

Bollywood Sinemasını Kamu Diplomasisi Bağlamında Yeniden İzlemek: Bajrangî Bhaijaan Üzerine Bir İnceleme¹

Zindan Çakıcı

Araştırma Görevlisi
zindan.cakici@uskudar.edu.tr
Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi
ORCID: 0000-0002-8916-0582

Emre Meriç

Araştırma Görevlisi
emre.meric@fbu.edu.tr
Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi
ORCID: 0000-0001-8006-7149

Abstract

Re-watching Bollywood Cinema in the Context of Public Diplomacy: An Analysis on “Bajrangî Bhaijaan”

Bollywood cinema is one of India’s most important public diplomacy instruments that spreads its own culture, art, and religious aspects. India promotes its own country with Bollywood cinema and exports its cultural goods to other countries through this film industry. In this study, how Bollywood portrays Pakistanis while introducing many of India’s soft power elements was researched with the semiotic analysis of Bajrangî Bhaijaan (2015). As a result of the study, it was shown that while Indian culture, art, and religious elements were portrayed with positive images in the film, Pakistanis and Muslims were represented as patriarchal, angry, and conservative.

keywords: Public diplomacy, Bollywood, Bajrangî Bhaijaan, representation

¹ 18 Aralık 2019 tarihinde gerçekleştirilen Galatasaray Üniversitesi Stratejik İletişim Yönetimi Konferansları (GSÜStrat) II: “Yeni Kamu Diplomasisi: Diyalog ve İlişki İnşa Etme” başlıklı ulusal konferansta sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

DOI:10.16878/gsuilet.867952

Résumé

Repenser le cinéma de Bollywood dans le contexte de la diplomatie publique: une étude sur Bajrangi Bhaijaan

Le cinéma de Bollywood est l'un des principaux outils de diplomatie publique dans lesquels l'Inde promeut sa propre culture, son art et ses éléments religieux. L'Inde fait la promotion de son propre pays à travers le cinéma Bollywood et commercialise ses produits culturels dans d'autres pays par le biais de cette industrie cinématographique. Cette recherche présente les nombreux éléments de puissance douce de Bollywood sur l'Inde avec l'analyse sémiotique du film Bajrangi Bhaijaan; Il a été analysé comment les Pakistanais sont représentés. À la suite de la recherche, il a été constaté que si la culture, l'art et les éléments religieux de l'Inde étaient présentés avec des images positives dans le film, les Pakistanais et aussi les musulmans étaient représentés comme "patriarcaux", "en colère" et "conservateurs".

mots-clés: *Diplomatie publique, Bollywood, Bajrangi Bhaijaan, représentation*

Öz

Bollywood sineması, Hindistan'ın kendi kültürünü, sanatını ve dinsel öğelerini tanıttığı önemli kamu diplomasisi araçlarından biridir. Hindistan, Bollywood sineması üzerinden hem kendi ülkesini tanıtmakta hem de kültürel ürünlerini bu sinema endüstrisi aracılığıyla diğer ülkelere pazarlamaktadır. Bu araştırma, Bajrangi Bhaijaan filminin göstergebilimsel analizi ile Bollywood'un Hindistan'a dair birçok yumuşak güç unsurunu tanıtırken; Pakistanlıları nasıl temsil ettiğini analiz etmiştir. İnceleme sonucunda, filmde Hindistan'ın kültürü, sanatı ve dinsel öğeleri olumlu imgeler ile sunulurken, Pakistanlıların ve bununla birlikte Müslümanların, "ataerkil", "öfkeli" ve "tutucu" olarak temsil edildiği görülmüştür.

anahtar kelimeler: *Kamu diplomasisi, Bollywood, Bajrangi Bhaijaan, temsil*

GiriŖ

18. yüzyıldan itibaren dıŖ kamuoyu ile ortak paydalar bulma ve köklü iliŖkiler inŖa etme sürecinin artması, kamu diplomasisinin önemli bir alan olarak ortaya çıkmasını saęlamıŖtır. Ağ toplumunun görünür olmaya baŖlaması ile sert güc yerini yumuŖak güc unsurlarına bırakmıŖ ve kamu diplomasisi stratejik bir faaliyet alanı olarak gündemde daha fazla yer almaya baŖlamıŖtır. Stratejik bir iletiŖim aracı olarak kamu diplomasisi, dıŖ kamuoyu ile uzun süreli ve köklü iliŖkilerin inŖa edildiği bir süreci ifade etmektedir. Bu süreçte, diğer ülke halklarının kültürünü, beklentilerini ve bakıŖ açılarını anlamaya çalıŖmak, kamu diplomasisi pratiklerinin başarıya ulaŖması adına önem teŖkil etmektedir. Bununla birlikte, kamu diplomasisi süreçlerinde stratejik bir yaklaŖıma sahip olmak, ülke menfaatleri açısından oldukça önemlidir. Bu yönüyle de kamu diplomasisi, özellikle dıŖ iliŖkilerde pek çok ülke için önemli bir alan haline gelmiŖtir.

Kamu diplomasisi, propagandanın veya diplomatik reklamcılığın bir uzantısı olarak ortaya çıkmıŖtır. Fakat, kamu diplomasisi ve propaganda kavramlarının tanımlarına, kullanım amaçlarına, kullandıkları araçlara ve yöntemlere bakıldığında, iki kavram arasında farklılıklar olduğu görölmektedir (Pamment, 2013, s. 2). Kamu diplomasisinde bilgilerin doğru ve güvenilir olması, stratejik iletiŖim süreçlerinin sağlıklı iŖlemesi adına oldukça önemlidir. Propaganda da ise verilen bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği önem taŖımamaktadır. Kamu diplomasisi bu açıdan propagandadan farklılaŖmaktadır (Romarheim, 2005, s. 13). Propaganda, çoğu zaman güvenilirlikten yoksundur ve kamu diplomasisi olarak kullanıldığında ters tepmektedir. Bununla birlikte, kamu diplomasisi, amacına uygun bir Ŗekilde kullanılmayıp, kamuoyunu doğru bilgilendirmeyerek "ahlaka" aykırı bir niyet ile kullanıldığında ise propaganda halini almaktadır (Cull, 2007, s. 20). Doğru bilgiye dayanmayan kamu diplomasisi faaliyetleri, sadece inandırıcılığını kaybetmekle kalmayıp ölkelerin mevcut olumlu imajlarına da zarar verebilir. Bu süreçlerde önemli olan, doğru bilgi yayıp uzun süreli iliŖkiler kurmaktır. Bu nedenle, kamu diplomasisi faaliyetlerinin, dezenformasyon yayma süreçleri ile karıŖtırılmaması gerekir (Temel, 2010, s. 36).

İngiltere'den bağımsızlığını 15 Ağustos 1947'de kazanan Hindistan, bağımsızlığını kazanmasından itibaren "kültürel iliŖkiler" yoluyla tanınırlılığını arttırmayı amaçlamaktadır. Günümüzde, yumuŖak güc unsurlarını dıŖ kamuoyuna aktarma potansiyeli bulunan Hindistan'ın etkili araçlarından birisi de Bollywood sinemasıdır. Hindistan, Amerika'nın Hollywood filmleri vasıtası ile yaptığı gibi kendi toplumunun düşüncelerini, inançlarını, sosyal, siyasal ve kültürel değerlerini Bollywood üzerinden dıŖ kamuoyuna pazarlamaktadır. Hindistan, Bollywood ile hem gelecekteki danslarını, giysilerini, müziklerini, mimari üsluplarını ve inançlarını hem de dıŖ politikadaki eylemlerine meŖruiyet zemini yaratan fikirleri dıŖ kamuoyuna tanıtmaktadır.

Fakat, Hindistan'ın bağımsızlığını kazanması ile görünür olmaya baŖlayan

ve Soğuk Savaş döneminin sona ermesiyle küresel bir boyut kazanan Bollywood sinemasının kamu diplomasisi süreçlerinde Pakistanlılara dair nasıl bir gerçeklik inşa ettiğini inceleyen akademik çalışmaların sayısı oldukça azdır. Göstergebilimsel analizin kullanıldığı bu araştırmanın amacı; Hindistan'ın, Bollywood sinemasındaki Pakistanlı temsili üzerinden kendini siyasal ve kültürel bağlamda nasıl ön plana çıkarmaya çalıştığını Bajrangi Bhaijaan filmi üzerinden analiz etmektir.

