

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GENEL GAZETECİLİK BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÇİN DIŞ POLİTİKASINDA
BİR ARAÇ OLARAK MEDYANIN ROLÜ

HASİYET NİYAZ

2501111279

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. ŞEBNEM ÇAĞLAR

İSTANBUL – 2020

ÖZ
ÇİN DIŞ POLİTİKASINDA BİR ARAÇ OLARAK MEDYANIN
ROLÜ
HASİYET NİYAZ

Çin Halk Cumhuriyeti'nin (ÇHC) 1949'da kurulmasından 1979'da uygulanmaya başlanan reform ve dışa açılma politikalarına kadar kitle iletişim araçları (medya) Çin Komünist Partisi'nin doğrudan denetimi altındaydı. Reform politikalarının uygulamaya başlanmasıyla bu durum hemen değişmemiş, daha açık bir medya yönündeki gelişmeler tedricen meydana gelmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin ilk 30 yılı boyunca medya iktidar partisinin bir propaganda aracı olmaktan farklı bir şey olarak görülmemiştir. Fakat reform ve dışa açılma politikalarıyla geçen 36 yıl Çin'de daha incelikli bir medya manzarası yaratmıştır.

Uluslararası arenada gibi “sert güç” (örneğin, askeri kuvvet) kullanılmasının yanı sıra “yumuşak güç” adı verilen etkenin gitgide daha yaygın olarak kullanıldığına tanık oluyoruz. Bu tezde Çin yumuşak gücünün nasıl ortaya çıktığı ve nasıl kullanıldığı irdelenecektir. Çin medyası hükümet denetiminden kurtulmuş olarak görülemeyeceğinden, Çin medyasını ele alan her çalışma Çin devlet aygıtının nasıl işlediğinin tanıtılmasıyla başlamalıdır.

Anahtar kelimeler: Çin, Çin Halk Cumhuriyeti, Çin medyası, CRI, yumuşak güç, sert güç, akıllı güç, reform, dışa açılma

ABSTRACT
THE ROLE OF THE MEDIA AS A TOOL IN CHINESE
FOREIGN POLICY
HASIYET NIYAZ

Following the proclamation of the People's Republic of China in 1949 until the beginning of the reform and opening up policies in 1979, the mass communication means (media) were directly controlled by the of the Communist Party of China. After the beginning of reform policies this situation has not changed at once and the developments towards a more open media were gradual. During the first 30 years of the PRC the Chinese media were deemed as nothing more than a propaganda tool for the ruling party. Yet 36 years of reform and opening up policies created a more nuanced media landscape in China.

On international arena the use of "hard power" such as military force, we are witnessing more extensive use of what is called the "soft power". In this paper we will see how Chinese soft power emerged and how it is being used.

Since the Chinese media cannot be regarded as a media free from government control, any treatment of chinese media as an instrument of foreign policy must begin with a presentation of the structure of the Chinese statehood. We will thereafter deal with the relations between the government organs and the media and later see the application of soft power.

Keywords: China, People's Republic of China, Chinese media, CRI, soft power, hard power, smart power, reform, opening up

ÖNSÖZ

Bu yüksek lisans bitirme tezinde, Türkçe, İngilizce ve Çince kaynaklardan elde ettiğim bilgileri dikkatinize sunmaktayım. Çin Halk Cumhuriyeti'nin (ÇHC) 1949'da kurulmasından bu yana, Çin dış politikasında medyanın rolü, medyanın farklı kanallarıyla dışa açılımda izlediği politikalarını detaylıca incelediğim bu çalışmamda medyanın Çin politikasına sağladığı katkılara yer vermekteyim.

Tez çalışmam sırasında kıymetli bilgi, birikim ve tecrübeleri ile bana yol gösterici ve destek olan değerli danışman hocam sayın Prof. Dr. Şebnem Çağlar'a, ilgisini ve önerilerini göstermekten kaçınmayan Gazetecilik Anabilim Dalı'ndaki hocalarıma sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Yüksek lisans eğitimim boyunca yardım, bilgi ve tecrübeleri ile bana sürekli destek olan başta Pekin Üniversitesi doktora adayı ve İbn Haldun Üniversitesi öğretim görevlisi arkadaşım Elvida Ünal'a teşekkür ederim.

Çalışmalarım boyunca yardımını hiç esirgemeyen değerli arkadaşım Eda Akyumuk'a da ayrıca teşekkürü bir borç bilirim.

Çalışmalarım boyunca maddi manevi destekleriyle beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan aileme de sonsuz teşekkürler ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

20. YÜZYILDA ÇİN HALK CUMHURİYETİ	3
1.1. Çin'in 20. yüzyılda geçirdiği üç dönüşüm	4
1.2. Çin Halk Cumhuriyeti devlet örgütlenmesi, yapısı ve işleyişi	5
1.2.1. Çin devlet organları	5
1.2.2. Çin Komünist Partisi.....	7
1.3. Çin'de dışa kapanma dönemi.....	8
1.4. Reform ve dışa açılmanın dış politikaya yansıması.....	8
1.4.1. Barış İçinde Yaşamının Beş İlkesi	8
1.5. ÇHC diplomasisinin kısa tarihi.....	9

İKİNCİ BÖLÜM

ÇHC'NİN YUMUŞAK GÜÇ KULLANIMI POLİTİKALARI MEDYA	12
2.1. Yumuşak güç nedir?	12
2.1.1. Yumuşak gücün bileşenleri nelerdir?	13
2.1.2. Yumuşak Gücün Evrimi.....	16
2.2. Sert güç ya da “kaba kuvvet” nedir?	19
2.3. Yumuşak güç-sert güç etkileşimi.....	20
2.4. Soğuk Savaş döneminde sert güç-yumuşak güç.....	21
2.5. Yirmi birinci yüzyılda sert güç-yumuşak güç	22

2.6. Çin bağlamında sert güç-yumuşak güç.....	23
2.7. Reform ve dışa açılma politikaları ve yumuşak güç	26
2.8. Yumuşak gücün kaynakları ve araçları.....	28
2.9. Yumuşak Gücün Üç Boyutu	30
2.9.1. Kültürel Araçlar Boyutu	30
2.9.2. Dış Politika Boyutu.....	33
2.9.3. Siyasi Değerler Boyutu	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

REFORM VE DIŞA AÇILMA DÖNEMİNİN BASINA YANSIMASI.....	37
3.1. Değişimin niceliksel verileri	37
3.2. Değişim sürecinde medyada çeşitlenme	38
3.3. Medya grupları.....	39
3.4. Ortaklıklar ve meslekler ötesi oluşumlar	39
3.5. Medyanın yurtdışına açılması.....	41
3.6. Haber Ajansları.....	42
3.7. Televizyon	43
3.8. Radyo	43
3.9. Kitaplar ve süreli yayınlar	52
3.10. Çin medyasında dergicilik	54
3.10.1. Yeni yüzyılda Çin basını ve dergiciliği	56
3.10.2. Çin dergiciliğinin sorunları	60
3.10.3. Çin'deki belli başlı dergiler	61
3.11. Çin basının geleceği.....	63
SONUÇ.....	74
Genel değerlendirme	79
KAYNAKÇA.....	80

GİRİŞ

Ekonomik ve askeri gücü artan, dış politikada daha aktif hâle gelen ülkelerin dünya çapındaki etkilerini arttıracak bir dizi araçlara ve yollara başvurdıkları bilinmektedir. Askeri güç gösterileri, diplomatik faaliyetlerin yoğunlaşması, dış ekonomik ilişkilerin artması gibi geleneksel davranışların yanı sıra son yıllarda “yumuşak güç” olarak nitelenen bir etken de ortaya çıkmıştır. Bu gücün bileşenleri arasında çeşitli dallarıyla medya önemli bir rol oynamakta, dünya genelinde olduğu gibi Çin özelinde de medyanın yumuşak gücün araçlarından biri olarak kullanıldığı görülmektedir.

Bu temaya dayalı tezimizde temel çıkış noktası şudur: Çin medyasını devletten ayrı düşünmek mümkün değildir. O nedenle Çin medyasına ilişkin her inceleme Çin devlet örgütlenmesi hakkında bilgilenme ile başlamalıdır.

Bu yüzden, ana temayı ve ona bağlı diğer hususları ifade ettikten sonra şöyle bir plan izlenmiştir: Öncelikle reform ve dışa açılma uygulamalarına başlandığından beri meydana gelen değişiklikler ile Çin medyasında ortaya çıkan yeniliklere çok genel hatlarıyla değinilip tezimizin ele alınacağı tarihsel bağlam ortaya konulmuştur. Birinci bölümde Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC) devlet örgütlenmesi, yapısı ve işleyişinden bahsedilmiş; ÇHC devlet erkini oluşturan organlar hakkında bilgi verilerek, ÇHC Anayasası’na göre devletin yönetici partisi olan Çin Komünist Partisi’nin (ÇKP) belirleyici rolünü nasıl yerine getirdiği anlatılmıştır.

ÇHC’nin kuruluşundan itibaren medyanın gelişmesi konusuna değinilmiş, bu başlıkta dışa kapanma, reform ve dışa açılma ile son 36 yıllık dönüşümler, medyanın gelişmesi bağlamında incelenmiştir.

Çin’de reform ve dışa açılma politikasının başlamasından son yıllara kadar meydana gelen ekonomik, siyasal, toplumsal gelişmeler ile bunun dış politikaya yansımaları ve medyadan istifa edilmesi konularına değinilmiş, reform ve dışa açılma politikalarının medyadaki yansımalarından bahsedilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde yumuşak güç kavramının doğuşu, yumuşak gücün unsurları, medyanın yumuşak güç içindeki yeri ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Çin yumuşak gücünün bir bileşeni olarak Çin medyası ise çalışmanın son bölümünde ayrıntılı olarak anlatılmıştır. Bu bağlamda ÇHC'nin ulusal medya organları ve işleyiş yapıları ile Çin medyasının yurtdışında etkili olan belli başlı organlarından bahs olunmuştur.

Bu bölümde Çin medyasının gelecekte nasıl bir gelişme yolu üzerinde yürüyeceğine ilişkin öngörüler ve değerlendirmeler verilerek, Çin devlet yapısı, yumuşak güç ve Çin medyası hakkında anlatılanlar birbirleriyle etkileşim içinde değerlendirilmiş ve tez boyunca verilen bilgiler topluca ele alınarak bir sonuç değerlendirilmesi yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

20. YÜZYILDA ÇİN HALK CUMHURİYETİ

Çin'in son 36 yılda kaydettiği ekonomik büyüme ve son dönemde sağlamış olduğu ilerleme bazı tartışmalara yol açmaktadır. Tartışmalarda Çin'in büyümesinin Güney Kore ve Japonya'ninkinden farklı olacağı ve sadece ekonomik alanda kalmayacağı şeklinde değerlendirmeler yapılmaktadır. Bu tür değerlendirmeler Çin'i tehdit olarak gören çevrelerin bu ülkeyi başkaları üzerinde egemenlik peşinde koştuğu yolundaki iddialarının inanılabilirliğini pekiştirmektedir. Böyle olunca Çin de bu tür iddialara tersi yönde bir izlenim yaratmak için yumuşak güç politikası uygulamaktadır.

