavramıyla gücün daha iyi anlaşılacağını dile getirmiştir. Nye bu gücün somut olmayan kaynakları olarak kültür, ideoloji ve kurumları sıralamıştır (Nye, 1990b, ss. 166–167).

Nye hegemonya kavramını yumuşak güç olarak tanımlayıp kullansa da Cox ve Stephen Gill gibi Marksist pencereden Gramsci'nin düşüncesini uluslararası ilişkilere uyarlayanlardan olmamıştır. Belki de tam bu nedenle, kendinden önceki pek çok çalışmanın aksine uluslararası ilişkiler gündemini derinden etkileyen Nye ve yumuşak güç kavramı olmuştur. Yumuşak güç kavramı, yalnızca akademik camiada değil, her ne kadar Nye'in bağlamından kopuk olsa da, karar alıcılar ve politikacılar tarafından da kullanılmış ve yaygınlık kazanmıştır.

Amerikan Gücünün Paradoksu adlı ikinci kitabında yumuşak güç kavramına yeni bir şey katmayan Nye, buna mukabil üçüncü kitabı tümüyle yumuşak güce ayırarak güç üzerine tartışma ve değerlendirmelere yer vermiştir. Gücün birçok kılığa bürünebileceğini söyleyerek yumuşak gücü, istediğimizi, zor ve ödeme yerine cazibe aracılığıyla elde etme becerisi olarak tanımlamıştır. Barışı kazanmak ve savaşı kazanmak hakkında bir tartışma yürütürken sert güçle savaş kazanılsa bile barışı kazanmak için yumuşak güce ihtiyaç duyulacağını ve ikincisinin daha zor olduğunu ifade etmiştir(Nye, 2017, s. 50). Gücün değişken olduğunu, birçok çeşidi bulunduğunu kabul eden yazara göre "*güç, her zaman ilişkilerin var olduğu duruma bağlıdır*" diyerek de ilişkilerle bağlantısına değinmiştir. Gücü, sonuçları etkileyebilen beceri ve kaynaklara sahip olmak olarak tanımlayanları eleştirmiş, bu yaklaşımın eksik olduğunu ifade etmiştir (Nye, 2017, ss. 19–24).

Sert gücün askeri ve ekonomik unsurlarla tanımlandığını ifade ederek askeri unsurlar için sopa benzetmesini, ekonomik unsurlar için de havuç benzetmesini kullanan Nye'a göre güç, istediğini başkalarına yaptırabilme becerisidir. Gücün sert ve yumuşak boyutu olduğunu ifade eden Nye, sert gücü diğerlerinin ne yapacağını değiştirmek olarak tanımlarken yumuşak gücü diğerlerinin ne istediğini şekillendirmek olarak ifade etmiştir (Zahrán & Ramos, 2010, s. 17). Bu bağlamda yumuşak güç, insanları ekonomik veya askeri unsurlarla bir şeye zorlamak yerine onları cazibeyi kullanarak ikna etmektir (Nye, 2017, ss. 25–32). Nye yumuşak gücü 3 temel kaynağa bağlamaktadır. Bunlar, başkalarına çekici gelen bir *kültür*, ülke içi ve dışında istikrarlı bir şekilde sürdürülen *siyasi değerler* ve başka ülkelerin de doğru ve ahlaki bulacağı bir *dış politikadır* (Nye, 2017, s. 32).

Nye'a göre kültür, elitlere hitap eden üst kültür ve kitlesel eğlenceye odaklı popüler kültür olarak ikiye ayrılmaktadır. Kültürel temasların, çeşitli opera, tiyatro ve müzelerin üst kültürü; pop müzik, fastfood yiyecekler, filmler ve TV dizilerinin ise kitlesel eğlenceye yönelik popüler kültürü beslediğini ifade eden Nye, bu kültürel unsurların bireycilik, açıklık, değişkenlik, çoğulculuk, özgürlük ve tüketici tercihleri gibi diğer Amerikan değerleri hakkında siyasi etkileri olan mesajlar ileterek yumuşak güce katkı sağladığını ifade etmektedir (Nye, 2017, s. 73). Nye'a göre, bu mesajlar, dünyanın en büyük görsel sembol üreticisi ve ihracatçısı olan Hollywood tarafından, sözcüklerden daha güçlü olan görüntüler aracılığıyla aktarılmaktadır.

Nye, Amerikan yumuşak gücünün çoğunun Hollywood, Harvard, Microsoft gibi kuruluşlar ve Michael Jordan gibi Amerikan kültür ve değerlerini aktaran ve yansıtan isimler aracılığıyla kullanıldığını ifade etmektedir. Benzer şekilde, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından Avrupa'nın yeniden inşa edilmesi sürecinde ABD'nin amaçlarına ulaşmasında, Marshall planı ve NATO kadar, Amerikan popüler kültürüyle iletilen mesaj ve fikirlerin de önemli bir rolü olduğunu belirtmektedir (Nye, 2017, ss. 76–78). Soğuk Savaş'ın, sert ve yumuşak gücün bir araya gelerek kazanıldığını belirten Nye'a göre, sert güç askeri bir çevrelemeyle kuşatma yaratmış, yumuşak güçse Sovyetleri içeriden yıpratmıştır. Berlin Duvarı'nın topçu ateşleriyle değil, komünizme inancını yitirmiş insanların çekiç darbeleriyle yıkıldığını söyleyen Nye, bunu yumuşak gücün bir göstergesi olarak ele almıştır (Nye, 2010, s. 8).