Kamu Diplomasisine Genel Bir Bakış

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren literatürde daha fazla yer almaya başlayan kamu diplomasisinin izlerine, 19. yüzyılda devletler tarafından gerçekleştirilen geleneksel diplomasi faaliyetlerinde rastlanılmaktadır. Joseph Nye'a göre, Fransa'nın Prusya ile savaşının ardından imajını düzeltmek için 1883 yılında Alliance Française'ı kurarak yurt dışında dil ve kültür faaliyetleri düzenlemesi, kamu diplomasisinin ilk örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir (Nye, 2008, s. 101). Bu tarihten itibaren dış kamuoyu, dış politikayı belirleme süreçlerinde etkili bir faktör haline gelmiştir. Devletler, dış politikanın oluşum ve uygulama sürecinde etkin rol oynayan dış kamuoyunu dikkate almaya başlamıştır. Ayrıca, dış kamuoyunun güveninin kazanılması ve zihninde olumlu bir imaj oluşturulması daha önemli hale gelmiştir (Karadağ, 2019, s. 88-114).

Kamu diplomasisi kavramı ilk kez ABD'deki Tufts Üniversitesi Fletcher Hukuk ve Diplomasi Okulu Dekanı Edmung Gullion tarafından 1965 yılında kullanılmıştır. Edmung Gullion, kamu diplomasisi faaliyetlerini "bilgi ve fikirlerin uluslar ötesi akışı" olarak tarif etmiştir. Dış politikaların oluşum ve uygulama süreçlerinde bilgilerin ve fikirlerin ulusötesi akışı, dış kamuoyunun tutum ve algılarını etkileyen bir sürece işaret etmektedir (Sancar, 2012, s. 79). Manheim'e göre, kamu diplomasisi "algıları yönetebilme ve yabancı kamu sektörlerini temel hedefler doğrultusunda yönlendirebilme sanatı"dır (Manheim, 2001, s. 75). Potter ise, kamu diplomasisini "hükümetlerin başka ülkelerin halkını, kanaat önderlerini ve aydınlarını kendi politikaları doğrultusunda olumlu olarak etkileyebilmesi" şeklinde tanımlamıştır (Potter, 2002, s. 2).

Hükümetlerin diğer ülkelerde kamuoyu oluşturması, bu ülkelerin kamu ve özel kuruluşları ile etkileşimde bulunması, diplomatları ve yabancı meslektaşları ile sürdürülebilir iletişim sağlaması temel kamu diplomasisi faaliyetlerindedir. Bu faaliyetler, geleneksel diplomasi çalışmalarından farklı olarak, bilgi ve fikirlerin ulus ötesi akışını sağlayarak dış kamuoyunun tutum ve algılarını etkileyebilir (Sancar, 2012, s. 91). Genel anlamı ile kamu diplomasisi "yabancı kamuoyuna yönelik faaliyetlerde bulunmak ve yabancı kamuoyu ile etkileşim halinde olmak" şeklinde tanımlanmaktadır (Kocabıyık, 2019, s. 166). Anna Tiedeman'a göre kamu diplomasisi, politika geliştirme ve dış ilişkilerin yönlendirilmesi açısından kritik öneme sahip bir iletişim sürecidir. Bu iletişim süreci, hükümetlerin kendi ulusunun ideallerini, düşüncelerini, kültürünü, kurumlarını ve ulusal hedeflerini diğer ülkelerin kamuoyuna anlatmak için gerçekleştirdiği tüm iletişim faaliyetlerini ifade etmektedir (Tiedeman, 2004, s. 6).

Kamu diplomasisi 1970'lerden itibaren gündemde daha fazla yer almaya başlayan stratejik bir faaliyet alanına dönüşmüştür. 11 Eylül saldırılarından sonra bir tür popülizm kaynağı olarak yükselişe geöen Anti-Amerikancılık, ABD'yi uluslararası kamuoyunda yükselen nefrete karşı öözüm yolları aramaya itmiştir (Karagöz, 2016, s. 49). Kamu diplomasisi faaliyetleri, ABD'de meydana gelen diplomatik sorunlar ile yüzleşmek ve bu sorunlara öeşitli öözüm önerileri geliştirmek adına stratejik bir iletişim yöntemi olarak görölmeye başlanmıştır. Özellikle, Obama döneminde yayınlanan NFSC (The National Framework for Strategic Communication) raporunda, kamu diplomasisi süreçlerinde etkili bir stratejik iletişimin gerekliliği üzerinde durulmuş ve buna yönelik politikaların geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Ayrıca, NFSC raporu uluslararası iletişim süreçlerinde sadece elitlerin değil sıradan insanların düşünce ve şikayetlerinin de dinlenmesi gerektiğini belirtmiştir (Taylor, 2009, s. 12).

Kamu diplomasisi süreçlerinde "dış kamuoyunun eğitilmesi, bilgilendirilmesi ve bu süreçlere dâhil edilmesi" gerekmektedir (Efegil, 2018, s. 5). Bu süreçte kamu diplomasisi stratejik bir iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir. Stratejik bir iletişim aracı olarak kamu diplomasisi, "kamuoyunu anlamaya öalışmak, bilgilendirmek ve etkilemek" üzerine yapılan faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Tuch, 1990, s. 3). Kamu diplomasisi süreçlerinde stratejik bir yaklaşıma sahip olmak, öлке menfaatleri aöısından da olduköa önemlidir. Bu yönüyle de kamu diplomasisi özellikle dış ilişkilerde pek öok öлке için önemli bir alan haline gelmiştir.

Mark Leonard'a göre, kamu diplomasisinin öç temel unsuru vardır. Bu unsurlardan ilki, iletişimin sürekliliğidir. Leonard, biröok devletin kendi ölkeleriyle ilgili kararları sadece kendi halkına açıkladıklarından dolayı yabancı kamuoyu ile iletişimin süreklilik arz etmediğini dile getirmektedir. Leonard'a göre, kamu diplomasisi süreçlerinin sağlıklı işlemesi için iletişimin sürekliliği esas unsur olmalıdır. Bu süreç zarfında dış kamuoyu, öłkenin politikaları konusunda bilgilendirilmelidir. Leonard'a göre kamu diplomasisinin ikinci unsuru stratejik iletişim süreçleri ile ilişkilidir. Stratejik iletişim süreçlerini doğru bir şekilde yöneten ölkelerin, yabancı kamuoyunun desteğini alabildiğini belirten Leonard, ölkelerin stratejik iletişimlerinin gücü oranında uluslararası alanda bilinirliklerini artırabileceğini ifade etmektedir. Leonard'a göre, kamu diplomasisinin öçüncü unsuru, sivillerin yaptığı günlük iletişim süreçleri ile ilgilidir. Hükümetler, kişiler ya da gruplar temel hedef kitlelerine yönelik geröekleştirdikleri kamu diplomasisi faaliyetlerinde; burslar, değişim programları, eğitimler, seminerler ve konferanslar gibi öalışmalarla kalıcı ilişkiler inřa edebilir (Leonard, 2002, s. 8-9).

Hans Nathan Tuch'a göre kamu diplomasisi, "hükümetlerin dış kamuoyu ile etkileşimde bulunarak politika değerikliklerine gitmesini, hükümetlerin farklı ölkelerdeki özel kuruluşlar ile hükümet dışı etkileşimde bulunmasını, medyanın uluslararası diplomasi süreçlerindeki rolünü ve tüm bu süreçlerin politika oluşturma ve uygulama üzerindeki etkisini" kapsamaktadır (Tuch, 1990, s. 9). Gifford

Malone'a göre kamu diplomasisi süreçlerinin çift yönlü yapılandırılması gerekmektedir. Çünkü, bir ülkenin kendi toplumu veya politikaları konusunda dış kamuoyunda istediği gibi bir anlayış geliştirebilmesi için öncelikle "iletişime geçtiği halkın kültürel özelliklerini, psikolojisini ve dilini öğrenmesi gerekmektedir." (Malone, 1988, s. 12). Bu süreç, kamu diplomasisi faaliyetlerinde çift yönlü bir iletişim modelinin kullanılmasını zorunlu kılmaktadır.