Yumuşak güç kavramı, Çin siyasal yaşamına 1990'larda girmiştir.¹ Ne var ki kavram ithal malı bir anlayış olmamış, Çin'in kendi tarihsel ve kültürel kaynaklarıyla birleştirilmiştir. Özellikle SSCB'nin ABD ile yarışta havlu atması ve dağılması Çinli aydınlar arasında genişçe tartışılmış ve bu sonucun askeri güçle değil, yumuşak güçle ortaya çıktığı sonucuna varılmıştır. 2000'li yıllara girilmesiyle de kavram Çin siyasal çevrelerinde giderek daha çok kullanılır olmuş ve ÇHC giderek geliştirdiği araçlarla bu kavramın öngördüğü politikaları uygulamaya başlamıştır. Asya ve Afrika'daki kalkınmakta olan ülkelerle sıkı ekonomik iş birlikleri içine giren ÇHC, çeşitli ülkelerde Konfüçyüs Enstitüleri açma ve bu ülkelerle öğrenci değişimi programları geliştirme gibi yöntemlerle kendi değerlerini ve görüş açılarını tanıtmaya çalışmasını yoğunlaştırmıştır. Çin yayıncılığı, başından beri Çin tarih ile yakından ilişkili olmuştur. O nedenle yayıncılığın serüvenini anlayabilmek için, ana hatlarıyla da olsa Çin tarihini göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

¹ Barış Esen, "Yumuşak Güç Örneği: Çin", *Sosyal Bilimler Perspektifinden Güç (Cilt III)*, Gazi Kitabevi, Volkan Öngel, 2020, s. 34.

1.1. Çin'in 20. yüzyılda geçirdiği üç dönüşüm

Bu dönem boyunca Çin'de üç ana evre dikkat çekmektedir:

1) 20. Yüzyılın başından 1949 yılına kadar:

Bu evrede Çin'de üç önemli gelişme olmuştur.

I. Bunlardan birincisi ülkeyi yöneten son hanedan olan Qing hanedanının yıkılıp Sun Yat Sen önderliğinde Çin Cumhuriyeti'nin kurulmasıdır. Cumhuriyetin kurulmasından çok kısa bir süre sonra ülkede çeşitli savaş ağaları arasında iktidar mücadelesi başlamıştır.

II. Bu evredeki ikinci belirleyici olay ülkeyi işgal eden Japon saldırganlarına karşı yürütülen kurtuluş savaşıdır.

III. Ülkenin saldırganların işgalinden temizlenmesinden sonraki üçüncü evrede ise Çin Komünist Partisi (ÇKP) önderliğinde Kuomintang'a (Milliyetçi Parti) karşı bir mücadele yürütülmüş, bu mücadelenin başarılı olmasıyla Çin Halk Cumhuriyeti ilan edilmiştir. Böylece Çin'de ÇKP'nin önderliğinde bir yönetim kurulmuştur.

2. 1949'u izleyen evrede Çin'de yeni bir toplumsal düzenin inşasına başlanmıştır. Bu evrede ülkede siyasal, ekonomik, kültürel ve eğitsel alanlarda reformlar yapılmıştır. Ekonomide kamu mülkiyeti ve planlı yönetim belirleyici olmuş, sosyalist ilkelere dayalı bir toplumsal düzen kurulmaya çalışılmıştır. ÇKP bu evrenin henüz tamamlanmadığını söylemekle birlikte 1979'da yeni bir siyasi açılım başlatılmıştır.

3. 1979'da "Çin'e özgü sosyalizm"² tanımlamasıyla başlatılan reformlar öncelikle ekonomik alanda etkili olmuş, Çin ekonomisi giderek dünyaya açılmıştır. Etkileri özellikle son 10 yıldır bütün dünyada hissedilen ekonomik reformlar beraberinde toplumsal alanda da değişiklikler getirmiş, bunun etkisi her alana yansımıştır. Buna genel olarak yayıncılık, özel olarak dergicilik de dâhildir.

² Çin'e özgü sosyalizm tanımı için bakınız : http://turkish.china.org.cn/china_key_words/2017-03/29/content_40519336.htm

1.2. Çin Halk Cumhuriyeti devlet örgütlenmesi, yapısı ve işleyişi

Çin Halk Cumhuriyeti (ÇHC), yaklaşık 9,6 milyon kilometrekarelik (Türkiye'nin 12 katından fazla) yüzölçümüyle, Rusya ve Kanada'dan sonra dünyanın en geniş üçüncü ülkesidir. Asya kıtasında en büyük yüzölçümüne sahip olan Çin, 1 milyar 300 milyonu aşan nüfusuyla dünyanın en kalabalık ülkesidir. Çin'deki 56 etnik gruptan biri olan "Han" milliyeti, ülke nüfusunun yaklaşık yüzde 92'sini (1 milyar 100 milyon) meydana getirirken, kalan 55 etnik grup yüzde 8'ini (200 milyon) oluşturmaktadır.³

1.2.1. Çin devlet organları

ÇHC'de devlet erkini oluşturan organlar şöyle şematize edilebilir:

- Ulusal Halk Kongresi ile onun altında Yerel Halk Kongreleri;
- Devletin başı olarak cumhurbaşkanı;
- Yönetim organları: Devlet Konseyi ile onun altında yerel halk yönetimleri;
- Yüksek askeri organ: Merkezi Askeri Komisyon;
- Adli organlar: Kademeli olarak Yüksek Halk Mahkemesi; yerel halk mahkemeleri; özel halk mahkemeleri;
- Denetim organları: Kademeli olarak Yüksek Halk Savcılığı; yerel halk savcılıkları; özel halk savcılıkları.

Devlet mekanizmasını oluşturan bu organların işlevleri kısaca şöyle tanımlanabilir:

Ulusal Halk Kongresi: ÇHC'de en yüksek devlet organı Ulusal Halk Kongresi'dir (UHK). Kongre, yasama görevi yürütmekle yükümlüdür; ülkenin siyasi yaşamına ilişkin önemli konulardaki kararlar burada alınır. Yıllık olağan toplantıları arasında kalan zamanda genel nitelikli işler UHK'nin Daimi Komitesi tarafından yürütülür.

³ "Çin Hakkında: Çin'in Etnik Yapısı", Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi, http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cinin_Etnik_Yapisi/ (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

ÇHC Cumhurbaşkanı: Gerek cumhurbaşkanı, herekse cumhurbaşkanı yardımcısı, UHK tarafından seçilir. Yasaya göre, 45 yaş ve üzerindeki ÇHC vatandaşları, seçme ve seçilme hakkına sahip olmaları koşuluyla cumhurbaşkanı veya cumhurbaşkanı yardımcısı olarak seçilebilir.

Cumhurbaşkanının görevleri arasında şunlar bulunur: UHK veya Daimi Komitesi'nin kararlarına doğrultusunda yasaları yürürlüğe koymak; hükümet işlevini gören Devlet Konseyi'nin üyelerini atamak veya görevden almak; kararnameleri yayınlamak; yabancı diplomatik temsilcileri kabul etmek; yabancı ülkelere tam yetkili temsilci atama ve geri çağırma; yabancı devletlerle yapılan antlaşmaları ve önemli anlaşmaları onaylamak ve iptal etmek.

Devlet Konseyi: Devlet Konseyi yürütmeden sorumludur, yani hükümet işlevlerini yerine getiren en yüksek organdır. UHK ve Daimi Komitesi tarafından kabul edilen yasaları ve kararları uygulayan Devlet Konseyi, UHK ile Daimi Komitesi'ne karşı sorumludur ve çalışmaları konusunda onlara bilgi verir.

Merkezi Askeri Komisyon: Askeri konuları ilgilendiren işlerde devletin en yüksek organı olan Merkezi Askeri Komisyon (MAK) silahlı kuvvetlerin komutanıdır. ÇHC silahlı kuvvetleri şu unsurlardan oluşur: Çin Halk Kurtuluş Ordusu deniz ve hava kuvvetleri dahil); Çin Halk Silahlı Polis Gücü: Milislerden. Halk Kurtuluş Ordusu'nun temel görevi ulusal savunmayı güçlendirmek, yabancı saldırılara karşı koymak ve anavatanı savunmaktır. Silahlı Polis Gücü, sınırların korunması, koruma görevlerinin ifa edilmesi ve kamu güvenliğinin sürdürülmesinden sorumludur. Milis gücü, normal üretim faaliyetlerini sürdüren kitlelerin silahlı gücüdür.

Yerel Halk Kongreleri: Yerel Halk Yönetimleri, Halk Kongreleri (ilçe düzeyinde ve üzerindeki daimi komiteler de dâhil) ve halk yönetimleri, ülkenin idari taksimatına uygun olarak oluşturulmaktadır. Farklı düzeylerdeki Yerel Halk Kongreleri, devlet erkinin yerel organlarını meydana getirmektedir. Bunlar, kendi idari bölgelerinde Anayasa, yasalar ve idari kurallar ile yönetmeliklere uyulmasını ve uygulanmasını sağlarlar. Yasal olarak öngörülen yetki sınırları içinde yerel ekonomik ve kültürel kalkınma ve kamu hizmetlerinin geliştirilmesine ilişkin kararlar alıp yayınlar ve planları inceleyerek karara bağlarlar. İlgili düzeylerdeki

yerel halk yönetimlerinin yöneticilerini seçen Yerel Halk Kongreleri, bunları görevden alma yetkisine sahiptir.

Halk Mahkemeleri: Yüksek Halk Mahkemesi, yerel halk mahkemeleri ve askeri mahkemeler gibi özel halk mahkemelerinden oluşan adli organlar, Halk Mahkemesi adını alır.

Halk Savcılıkları: Hukuki denetimden sorumlu devlet organları, Halk Savcılıkları'dır. Bunların teşkilatlanmaları, Halk Mahkemeleri'nin yapılanmasına uygundur. Halk Savcılıkları görevlerini, denetim yetkilerini kullanarak yapar.⁴

1.2.2. Çin Komünist Partisi

ÇHC'de iktidar partisi, Çin Komünist Partisi'dir (ÇKP). Temmuz 1921'de kurulan ÇKP'nin günümüzde 70 milyondan fazla üyesi vardır.