İkinci yumuşak güç kaynağı, ülke içinde ve dışında onlara uygun bir şekilde yaşandığında siyasi değerlerdir. Ülkeler, siyasi değerlerini, söylemleri kadar kendi eylemleriyle de ifade etmektedir. İnsan hakları ve demokrasi gibi siyasi değerleri ele alan Nye, bu değerlerin ABD'de nasıl uygulandığını, başka ülkelerin ABD'ye bakışını etkilediğini ifade etmektedir (Nye, 2017, s. 87). 1960'larda Başkan Eisenhower'ın, ABD'nin güneyinde yaşanan ırk ayrımcılığının, Afrika'da bağımsızlığını yeni kazanan ülkeleri ABD'ye yabancılaştırmasından endişe ettiği gibi (Nye, 2017, s. 35) Nye da, günümüzde idam cezasının sürüyor olmasını, silah kontrolünün olmayışını ve terörle mücadelede beyan edilen değerlere uygun davranılmamasını ABD'nin yumuşak gücünü aşındıran unsurlar olarak görmektedir (Nye, 2017, ss. 92–93). Nye'a göre, siyasi değerler yalnızca insan hakları ve demokrasiden ibaret değildir. Suç oranları, seçimlere katılım yüzdesi, işçi hakları ve iş güvenliği, hapishanedeki mahkûm sayısı, hükümete duyulan güven ve benzeri birçok küçük veri, siyasi değerlerin birer unsurunu oluşturmaktadır (Nye, 2017, ss. 90–91).

Ülkelerin bir diğer yumuşak güç kaynağı da dış politikadır. Dış politika, hükümetin kültür ve siyasi değerlere nazaran çok daha kontrol sahibi olduğu ve sonuçlarına daha kısa zamanda erişebileceği bir kaynaktır. Nye'a göre, çok taraflılık, insani yardım ve kalkınma projeleri, çevre ve sürdürülebilirlik politikaları, diğer ülkelerle işbirliği yapma ve diplomatik çözümler arama çabaları gibi faaliyetler ülkelerin yumuşak gücüne katkı yapan unsurlardandır. Dış politika ayrıca, ülkenin demokratik değerlerini vurgulamanın yanında insan hakları ve temel özgürlükler gibi geniş kitlelerce benimsenen değerleri desteklediğinde de yumuşak güç üretebilmektedir (Nye, 2017, ss. 90–91).

Söz konusu güç kaynaklarına sahip olmanın güç sahibi olmak anlamına gelmediğini ifade eden Nye, güç kaynakları ile yumuşak gücün eş anlamlı kullanımına da karşı çıkmıştır. Bu nedenle yumuşak güç, gözlemlenebilen, doğrudan bir sonuç yaratmaktan ziyade alıcılar üzerinde genel tesir bırakan dağınık bir etkiye sahiptir. Yumuşak güçte esas mesele, hangi mesajların hangi koşullar altında hangi alıcılara iletiildiği ve istenilen sonuçları elde etmede nasıl etki ettiğidir (Nye, 2006). Nye, saldırıların önlenmesi, sınırların güvenliği ve müttefiklerin korunması gibi doğrudan egemenlik konularının yalnızca sert güçle ele alınabileceğini kabul etmektedir. Kuzey Kore füzelerinin veya İran'ın nükleer programının doğrudan askeri tedbirleri ve sert gücü gerektirdiğini belirten Nye'a göre, yumuşak güç, demokrasinin, insan haklarının ve serbest piyasanın geliştirilmesi gibi amaçlarla daha ilişkilidir.(Nye, 2006) Bununla birlikte Nye, yumuşak gücün yalnızca bir imaj, halkla ilişkiler çalışması veya kültürel diplomasi faaliyeti olarak görülmesine de karşı çıkar. En nihayetinde yumuşak güç, bir güç türüdür ve istenen sonuçları sağlamaya yönelik bir araçtır.(Nye, 2017, s. 182)

### 3. SOĞUK SAVAŞ VE BİR YUMUŞAK GÜÇ ENSTRÜMANI OLARAK SİNEMA

İkinci Dünya Savaşı'nda Hitler Almanya'sına karşı birlikte mücadele etseler de ABD ve SSCB, sahip oldukları fikirler ve savundukları ekonomik model açısından farklı kutuplarda yer alıyordu. ABD, serbest piyasa ekonomisi, özel mülkiyet ve çok partili demokratik bir sistemden yanayken SSCB, planlı ekonomi, kamu mülkiyeti ve tek partili bir yönetimi savunuyordu.