Joseph Nye, kamu diplomasisini yumuşak gücün bir kullanım alanı olarak görmüş ve kavramı geleneksel diplomasi faaliyetlerinden farklı bir şekilde konumlandırmıştır. Joseph Nye'a göre, devletler her ne kadar yabancı liderler ile yakın ilişkiler kursalar da halk nezdinde olumlu bir izlenim bırakmadıkları sürece diplomatik etkilerinin sınırlı kalacağını ifade etmiştir (Nye, 2005, s. 106). Buradan hareketle, dış kamuoyuna yönelik gerçekleşen kamu diplomasisi çalışmalarının, devletler ve liderler arasında gerçekleşen geleneksel diplomatik süreçlerden daha önemli hale geldiği söylenebilir.

Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç Kavramı

Joseph Nye, 1990 yılında yayımlanan *Bound to Lead* adlı kitapta ilk kez "yumuşak güç" kavramını tanımlamıştır. Bu kavramın etkin olduğu ortamda, uluslararası örgütlerin ve medyanın etkisi artmış; askeri kapasitenin ve klasik orduların yani "sert/kaba güç" unsurlarının etkinliği azalmıştır. Zorbalk yerine iş birliğini ön plana çıkaran Nye, yumuşak gücü; "Eğer istediğim şeyi istemeni sağlayabilirsem, o zaman yapmak istediğim şeyi yapmaya seni zorlamama gerek yoktur." şeklinde ifade etmiştir (Nye, 2003, s. 10-11).

"Yumuşak güç" kavramı, devletlerin hem kendi ulusal çıkarlarını hem de etkilemek istedikleri dış kamuoyunun çıkarlarını göz önünde bulundurarak kurdukları uzun süreli ve köklü ilişkilerin tümü olarak tanımlanabilir (Leonard, 2002, s. 8-9). Yumuşak gücün kullanımında birçok unsur ön plana çıkmaktadır. Bu unsurlar "bir ülkenin askeri veya ekonomik gücünden çok ülkenin kültürü, sanatı, sineması, mimarisi, müziği, eğitim sistemi, özgürlükleri, demokrasisi, sosyal sermayesi, tarihi birikimi, bilim ve teknoloji altyapısı, inovasyon kapasitesi, diplomatik becerisi ve kendini anlatabilme yeteneği"nin toplamıdır. Bu unsurları içinde barındıran ve etkili bir şekilde kullanan bir ülke, cazibe merkezi haline gelir (Sandıklı, 2014, s. 190).

Yumuşak güç; aktöre iliştilmiş güç ile aktöre doğrudan etkisi olmayan güç kullanımı olarak ikiye ayrılmaktadır. Sahip olunan bilgi ve kültür gibi önemli unsurlar ile bir ülkenin kamuoyuna doğrudan etki edilebileceği gibi; uluslararası örgütler ve kurumlar ile de dış kamuoyuna etki edilebilmektedir. Nye'a göre, günümüz bilgi çağında devlet, medya ile kamuoyunu yönlendirebileceği gibi kamuoyu da medya ile devleti etkileyebilmektedir. Bu süreç çift yönlü bir iletişim ile mümkün olabilmektedir (Nye, 2008, s. 29).

Devletler, kamu diplomasisi süreçlerinde dış kamuoyuna etki edebilmek adına yumuşak güçten yararlanmaktadır. Jan Melissen, kamu diplomasisini “devletten-halka” ve “halktan-halka” olmak üzere iki ana çerçevede bir araya getirmiştir. Kalın’a göre; “devlet-halk” eksenindeki iletişim faaliyetlerinde; devlet, resmi araçları ve kanalları kullanarak izlediği politikaları ve yaptığı faaliyetleri yabancı kamuya anlatmaktadır (Kalın, 2011, s. 3). Halktan-halka doğrudan iletişim faaliyetlerinde ise STK’lar, araştırma merkezleri, basın ve kanaat önderleri gibi devlet dışı aktörler kullanılmaktadır. Buradan hareketle, kamu diplomasisi “diplomatlar” ve “yabancı kamuoyları” arasında geçen iletişim faaliyetlerinin ötesine geçmiştir (Melissen, 2005, s. 19).

Kamu Diplomasisi ve Propaganda

Kamu diplomasisi ve propaganda kavramlarının tanımlarına, kullanım amaçlarına, kullandıkları araçlara ve yöntemlere bakıldığında, iki kavram arasında büyük farklılıklar olduğu görülmektedir (Pamment, 2013, s. 2). Welch’e göre propaganda, belirli bir amaç doğrultusunda, doğrudan veya dolaylı şekilde kitlelerin fikirlerini herhangi bir konuda şekillendirme girişimidir (Melissen, 2005, s. 16-17). Propaganda, belli bir amaca ulaşmak adına önceden seçilmiş bilgileri kitlelere kabul ettirmeyi hedeflemektedir. Bu hedefleri takip ederken, etkili ve kalıcı olacağına inanılan semboller geliştirilerek, kitleleri aktif sürece katmayı amaçlamaktadır. Propaganda, bireye seçenek sunmamakla birlikte gerçek dışı tepkiler ve inançlar oluşturarak bireyin duygularına yönelmektedir (Özkan, 2007, s. 167).

Kamu diplomasisi, doğru ve güvenilir bilgilere dayanması açısından propagandadan ayrılmaktadır (Romarheim, 2005, s. 13). Kamu diplomasisi, doğru bilgiye yer vermeyerek dış kamuoyunu yanlış yönlendirmesi ile propaganda halini alır (Cull, 2007, s. 20). Doğru bilgiye dayanmayan kamu diplomasisi faaliyetleri sadece inandırıcılığını kaybetmekle kalmayıp ülkelerin mevcut olumlu imajlarına da zarar verebilir. Bu süreçlerde önemli olan, doğru bilgi yayıp kalıcı ilişkiler kurmaktır. Kamu diplomasisi faaliyetlerinin, dezenformasyon yayma süreçleri ile karıştırılmaması gerekir (Temel, 2010, s. 36). Kamu diplomasisi, hitap ettiği halkı kitle olarak ele almamakla birlikte farklı anlayış ve düşüncelere sahip bireyleri anlamaya çalışarak, ortak bir iletişim dili oluşturmaya çalışmaktadır. Bu süreçte kullandığı iletişim iki yönlüdür ve karşılıklı belirleyicilik esastır. Ayrıca, kamu diplomasisinin yarattığı etkide de bir karşılıklı belirleyicilik mevcuttur. Güvenilir ilişki ortamının kurulması ile her iki taraf da bundan olumlu şekilde faydalanmaktadır. Propaganda ise amaca giden yolda hedef olarak belirlediği kişi, grup ve ideolojiye doğrudan saldırır ve onları güçsüzleştirmeye çalışarak kendine taraftar toplamaya çalışır (Ayhan, 2007, s. 39).

Melissen’e göre, Birinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan yeni diplomasi anlayışı, propaganda gibi tek taraflı değildir (Melissen, 2005, s. 18). Bu dönemde “yabancı izleyicileri de angaje edecek” iki taraflı bir iletişim stratejisi gündeme gelmiştir (Yanardağoğlu, 2014, s. 116). Pamment de benzer olarak kamu diplo-

masisini propagandadan farklı olarak “diyalojik, geniş kapsamlı ve iş birliği yanlısı” olarak nitelendirmektedir (Pamment, 2013, s. 3). Kamu diplomasisinde propagandada olduğu gibi tek yönlü bir iletişim değil, çift taraflı bir iletişim ve etkileşim görülmektedir. Kamuoyunun dinlenmesi ve önceliklerinin belirlenmesi kamu diplomasisinin birincil hedefidir.