Çin'in henüz hâlâ sosyalizmin ilk aşamasından geçmekte olduğunu yapan ÇKP, bu tarihi aşamadaki temel görevini şöyle tanımlamaktadır:

Temel görev, ekonomik kalkınmayı temel alarak ve reform ile dışa açılma politikalarına bağlı kalarak farklı etnik gruplardan oluşan halkın tamamını bir ülkü etrafında bileştirmek olup bu ülkü, Çin'i müreffeh, modern demokratik ve yüksek düzeyde uygarlaşmış sosyalist bir ülke haline getirmek için gayretle ve kendine güvenerek çalışmaktır. ÇKP'nin nihai hedefi, komünist toplumsal sisteminin oluşturulmasıdır.

ÇKP, 1921'den 1949'a kadar ÇHC'nin kurulmasıyla sonuçlanan sürece önderlik etmiştir. 1949 yılında ÇHC'nin kurulmasından sonra iktidar partisi olarak ülkenin bağımsızlığının ve güvenliğinin savunulması ile sosyalist yapılanmanın gerçekleştirilmesi çalışmalarını yönetmiştir.⁵

⁴ “Çin Hakkında: Devletin Yapısı”, **Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi**, http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Devletin_Yapisi/, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016. ; “Çin Hakkında: İdari Bölümler”, **Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi**, http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Idari_Bolumler/, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016. ; “Çin Hakkında: Siyasi Sistem”, **Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi**, http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Siyasi_Sistem/, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

⁵ Bilal Tunç, Ahmet Kızıl, “Çin Halk Cumhuriyeti'nin Dönüşümü ve Yerel Yönetimler,” **Birey ve Toplum Dergisi**, Güz 2018, Cilt 8, Sayı 16, ss. 51-72.

1.3. Çin’de dışa kapanma dönemi

1949 yılındaki devrimden sonra Çin büyük ölçüde dışa kapanarak yaklaşık 30 yıllık bir dönem boyunca kendini dünyadan tecrit etmiştir. Hükümet bu dönemde sanayileşmiş dünya ile sınırlı kalan ve uluslararası ticaret ile yabancı yatırımları kapsayan bir kendi kendine yeterlilik politikası izlemiştir.

Bu dönemde ekonomik sistem, çarpık piyasa yapısı ile etkisiz bürokratik yönetimin sonucu olarak verimsiz bir yapı kazanmıştır. Devrimin önderi Mao Zedung’un 1976 yılında ölümünün ardından, kısa süren bir belirsizlik evresinden sonra istikrarlı bir yönetim oluşmuştur.

Buna bağlı olarak, 1978 yılına gelindiğinde Çin’de reform ve dışa açılma politikaları hayata geçirilmeye başladı. Aradan geçen 36 yıllık sürede Çin kalkınma yolunda hızla ilerledi.⁶

1.4. Reform ve dışa açılmanın dış politikaya yansması

Çin hükümeti bağımsız ve barışçıl bir dış politikayı kararlılıkla ve şaşmadan izliyor. Bu politika esas olarak Çin’in bağımsızlığı, egemen hakları ve toprak bütünlüğünü koruma, Çin’de reform ve dışa açılma uygulamaları ile modernleşme inşasında iyi bir uluslararası ortamın yaratılması için dünya barışının korunması ve ortak gelişmelerin ilerletilmesini hedefliyor.

1.4.1. Barış İçinde Yaşamın Beş İlkesi

Bağımsızlık, Devlet ya da ülke topluluklarıyla ittifak kurmamak, Askeri ittifak oluşturmamak, Silahlanma yarışına katılmamak ve askeri yayılmacılık peşinde koşmamak, Hegemonyacılığa karşı çıkarak dünya barışını korumak Çin diplomasisinde “Barış İçinde Yaşamın Beş İlkesi” olarak adlandırılmaktadır.

ÇHC’nin kurulmasından bu yana Çin diplomasisinin zenginleştirilmesi, ayarlanması, geliştirilmesi ve politikanın daha da mükemmelleştirilmesiyle Çin’e has bir diplomatik tarz oluşturuldu.

⁶ Cui Wei, “Çin Ekonomisinin Özgüveni”, Çin Halk Cumhuriyeti İstanbul Konsoloslugu Resmi Sitesi, <http://istanbul.china-consulate.org/tur/xwtd/t1770774.htm>, (Çevrimiçi), 17 Nisan 2020.

Gelecekte, dünya modeli çok kutuplulaşacak ve ekonominin küreselleşme eğilimi gelişmeye devam edecektir. Buna paralel olarak uluslararası ilişkilerde büyük düzenlemeler yapılıyor.

Kalıcı barışa kavuşmak, işbirliği yapmayı istemek ve gelişmeleri hızlandırmak çeşitli ülkeler halklarının ortak arzusudur. Yeni yüzyılda, Çin diplomasisi fırsatlar ve meydan okumalarla karşı karşıya bulunmaktadır.⁷

1.5. ÇHC diplomasisinin kısa tarihi

Çin Halk Cumhuriyeti'nin kurulduğu 1949 yılından itibaren Çin diplomasisinde yeni bir sayfa açıldı. ÇHC, 1949 yılından 50'li yılların sonuna kadar, Sovyetler Birliği ve çeşitli sosyalist ülkelerle diplomatik ilişki kurmaya ve aralarındaki dostluk işbirliği ilişkilerini geliştirmeye önem verdi.

1955 yılında Endonezya'da yapılan Bandung Asya-Afrika Toplantısı'ndan sonra bazı Asya ve Afrika ülkeleri Çin ile diplomatik ilişki kurmaya başladı. Böylece 1956'de, Çin ile diplomatik ilişki kuran ülkelerin sayısı 25'e ulaştı.

Angola, Gine Bissau, Mozambik, Zimbabwe ve Namibya gibi ülkelerin silahlı mücadeleyle bağımsızlıklarını kazanmalarına ve Güney Afrika halkının beyaz ırkçılığına karşı mücadelesine destek veren Çin, 50'li yılların sonundan 60'lı yılların sonuna kadar, arka arkaya Gine, Mali, Kongo, Tanzanya gibi ülkelerle dostluk, ekonomik ve teknolojik işbirliği anlaşması imzaladı. Birmanya, Nepal, Moğolistan ve Afganistan gibi ülkelerle tarihten kalan sınır sorununu çözen Çin bu ülkelerle sınır anlaşması da imzaladı.

Pakistan ile Çin'in Sincan Uygur Özerk Bölgesi ile Pakistan arasındaki sınır bölgesine ilişkin bir anlaşma imzalayan ÇHC, Endonezya ve Nepal ile Çinli göçmenlerin çifte vatandaşlık sorununu da çözdü. Böylece 1969 yılına kadar, Çin ile diplomatik ilişki kuran ülkelerin sayısı 50'e ulaştı.⁸

Çin diplomasinin en önemli dönüm noktası Ekim 1971'de oldu. Gelişmekte olan ülkelerin desteği ve 26. Birleşmiş Milletler'in Genel Kurulu'nda yapılan

⁷ “Çin Hakkında: Dış İlişkiler”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi, http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Dis_Iliskiler, (Çevrimiçi), 1 Mart 2016.

⁸ Nuraniye Hidayet Ekrem, Çin Halk Cumhuriyeti Dış Politikası (1950-2000), Asam Yayınları, Ankara, 2003, 68.

oylamada 2758 sayılı kararın ezici çoğunluğuyla kabul edilmesiyle ÇHC, BM'deki tüm meşru haklarını aldı. Tayvan'ı yöneten Kuomintang Partisi temsilcileri, BM'den derhal çıkartıldı.

Bundan hemen sonra Çin, çok sayıda batı ülkeleriyle diplomatik ilişki kurdu ve diplomatik ilişkilerin 3. durağına ulaştı. Çin'in eski lideri Deng Xiaoping'in düşüncesinin rehberliğiyle ÇHC, 70'lı yılların sonundan 80'li yılların sonuna dek, ABD, Japonya ve batı Avrupa ülkeleri ile olan normal ilişkilerini geliştirmenin yanı sıra Sovyetler Birliği, 3. Dünya ülkeleri, komşu ülkeler ve gelişmekte olan ülkelerle olan ilişkilerini de geliştirdi.

Çin, Hong Kong ve Makao sorununu uygun bir şekilde çözmek için diplomatik görüşmeler yoluyla, Aralık 1984'te Çin-Britanya Ortak Bildirisi ve Nisan 1987'de Çin-Portekiz Ortak Bildirisi yayınladı. Ortak bildirilerde, ÇHC hükümetinin 1 Temmuz 1997 gününden itibaren Hong Kong'un ve 20 Aralık 1999 gününden itibaren de Makao'nun egemenliğini devralmasını öngörülyordu. Belirlenen tarihlerde bu iki bölgenin egemenliği ÇHC'ye geçti.

Çekirdeği Jiang Zemin olan Çin'in üçüncü kuşak liderlerin hepsi, 90'lı yıllardan itibaren, Deng Xiaoping'in belirlediği diplomatik düşünce ile bağımsızlık ve egemenliğe dayalı barışçı diplomatik politikayı devam ettirdi. Barış içinde bir arada yaşama ilkesi temelinde dünya ülkeleri ile olan dostluk ve işbirliğini geliştirmeye önem veren Çin, uluslararası siyasi ve ekonomik yeni düzenin kurulması çabalarına da katkıda bulundu. Endonezya, Singapur, Brunei ve Kore Demokratik Halk Cumhuriyeti gibi ülkelerle diplomatik ilişki kurdu ve Vietnam ve Moğolistan ile olan ilişkilerini normalleştirdi.

1996'da güney Asya'daki Hindistan, Pakistan ve Nepal gibi ülkelerde ziyarette bulunan Çin Cumhurbaşkanı Jiang Zemin ziyaret sırasında istişare yoluyla, Çin-Hindistan ve Çin-Pakistan arasında 21.yüzyıla doğru yapıcı ortaklık ilişkileri ve Çin-Nepal arasında nesilden nesle dostluk, komşuluk ve ortaklık ilişkileri kurdu.

Asya, Afrika, Latin Amerika ve Doğu ve Orta Avrupa ülkeleri ile olan ilişkilerini aktif olarak geliştiren Çin, Sahra çölünün güneyindeki Afrika ülkeleri ile olan ilişkilerini de daha da sağlamlaştırıp güçlendiriyor.

Çin'in Latin Amerika'daki ülkeler ile olan ilişkilerinin sürekli gelişmesiyle birlikte, Latin Amerika'daki Çin ile diplomatik ilişki kuran ülkelerin sayısı 19 oldu.