Savaş sırasında göz ardı edilen söz konusu ideolojik farklılıklar, Avrupa'nın geleceği konusunda yaşanan tartışmalarla giderek belirgin hale gelmeye başladı. Savaş sonunda tarafların güçleri de eşit değildi. 1945 yılında SSCB, 30 milyona yakın insanını kaybetmiş ve şehirleri büyük bir yıkıma uğramış haldeydi. Oysa ABD, dünya altın rezervinin üçte ikisine, yatırım sermayesinin dörtte üçüne, üretim kapasitesinin ve bu üretimi dünyaya aktaracak nakliye gemilerinin yarısına sahipti (Leffler, 2010, s. 67). Zamanla, taraflar arasındaki anlaşmazlıklar büyüdü ve Soğuk Savaş adı verilen bir mücadeleye evrildi. Soğuk Savaş, ABD ve SSCB arasındaki bir mücadeleden çok daha fazlası olarak benzer fikir ve değerler etrafına kümelenmiş ülkeler topluluğu anlamına gelen bloklarla ifade ediliyordu (Westad, 2010, ss. 3–4). ABD'nin başını çektiği Batı bloğu ve SSCB'nin başını çektiği Doğu bloğu arasındaki söz konusu mücadeleyi öncekilerden farklı kılan, tarafların sahip olduğu nükleer silahlar nedeniyle doğrudan bir çatışmaya girmeden çeşitli unsur ve araçlar üzerinden mücadele etmeleriydi. İnsanların kalpleri ve zihinlerini kazanmak için yürütülen çok yönlü bir mücadele olarak Soğuk Savaş, askeri ve ekonomik bir mücadeleden çok daha fazlasını içinde barındırıyor ve teknolojiye, sporda, kültür-sanat faaliyetlerinde hatta uzayda bile bir yarış anlamına geliyordu. Şüphesiz ki sinema perdesi de bu yarışın alanlarından biriydi.

Soğuk Savaş'ın başlamasıyla hız kazanan uluslararası toplumu kendi yanına çekme çabaları aslında yeni değildi. İkinci Dünya Savaşı'na dek geri götürülebilecek söz konusu çabalar, savaş zamanında Amerika'nın Sesi (*Voice Of America*) radyosu ve Savaş Enformasyon Ofisi (*Office of War Information*) gibi kurumlarla gelişmiş fakat savaşın bitişiyle faaliyetleri büyük oranda sona ermişti. Ancak, Soğuk Savaş'ın başlamasıyla bu çabalar çeşitlendi ve hız kazandı. Fulbright değişim programlarıyla başka ülkelerdeki başarılı öğrencilerin Amerikan yaşam tarzını görmeleri ve hayranlık duymaları (Fattor, 2017, s. 173) amaçlanırken, Marshall Planı'na dahil edilen kültürel unsurlarla Amerikan dolarıyla birlikte Amerikan kültürü de alıcılara aktarıldı (Guback, 2021). 1948 tarihli Smith-Mundt Yasası'yla başka ülkelere ihraç edilecek sinema filmlerinin ABD hakkında olumlu bir imaj yaratması zorunlu tutularak (*Smith-Mundt Act - US Information and Educational Exchange Act of 1948*, 1948) Amerikan yaşam tarzının başka ülke insanlarına çekici gösterilmesi sağlanmaya çalışıldı. Bu çabaların yanı sıra Merkezi İstihbarat Teşkilatı (CIA) tarafından yürütülen, Özgür Avrupa Radyosu (*Radio Free Europe/ Radio Liberty*) ve Doğu bloğu sürgünlerini propaganda amacıyla kullanmak gibi adımlar da atıldı. Söz konusu çabaların tek bir birimden koordine edilmesini sağlamak amacıyla Eisenhower yönetimi, 1953 yılında, ABD'nin dünya çapındaki tüm enformasyon çalışmalarını yürütmek üzere Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı'nın (USIA) kurulmasını sağladı (Cull, 2010, s. 442). USIA, kimi kitapların tercüme edilip yayınlanması, İngilizce öğretiminin teşvik edilmesine yönelik büyük programlar düzenlenmesi, Amerika'nın Sesi radyosu aracılığıyla Amerikan popüler müziği ve caz müziğinin Doğu bloğu ülkelere ulaştırılması gibi çalışmalar yaparak önemli başarılar elde etti. Bu çabaların yanı sıra, dönemin büyük Hollywood hitlerine destek olarak dünyanın dört bir yanındaki sinemalarda gösterilmesini sağladı (Cull, 2010, s. 423). 1950'lerde büyük Hollywood stüdyoları, ortak düşman komünizme karşı savaşta üzerlerine düşeni yapmak adına, senaryolarda yabancı hassasiyetleri daha çok gözetererek, USIA'nın ihracata yönelik pek çok filmdeki senaryo müdahalelerini memnuniyetle kabul ettiler (Cull, 2010, s. 443).

1950'lerde filmler, bir kültürel ürün olmanın yanında eğlenceli bir mesaj aktarım aracı olarak da görüldüğünden Amerikan değer ve fikirlerini aktarmanın ideal bir yöntemi olarak değerlendiriliyordu. Üstelik Hollywood, Goldwyn, Mayer ve Warner gibi sinemacılarla eski dünyanın kültürel referanslarını yeni dünyanın imkanlarıyla harmanlayan sinemacılar oluşuyordu. Bu karışım filmlerin, ABD'nin çok daha ötesine ulaşmasına ve insanların kalplerine dokunmasına yardımcı oluyordu. Ne de olsa Hollywood dünyanın en büyük film üretici ve bir nevi düşler fabrikasıydı (Scognamillo, 1994, s. 12).

### 3.1. Filmler ve Amerikan Değerleri

1950'lerin ilk yarısı dünya için hem bir barış hem de bir savaş dönemi idi. 1950'de başlayıp 1953'te sona eren Kore Savaşı'nda ABD yalnızca Koreli komünistlerle değil, 1949'da komünist bir devrim yapan Çinlilerle de askeri çatışmaya girmişti. İlan edilmemiş bu savaşta 30,000'den fazla Amerikan askeri ölmesine rağmen ne ABD'yi ne de Avrupa'daki düzeni tehdit etmeyen bu savaş gündemi işgal etmedi. ABD için esas tehdit, SSCB ile diplomatik ve ekonomik rekabet, Berlin konusundaki belirsizlik, nükleer tehdit, casusluk ve iç tehdit gibi karmaşık sorunlarla bezeli Soğuk Savaş'tı (Lev, 2003, s. 33).