Hindistan’ın Yumuşak Güç Politikası ve Kaynakları

Hindistan hem tarihsel süreçte eski uygarlıklar hem de modern dönemin Batılı sömürge imparatorlukları için bir cazibe merkezi olmuştur. Hindistan’ı işgal eden modern dönemin Batılı sömürge imparatorlukları zenginleşip dünyanın diğer ulusları üzerinde iktidar sahibi olurken, Hindistan gittikçe fakirleşmiştir (Yıldırım, 2013, s. 194). İngiltere’den bağımsızlığını 15 Ağustos 1947’de kazanan Hindistan, yabancı yatırımcılara uygun hukuki ve ekonomik bir zemin hazırlamak için geliştirdiği politikaları sayesinde güçlü bir ekonomiye sahip olmaya başlamıştır (Önal, 2019, s. 333). Günümüzde Pakistan, Çin ve Afganistan’a olan coğrafi yakınlığı sebebiyle önemli bir stratejik konuma sahip olan Hindistan, Soğuk Savaş döneminde bağlantısızlar hareketinin önemli bir figürü olarak Doğu Bloğuna yakın bir duruş sergilemiştir. Fakat, SSCB’nin dağılması sonucunda Orta Asya’da ortaya çıkan siyasi istikrarsızlıklar, Hindistan’ın güvenlik endişelerini artırmıştır (Purtaş, 2006, s. 57). Hindistan bu süreç sonucunda dış politikada; toprak bütünlüğü ve egemenliğe karşılıklı saygı, saldırmazlık, eşitlik ve karşılıklı çıkar politikalarını ön plana çıkarmaya başlamıştır (Önal, 2019, s. 333).

Bağımsızlığından itibaren “kültürel ilişkiler” yoluyla tanınırlığını arttırmayı amaçlayan Hindistan, 2006 yılında Dışişleri Bakanlığı’na bağlı olarak kurduğu Kamu Diplomasisi Bölümü’nün yanı sıra Hindistan Kültürel İlişkiler Konseyi (ICCR), Turizm Bakanlığı ve diğer bakanlıklar ile sistemli bir şekilde hedeflerine ulaşmak için yumuşak güç kaynaklarını kullanma politikalarına hız vermiştir (Önal, 2019, s. 335). Hindistan’ın yumuşak gücünü oluşturan birçok unsur olsa da ülkenin küresel statüsünü güçlendirmesine ve marka bilinirliğini artırmasına yardımcı olan gerçek yumuşak güç kaynaklarının hangileri olduğunu belirlemek oldukça zordur. Tanrıların ülkesi olarak tanımlanan Hindistan’da Hinduizm, Budizm, Jainizm ve Sihizm başta olmak üzere Hristiyanlık, Yahudilik ve İslam gibi birçok dini inanç bulunmaktadır (Mohapatra, 1990, s. 119-138). Hindistan’ın uzun yıllar İngiliz sömürgesinde kalmasından dolayı ülkedeki İngiliz dilinin kullanım yaygınlığı ve İngilizce eğitim veren köklü eğitim kurumlarının varlığı, düşük öğrenim harçları ve düşük yaşam maliyeti, uluslararası öğrencileri ülkeye çeken önemli yumuşak güç unsurlarıdır. Hindistan’ın her geçen gün büyüyen sağlık sektörü, artan yabancı yatırımcılarıyla büyüyen çok uluslu şirketleri, Hint mutfağı, yogası ve antik bir sağlık sistemi olan Ayurvedası, ülkenin diğer yumuşak güç unsurları olarak sıralanabilir. Ayrıca, Hindistan 2004 yılında denizaşırı ülkelerde yaşayan ve çalışan geniş çaplı Hint diasporası ile diyalog halinde olmak amacıyla Yurtdışı İşleri Bakanlığı’nı kurmuş ve kamu diplomasisi çalışmalarını denizaşırı ülkelerde yaşayan Hint diasporası ile birlikte yürütmeye başlamıştır (Önal, 2019, s. 334). Bununla birlikte, Hindistan hükümeti; Avrupa, Amerika ve Asya’daki

ölkelerde kurduğu kültür merkezlerindeki Hintçe dil kursları, film festivalleri, kitap fuarları ve sanat sergileri ile Hindistan'ın çok kültürlü toplum imajını tanıtmaya başlamıştır (Sertel, 2015, s. 299-300).

Hindistan Dışişleri Bakanlığı, 2006 Davos zirvesinde Kaşmir şallarını, Hint müziklerini ve Bollywood sinemasını tanıtırken, 2007 yılında "İnanılmaz Hindistan" (Incredible India) kampanyasıyla Hindistan'ın marka bilinirliğini artırmayı amaçlamıştır. Bununla birlikte, sivil toplum örgütleriyle işbirliği içerisinde olan Hindistan'ın, Birleşmiş Milletler içerisinde yer alan ölkelerin desteği ile 21 Haziran'ı Uluslararası Yoga Günü ilan etmesi, Uzakdoğu hükümet gezilerinde Budizm inanç ortaklıklarını kullanması, Pakistan'la ticaret ve seyahat bağları konusunda önemli adımlar atması ve Afgan öğrencilerine burs sağlaması, Hindistan'ın marka bilinirliğini artırmak için gerçekleştirdiği önemli çalışmalar arasında gösterilebilir (Önal, 2019, s. 335).

Bir Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Bollywood

Algıları şekillendiren ve bellekleri arzulanan politik hedeflere ulaştırabilen sinema, içinde bulunduğumuz küreselleşme sürecinde; devletler, hükümetler, kişiler ya da grupların kendi düşüncelerini, fikirlerini, inançlarını, sosyal, siyasal ve kültürel değerlerini öteki toplumlara ulaştırabilmesi ve onları etkileyebilmesi nedeniyle önemli bir yumuşak güç kaynağıdır (Pınar, 2017, s. 263). Yumuşak güç unsurlarını dış kamuoyuna aktarma potansiyeli bulunan Hindistan'ın etkili araçlarından birisi de Bollywood sinemasıdır. Günümüzde, Hindistan film endüstrisi olan Bollywood, sinema sektöründe önemli bir konumda olup tüm dünyaya ulaşabilmekte, hedef kitlelerin algılarını ve düşünce yapılarını etkileyebilmektedir (Şentürk ve Kozluklu, 2020, s. 73).

Tarihsel olarak kolonyalizm ve postkolonyalizm sürecinde doğan Bollywood, geçmişten günümüze büyük ilerlemeler katetmiştir. Hindistan, sinema ile ilk olarak 1898 yılında Hiralal Sen tarafından yönetilen *The Flower of Persia* adlı kısa film ile tanışmıştır. Matbaacı ve düşünür Dhundiraj Govind Phalke, 1910'da İsa'nın Hayatı adlı kısa Fransız filmini izlerken Krishna gibi Hint dinî figürleri üzerine de filmler yapılabileceğini düşünür. Phalke tarafından yönetilen ilk uzun metrajlı Hint filmi "Raja Harishchandra", 1913'te Hindistan'da gösterime girdikten sonra gişede büyük bir başarı elde eder. Bu nedenle, 2013 yılı Bollywood'un 100. yılı olarak kutlanmıştır (Saran, 2012, s. 41). Hindistan'daki ilk sesli film olan *Alam Ara* (Dünya Güzeli) ise 1930 yılında çekilmiştir. Bu tarihten sonra Hindistan sineması, ses teknolojisindeki gelişmeler ve şehirlerde artan film stüdyoları ile 20.yüzyılda gelişmeye devam ederek popüler bir eğlence aracı haline gelmiştir (İri, 2014, s. 24).

Hindistan'da, 1949 yılında Filmler Departmanı ve 1960 yılında Maliye Bakanlığı'na bağlı film yapımcılarına finansal destek sağlayan Film Finans Kurumu kurulmuştur (Gülhanım, 2009, s. 2). Bugün üretilen film sayısı bakımından dünyanın en büyük film endüstrilerinden biri olan Hint film endüstrisinin ana merkezleri

ise Hyderabad, Bangalore, Mumbai, Chennai ve Kalkata'dır. Mumbai, Hintçe çekilen ve Bollywood adı verilen popüler Hint sinemasının doğduğu yerdir. Hindistan'da, Bollywood'un yanı sıra bölgesel dillerde filmler yapan bölgesel sinema endüstrileri de bulunmaktadır. Günümüzde, Hindistan film endüstrisinin ekonomik büyüklüğü yaklaşık 1,83 milyar dolardır. Bollywood film endüstrisi günümüzde artan film stüdyoları, bütçe, uluslararası ortak yapımlar ve dijital sinema kompleksleri ile küresel bir boyut kazanmıştır. Hint film endüstrisinin küreselleşmeye başlaması; ülke turizminin gelişmesi ve yeni iş sahalarının ortaya çıkmasının yanı sıra teknolojik ve kültürel birçok kazanımın ortaya çıkması açısından önemli avantajlar sağlamıştır (İri, 2014, s. 30).