ÇHC liderleri sık sık, gelişme söz konusu olduğunda ne Çin'in dünyadan, ne de dünyanın Çin'den ayrı düşünülebileceğini vurgulamaktadır.⁹



⁹ “Cumhurbaşkanı Xi Jinping'in yeni yıl konuşmasını aktarıyoruz”, **Çin Halk Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği Resmi Sitesi**, <http://tr.china-embassy.org/tur/xwdt/t1329175.htm>, (Çevrimiçi), 1 Ocak 2016.

İKİNCİ BÖLÜM

ÇHC’NİN YUMUŞAK GÜÇ KULLANIMI POLİTİKALARI MEDYA

2.1. Yumuşak güç nedir?

Yumuşak güç (İngilizcesi: *Soft power*) belirli etki kurma yöntemleriyle kişi ya da topluluklar ya da siyasal aktörler üzerinde söz sahibi olma ve istediğini yaptırabilme yeteneğidir.

Burada üzerinde durulması gereken nokta, askeri kuvvet kullanımı, silahlı ya da silahsız ambargo koyulması vb. gibi hiç bir zorlayıcı uygulama yapılmamasıdır. Bunun yerine tamamen tarihi ve kültürel değerler, toplumsal özellikler, eğitim, gelenekler vb. etmenler kullanılır. Bu yöntemle bir tarafın kendi isteklerini karşı tarafa kabul ettirmesine “yumuşak güç kullanımı” denir.¹⁰

Bir başka deyişle yumuşak gücün ayırt edici özelliği, ekonomik ve siyasi yaptırım ya da fiili müdahale öngörmemesidir; bu bakımından kaba kuvvetten ayrılır. Kaba kuvvet kullanımında olduğunun tersine yumuşak güç kullanımında etkilenmek istenen tarafın kabulü vardır.

Gelişmiş ülkelerin yumuşak güç kullanımında kalkınma yardımı yapan kuruluşların önemli bir payı bulunmaktadır.¹¹

Son yıllarda yumuşak güç üzerine yazılan kitapların sayısı yüzlerle, makalelerin sayısı da binlerle ifade edilmektedir. Yumuşak güç konusu, özellikle dış politika uzmanlarınca irdelenmektedir.

¹⁰ Joseph S. Nye, “Daha Çok Yumuşak Güce Başvurmamız”, Çev. Radikal Gazetesi, **The DailyStar**, (Çevrimiçi), 8 Ağustos 2006.

¹¹ “Uluslararası İlişkilerde Güç”, **Wikipedia Sitesi**, https://tr.wikipedia.org/wiki/Uluslararası_ilişkilerde_güç, (Çevrimiçi), 1 Mart 2016.

2.1.1. Yumuşak gücün bileşenleri nelerdir?

Kültür değerleri, toplumsal nitelikler, gelenekler, eğitim ve bunlar gibi her çeşitten etken yumuşak gücün bileşenlerini oluşturur. Kısacası baskı, tehdit ve para dışında kalan her şey yumuşak gücün bir parçası olarak görülebilir.

Yumuşak gücün kullanılması, belli ortak değerleri paylaşmak için başkalarını bir araya getirme ve sonuçta uluslararası düzen ve güvenliği sağlamak için bazı temel unsurları paylaşma yeteneğidir.¹²

Kullanıldığı alanlara bakılınca yumuşak gücün ayırt edici özellikleri şöyle belirmektedir:

- Geleneksel uygulamalarla sert güç kullanarak istenen sonuç elde edilemediği ya da sert gücün işe yaramadığı durumlarda yumuşak güç kullanılır.
- Sert güç kısa sürede sonuç alıcıdır, fakat yumuşak gücün etkisi uzun dönemde hissedilir. Ayrıca sert güce göre çok daha ucuza mâl olur.
- Uygulayan ülke tarafından çok büyük bir hata yapılmadığı sürece, etki altına alınan hedef ülkede etkilerinin uzun süre devam etmesi beklenir.
- Yumuşak güçle ilgili olarak çok fazla beklenti içine girilmemelidir.
- Teorik açıdan bakıldığında yumuşak güç altın değerinde olarak görülebilir ama pratikte, sanıldığı kadar kesin sonuç alıcı olmayabilir. Ayrıca herhangi bir ülkede olumlu sonuç veren bir yumuşak güç uygulamasının her ülke üzerinde aynı sonucu doğurması beklenmemelidir.¹³

Yumuşak güç kullanımında en önemli adım, hedef ülkelerde kamuoyu üzerinde yönlendirici olan kişi ve kurumların ikna edilmesidir. Bunun yapılması için o ülkelerdeki kanaat önderi konumunda olan kişilerin geziler, konferanslar ve eğitim programlarıyla uygulayıcı ülkeye karşı olumlu görüşler benimsemesi sağlanır. Geleceğin liderleri olarak istikbal vadeden gençlere akademik eğitim, dil ve meslek becerileri kazandırılması da üzerinde dikkatle durulan bir uygulamadır.

Uygulayıcı ülke, hedef ülkedeki sivil toplum kuruluşlarından yararlanarak kendisi için pozitif bir algı oluşturmak amacıyla toplumsal çalışmalar yapar.

¹² Joseph S. Nye, **Daha Çok Yumuşak Güce Başvurmalyız.**

¹³ Cengiz Özel, "Yumuşak Güce Bütünsel Bakış", **Güvenlik Bilimleri Dergisi**, Mayıs 2018, Sayı 7, ss. 1-27.

Diplomatik girişimlerle, uygulayıcı ülke ile hedef ülkenin siyasal amaçlarının birbiriyle uyumlu olduğu izlenimi yaratılmaya çalışılır. Spor oyunları, medya (gazete, dergi, kitap) tiyatro vb. kullanarak hedef ülke kamuoyunu etkilemek.

Uygulayıcı ülke ne tür güç kullanırsa kullansın, bu güç hedef ülkeyi olumlu ya da olumsuz olarak bir şekilde etkileyecektir. Bu durumda önemli olan husus, yumuşak, sert veya bu ikisinin birlikte kullanımından oluşan akıllı gücün hangisinin ve ne ölçüde kullanılabileceği konusunda isabetli bir karar verebilmektir. Bu karar, uygulayıcı ülkenin siyasal önderleri tarafından verilir.

Yumuşak ve sert gücün kullanımında, bu yöntemlerin özelliklerinden ileri gelen kimi sınırlamalar vardır. Sert gücün bir unsuru olarak askeri kuvvet kullanımında her zaman belli sıkıntılar getirir, ama yine de politikanın yegâne aracı olarak yumuşak gücün tercih edilmesi gibi bir yola gidilemez.¹⁴

Uluslararası ilişkilerin kaygan zemininde, bilgi, düşünce ve ideallerin oluşturduğu yumuşak güç, siyasal aktörlere, hedeflerine ulaşma olanağı sağlayacaktır. Yumuşak güç, bir ülkenin kültürünün, siyasi değerlerinin ve dış politikalarının çekiciliğinden kaynaklanmaktadır. Bir ülkenin kültürü, evrensel değerleri içerdiğinde ve kültür politikaları başkalarının da paylaştığı değerlere ve çıkarlara hizmet ettiğinde, istenen sonuçların elde edilmesi olasılığı artmaktadır. Bu anlamda, yumuşak güç bir ülkenin kendi istediği şeyi başkalarının da istemesini sağlamaya yarayan güçtür. Bir ülkenin politikaları başkalarının gözünde meşru olduğunda, yumuşak gücü geliştirir. Daha çok hedefi ikna etmeye yönelik yumuşak gücün ölçülmesi ile ilgili şu ölçütler geliştirilmiştir: Bilgiye nüfuz etme kabiliyeti, reaksiyon hızı, iletişim gücü, ucuz istişare, hızlı değişim, zamana ve yere göre değişen sınırlar.

Nye'e göre, bilgi çağında yumuşak güce sahip olacak ülkeler aşağıdaki hususları sağlamış olmalıdır:

- (1) Küresel ölçülere (liberalizm, çoğulculuk, özerklik) hâkim olmaya yakın kültür ve fikirler;
- (2) Etki ve gündem oluşturacak küresel iletişim kanalları;

¹⁴ Joseph S. Nye, "Soft Power and American Foreign Policy", **Political Science Quarterly**, Issue 119, No 2, 2004, p. 256.

(3) Ülke içinde ve uluslararası arenada yaptıklarıyla küresel düzeyde saygınlık uyandırmak.

Ancak, yumuşak gücün ne olduğu ile ilgili bir ayırım yapmak her zaman mümkün değildir. Nye'nin yumuşak ve sert güç şeklindeki sınıflandırması bazı bilim adamlarınca geçerli bulunmamaktadır. Bu kapsamdaki bir görüşe göre yumuşak güç tanımlaması gelişen demokrasilerin bulunduğu, eğitim ve yeni bilgi teknolojilerinin girişine uygun, küresel haberlere ve medyaya açık ülkeler için geçerli olabilir. Ayrıca gücü bu derece kesin sınıflandırmak coğrafya, bilim ve teknoloji, insan gücü gibi diğer güç kaynaklarının yeterince değerlendirilmemesi gibi bir sonuç doğurabilir.¹⁵

ABD ve AB içindeki uygulamaları ise yumuşak gücün pasif bir kavram olmaktan çıkarılarak ülke politikasını destekleyecek işlevler edindiği bir mekanizmayı tanımlamaktadır; bu mekanizmayla ülkenin siyasi, ekonomik, sosyo-kültürel ve askeri gücü başta olmak üzere tüm güç unsurları sistematik bir şekilde kurgulanır. Bu kapsamda, siyasi partilerden gençlik kollarına, medya ve dini kuruluşlardan şirketlere ve yardım programlarına kadar pek çok mecra, yumuşak güç bağlamı içinde son yıllarda geliştirilen bir kurguya sahip olmuşlardır. Görüldüğü gibi yumuşak güç gerektiğinde ekonomik ve askeri güç çerçevesinde de kullanılmaktadır. Bugün pek çok ülkenin askerleri, diplomasinin ve yumuşak gücün birer unsuru olmuştur. Silahlı kuvvetlerin olumlu ilişkileri, karşılıklı eğitim programları, teknoloji ve doktrin yenilikleri, savunma sanayii gibi pek çok işlevi, ülkenin bir cazibe merkezi haline gelmesinde yumuşak gücüne katkıda bulunmaktadır.

Medya, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, finans ve iş dünyası yumuşak gücün öncelikli hedefleri arasındadır. Günümüzde medya yoluyla yapılan savaşlar iletişim araçlarının yaygınlaşması sonucunda önem ve öncelik kazanmıştır.