Süregelen Soğuk Savaş'ta ABD'nin kozlarından biri de şüphesiz Hollywood idi. İkinci Dünya Savaşı'nın hemen ardından Avrupa'da gösterilen Hollywood filmleri oldukça sevilmiş ve rağbet görmüştü. Bu, hem ABD yönetiminin hem de Hollywood'un çıkarına olan karşılıklı bir anlaşma gibiydi. Beyaz Saray, Amerikan yaşam tarzını aktaran ve kendilerine karşı hayranlık yaratan filmlerden hoşnutken Hollywood, daha önce savaş nedeniyle erişimi olmayan sinemalara ulaşmaktan ve kasasına para koymaktan memnundu (Kateman, 2021, s. 5). Üstelik bu süreç, komünizme karşı ortak bir mücadele yürütmeye inanmış sinemacılarla kendiliğinden ilerliyordu. Aynı fikri paylaşmayan az sayıda sinemacıysa, kendilerini "nazikçe" teşvik eden *Smith-Mundt* gibi yasal mekanizmalarla yönlendiriliyordu. Üstelik tüm bunların ötesinde izleyiciler durumlarından şikayetçi değildi. 1950'lerde Hollywood, Avrupa sinemalarındaki filmlerin neredeyse %70'ini sağlıyordu (Nowell-Smith, 2008, s. 496). Bu payda belki de Hollywood'un uluslararası gündemin güvensiz ve tedirgin iklimine, birkaç istisna dışında, doğrudan dahil olmadan savaş sonrası Amerikan zenginliğini ve refah içinde yaşayan Amerikan toplumunun değerlerini odağına alması etkili olmuştu.

Hollywood filmlerini izleyiciler için rağbet edilebilir kılan temel unsurlardan biri sunduğu çekici insan hayatı portreleriydi. Bu portreleri canlandıran Hollywood starları da, sinemanın, dönemin en gelişmiş kitle iletişim aracı olduğu gerçeğinden hareketle, oldukça popülerlik kazanıyordu. Gişeleri altüst eden filmlerin Hollywood starlarından bazıları, James Stewart, John Wayne, Gary Cooper, Marlon Brando, Jack Lemmon, Kirk Douglas, Frank Sinatra, Katharine Hepburn, Betty Grable, Audrey Hepburn, Grace Kelly ve Marilyn Monroe gibi isimlerdi. Şüphesiz bunlardan en popüler, kadınlığın sembolü haline gelen Marilyn Monroe idi.

Esas adı Norma Jean olan ve 1926 doğumlu ünlü Hollywood yıldızı Monroe, önce fotoğraf modelliği yapmış ve 1946 yılında Fox Stüdyolarıyla yaptığı anlaşma uyarınca Hollywood'a adım atmıştı. Kısa sürede kendini belli eden Monroe öylesine popüler hale gelmişti ki 1953 yılında, Coca-Cola'nın reklam afişinde yer almış, ABD'nin her eyaletinde adına hayranlar kulübü kurulmuş, o yıl yayınlanan neredeyse her dergide adından söz ettirmiş ve okuyucuların %67'sinin oyuyla dünyanın en cazibeli kadını seçilmişti (Feyizoglu, 2005, ss. 36-37). Sinema perdesinin aranan yüzü haline gelen Monroe, 1950-1960 yılları arasında kimisi küçük rollerde olmak üzere toplam yirmi filmde oynamış, bu filmlerden dördü hit haline gelmiş ve izleyiciler tarafından çok beğenilmişti. Çalışmanın bu kısmında söz konusu filmler ele alınmış ve Soğuk Savaş bağlamında Hollywood'un en cazibeli kadını üzerinden, insanları cezbederek ikna etmek olarak özetleyebileceğimiz yumuşak gücün kullanımını incelenmiştir.

Internet Movie Database (Imdb) verilerine göre 195-60 arasında en çok izlenen dört Marilyn Monroe filmi, neredeyse benzer konuları ele alan *Gentlemen Prefer Blondes*- Erkekler Sarışınları Sever, (Hawks, 1953) ve *How to Marry a Millionaire*- Milyoner Avcıları (Negulesco, 1953), Monroe'nin uçuşan eteğiyle ikon haline geldiği *The Seven Year Itch*- Yaz Bekarı, (Wilder, 1955) ve *BBC Culture* tarafından en iyi komedi filmi seçilen (Barber, 2017a) *Some Like It Hot*- Bazıları Sıcak Sever (Wilder, 1959)'dir.

20th Century Fox tarafından yapımcılığı üstlenilen *Gentlemen Prefer Blondes*, yönetmenliğini Howard Hawks'ın yaptığı, başrollerinde Jane Russell ve Marilyn Monroe'nun yer aldığı müzikal bir romantik komedi filmidir. Dansçı ve en iyi arkadaş olan ikiliden Lorelei, elmaslara düşkün göz alıcı bir sarışınken, Dorothy ise daha pratik ve ayakları yere basan bir esmerdir.