Bollywood Sineması ve Pakistanlı Temsili

İngiltere'nin 1947 yılında Hint alt kıtasındaki askeri mevcudiyetine son vermesi ile bölgede Pakistan ve Hindistan olmak üzere iki ülke kurulmuştur (Muqarab, 2011, s. 5). Bu ülkelerin kuruluş sürecinde meydana gelen çatışmalardan dolayı bir milyondan fazla insan hayatını kaybetmiştir (Özev, 2012, s. 153). Bu tarihten sonra, Hindistan ile Pakistan arasında 1965 ve 1971 yıllarında, Doğu Pakistan ve Keşmir bölgeleri için iki savaş daha yaşanmıştır (Sehgal, 2011, s. 188-195). Hindistan ve Pakistan arasında gerçekleşen bu çatışmalar, iki ülkenin ekonomik ve politik yapısı üzerinde olumsuz etkiler bırakmıştır (Bhat, 2018, s. 43). İki ülke arasındaki bu tarihsel gerginlik sinemaya da yansımıştır. Örneğin; Dishoom (2016), Raanjhanaa (2013) ve Neerja (2016) gibi Hindistan filmleri, Ghar Kab Aao Gay (2000) ve Saya e Khuda e Zuljalal (2016) gibi Pakistan filmleri, iki ülke arasındaki gerilimleri konu alan filmlerden bazılarıdır.

Geçmişten günümüze insanlar, var olan toplumsal iktidarı devam ettirmek için kendisini politik görüş, cinsiyet, inanç ve değerler bağlamında tanımlarken kendisi gibi olmayana daima olumsuz bir referans olarak kullanmıştır (Özensel, 2020, s. 370). Sinema, bir propaganda aracı olarak kullanıldığı takdirde toplumda var olan ötekileştirici söylemsel pratikleri yeniden üreten ve kuvvetlendiren bir aygıt olarak değerlendirilebilir (Merskin, 2004, s. 159). Ülke imajının ve bilinirliğinin artması için Hindistan'a dair birçok yumuşak güç unsurunun tanıtıldığı ve pazarlandığı Bollywood sineması da bu süreçte Pakistanlıları bir "öteki" olarak temsil edebilmektedir (Kumar 2013, s. 463). Atif ve Shaliq (2019), Mushtaq, Baig ve Iftikhar (2016) ve Hafeez (2017)'in çalışmaları da Bollywood sinemasının, Pakistanlıları olumsuz bir şekilde temsil ettiğini göstermiştir. Sial, Arafat ve Zafar'ın çalışması, Bollywood sinemasındaki Agent Vinod, Ek Tha Tiger ve The Attacks of 26/11 filmlerinin, Pakistanlıları terörist ve kötü adam olarak yansıttığını göstermiştir (2019, s. 135). Ayrıca, Rasul'un (2015, s. 3) çalışmasında, Pakistanlıların Border (1997), LOC: Kargil (2003) ve Lakshya (2004) gibi Bollywood filmlerinde düşman olarak tasvir edildiği görülmüştür. Yayınlandığı dönemde çok fazla izlenen Fanaa (2006), Kurbaan (2009) ve Gadar: Ek Prem Katha (2001) gibi filmler de doğrudan Pakistan karşıtı olarak üretilen ve Pakistanlıların terörist, düşman ve tehlikeli olarak temsil edildiği diğer filmlerdir (Khatun, 2016, s. 48). Bollywood sinemasında

görünürde olumlu fakat derin bir okuma sonucunda propaganda sinemasına yakın bir yaklaşım ile üretilen ve Pakistanlıların olumsuz olarak temsil edildiği filmler de bulunmaktadır. Bu araştırma, 1947'den sonra uluslararası arenada yeni bir kimlik inşa süreci içerisine giren Hindistan'ın, Bollywood filmlerindeki Pakistanlı temsilleri üzerinden nasıl kendini siyasal ve kültürel bağlamda öne çıkardığını Bajrangî Bhajjaan filmi üzerinden incelemektedir.

Araştırma Yöntemi

Saussure ve Peirce tarafından temelleri atılan göstergebilim, kitle iletişim sürecinde aktarılan dilsel veya görsel gösterge dizgelerini çözümlmek için kullanılan bir yöntemdir (Bignell, 2002, s. 5-6). Göstergebilimin amacı sonsuz çeşitlilikteki göstergeleri ortaya çıkararak, yapıların görünen yüzünün altında yer alan gizil anlamları ortaya çıkarmak ve bu vesileyle "yapıları" anlamaktır (Sancar, 2018, s. 26). Göstergebilimi sinemaya uygulamış olan Christian Metz, göstergebilimsel analizin, sinema filmlerindeki gizil anlamları ortaya çıkarmak için kullanılabileceğini ifade etmiştir (Andrew, 2010, s. 324). Görselliği ve işitselliği bir arada kullandığı için insanlar üzerinde son derece önemli etkiler bırakabilen sinema, sunduğu yan ve düz anlamlar ile belli ideolojik mesajlar aktarabilmektedir (Stojanova, 2017, s. 134-135).

Sinemada anlamın aktarılmasını sağlayan göstergeler bulunmaktadır. Barthes, bu göstergeleri düz anlam ve yan anlam olarak ikiye ayırmaktadır. Anlamlandırma sürecinde yer alan düz anlamıyla gösterenin gönderme yaptığı kavram ifade edilmektedir. Yan anlam ise bir anlam üretme sürecine işaret etmektedir. Yani yan anlamlar, düz anlamın dışında olan ikinci anlamları ifade etmektedir. Düz anlam, nesnenin zihinde yarattığı bir yansıma olarak değerlendirilirken, yan anlam gösterenin izleyicilerin duyguları ve kültürel değerleriyle olan ilişkisine odaklanmaktadır (Batı, 2005, s. 175). Bu çalışma, Bajrangî Bhajjaan filminin Hindistan'ın, ülkesine dair birçok yumuşak güç unsurunu tanıtırken, Pakistanlılara dair nasıl yan ve düz anlamlar oluşturduğunu göstergebilim ile incelemektedir. Bu incelemenin, literatürde belirtilen kavramsal çerçeveye dair sınırlı bir saha sunmakla birlikte, Türkiye'de Bollywood sinemasına dair bu bağlamda gerçekleşecek olan çalışmalar için bir referans niteliği taşıyabileceği umulmaktadır.

Göstergebilimsel Açıdan 'Bajrangî Bhajjaan' Filminin Çözümlemesi

Kabir Khan'ın yönetmenliğini üstlendiği Bajrangî Bhajjaan filmi 2015 yılında vizyona girmiştir. Film'in başrollerini, Bollywood filmlerinin en bilinen isimlerinden Salman Khan, Kareena Kapoor ve Harshaali Malhotra paylaşmıştır. Film, doğduğundan beri konuşamayan 5 yaşındaki Pakistanlı küçük Shahida diğer adı ile Munni'nin (Harshaali Malhotra) annesi ile birlikte tedavi için Hindistan'a gitmesi ile başlar. Munni, tedaviden sonra annesi ile Hindistan'dan Pakistan'a tren ile dönmektedir. Munni, Hindistan sınırında duran trenden çukura düşen bir kuzuya yardım etmek için iner ve hareket eden trene yetişemez. Munni'nin annesi, Pakistan sınırlarına girdikten sonra uyanır ve kızının trende olmadığını fark eder. Anne,

küçük kızını aramak için geri dönmek istese de Pakistan ve Hindistan arasındaki Keşmir sorunundan dolayı Hindistan sınırından tekrar giriş yapamaz ve Pakistan'a geri dönmek zorunda kalır. Munni ise Hindistan'da bir dini festival alanında Bajrangji Bhaijaan'ın müridi olan Pavan (Salman Khan) ile karşılaşır. Pavan, konuşamayan bu küçük kızın kaybolduğunu anlar ve ona yardım etmeye çalışır. Munni'yi ailesine ulaştırmak isteyen Pavan, konuşamayan Munni'nin et yemesi, mescide gitmesi ve Hindistan-Pakistan maçında gol atan Pakistan takımına sevinmesinden dolayı onun Pakistanlı bir Müslüman olduğunu anlar. Pavan, küçük Munni'yi ailesine götürmek istese de Hindistan ve Pakistan arasındaki politik gerginliklerden dolayı sınır kapılarından geçiş izni alamaz. Pavan, Munni ile birlikte Pakistan'a yasadışı bir şekilde giriş yaparak küçük kızı ailesine ulaştırmaya çalışır.