Kültür aktarımının yapıldığı yollardan biri de ticaret olmuştur. Bu aktarım, kişilerin bire bir temasları, karşılıklı ziyaretler veya alışveriş yoluyla da olabilmektedir. Değer aktarımında geniş popülaritesi olan sporlar da rol

¹⁵ Tuba Çavuş, Dış Politikada Yumuşak Güç Kavramı ve Türkiye'nin Yumuşak Güç Kullanımı, **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Aralık 2012, Cilt 2, Sayı 2, ss. 23-36.

oyunabilmektedir. Siyasal iletiler, sportif ekiplerin veya ünlü oyuncu ve sanatçıların davranışları yoluyla olduğu kadar, televizyon veya sinemanın gösterdiği çeşitli görüntüler yoluyla da aktarılabilmektedir. Yurtiçinde ve yurt dışında uygulanan hükümet politikaları da yumuşak güç kapsamında diğer bir potansiyel güç kaynağı oluşturmaktadır. Demokrasi ve insan hakları gibi siyasi değerler, güçlü cazibe kaynaklarıdır. Devletlerin bu değerleri sadece ifade etmeleri yeterli değildir. Bu siyasi değerlerin yumuşak güç uygulamak isteyen ülkede de eksiksiz uygulanmakta olması gerekmektedir.

2.1.2. Yumuşak Gücün Evrimi

17 ve 18. yüzyıl Avrupası'nın tarımsal ekonomilerinde nüfus önemli bir güç kaynağıydı. Çünkü vergiler ve paralı askerlerden oluşan kara orduları için kaynak halk kitleleriydi. Fakat sanayinin 19. yüzyılda önem kazanması, önce kimseyle kıyaslanmayacak kadar güçlü bir donanma ile denizlere egemen olan İngiltere'nin, sonra da demiryollarına hâkim olan Almanya'nın yararına oldu. 20. yüzyılın ortalarında ise ABD ile Sovyetler Birliği'nin süper güç konumunu belirleyen etkenler ekonomik üstünlüğün yanı sıra –özellikle nükleer silahlar başta olmak üzere– askeri imkan ve kabiliyetleriydi.

Yumuşak güç kavramı ilk kez, 1990 yılında Joseph S. Nye tarafından kullanılmıştır. Nye bu kavrama "Liderliğe Zorunluluk: Amerikan Gücünün Değişen Doğası" adlı kitabında yer vermiştir. Daha sonra 2004 yılında, yine Nye tarafından yayımlanan "Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Yolu" adlı çalışmasında ABD açısından ayrıntılı olarak incelenmiştir.¹⁶ Ne var ki, yumuşak gücün evrimi, adı konulmamış bile olsa çok daha önce başlamıştır. Eski dönemlerde, yumuşak güç daha çok işgal edilecek ülkenin direnme kararlılığını kırmak üzere propaganda faaliyetleri ya da işgal edilen yerlerde huzuru ve istikrarı sağlamak üzere siyasal, ekonomik ve kültürel önlemler ile halkın huzur ve rahatını sağlayacak uygulamalar olarak düşünülmüştür.¹⁷ 17. ve 18. yüzyıllarda Fransa,

¹⁶ Joseph S. Nye, **Soft Power and American Foreign Policy**.

¹⁷ Salih Altun, "Yeni İşgal Stratejisi: Yumuşak Güç ve Occupy", **İdarecinin Sesi**, 2013, Sayı 156, ss. 22-29.

kültürünü tüm Avrupa'da tanıtmıştır. Fransızca, sadece diplomasi dili olmakla kalmamış, Prusya'da ve Rusya'da olduğu gibi bazı yabancı mahkemelerde bile kullanılmıştır. Fransız Devrimi sırasında Fransa, diğer devletlerin yöneticilerini kontrol etmeye ve devrim ideolojisini kullanarak o ülkelerin halkını kendine çekmeye çalışmıştır. 18

Eskiden bir ülkenin milli gücünden söz açılınca akla ilk elde silahlı kuvvetler gelirdi. Silahlı kuvvetlerin mümkün kıldığı baskı ve yaptırım uygulama kapasitesi "sert güç" olarak da adlandırılmaktadır. Silahlı kuvvetler bizatihi varlığıyla barış döneminde ülke güvenliğini ve genel çıkarlarını korumakta çok daha ikna edici bir öge oluşturur. Gerektiğinde sınırlı savaştan topyekûn savaşa kadar bir dizi askeri seçenek bulunmaktadır. Uygulayıcı ülke amacına ulaşmak için bunlar içerisinde birini veya birkaçını kullanabilir ve böylece hedef ülkeye boyun eğdirilir. O nedenle barış zamanından itibaren güçlü ve kullanılmaya hazır silahlı kuvvetler bulundurmak bütün ülkelerdeki yöneticilerin en önemli görevlerinden biridir. Herhangi bir devletin milli güvenlik menfaatlerinin mecbur kıldığı durumlarda kuvvete başvurmadan kaçınmayacağını inandırıcı bir şekilde ortaya koyması çoğu zaman etkili olur. Ama bunun için o ülkenin yeterince güçlü ve o gücü kullanacak siyasi iradeye sahip olması zorunludur. Gerektiğinde savaşacak olma kararlılığı çoğu durumda savaşmak kadar “caydırıcılık” sağlayabilmektedir.

Barış döneminde askeri gücünün en etkili şekilde kullanılabilmesi için diplomasi ile silahlı kuvvetlerin yakın bir eşgüdüm ve işbirliği içinde olmaları zorunludur. Askeri gücün dış politikada etkin bir öge olabilmesi silahlı kuvvetlerin etkinliğine bağlıdır. Dünya politika sahnesinde önde gelen roller oynamak isteyen ülkeler, güçlü ordu bulundurmaya her zaman öncelik tanımıştır. Askeri güç kullanımı, zor kullanmayı ve müdahale etmeyi öngördüğü için tümüyle "katı" bir niteliğe sahiptir. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, askeri güce ek olarak "ekonomik güç" de siyaset yapma tarzında önemli bir yer sahip edinmiştir. Dışarıdan bakıldığında ekonomik güç, "katı" görünmemekle birlikte,

¹⁸ Sait Yılmaz, “Yumuşak Güç ve Evrimi”, [http://usam.aydin.edu.tr/yumusakguvve%20evrimi\(4a4j.pdf](http://usam.aydin.edu.tr/yumusakguvve%20evrimi(4a4j.pdf), (Çevrimiçi), 4 Ocak 2016.

aslında ekonomik güçte de bir tür "sopa" vardır. Aradaki fark, sopanın ucuna "havuç" asılmış olmasıdır. Nye'e göre, sert güç, bir ülkenin askeri ve ekonomik gücüne dayalı bir zorlama imkanıdır. Yumuşak güç bir ülkenin kültürünün ve siyasi fikirlerinin başkalarının da çekici bulunmasından gelir. Eğer uygulayıcı ülkenin politikaları başka ülkeler tarafından meşru görülüyorsa o ülkenin yumuşak gücünün fazla olduğu söylenebilir.

Başka bir tanıma göre, yumuşak güç, bir ülkenin cazibesiyle istediğini almasıdır. Bu tanım gereğince yumuşak güç, başkalarına çekici gelme, onların kalbini ve aklını kazanma kabiliyetidir. Bir ülke uyguladığı yumuşak güç siyasetleriyle kendi amaç ve değerlerinin başka ülkeler tarafından kabul edilmesini sağlayabilirse, onlar üzerindeki etkisi, askeri ve ekonomik gücünün çok üzerinde olabilmektedir. Çünkü yumuşak güç, siyasi gündemi diğer insanların önceliklerini şekillendirecek biçimde belirleme kabiliyetine dayanır. Bir ülke kendi amaçlarının ve değerlerinin başka ülkeler tarafından benimsenmesini sağlayabilirse sert gücünü daha az kullanmak zorunda kalır. Yumuşak güç geleneksel güç dengesinin çok üzerinde etki ve kontrol olanağı sağlar.¹⁹

Yumuşak güç ile sert güç arasında gözetilmesi gereken gereken optimal bir denge vardır. Sert gücün aşırı kullanılması, yumuşak gücün kullanılma olanaklarını da yok edebilir. Bir devlet yüksek askeri güç kaba kuvvet kullandığı oranda, gerçek toplumsal olanakları seferber etmek de zorlaşmaktadır. Yumuşak güç ile sert güç birleştirme becerisi "akıllı güç"tür.²⁰ Soğuk Savaş döneminde SSCB, Macaristan'ı ve Çekoslovakya'yı işgal ettiği zaman, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Avrupa'da oluşturduğu yumuşak güç de etkisini kaybetmişti.

¹⁹ Joseph S. Nye, **Daha Çok Yumuşak Güce Başvurmalıyız.**

²⁰ Sait Yılmaz, "Uluslararası İlişkilerde Güç ve Güç Dengesinin Evrim", **Beykent Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Dergisi**, 2008, Sayı 1, s. 55.

2.2. Sert güç ya da “kaba kuvvet” nedir?

Hedef alınan ülkeyi zorla ikna etmede askeri ve ekonomik güç unsurlarına caydırma gibi amaçlarla bile olsa başvurulması sert gücün (kaba kuvvet) kullanılmasını ifade eder.

Ne var ki, sert güç (kaba kuvvet) kullanmanın ekonomik ve toplumsal maliyeti hayli yüksektir. Bu yüzden kaba kuvvete başvurmadan önce, bu kapsamda değerlendirilemeyecek farklı dış politika yöntemlerinin uygulanması gerekir.

Açıktır ki, dış politikada ulaşılmak istenen hedeflerin elde edilmesinde tek seçenek sert güce başvurulması değildir. Dahası, sert güç kullanmakla amaçlanan hedeflere her zaman ulaşılamayabilir. Örneğin, Irak'ı 9 yıl işgal altında tutan ABD ordusu her alanda sınırsız sert güç uygulamalarında bulunmuştur; ama bu uygulamaların internet üzerinden ifşa edilmesi, ABD'nin amaçladığına tamamen ters bir sonucun ortaya çıkmasına yol açmıştır.²¹

Dış politikada bazı durumlarda ne tek başına sert ne de yumuşak güç kullanıldığı durumlar olabilmektedir. Bu durumlarda her iki gücün hedeflenen sonucu elde etmeye uygun olarak dengeli bir biçimde kombine edilmesi yoluna gidilmektedir. İşte dış politikada sert güç ile yumuşak gücün bir arada kullanılmasına bazı akademisyenler “akıllı güç” (*smart power*) demektedir.