Lorelei, büyük bir servetin varisi olan Gus Esmond ile nişanlıdır. Ancak Gus'ın babası, Lorelei'nin "servet avcısı" şöhreti nedeniyle ilişkiyi onaylamamaktadır. Gus'a olan aşkını kanıtlamak ve niyetiyle ilgili şüpheleri ortadan kaldırmak için Lorelei ve Dorothy, Paris'e doğru bir gemi yolculuğuna çıkarlar. Yolculuk sırasında Lorelei, aralarında yaşlı ama elmas meraklısı Sir Francis Beekman'ın da bulunduğu zengin erkeklerin dikkatini çeker. Bu arada Dorothy, Gus'un babasının tuttuğu özel dedektif Ernie Malone ile romantik bir ilişki yaşamaya başlar. Gemi Fransa'ya vardığında, Lorelei ve Dorothy Gus'un verdiği çekin karşılıksız çıkmasıyla şoke uğrarlar. Özel dedektif Malone'un gemideki bulgularını baba Esmond ile paylaştığı anlaşılır ve Lorelei'nin Gus ile nişanı iptal edilir. Gus, babasına rağmen Lorelei'nin peşinden gelir ancak bu kez de Lorelei pas vermez. Fransa'da dansçılık yapmaya başlayan ikili oldukça popüler olur. Gemideki bir yanlış anlaşılma nedeniyle başları belaya giren ikiliye özel dedektif Malone yardımcı olur. Sonuçta birtakım olaylar sonunda aklanırlar. Amerika'ya dönen bir başka gemide Lorelei ile Gus, Dorothy ile de Malone nişanlanır ve film biter.

Öncelikle filmin mesajı konusundan bellidir. Lorelei karakterinin filmin başlarında sarf ettiği "eğer bir kız zamanını para için endişelenerek geçiriyorsa, aşka ayıracak zamanı yoktur!" ve "zengin bir erkeğe âşık olmak tabii ki de fakir bir erkeğe âşık olmaktan çok daha kolaydır" gibi ifadelerinden de anlaşılacağı üzere mutluluk para ile ilişkilidir. Üstelik bunu da Lorelei karakteri filmin sonunda açıkça söyler. Baba Esmond'a "oğlunuzla sizin servetiniz için evleniyorum çünkü zenginlik ve refah içinde bir hayat yaşamak istiyorum" der.

Filmin konusu dışında, filmde yer alan şarkılar da elbette ilgi çekicidir. İleride Madonna ve Beyonce gibi sanatçılara da ilham verecek olan ve Monroe'nun kendisi tarafından söylenen *Diamonds Are A Girl's Best Friend* şarkısı filmin içeriğiyle oldukça uyumludur. Elmasların bir kızın en iyi arkadaşı olduğunu ifade eden şarkının sözlerinde öpücüğün kirayı ödemeyeceği ve ellerini ısıtamayacağını oysaki elmasın bunların hepsini yapabileceği gibi şeyler anlatılır.

Filmin konusu ve müzikleri dışında bir diğer mesaj içeren yönü de kostümlerdir. Film boyunca Dorothy ve Lorelei karakterleri sürekli giysi değiştirir ve giysilerini gösterirler. Bir moda gösterimini anımsatan bu sahneler şüphesiz ki kasıtsız değildir ve kadın modasının bir tezahürüdür. Bu modayı mümkün kılan Amerikan üretim, pazarlama ve tüketim sisteminin bir reklamıdır. Yalnızca Amerika öne çıkarılmaz. Fransa'ya gittiklerinde gezdikleri mağazaların isimleri ve markalar filmde gösterilerek tüketim kültürü yine öne çıkarılır. Böylece kapitalizmin ve haliyle Soğuk Savaş'taki batı bloğunun zenginliği gösterilmeye çalışılır.

Benzer bir konuyu ele alan ikinci Monroe yapımı, yapımcılığını 20th Century Fox'un üstlendiği, yönetmenliğini Jean Negulesco'nun yaptığı *How to Marry a Millionaire* filmidir. Üç genç kadının zengin bir koca bulma çabalarını konu alan romantik komedi filminin oyuncularını, filmin adına yakışır şekilde, ünlü oyuncu Humphrey Bogart'ı evliliğe ikna eden Lauren Bacall, ünlü müzisyen Harry James ile halihazırda evli olan savaş döneminin en ünlü modeli Betty Grable ve ülkenin yeni cinsellik sembolü Marilyn Monroe'dur.

Filmde, New York'ta yaşayan üç genç kadın, maddi sıkıntılar içinde yaşamaktadırlar. Kendi başlarına yaşama arzuları ve milyoner bir koca bulma umutlarıyla bir araya gelirler. Birlikte lüks bir apartman kiralarak, zengin erkekleri etkilemek ve evlenmek amacıyla bir dizi komik plan yaparlar. Pola, miyop bir modeldir ve gözlük takmadığı sürece erkeklerin zenginliğini anlayamaz. Loco, başarılı bir manken olmaya çalışırken, aşk konusunda oldukça naiftir. Schatze ise en akıllı olanıdır ve kendi işini kurma hayali vardır. Ancak, her üç kadın da zengin bir koca bulma planlarında aksilik yaşarlar. Sonunda Petrol Enstitüsü'nün bir toplantısına davet edilirler. Burada Pola dolandırıcı J. Stewart ile Loco ise evli ve çapkın milyoner Waldo gibi istenmeyen kişilerle tanışır. Bu milyonerlere ek olarak, her kadın romantik bir eşle de tanışır. "Benzin pompacısı" gibi giyinen milyoner Tom fakir olduğunu düşündüğü için ona direnen Schatze'ye kur yapar. Loco, yanlışlıkla ormandaki tüm ağaçların sahibi olduğunu düşündüğü yakışıklı orman bekçisi Eben'e âşık olur. Pola, vergi dairesinden kaçan lüks apartman sahibi Freddie'ye bağlanır. Çeşitli olaylar ve karışıkların ardından üçü de sonunda maddi durumu kötü görünen erkeklere âşık olur.