Christian Metz, göstergebilimsel analiz ile bir filmin her bir sahnesi ve bu sahneler arasındaki anlam ilişkileri içinden genelleştirme yapılabilecek bilimsel verilerin elde edebileceğini belirtmektedir (Metz, 2012, s. 131-132). Bajrangji Bhaijaan filminin incelendiği bu çalışmada, 8 sahne üzerinden filmin tamamına dair genelleştirme yapılabilecek veriler elde edilmiştir. Bu veriler, literatürde açıklanan kavramsal çerçeve ile ilişkilendirilerek, analiz edilmiştir.

Tablo 1 Göstergelerin Çözülmesi



Görsel 1



Görsel 2



Görsel 3



Görsel 4

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Görsel 1; İnsanlar, Doğa, Nesne	Toplantı, Tartışma, Nargile, Cübbe, Şalvar, Takke	Geleneksel Kıyafetler Giyen Muhafazakar Müslümanlar ve Kırsal Yaşam
Görsel 2; İnsanlar ve Nesne	Yolculuk	Nikap Giyen Muhafazakar Müslüman Kadın, Sakallı ve Takkeli Muhafazakar Müslüman Erkek
Görsel 3; İnsanlar ve Nesne	Küçük Kız ve Demir Teller	Pakistan'da Küçük Kız Çocuklarının Küçük Yaşta Kapanmak Zorunda Kalması
Görsel 4; İnsanlar ve Nesne	Asker, Jop ve Koşma	Şiddet Uygulayan Öfkeli Pakistanlı Müslüman Askerler ve Yardımsever Hindistanlı Adam

Birinci ve İkinci Dünya Savaşları'nın ardından özgürlüklerini kazanan devletler, sınırlarını etnik ya da dini kimlikler üzerinden katı çizgilerle tanımlayan Avrupa ulus-devletler sistemini örnek almaya başlamıştır (Arent, 2016, s.19). Pakistan, 14 Ağustos 1947 tarihinde Hindistan'dan bağımsızlığını kazanmıştır. Fakat, Pakistanın bağımsızlığından sonra iki ülke birbirleri için sürekli ve değişmez düşmanlar olarak kalmaya devam etmiştir. Bu tarihten sonra Bollywood sinemasında Pakistanlılar, olumsuz stereotipler ile temsil edilmeye başlanmıştır. Bajrangi Bhaijaan filminin ilk sahnesi (Görsel 1) Pakistan'ın Sultanpur köyünde geçmektedir. Bu sahnede erkekler Munni'nin Hindistan'a tedavi için nasıl gidebileceğini konuşmaktadır. Bu sahnede, erkeklerden biraz daha uzak bir mesafede oturan kadınlar ise çekingen bir şekilde sohbe dahil olmaktadır. Bu sohbede Hindistan ve Pakistan arasındaki gerilimin, bu yolculuk için bir engel teşkil edebileceği hakkında konuşulmaktadır. Sohbet şöyle gerçekleşmektedir:

Dede:Sana kaç zamandır Şahida'yı (Munni) Delhi'deki Hz. Nizam'ın Dergahına götür dedim. Orada dilsizler bile konuşmaya başlıyor. Ben beş yaşına kadar hiç konuşamıyormuşum, beni de oraya götürmüşler.

Baba:Ama artık Delhi Hindistan toprağında?

Dede:Ne olmuş yani Amerika'da değil ya?

Baba:Amerika'da olsa daha kolay olurdu baba. Eskiden biz tek ülke tek millettik. Ben beş yıl Pakistan ordusuna hizmet ettim. Şimdi

Hintliler bana vize vermez.

Bu sahnede, Pakistanlıların kültürel ve tarihsel bir zenginliğe sahip olan Hindistan'a duydukları özleme ve bu özleme neden olan iki ülke arasındaki gerginliğe vurgu yapılmaktadır. Genel olarak, Görsel 1'in alındığı sahnede, Pakistanlılar çobanlık yapan, kırsal bölgelerde yaşayan, geleneksel tedavi yöntemlerine inanan kişiler olarak temsil edilmektedir. Bu sahnede, kadınların nikaplı ve ev hanımı olduğu, erkeklerin de geleneksel kıyafetler giydiği ve sakallı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Pakistan'ın erkek otoritesine dayanan bir toplumsal yapı ile temsil edildiği görülmektedir.

Oryantalizm okumalarında "fantazmatik" ve "erişilmez" bir figür olarak "Doğulu ve Müslüman Kadın", örtülü ve peçeli imajlarla temsil edilmektedir (Özendeş, 1999, s. 160-166). Görsel 2'de de Müslüman kadınların siyah nikap giydikleri görülmektedir. Bu sahnede Pavan ve gazeteci Chand, Pakistan'daki güvenlik güçlerine yakalanmamak için kadın kıyafetleri giymekte ve imam onları kendi eşleri olarak diğer insanlara tanıtmaktadır. Ayrıca, bu sahnede yine Pakistanlı Müslüman erkeklerin sakallı, takkeli ve çok eşli olarak temsil edildiği görülmektedir. Görsel 3'te de benzer olarak 5 yaşındaki Munni'nin Hindistan'da geçen sahnelerde türban takmadığı görülmektedir. Munni Hindistan'da geçen sahnelerde tişört veya sarı giymektedir. Fakat Munni'nin Pakistan'da geçen sahnelerin çoğunda türban taktığı ve geleneksel Pakistan kıyafetleri giydiği görülmektedir. Pakistan'ın kıyafetler üzerinden muhafazakar ve kapalı bir toplum olarak tasvir edildiği bu sahneler, Hindistan'ı "modern", "özgür" ve "eşitlikçi" olarak konumlandırmaktadır.

Oryantalist bakış açısı Müslümanları siyah elbiseli, uzun sakallı ve silahlı olarak tasvir ederken, İslamı da barbar ve despotik olarak tanımlar (Gürler ve Özdemir, 2014, s. 147). Görsel 4'teki Pakistanlı Müslüman asker imgesi, hem oryantalist bakış açısının hem de Hindistan-Pakistan arasındaki tarihsel olarak süregelen gerilimlerin bir yansıması olarak görülebilir. Bajrangi Bhaijaan filminin Hindistan'da geçen sahnelerinde, Hintli askerler Pavan ve Munni'nin Pakistan'a geçmesini sağlayan yardımsever ve kuralcı askerler olarak temsil edilmektedir. Fakat Görsel 4'ün alındığı sahnede, Pakistanlı askerlerin Pavan'a karşı sinirli ve şiddet yanlısı bir tavır takındıkları görülmektedir. Bu sahnede Pakistanlı askerler, Munni'yi ailesine ulaştırmaya çalışan Pavan'ın bir casus olduğunu düşünmektedir. Bundan dolayı, Pavan sahne boyunca Pakistanlı askerler tarafından şiddete maruz kalmaktadır.

Tablo 2: Göstergelerin Çözümlemesi**Görsel 5****Görsel 6****Görsel 7****Görsel 8**

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Görsel 5; İnsanlar, Tapınak ve Nesnelere	Fotoğraf Çekme, Dini Kostümler, Makyaj, Telefon, Selfie	Hindistan Yerel Dansları ve Takip Ettikleri Küresel Trendler ile Hem Modern Hem Geleneksel Olanı Bir Arada Barındırır.
Görsel 6; İnsanlar ve Nesne	Konuşan Eşler	Hindistan Geleneksel Kıyafeti Olan Sarisi, Bindu Sembolü ve Dini Süsleri ile Nikap Giyen Pakistanlı Kadınlardan Farklı Olarak Hem Modern Hem Geleneksel Olanı Bir Arada Barındırır.
Görsel 7; İnsanlar, Ağaç, hayvan	Dua Eden Adam ve Küçük Kız	Hindular Doğa'ya ve Hayvanlara Saygı Duyar.
Görsel 8; İnsan ve Hayvan	Maymun'a yiyecek veren bir insan.	Hindular Hem Doğa'ya ve Hayvanlara Saygı Duyar Hem de Paylaşmayı Severler.