ABD silahlı kuvvetleri dünya genelinde yaklaşık olarak 130 ülkede şu veya bu ölçüde askeri varlık bulundurmaktadır. Bu, ABD'ye dünyanın her yerine kısa sürede güç sevk etme, askeri kuvvet yığma ve harekât düzenleme imkânı vermektedir. Dünyada bu olanağa sahip tek ülke konumunda olan ABD'ye meydan okumaya hiçbir ülke veya ülke topluluğu cesaret edemez. Gelgelelim ABD'nin başka devletler üzerindeki ikna gücü giderek azalmaktadır. Hatta NATO ittifakı içinde bile bu durum geçerlidir. O nedenle iki kutuplu dünya düzeninin kalktığı, ABD'nin rakipsiz kaldığı Soğuk Savaş (1945-1990) sonrası dönemde ABD'nin yumuşak güç uygulamalarına gittikçe daha fazla yer verdiği, bunun için

²¹ Ahmet Akın, “Yumuşak Güç Nedir?”, **Stratejik Analiz**, <http://www.stratejikanaliz.com/analizler/amerika/yumusak-guc-nedir/#ixzz3p5o9uRVC>, (Çevrimiçi), 10 Aralık 2015.

önemli miktarlarda bütçe ayırdığı dikkat çekmektedir. ABD'nin gelecekte sert güç ile yumuşak güç unsurlarını kombine ederek akıllı güç uygulamalarına daha fazla başvurmak zorunda kalacağı tahmin edilebilir.²²

2.3. Yumuşak güç-sert güç etkileşimi

Dünyadaki en büyük askeri güce ABD sahiptir. ABD'den sonra gelen yirmi ülkenin savunma harcamaları bir arada ele alındığında toplamda bir ABD ordusu kadar etmediği görülmektedir. Başka ülkelerin hayal bile edemeyeceği bu askeri gücü sayesinde ABD, sert gücün —ya da kaba kuvvetin— dünyadaki en önemli uygulayıcısı konumundadır. İşin en ilginç tarafı şudur: Kaba kuvvete ek olarak yumuşak gücü en iyi uygulayan da ABD'dir. Avrupa ülkelerinin de esas olarak yumuşak güç uygulayan ülkeler arasında bulunduğu dikkat çekmektedir.²³

Uygulamada öznel unsurlardan bağımsız birçok nesnel koşul bulunmakla beraber devletler son tahlilde insanlar tarafından yönetilir. İnsanlar da değişik yöntemler kullanılarak ikna edilmeye açıktır. Bunlar arasında tehdit, para ödeme ve işbirliği en çok bilinen yöntemlerdir.

Öte yandan kimi hallerde bu üç yolun hiçbirine başvurma gereği duyulmadan da istenen politikaların uygulanması sağlanabilir. İki taraf o politikaları kendi menfaatlerine uygun bulursa tehdit vb. gibi yollara başvurulmaz. Sadece inandırıcı olmak ve karşı tarafı izlenen politikaların yararlı olduğuna ikna etmek yeterli olur. Bu durumlarda işbirlikleri daha kolay ve daha yararlı olur.

Uluslararası ilişkilerde bugüne kadar birçok teori geliştirilmiştir. Bu teoriler arasında ortak olan kavramların başında “güç” olgusu gelmektedir. Fiziksel anlamıyla bakıldığında “güç”, kuvvete dayalı imkân ve kabiliyetlerin kullanılmasıyla istenen sonucu almayı sağlayan etkidir. Davranış bilimi açısından bakıldığında ise amaçlanan sonuçların alınması için hedef ülkelerin davranışlarını değiştirme kabiliyetidir. Uluslararası ilişkilerde güç ise, uygulayıcı tarafın hedefe karşı uyguladığı ve olağan koşullarda hedefin atmak istemeyeceği bir adımı atmasını sağlayan etkidir.

²² Joseph S. Nye, **The Future of Power**, Public Affairs, 2011, p. 34.

²³ Joseph S. Nye, **Soft Power and American Foreign Policy**, p. 256.

Bir devletin uluslararası ilişkiler alanında uyguladığı siyasetlerin tek aracı – çeşitli unsurlarıyla– güçtür. Bu aracın geliştirilmesi devletin varmak istediği hedeflerden biridir. Politikada araç olarak kullanılamayan bir kabiliyet güç olma niteliği taşımaz. Politika, devletin imkân ve kabiliyetlerini milli menfaatler için hazırlama ve kullanma becerisidir. Stratejik başarı her şeyden önce gücü oluşturan etkenlerin, amaca ve zamana göre uygun kullanılması demektir.

Daha eski dönemlerde, bir ülkenin büyük bir gücü bulunup bulunmadığını anlamak için o ülkenin savaş kabiliyetine bakılırdı. Ama zaman içinde güç kaynakları da değişti. Çağımızda güç askeri kuvvet, toprak ve doğal kaynaklara daha az; bilim, teknik ve ekonomik imkânlarla daha fazla bağlıdır. Bu durum, Batı dünyasında güvenlik planlamalarında, sert gücün yanı sıra yumuşak gücü de uygulayacak yeni bir güç anlayışının geliştirilmesini zorunlu kılmıştır. Batı dışında kalan bölgelerde bu güç dönüşümü hâlâ tam olarak gerçekleşmiş değildir. Çin, Hindistan, Brezilya gibi ülkelerde bile geleneksel askeri güç hâlâ en önemli güç unsurudur. Bununla birlikte 19. ve 20. yüzyılın tersine pek çok durumda yumuşak güç sert gücün önüne geçmiş ve daha etkili bir hale gelmiştir.²⁴

2.4. Soğuk Savaş döneminde sert güç-yumuşak güç

Askeri çatışmaların özellikle nükleer çağda toptan yok olmakla sonuçlanabileceği gerçeği karşısında gerek ABD, gerekse SSCB bundan kaçınmaya özen göstermiş, rekabeti sert güç kullanımından çok yumuşak gücün etkili olduğu alanlara yönlendirmişlerdir. Bu dönemde ABD'nin SSCB ve Doğu Avrupa halklarının dillerinde yaptığı yayınlar artmış, Moskova da buna kendi görüşlerini dile getiren İngilizce ve başka Batı dillerindeki yayınlarla yanıt vermiştir. Ama en etkili olan vatandaş değişim programlarıydı. Bu kapsamda ABD'yi ziyaret eden 500 bin SSCB yurttaşı, ABD'nin mesajlarını yaymada ve politikalarını uygulamakta çok yararlı olmuştur.

Seçkin sınıflar arasındaki kültürel ilişkilerden doğan çekicilik ve yumuşak güç, ABD'nin politik hedeflerine, önemli katkılarda bulunmuştur.

²⁴ Onur Öymen, “Ulusal Çıkarlar”, **Küreselleşme Çağında Ulus-Devleti Korumak**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003, s. 145.

2.5. Yirmi birinci yüzyılda sert güç-yumuşak güç

11 Eylül olaylarından sonra ABD'de, ülkenin mevcut gücünün azaldığına ilişkin tartışmalar başlamış, ABD'nin 21. yüzyılda da dünya hâkimiyetini sürdürebilmesi için ne yapması gerektiğine ilişkin araştırmalar başlatılmıştır.

11 Eylül olaylarından sonra Batı toplumlarında gelişen İslam karşıtlığı nedeniyle gelecekte bir Hristiyan-Müslüman çatışmasını önlemek üzere Türkiye'nin de rol aldığı "dinler arası diyalog ve medeniyetleri uzlaştırma" çalışmalarının, yumuşak güç çalışmalarının dini ve kültürel boyutunu oluşturduğunu söylemek mümkündür. Avrupa ülkeleri de yumuşak güç kaynakları açısından dünyada önemli bir konumdadır. Küreselleşme sürecinde, iyi organize olmuş ülkeler, kendi dinamiklerini diğer ülkelere yansıtma konusunda önemli araçlara ve potansiyele sahip olmuştur. Soğuk Savaş'tan sonra Türkiye'nin ve eski Doğu Bloku ülkelerinin Avrupa Birliği'ne katılmak istemesi, AB'nin yumuşak gücünün bir göstergesidir. Diğer taraftan, başta Japonya olmak üzere Çin, Hindistan ve Güney Kore gibi Asya ülkelerinin ekonomik alanda ve teknolojiye elde ettikleri başarılar tüm dünya ülkeleri tarafından takdirle izlenmektedir.²⁵

Devlet dışı aktörler, başka bir yumuşak güç kaynağıdır. Devlet dışı aktörlerin uluslararası sistemde oynadıkları rolün son yıllarda gitgide artması, içinde bulunduğumuz dönemin en dikkat çekici özelliğidir. Ulusal sınırların ötesinde her türlü iletişim araçlarından yararlanarak faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları (STK), devletlere ve önde gelen iş adamlarına doğrudan baskı yapabilmekte ve politika değişikliklerine gitmelerini isteyebilmektedir. Öte yandan STK'lar, halkın görüşlerini de etkileyerek değiştirebilmektedir. Bu yönüyle STK'lar zaman zaman devlet politikalarını kitlelere benimsetme rolü de oynayabilmektedir.

Sert güç yeteneğinin yanı sıra, barış zamanında diğer ülkelerle çok sayıda değişim, ortak tatbikat ve yardım programları olan silahlı kuvvetler de yumuşak

²⁵ Javier Noya, "The symbolic Power of Nations", **Real Instituto Elcano**, http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano_en/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_in/zonas_in/dt35-2005, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

gücün oluşturulmasında önemli bir rol oynayabilmektedir Bu ilişkiler, diplomatik kanallarla elde edilemeyen bir etki yolu oluşturmaktadır.

Sağladığı bütün yararlarla ve kolaylıklara rağmen, yumuşak gücün kullanılmasında da çeşitli güçlükler mevcuttur.

Bu güçlüklerin birincisi, ülkelerin yumuşak güç kaynaklarının büyük bir kısmının devletlerin doğrudan denetimi altında bulunan alanın dışında olmasıdır.

İkinci güçlük, doğrudan işleyen sert güç kaynaklarının tersine, yumuşak güç kaynaklarının dolaylı yoldan işlemesi ve bazen istenen sonuçların elde edilmesi için uzun bir zaman beklemek gerekmesidir.

Bir diğer güçlük ise şudur: Yumuşak güç uygulamalarının etkisi büyük ölçüde hedef toplumların kabul etmesine bağlıdır. O nedenle, istenen etkinin sağlanabilmesi için hedef ülkelerde ayrıntılı analizlerin yapılması gerekir. Bunun için de kaynakların eşgüdümlü olarak kullanılması gerekir. Bu eşgüdümün sağlanması ise çoğu zaman pek kolay olmamaktadır.²⁶

Yumuşak güç uygulamalarında, her ülkenin kendine özgü özelliklerinin dikkate alınması zorunludur. Sözelimi İran'da olduğu gibi, kimi durumlarda Hollywood filmleri genç kuşaklara çekici gelebilmektedir. Çin'de ise Amerikan kültürünün cazibesi ya da iticiliği değişik gruplar arasında birbirini dengeleyebilmektedir. Bununla birlikte, Latin Amerika'da hayranlık uyandıran Hollywood filmleri, Suudi Arabistan'da ve Pakistan'da ters etki doğurup, Amerika'nın yumuşak gücünü azaltabilir.