Aşka paradan daha çok değer vermeye karar verirler ve Tom'un aslında bir milyoner olduğunu öğrenince çok memnun olurlar ve film biter.

Film, New York'un erdemlerini ve zenginliğini överken ekranda ipekler üzerindeki mücevherlerin gösterildiği akılda kalıcı bir melodiyle başlar. Filmin hikâyesi eğlenceli olmakla birlikte özünde açgözlü ve bencildir. Ayrıca, bu film özelinde yazılmış bir makalede de tespit edildiği üzere kadın izleyicilere bir milyonerle nasıl evlenileceği değilse bile, bir milyonerin eşinin yaşadığı hayat kadar (ya da ondan daha iyi) bir hayatın nasıl yaşanacağı öğretiliyordu (Konkle, 2014, s. 364). Film zenginliğin sağlayabileceklerinin bir tanıtımı gibidir. İlk filmdeki gibi burada da çeşitli ifadeler ve imajlar kullanılır. Bir sahnede “parası olan erkek yaşlanmaz” denirken başka bir sahnede ilk filme gönderme yapılarak “elmaslar kızların en iyi dostudur” denilir. Milyoner biriyle evlenme hayalleri kuran kadınlardan biri rüyasında kuyumcudaki her mücevheri satın aldığını görünce bir diğer kadın, altın kaplı bir uçakla gittiği Arabistan'da kendisine hediye verilen altınların hayalini kurar. Filmde, moda kataloğunu andıran minik bir defile sahnesi de yer almaktadır. Filmin üç oyuncusunun da yer aldığı bir grup kadın, zengin bir müşteriye, özel bir moda gösterimi yaparlar. Bu sahne çok farklı şekillerde okunabilmekle beraber, 1950'lerin Soğuk Savaş ortamı düşünüldüğünde hem erkek izleyicilere bir seyirlik hem de kadın izleyicilere bir moda gösterimi sunmanın yanında, tüm bunları mümkün kılan Amerikan sistemi ve kapitalizminin de bir sergisidir. Üçüncü film, Monroe'nin eteğinin, metrodan gelen bir esintiyle havalandığı sahneyle akıllara kazınan *The Seven Year Itch* filmiydi. Yönetmenliğini Billy Wilder'in yapımcılığıysa 20th Century Fox üstlendiği film, karısı ve oğlu tatile gittiği için yaz boyunca New York'taki apartman dairesinde yalnız kalan Richard'ın etrafında döner. Ailesinin yokluğunda Richard'ın hayal gücü çılgınca çalışır ve başka kadınlarla ilişki yaşama hayalleri kurmaya başlar. Monroe'nin canlandırdığı çekici komşusu fantezilerinin bir parçası haline geldiğinde film komik bir hal alır. Film, baştan çıkarıcılık, sadakat ve insanların günlük yaşamın monotonluğuyla karşı karşıya kaldıklarında kapıldığı fanteziler etrafında ilerlemesine rağmen sonunda, aşk, sadakat ve ailenin önemi hakkında değerli derslerle sona erer.

Monroe'nin cinsel çağrışımı yüksek oyunculuğu dışında filmi bu çalışma bağlamında değerli kılan, filmin geçtiği evdir. Komünizm karşıtı mücadelede Amerikan evleri ve bu evlerin içerisindeki tüketim ürünleriyle birlikte Amerikan yaşam tarzının sergilenmesi Soğuk Savaş'ın başlangıcından beri sürdürülen ve yararı görülen bir politikaydı (Castillo, 2005, s. 263). USIA'nın kurulmasıyla beraber bu politikanın Hollywood filmlerine de yansıdığı anlaşılmaktadır. Filmin geçtiği ev, yayınevinde çalışan ortalama bir Amerikalıya ait olmasına rağmen 1955 yılına göre oldukça donanımlıdır. Evde, klimadan televizyona, radyodan piyanoya, buzdolabından pikaba, telefonda kameraya, içki büfesinden büyükçe bir kitaplığa varıncaya dek neredeyse her şey bulunmaktadır. Üstelik bu durum sıradan bir şeymiş gibi sunulur ve Amerikan yaşam tarzının sıradan bir tezahürü olarak gösterilir. Oysaki, bir evden ziyade bir mağazayı andıran bu evle Amerikan tüketim ürünlerinin bolluğunu sergilemeyi amaçlanmıştır.