Hindistan, Bollywood üzerinden eğitim sistemini, dinsel yapısını, mutfağını, sağlık sektörünü, danslarını, kıyafetlerini ve müziğini dış ülkelere tanıtmaktadır. Görsel 5'te kendini "Tanrıların Ülkesi" olarak tanımlayan Hindistan'ın, film üzerinden Hinduizm'i tanıttığı görülmektedir. Ayrıca, film sahnesi yerel Hint dansla-

rını, şarkılarını ve elbiselerini “selfie” gibi küresel akımlar ile birlikte göstererek, Hindistan’ın hem geleneksel hem de modern olanı bir arada barındıran bir ülke olduğu mesajını vermektedir. Görsel 6’da da benzer olarak Hindistan’ın küresel olmaya başlayan Sari elbiseleri ve Hindu geleneğinin önemli bir sembolü olan ‘bindi’ işareti ön plana çıkarılmıştır. Bununla birlikte, filmdeki bu sahne erkek otoritesine dayanan Pakistan aile yapısının karşısına modern ve geleneksel olanı bir arada barındıran, eşitlikçi bir Hintli aile imgesi koymaktadır.

Hindistan’ın mutfak kültürünü etkileyen önemli öğelerden biri olan Hinduizm, “Ahimsa” adı verilen “Şiddetsizlik Yasası” ile vejeteryanlığı ahlaklı bir yaşam biçimi olarak tanımlamaktadır (Chapple, 1993, s. 3). Bu bağlamda, Hinduizm dinine mensup insanlar, doğa’ya ve inek gibi hayvanlara kutsal olduklarını düşündükleri için büyük bir saygı duymaktadırlar. Filmin birçok sahnesinde olduğu gibi Görsel 7’de de Pavan doğa’ya ve kutsal olarak kabul edilen ineğe saygısını sunmaktadır. Görsel 8 de benzer olarak “ahlaklı bir yaşam biçimi” olarak vejeteryanlığı benimseyen, paylaşımcı ve doğa’ya saygılı bir Hindu tasviri yapmaktadır. Fakat, filmde et yemek isteyen 5 yaşındaki Munni, Hintli insanlar tarafından garip-senirken, bir çiftçi olarak tasvir edilen Pakistanlı aile “Şiddetsizlik Yasasının” tam karşısına konulmaktadır.

Tablo 3: Karşıtlıklar

Hindistan	Pakistan
Heterojen Toplum	Homojen Toplum
Modern ve Geleneksel	Geleneksel
Sakin ve Kuralcı	Öfkeli ve Kuralcı
Eşitlikçi	Ataerkil
Güvenilir	Güvenilmez
Kent Yaşamı	Kırsal Yaşam
Liberal/Tutucu	Tutucu

Sonuç

Ağ toplumunun etkisi ile “Kamuoyu Yüzyılı” olarak tanımlanmaya başlanan 21. yüzyıl, devletlerin dış kamuoyu ile ortak paydalar bulma ve köklü ilişkiler inşa etme sürecine girdiği bir dönemi tanımlamaktadır. Bu dönemde sert güç yerini yumuşak güç unsurlarına bırakmış ve kamu diplomasisi, stratejik bir faaliyet alanı olarak gündemde daha fazla yer almaya başlamıştır. Günümüzde, yumuşak güç unsurlarını dış kamuoyuna aktarma potansiyeli bulunan Hindistan’ın etkili araçlarından birisi de Bollywood sinemasıdır. Hindistan, Bollywood üzerinden geleneklerini, danslarını, giysilerini, müziklerini, mimari üsluplarını ve inançlarını dış kamuoyuna pazarlamaktadır. Bu araştırma, Bajrangi Bhaijaan filminin göstergebilimsel analizi ile Hindistan’ın, ülkesine dair birçok yumuşak güç unsurunu tanıtırken, Pa-

kistanlıları nasıl temsil ettiğini analiz etmiştir. Filmde, Hindistan'ın kültürü, sanatı ve dinsel öğeleri olumlu imgeler ile tanıtılırken, Pakistanlılar ve bununla birlikte Müslümanlar "ataerkil", "öfkeli" ve "tutucu" gibi portreler ile temsil edilmiştir.

Pakistanlılara dair bu olumsuz temsilin ortaya çıkmasında, Hindistan hükümetinin Bollywood üzerindeki etkisi rol oynayabilir. Anderson (2006), Herman ve Chomsky (2002) ve Schiller (2011) çalışmalarında, devletlerin medya pazarındaki etkisine dair bulgular ortaya koymuştur. Hindistan hükümeti de eğlence vergisini azaltarak ve film üreticilerine düşük faizli krediler sunarak, bu film endüstrisinin büyümesine yardımcı olmuştur. Hindistan hükümeti, bu finansal desteğin yanı sıra sosyal, politik, ekonomik ve ideolojik baskılar ile filmlerin üretim süreçlerini etkileyebilmektedir. Nitekim, Rasul'un çalışması da (2015) Bollywood'un Hindistan hükümetinin bölgedeki siyasi gündemi ile paralel olarak filmler ürettiğini ortaya koymuştur. Bollywood filmlerinde işlenen temaların, dönemin politik anlayışı ile paralel olarak değiştiği görülmektedir. Örnek olarak, LOC: Kargil (2003) ve Lakshya (2004) gibi filmler, Hindistan hükümetinin bu dönemdeki dış politikası ile uyumlu olarak vatanseverlik ve milliyetçilik temalarını işlemiştir. Hindistan ve Pakistan arasındaki gerilimlerin 2003'ten sonra azalması ile de Veer-Zaara (2004) ve Main Hoon Na (2004) gibi iki ülke arasındaki uyumu ve dostluğu pekiştiren filmler üretilmeye başlanmıştır (Rasul, 2015, s. 77-78). Bajrangi Bhaijaan filminin vizyona girdiği 2015 yılında, iki ülke arasında büyük gerilimler yaşanmamıştır. Bajrangi Bhaijaan da görünürde iki ülke arasındaki uyumu ve dostluğu pekiştiren bir film olarak görülebilmektedir. Fakat, derin bir okuma sonucunda filmin, Hindistan'ın birçok yumuşak güç unsurunu tanıtırken, Pakistanlıları olumsuz bir şekilde temsil ettiği görülmüştür.

Kaynakça

- Arent, H. (2016). Totalitarizmin Kaynakları-2 Emperyalizm. (Çev. B. S. Şener) 5. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Anderson, R. (2006) A century of media: a century of war. New York: Peter Lang.
- Ayhan, A. (2007). Propaganda Nedir? İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Andrew, J. D., (2010). Büyük Sinema Kuramları (Çev. Zahit Atam), İstanbul: Doruk Yayımcılık.
- Atif, K., Shaliq, Z. (2019). Discourse on Terrorism: Image of Pakistan in Bollywood film, Phantom (1), 164-180.
- Batı, U. (2005). Bir Anlam Yaratma Süreci ve İdeolojik Yapı Olarak Reklamların Göstergebilim Bir Bakış Açısıyla Çözülmesi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 29, 175-190.
- Bhat, M. A. (2018). The Strategic Cooperation among India, Pakistan, Iran and Central Asia and its implications upon the Regional Stability. The Journal of Iranian Studies, 2 (1), 41-60.