2.6. Çin bağlamında sert güç-yumuşak güç

Geo-politika teorisine sık sık yeni kavramlar eklenmektedir. Amerikalı analist Joseph Nye'in "yumuşak güç" terimi de bunlardan biridir. Bu kavram artık çeşitli konuların tahlilinde kullanılmaktadır. Son zamanlarda Çin'in dış politikasını analiz edenler de bu kavrama başvurmaktadır. Kuşkusuz, burada Çin'in ilgi çeken gelişimi ciddi bir rol oynamaktadır. Öte yandan, dünya liderliği

²⁶ David Baldwin, "Power Alaysis and World Politics: New Trends Versus Old Tendencies", **World Politics**, 31 Ocak 1979, ss. 161-194.

için mücadele daha da yoğunlaştıkça bu kavramın içeriğinde de değişiklikler olmaktadır.²⁷

Amerikan tarihçi ve yazar Joseph Nye 1990 yılında “yumuşak güç” kavramını kullandığında, bu terimin siyasi-diplomatik çevrelerde geniş bir kullanım alanı bulacağı bilinmiyordu. Şimdi dünya liderliği iddiasında bulunan devletlerin jeopolitik faaliyetlerini nitelemek için bu terime sık-sık başvurulmaktadır. En geniş anlamda “yumuşak güç” herhangi bir ülkenin kültürel, ekonomik ve siyasi potansiyelini gerçekleştirme düzeyi ile ilgilidir. Burada iç politikayla birlikte, dış politika da ciddi biçimde dikkate alınmaktadır.

Son zamanlarda Batılı uzmanlar Çin ve Rusya’nın dış politikasını tanımlarken giderek artan ölçüde “yumuşak güç” terimine başvurmaktadır. Çinli ve Rus uzmanlar da bu kavrama giderek daha fazla önem vermektedir.

“*Foreign Policy*” dergisinin 29 Nisan 2013 tarihli sayısında J. Nye’nin “Rusya ve Çin ‘yumuşak güç’te neyi anlamıyorlar” başlıklı makalesi yayınlandı.²⁸ Amerikalı analist bu yazısında Moskova ile Pekin’i “devletçi yumuşak güç” siyaseti yürütmekte suçluyordu. J. Nye’a göre, kültürel vb. değerler başka taraflara uygulayıcının devlet çıkarlarına göre değil, sivil toplum ruhuna uygun olarak aktarılmalıdır. Yazarın görüşünce, Rusya ve Çin yönetimi bu kavramı daha ziyade devletin işine gelen amaçlara ulaşmak için kullanırlar.

Buna göre, Vladimir Putin Rus dili ve kültürünün dünyaya yayılması hakkında konuşurken öncelikle, Rusya’nın imparatorluk iddialarını sağlamanın yollarını öngörüyordu. Çin’de ise Hu Jintao 2007 yılında Komünist Partisi’nin kurultayında ülkenin “çekicilik derecesini” arttırma faaliyetini güçlendirme çağrısı yapıyordu. Ancak her iki siyasi lider de doğrudan çekiciliğin kendisini değil, başkalarının para ve baskıyla etkilenmesini düşünmüşlerdir.

²⁷ Joseph S. Nye, “Soft Power: The Means to Success in World Politics”, **New York Public Affairs**, 2004, p. 123.

<https://www.foreignaffairs.com/reviews/capsule-review/2004-05-01/soft-power-means-success-world-politics>,

(Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

²⁸ Joseph S. Nye, “Foreign Policy”, 2013,

https://research.hks.harvard.edu/publications/faculty_name.aspx?PersonId=19, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

Ne var ki J. Nye, kültür potansiyeline göre Çin yumuşak gücünün küresel çapta kabul edilebilir olduğunu kabul etmektedir. Bu kültürel sistem Çin toplumunu eski çağlardan beri sadece kenar etkilerden korumakla kalmamış, aynı zamanda dünyaya da yayılmıştır. Halihazırda çeşitli ülkelerde Çin dilini ve kültürünü öğreten 400’den fazla Konfüçyüs enstitüsü vardır.²⁹

“Çin sorunlarını kendisi çözmeli” diyen J. Nye, Pekin yönetiminin belirlediği hedeflere ulaşma şansının olduğunu söylemektedir. Buna göre, Pekin tüm dünyaya ekonomik ve kültürel gücünü ortaya koyabilir. Bunun için kendi kültürel geleneklerine dayalı etkenlere öncelik tanınmalıdır. Bu açıdan Amerikan ve Çin “yumuşak gücü”nü birbirinden ayırmak gerekiyor. Çünkü Çin kültüründe eskiden “yin” ve “yang” öğeleri arasında bir uyum gözetilir. “Yin” asil, yumuşak ilkeyi, “yang” ise sert, kaba ilkeyi temsil etmektedir. J. Nye bu formülü kendi teorisinin terimleriyle şöyle ifade eder: “Yumuşak” ve “sert” güçlerin dengesi sağlanmalıdır. Çin kültürel geleneği bunun için geniş olanaklar sunmaktadır. Fakat bunlar Amerika ve Çin “yumuşak güç” felsefesinin çatışması zorunluluğunun habercisi değildir.³⁰

Joseph Nye, bu güçlerin bireşiminden söz etmenin daha isabetli olacağı görüşünü taşımaktadır. Güçler birbirlerini bütünleyebilir. Buradan anlaşıyor ki, J. Nye kültürel, siyasi-ideolojik ve ekonomik alanlarda Çin’in ile ABD arasında stratejik ortaklık kurulabilmesi olanaklarının mevcut olduğuna inanıyor.³¹

Çin’de de Amerikalı analistin bu gibi görüşlerini belli ölçülerde paylaşan düşünce sahipleri az değildir. Fakat bu görüşte olanlar Doğu-Batı kültürel karşılaştırmasında farklı konumdadır. Bunlar Çin’in “yumuşak güç” olanaklarını daha etkili görmekte, bunun nedeninin de Doğu kültürünün bünyesinde taşıdığı özellikler olduğunu ifade etmektedir.

Kimilerine göre ise Batı kültürünün durgunluk dönemi daha şimdiden başlamış durumdadır.

Öte yandan, daha geniş ölçüden bakıldığında Çinli yazarların da Batı kültürü ile Çin kültürünün karşılıklı ilişkilerinin geliştirilmesi zorunluluğuna

²⁹ Joseph S. Nye, **Daha Çok Yumuşak Güce Başvurmalyız.**

³⁰ Joseph S. Nye, **Soft Power: The Means to Success in World Politics.**

³¹ A.e.

vurgu yaptıkları görülmektedir. Nitekim bu yazarlarca da ABD ile Çin'in çıkarlarının çatışmadığı, tersine işbirliğinin mümkün olduğu belirtiliyor.³²

İlkel düzeyde, ABD kültürü ile Çin kültürünün sentezini olanaklı görenler, iki büyük ilkenin “ortak yumuşak güç” oluşturabilmesi gereğine işaret ediyor. Gerçekte neler olacağını ise zaman gösterecek.

2.7. Reform ve dış açılma politikaları ve yumuşak güç

Son 36 yılda hızla büyüyen ekonomisi ve küresel alanda giderek yükselen siyasi profili ile Çin, Batı dünyasında bir fırsat olarak görüldüğü kadar bir tehdit olarak da görülmektedir. Ayrıca Çin'in askeri harcamalarının artması ve büyük bir nüfusa sahip olması, 2050'ye doğru uzanan dönemde küresel çaptaki güç mücadelesinde uluslararası siyaset açısından bu ülkenin asla göz ardı edilemeyeceğinin önde gelen işaretleridir.

Soğuk Savaş koşullarını analiz eden Çin yönetiminin vardığı sonuçlar, tehdit algısını zayıflatmak için yumuşak güç olgusunu ilk olarak düşünsel yaşamda, sonra da siyasi alanda keşfetmesini sağlamıştır. Böylece yumuşak güç kavramı 2000'li yıllardan itibaren siyasi elitin söylemlerinde sık sık yer almaya başlamıştır.

Çin'in yumuşak güç siyaseti kültür ve dış politika boyutlarında ciddi bir ilerleme kaydettiği, fakat kendine özgü siyasi dinamikler nedeniyle önemli sıkıntıları da bulunduğu görülmektedir.³³

ÇHC, sahip olduğu nüfus ve elde ettiği ekonomik büyüklükle artık uluslararası sistemin önemli aktörlerinden biri olmuştur. Ekonomik başarılarının yanı sıra Asya Pasifik coğrafyası dışında da izlediği politikalar, Çin'i sadece bölgesel çapta değil küresel düzlemde de göz ardı edilmesi mümkün olmayan bir ülke durumuna getirmiştir. Küresel düzlemde izlenen politikada ülkelerin güç unsurları, bu siyasetlerin ne ölçüde sürdürülebilir olduğunu da belirlemektedir. Bu açıdan Çin'in sahip olduğu imkân ve kabiliyetler kadar ne şekilde kullandığı da ayrı bir önem taşımaktadır. İmkân ve kabiliyetler ile kaynaklara sahip olmak

³² Arzu Al, Hayri Kaya, “Ticaret Savaşları Bağlamında Çin-ABD İlişkileri: Düzenin Sonu”, **XI. IBANESS Kongreler Serisi**, Tekirdağ, 9-10 Mart 2019.

³³ Tolga Bilener, “Dış Politika Analizinde Yumuşak Güç-Keskin Güç Karşılaştırması: Çin Örneği”, **The Turkish Yearbook of International Relations**, 2019, Volume 50, pp.225-257.

kadar bunların kullanımı da bir ülkenin güç göstergelerinin öngörülebilir olmasında etkilidir.

Konuya bu açıdan bakanlar, Çin'in yumuşak gücünden önce özellikle askeri ve ekonomik güç unsurlarına dayanan sert gücünü yakından izlemektedir. Oysa Çin'in yükselen gücüne eşlik eden ve kendi bölgesi dışında Afrika'dan Latin Amerika'ya kadar büyük bir coğrafyaya uzanan yumuşak güç politikaları da dikkati çekmektedir.