Yapımcılığını United Artists'in üstlendiği, yönetmen koltuğunda Billy Wilder'in oturduğu *Some Like It Hot* ise, Joe ve Jerry isimli iki müzisyenin tanık oldukları bir gangster cinayetinden sonra canlarını kurtarmak amacıyla kadın kılığına girerek yalnızca kadınlardan oluşan bir müzik topluluğuyla Florida'ya gitmeleri ve orada yaşadıklarını anlatır. Joe, Josephine; Jerry ise Daphne adını alır. Joe, müzik topluluğunun içindeki çekici şarkıcı Sugar'a yaklaşmaya çalışırken, Jerry de bir milyarderle flört etmeye başlar. 1929 Amerika'sının, gangsterlerin ve içki yasağının gölgesinde cinsiyet rolleri, ilişkiler ve müzik üzerine odaklanan film 1929'da geçmesine rağmen yine aynı konuları odağına alır. Sugar, Shell Petrol Şirketi'nin varisi olduğunu sanarak Jerry ile flörtleşir. Joe ise bir başka milyarder ile zaman geçirmek zorundadır. Monroe'nin en iyi işi olarak görülen (Lang, 2021) bu film gerçekten de hem Amerikan Film Enstitüsü tarafından en iyi komedi filmi seçilmiş (*AFI's 100 YEARS...100 LAUGHS*, 2000) hem de BBC tarafından dünya sinemasının en iyi komedi filmi (Barber, 2017b) olarak görülmüş ve büyük bir gişe başarısı kazanmıştır.



Üstelik 1959 tarihli bu film, cinsiyetler arası komedi ile muhafazakâr Amerikan sinemasının sınırlarını zorlamış ve 1960'lardaki cinsel devrime ön ayak olmuştur.

Söz konusu dört film birlikte değerlendirildiğinde göz alıcı Marilyn Monroe sahneleri dışında Amerikan zenginliği ve yaşam tarzını, paranın mutlulukla ilişkisini ve tüm bunları mümkün kılan Amerikan sistemini işaret ederek eğlenceli seyirlikler sunduğu ve izleyicilerde Amerikan yaşam tarzına dair bir hayranlık oluşturmaya amaçladığı görülmektedir. Filmler, içerikleri, konuları, yönetmenleri, sahneleri farklılaşsa da ortak birkaç temaya sahiptir: zenginlik arayışı, moda ve lüks övgüsü, tüketim kültürünün öne çıkarılması ve 1950'lerin cinsellik takıntısı. İnternetin, sosyal medyanın ve hatta neredeyse TV'nin bile yaygın olmadığı bir dönemde insanların zevk ve tercihlerini belirleyen birincil araç olan sinemanın, Soğuk Savaş'ta doğrudan Amerikan politika ve çıkarlarına olmasa bile Amerikan yaşam tarzı ve değerlerine bir yakınlık hissettirmek amacıyla kullanıldığı rahatlıkla söylenebilir. Ancak, bunun bir propaganda faaliyeti olmadığını, Amerikan yaşam tarzına, değerlerine ve ürünlerine bir hayranlık uyandırarak insanların kalp veya zihinlerini kazanmayı amaçladığını belirtmek gerekir. Nye'in da vurguladığı üzere yumuşak güç gönüllü alıcılar üzerinde etkilidir ve 1950'ler düşünüldüğünde Hollywood'un milyarlarca varan bir izleyici kitlesi vardır.

Tüm bu filmler göstermektedir ki, filmler aracılığıyla sunulan çekici bir Amerika portresi, Marilyn Monroe'nin göz alıcılığı ve kendisini izlemek için sinemalara akın eden kitleler de düşünüldüğünde Monroe'nin yer aldığı filmler, Amerikan yumuşak gücü için oldukça elverişli bir alandır.

#### 4. SONUÇ

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından Amerikan toplumu, yönetimi ve kurumlarında oluşan komünizm karşıtı mutabakat uyarınca Hollywood ve Washington yönetiminin insanların kalpleri ve zihinlerini kazanmak için yürütülen mücadelede 1950'ler boyunca benzer hareket ettikleri aşikardır. Hükümet, ülkenin değer ve çıkarlarını evrensel değer ve çıkarlar olarak sunan filmleri teşvik etmiş ve bundan faydalanmışken sinema endüstrisi, normal koşullar altında erişmekte ve gösterim yapmakta zorluk yaşayacağı ülke ve sinemalara kolayca erişmiş ve kârını artırmıştır. Sinema perdesinde görünecek Amerikan değer ve ürünleri konusunda da USIA aracılığıyla Hollywood'a "yol gösteren" hükümet, İkinci Dünya Savaşı sonrasında eriştiği zenginliği ve bunu mümkün kılan kapitalizmi, tüketim kültürünü, zenginliğe övgüyü, lükse, moda ve şıklığa düşkünlüğü filmlerine konu veya fon alan filmleri memnuniyetle karşılamıştır. 1950'lerde altın çağını yaşayan Hollywood'un, izleyicilere çekici gelecek seyirlikler yaratmak konusunda mahirliği, Marilyn Monroe gibi ışıltılı starlarla birleşince Amerikan yumuşak gücüne katkı sağlaması kaçınılmaz olmuştur.

Sonuç olarak Hollywood, ışıltılı starları, gösterişli dekorları ve yüksek bütçeli filmleriyle dünyanın her yerindeki insanlara çekici gelecek bir Amerika sunmayı ve insanların isteğini şekillendirmeyi başarmıştır.

#### KAYNAKÇA

AFI, [afi.com](http://afi.com)., *AFI's 100 YEARS...100 LAUGHS*. (2000). <https://www.afi.com/afis-100-years-100-laughs/>

Barber, N. (2017a). *Why Some Like It Hot is the greatest comedy ever made*. BBC.com. <https://www.bbc.com/culture/article/20170817-why-some-like-it-hot-is-the-greatest-comedy-ever-made>

Barber, N. (2017b). *Why Some Like It Hot is the Greatest Comedy Ever Made*. BBC.com. <https://www.bbc.com/culture/article/20170817-why-some-like-it-hot-is-the-greatest-comedy-ever-made>

Castillo, G. (2005). Domesticating the Cold War: Household Consumption as Propaganda in Marshall Plan Germany. *Journal of Contemporary History*, 40(2), 261–288.