- Bignell, J. (2002), *Media Semiotics: An Introduction*. Manchester University Press, Manchester.
- Cull, N. J. (2007). *Public diplomacy: Lessons from past*. California; Figueroa Press. Erişim: 21 Kasım 2019, <https://kamudiplomasisi.org/pdf/kitaplar/PDPerspectivesLessons.pdf>
- Chapple, C.K. (1993). *Nonviolence to Animals, Earth and Self in Asian Traditions*. State University of New York Press: Albany, NY, USA.
- Efegil, E. (2018). *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi*, Kamu Diplomasisi Enstitüsü. Erişim: 10 Kasım 2019, <http://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/94-tuerk-di-poltkasi-ve-kamu-dplomass>
- Karadağ, H. (2016). *Uluslararası İlişkilerde Yeni Bir Boyut Kamu Diplomasisi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gökırmak, M. (2012). *Küreselleşen Dünyada Diploması: Kamu Diplomasisi, TASAM*. Erişim: 21 Kasım 2019, <http://www.kamudiplomasisi.org/ana-sayfa/44-makaleler/124-kuereselleen-duenyada-diplomasi-kamu-diplomasisi-.pdf>
- Gülhanım, G. (2009). *Sinema Devlet İlişkisi: Dünyadan Örnekler ve Türkiye*. T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, IV Dönem Uzmanlık Tezleri. Erişim: 21 Kasım 2019, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/Eklen-ti/31141,gulhanimgulpdf.pdf?0>
- Hafeez, E. (2017). *Depiction of Violent Crimes in Bollywood Cinema and its impact on Pakistani Society*, *Jhss*, 8 (1), 21-32.
- Herman, E. S., Chomsky, N. (2002) *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon.
- İri, M. (2014). *Bollywood Sineması: Hindistan'ın Hareketli Resim Sanayii Üzerine Notlar*. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (18), 21-34.
- Kalın, İ. (2011). *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi, TASAM*, Erişim: 21 Kasım 2019, <https://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/100-tuerk-d-politikas-ve-kamu-diplomasisi>
- Khatun, N. (2016). *Imagining Muslim Identity in Muslim Political Films*. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 9 (1), 41-60.
- Kumar H. M., S. (2013), 'Constructing the nation's enemy: Hindutva, popular culture and the Muslim "other" in Bollywood cinema', *Third World Quarterly*, 34 (3), 458-469.
- Köksoy, E. (2013). *Halkla İlişkiler Bağlamında Kamu Diplomasisi Yönetimi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Kocabıyık, H. (2019). *Değişen Diploması Anlayışı, Kamu Diplomasisi ve Türkiye, Avrasya Etüdleri*, 163-196. Erişim 22 Kasım 2019 <http://www.avrasyaetudleri.com/uploads/articles/55/7.pdf>

Leonard, M., Stead, C., and Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Center.

Manheim, J. (2001). Talking Pointsfor Meeting with Staff of Senate Foreign Relations Committee, R. Christopher, *Public Diplomacy Comes of Age içinde, The Washington Quarterly*, printemps, 2002.

Metz, C. (2012). *Sinemada Anlam Üstüne Denemeler* (Çev. Oğuz Adanır), İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York: Palgrave MacMillan.

Merskin, D. (2004). The Construction of Arabs as enemies: Post-September 11 Discourse of George Bush', *Mass Communication and Society*, 7(2), 157-175.

Muqarrab, A. (2011). Pakistan's Foreign Policy: Internal Challenges in New Millennium, *Berkeley Journal of Social Sciences*, 1(2), 1-11.

Mushtaq, S., Baig, F., Iftikhar, G. (2016). Exploring Transition in Indian Perspective about Kashmir Issue through its Mainstream Cinema, *Journal of Pakistan Vision*, 18(1), 172-189.

Mohapatra, A., R., (1990). *Philosophy of Religion an Approach to World Religions*. India: Sterling Pub.

Nye, J. (2003) *Amerikan Gücünün Paradoksu*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Nye, J. (2005). *Yumuşak Güç*. Ankara: Elips Kitap.

Nye, J. (2008). *Public Diplomacy and Soft Power*, *The Annals of American. Academy of Political and Social Science*, 616 (94), s.101.

Önal, B. (2019). Hindistan'ın Yumuşak Güç Politikları ve Türkiye-Hindistan İlişkilerindeki Rolü. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 12(63), 333-240.

Özkan, A. (2007). *Siyasal İletişim Stratejileri*. İstanbul: Tasam Yayınları.

Özendeş, E. (1999). *Fotoğrafta Oryantalizm*, İstanbul: YKY.

Özev, M. (2012). Küresel ve Bölgesel Güçlükler Karşısında Pakistan'ın Demokratiğe Çabaları. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 8 (16), 147-176.

Özensel, E. (2020). Farklılıkların Birarada Yaşamasında Bir Sorun Alanı Olarak Ötekinin Ötekileştirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 0 (43), s. 369-378.

Pamment, J. (2013). *New Public Diplomacy in the 21st Century*, New York, Routledge.

Potter, E. (2002). *Canada and the New Public Diplomacy*, *Discussion Papers in Diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations. Erişim: 23 Kasım 2019 https://www.peacepalacelibrary.nl/ebooks/files/Clingendael_20020700_cli_paper_dip_issue81.pdf

- Pınar, L. (2017). Amerika Birleşik Devletleri'nin Yumuşak Gücü ve Hollywood, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6(1), 253- 274.
- Purtaş, F. (2006). Avrasya'daki 'Büyük Oyun' Bağlamında Hindistan'ın Orta Asya Politikası, Orta Asya ve Kafkas Araştırmaları Dergisi, 1 (2), 56-84.
- Rasul, A. (2015). Filtered Violence: Propaganda Model and Political Economy of the Indian Film Industry. Journal of Media Critiques, 1(2), 75-92.
- Romarheim, A.G., (2005) Definitions of Strategic Political Communication. Norwegian Institute of International Affairs. Erişim: 23 Kasım 2019 <https://www.files.ethz.ch/isn/27824/689.pdf>
- Sancar, G. A. (2012). Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları.
- Sancar, M. K. (2018). Göstergibilimsel Film Çözümlemelerinin Bergsoncu Eleştirisi. SineFilozofi Dergisi, 3(6), 24-38.
- Saran, R. (2012). History of Indian Cinema. Diamond Pocket Books Ltd, New Delhi.
- Sandıklı, A. (2014). Yumuşak Güç Savaşları, içinde, H. Çomak ve A. Gökalp Kutlu (ed.), Uluslararası Güvenlik Kongresi (183-205), 08-09 Ekim 2013, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Yayınları.
- Sertel, S. (2015). Demokrat Parti Döneminde Türkiye-Hindistan İlişkileri. International Journal of Social Science, 32 (3), 291-305.
- Sehgal, R. (2011). Kashmir Conflict: Solutions and Demand for Self-determination, International Journal of Humanities and Social Science, 1 (6), 188-195.
- Sial, N., Arafat, Y., Zafar, A. (2019). Pakistan in the Bollywood Movies: A Discourse Analysis. Journal of Indian Studies, 5(1), 125-136.
- Stojanova, C. (2017). The Great War: Cinema, Propaganda, and The Emancipation of Film Language. Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies, (14), 131–156.
- Schiller D (2011) The militarization of US communications. In: J. Wasko, G. Murdock, & H. Sousa (Eds.). The handbook of political economy of communications (pp. 264-282). Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Şentürk K., E., Kozluklu, Ş. (2020). Yumuşak Güç Bağlamında Bollywood Filmlerinin Değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma. Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi, 3 (4), 73-109.
- Taylor, P. (2009) "Public Diplomacy and Strategic Communications". N. Snow and P. Taylor, (Ed.), Routledge Handbook of Public Diplomacy içinde, New York: Routledge International Handbooks.
- Temel, S. (2010). Amerikan Kamu Diplomasisinin 11 Eylül Sonrası Yönetim Anlayışı ve Sergilenen Faaliyetler Odağında İncelenmesi: Kamu Diplomasisindeki

DeęiŖimleri Anlamak, (Yüksek lisans tezi, Kara Harp Okulu, Ankara) EriŖim: 23 Kasım 2019 https://www.academia.edu/6525951/Kamu_diplomasisi

Tiedeman A. (2004). U.S. Public Diplomacy in Middle East, Seminar on Geography, Foreign Policy and the World Order. EriŖim: 23 Kasım 2019 http://media.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2447/Anna_Tiedeman_Beers.pdf

Tuch, H. N. (1990). Communicating With the World: U.S. Public Diplomacy Overseas, New York: St.Martin's Press.

Yanardağoğlu, E. (2014). "Uluslararası İletiŖim ve Kamu Diplomasisi: BBC Dünya Servisi Haber Merkezi Örneği", İletiŖim, Kuram ve AraŖtırma Dergisi, (38); 116.

Yıldırım, L. (2013). DıŖ Politika'da YumuŖak Güç ve Seğili Örnek Hindistan. Ufuk Üniversitesi Kütüphanesi Sosyal Bilimler Dergisi. 2 (3), 184-209.