- Cull, N. J. (2010). Reading, Viewing, and Tuning in to the Cold War. (Ed. M. P. Leffler & O. A. Westad), *The Cambridge History of the Cold War: Volume II: Crises and Détente* (ss. 438–459). Cambridge University Press, Cambridge.
- Fattor, E. (2017). *Amerikan İmparatorluğu ve Eğlence Cephanesi: Yumuşak Güç ve Kültürel Silahlanma* (P. Tabak (Çev.)). Avangard Kitap, İstanbul.
- Feyizoğlu, T. (2005). *ahh marilyn*. Ozan Yayıncılık, İstanbul.
- Gramsci, A. (2007). *Hapishane Defterleri* (A. Cemgil (Çev.)). Belge Yayınları, İstanbul.
- Guback, T. (2021). The International Film Industry: Western Europe and America Since 1945. *The International Film Industry: Western Europe and America Since 1945*. Indiana University Press. <https://doi.org/10.2979/theinternationalfilm>
- Hawks, H. (1953). *Gentlemen Prefer Blondes*. Twentieth Century Fox. <https://www.imdb.com/title/tt0045810/reference/>
- Kalın, İ. (2006, Şubat 24). Türkiye'nin İnce Gücü. *Siyaset Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı*. <https://www.setav.org/turkiyenin-ince-gucu/>
- Kateman, E. (2021). *Capturing a Lifestyle: The Relationship Between the American Government and the American Film Industry 1945-1954* [Columbia University]. [https://history.columbia.edu/wp-content/uploads/sites/20/2021/04/Emma-Kateman-Senior-Thesis-Capturing-a-Lifestyle-The-Relationship-Between-the-American-Government-and-the-American-Film-Industry-1945-1954\\_FINAL.pdf](https://history.columbia.edu/wp-content/uploads/sites/20/2021/04/Emma-Kateman-Senior-Thesis-Capturing-a-Lifestyle-The-Relationship-Between-the-American-Government-and-the-American-Film-Industry-1945-1954_FINAL.pdf)
- Konkle, A. (2014). How to (Marry a Woman Who Wants to) Marry a Millionaire. *Quarterly Review of Film and Video*, 31(4), 364–383. <https://doi.org/10.1080/10509208.2012.664057>
- Lang, B. (2021). *Marilyn Monroe's 'Some Like It Hot' Was a Troubled Production That Produced a Classic Movie*. variety.com. <https://variety.com/2021/film/news/marilyn-monroe-some-like-it-hot-troubled-production-movie-classic-1234984318/>
- Leffler, M. P. (2010). The Emergence of an American Grand Strategy, 1945–1952. (Ed. M. P. Leffler & O. A. Westad), *The Cambridge History of the: Cold War Volume I: Origins* (ss. 69–89). Cambridge University Press, Cambridge.
- Lev, P. (2003). *The Fifties: Transforming the Screen 1950-1959*. Charles Scribner's Sons, New York.
- Negulesco, J. (1953). *How to Marry a Millionaire*. Twentieth Century Fox.
- Nowell-Smith, G. (2008). Savaş Sonrası Dünya: Savaştan Sonra. (Ed. G. Nowell-Smith), *Dünya Sinema Tarihi* (ss. 496–504). Kabalcı Yayınları, İstanbul.
- Nye, J. S. (1990a). *Bound to Lead : The Changing Nature of American Power*. Basic Books, New York.
- Nye, J. S. (1990b). Soft Power. *Foreign Policy, Autumn*(80), 153–171.
- Nye, J. S. (2003). *Amerikan Gücünün Paradoksu* (G. Koca (Çev.)). Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Nye, J. S. (2006). *Think Again: Soft Power*. Foreign Policy. <https://foreignpolicy.com/2006/02/23/think-again-soft-power/>
- Nye, J. S. (2010). The Future of Soft Power in US Foreign Policy. (Ed. I. Parmar & M. Cox), *Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives* (s. 249). Routledge.
- Nye, J. S. (2017). *Yumuşak Güç* (R. İnan-Aydın (Çev.)). BB101, Ankara.
- Scognamillo, G. (1994). *Amerikan Sineması*. Ağaç Yayıncılık, İstanbul.
- Smith-Mundt Act - US Information and Educational Exchange Act of 1948*. (1948). U.S. Agency for Global Media. <https://www.usagm.gov/who-we-are/oversight/legislation/smith-mundt/>
- Westad, O. A. (2010). The Cold War and the International History of the Twentieth Century. (Ed. M. P. Leffler & O. A. Westad), *The Cambridge History of the: Cold War Volume I: Origins* (ss. 1–20). Cambridge University Press, Cambridge.

Wilder, B. (1955). *The Seven Year Itch*. Twentieth Century Fox.  
<https://www.imdb.com/title/tt0048605/reference/>

Wilder, B. (1959). *Some Like It Hot*. United Artist.  
<https://www.imdb.com/title/tt0053291/reference/>

Zahran, G., & Ramos, L. (2010). From Hegemony to Soft Power: Implications of a Conceptual Change. (Ed. I. Parmar & M. Cox), *Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives* (ss. 12–31). Routledge.