Yumuşak güç kavramını keşfeden Çin yönetiminin, bunu Çin'in her alandaki yükselişiyle birlikte ortaya çıkan “tehdit” algısını değiştirebilme ve bunun yanı sıra dış politikanın önemli bir aracına çevirme uğraşı içinde olduğu görülmektedir. Gelgelelim bu arayışın, ülke yönetiminin özellikleri nedeniyle kimi sıkıntılarla karşılaştığı öne sürülmektedir.

Bu tartışma Joseph S. Nye'in yumuşak güç kavramında üç unsur olarak öne sürdüğü kültür, dış politika ve değerler çerçevesinde yapılmaktadır.³⁴

Uluslararası ilişkilerde ve siyaset biliminde önemli bir unsur olan “güç” kavramını tek boyutlu olarak incelemek yanlış olur. Çünkü bu kavram bünyesinde çeşitli boyutları barındırmaktadır. Ülkelerin sahip oldukları askeri olanaklar kadar *kültürel* öğeler ve *ekonomik* araçlar da gücün önemli boyutlarıdır. Ne var ki bu öğe ve araçların tüm bunların istatistiksel veriler olarak irdelenmesi de kesin olarak olanaklı değildir. Bir başka deyişle, bunlarla birlikte düşünüldüğünde güç, varlığı bilinen fakat büyüklüğünün tam olarak ölçülmesinde bazı sıkıntılar olan bir kavramdır. Daha önce güç kavramına siyaset bilimi açısından bir tanım getirerek, bir aktörün başkalarının normal şartlar altında yapmayacağı şeyleri yaptırma veya sonuçlar üzerinde kontrol sahibi olma yeteneği olduğunu söylemiştik. Yine çerçevesi daha net çizilmiş bir tanım yapabilmek için gücü, sert güç ve yumuşak güç olarak iki farklı tanım altında da incelenebileceğini belirtmiştik. Buna göre sert güç, başkalarının normal şartlarda yapmayacağı şeyleri tehditle veya ödülle yaptırabilme kapasitesidir. Diğer bir ifadeyle sert güç, “sopa” ve “havuç”

³⁴ A.e. ; Joseph S. Nye, “Hard and Soft Power in a Global Information Age”, **Re-Ordering the World**, Oxford, 2017, p. 112.

politikalarıyla istenen sonuçlara ulaşabilme yeteneği olarak tanımlanabilir. Yumuşak güç ise bunun dışında kalan her imkân ve kabiliyeti ikna edici bir şekilde uygulamaya çalışır.

2.8. Yumuşak gücün kaynakları ve araçları

Yumuşak gücün kaynakları, –başkaları için çekici olduğu ölçüde– *kültür*; –içeride ve dışarıda bu değerlere uygun bir biçimde yaşandığı ölçüde– *siyasi değerler*; –meşru ve ahlaki açıdan geçerliliğe sahip olduğu ölçüde– ve *dış politikadır*.

Bu tanımlarda ahlâk ve meşruiyet gibi kavramlara atıf yapılmasından da anlaşılacağı gibi, yumuşak gücün daha çok idealist bir bakış açısının ürünü olduğu görülmektedir. Kültürel değerler açısından bakıldığında dil, sinema, edebiyat, eğitim gibi geniş bir alanda kültürel araçlardan söz edilebilir. Bu araçlar, belli bir ölçüde her ülkede bulunur, ama uluslararası rekabet yoğun olduğundan güçlüler arasında kendilerini yeterince ortaya koyamazlar.

Yeni binyılın başlamasıyla birlikte Çin yönetimi, artan gücüne paralel olarak yumuşak güç siyasetlerinin değerini de kavradı. Özellikle Hu Jintao'nun 2002'de cumhurbaşkanlığını devralmasından sonra yumuşak güç kavramı, Çinli yöneticilerin gündemine yerleşti. Bu yönelimin asıl nedeni, dünya kamuoyunda Çin hakkında 1990'larda yaygın olarak var olan olumsuz algıyı değiştirmekti. Birçok uzman Çin hakkındaki olumsuz algıyı değiştirme amacına dikkat çekerken bir noktaya daha işaret ediyor: Pekin yönetiminin, iktisadi kaynaklarını çoğaltma ve bölgesel sorunlardaki konumunu güçlendirme temelinde gelişen yumuşak güç siyasetleri, ABD'nin etkisini zayıflatmaya yönelik tepki nitelikli bir stratejidir. Kimi yorumcular ise Çin'in yumuşak güç siyasetlerinin dünya çapındaki hedeflere varmaktan çok ulusal çıkarları korumayı amaçladığını, iç politikada meşruiyet krizini aşmada bir propaganda olarak işlev gördüğünü öne sürüyor.

Çin'in yumuşak güç siyasetlerinde hangi hedefin daha önemli olduğu tartışması bir yana bırakılacak olursa, Çinli yöneticilerin, bu politikaların iç ve dış politik bağlamının çok iyi farkında oldukları görülüyor. İzlenen siyasetler uzun dönemli bir stratejiyi benimseyen devlet aklının bir ürünü olarak ortaya çıkıyor.

Propaganda alanındaki üst düzey sorumlular ve dış politika uzmanları, yeni kavramı değerlendirmek ve bir yol haritası belirlemek amacıyla 2003'te ilk kez bir araya geldi. Bu toplantılar sonrasında öncelikle söylem değişimine gidildi. Söylem değişiminin amacı, dış dünyadaki geleneksel Çin algısını değiştirmek ve Çin'in yükselişinin bütün dünya için bir "fırsat" olduğunu ortaya koymaktı.

2007'de yumuşak güç siyasetleri ulusal kalkınma stratejisinin bir ayağı olarak formüle edildi. Cumhurbaşkanı Hu Jintao 2007'de ÇKP 17. Kongresi'nde yaptığı konuşmada Çin'in yumuşak güç politikalarında kullandığı araçlar için daha çok yatırım yapmaya gerek olduğunu ifade etti. Bu konuşma sonrasında yumuşak güç siyaseti uygulamaları için bütçeden milyarlarca dolar harcandı.³⁵

Çin'in yumuşak güç uygulamaları, özel olarak ABD ile ilişkileri sorunlu olan ülkelerde, giderek daha etkin bir hâle geliyor. Bunun yanı sıra, iç siyasetinde otoriter bir ülke olan Çin'in hayranlık uyandırıcı iktisadi başarılar kazanmış olması, Üçüncü Dünya ülkelerindeki otoriter rejimler açısından ilginç bir model olarak görülüyor. Bu bağlamda, Çin'in bu ülkelerle kurduğu ilişkilerde "içişlerine karışmama" ve "egemenliğe saygı" ilkelerinin öne çıkarması söz konusu ülkelerin yönetimlerindeki "müdahaleci" ve "kibirli ABD" algısına karşı var olan olumsuz tutumdan yararlanmayı amaçlayan bir stratejinin parçası olarak uygulanıyor.³⁶

Çin bu çerçevede, "dünya çapında sorumlu bir aktör" algısı yaratmak amacıyla bölgesel ve uluslararası örgütlerde daha etkin bir politika yürütmeye ve roller üstlenmeye başlamıştır. Pekin yönetimi, ASEAN (Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği Örgütü), Doğu Asya ve Latin Amerika İşbirliği Forumu gibi platformlarda yer aldığı gibi. Şanghay İşbirliği Örgütü, Doğu Asya Zirvesi ve Çin-Afrika İşbirliği Forumu gibi ABD'nin katılmadığı veya alınmadığı birçok örgütün kuruluşunda önemli roller oynadı. BM bünyesindeki barış koruma misyonlarında BM Güvenlik Konseyi daimi üyeleri arasında Fransa'dan sonra en faal ülke olarak dikkat çeken Çin ayrıca, insani yardım alanında da epey faal bir ülke olmuştur. Çin'in yaptığı yardımları Batı ülkeleri gibi bir takım şartlara bağlamaması da

³⁵ Emine Akçadağ Alagöz, "Yükselen Güç Çin'in Dünden Bugüne Dış Politika Analizi", **BİLGESAM Bilge Adamlar Stratejik Araştırma Merkezi Resmi Sitesi**, <http://www.bilgesam.org/incele/865/-yükselen-guc-cin%E2%80%99in-dunden-bugune-dis-politika-analizi/#.Vok32I9OL6U>, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

³⁶ A.e.

yardım alan ülkelerdeki yönetimler açısından Çin'i daha çekici bir duruma getiriyor.³⁷

Nye'in yumuşak gücün bir unsuru olarak nitelediği siyasal değerler, Çin'in yumuşak güç politikalarının etkinliğini sınırlandırmaktadır. Çin'in ekonomik başarısına karşın iç siyasette otoriter olması, yine aynı şekilde otoriter olan rejimlerin yöneticileri dışında çok az kişinin hayranlığını kazanıyor. Avrasya ve Ortadoğu'da giderek güçlenen demokratikleşme dalgası düşünüldüğünde, Çin'in yumuşak güç politikalarının siyasal değerler bağlamında bu toplumlar için cazibe merkezi olmaktan çok, yakın gelecekte Pekin'in olumlu algı yaratan politikalarının etkisinin de daralması olasılığı bulunuyor.³⁸

2.9. Yumuşak Gücün Üç Boyutu

Nye yumuşak güç kavramını ortaya atarken bunu üç boyutlu olarak değerlendirmiştir. Çin yumuşak gücüne bakılırken bu üç boyut da kısaca incelenmelidir.

2.9.1. Kültürel Araçlar Boyutu

2006 yılında ÇHC bir "Kültürel Gelişim Ulusal Planı" yapmış ve kültürünü, siyasetlerini başka ülkelere benimsetmek için bir açılım siyaseti uygulamaya koymuştur. Planda, Çin kültürünü uluslararası alanda daha fazla tanıtmak, kültür ürünlerinin uluslararası alana yayılmasını sağlamak gibi hedefler belirlenmiştir.³⁹

Bu arada, Ekim 2003-Temmuz 2004 arasında Fransa'da ve 2007'de de Rusya'da "Çin Yılı" ilan edilerek çeşitli etkinlikler düzenlenmiştir. "Asya Sanat Festivali" ve "Afrika Çin Kültürü Tanıtım Turu" gibi faaliyetlerin yanı sıra, yaklaşık 5 milyon turist çeken 2008 Pekin Olimpiyatları ve 2010 Şanghay World

³⁷ Aysu Vural, "Yumuşak Güç Stratejisi Çerçevesinde Çin'in Afrika Politikası", **Avrasya Etüdleri**, 2017, Sayı 51, ss. 123-152.

³⁸ M. Turgut Demirtepe, Hasan Selim Özertem, "Yükselen Tehdit Algısı Karşısında Çin'in Yumuşak Güç Siyaseti : Politikalar ve Sınırlılıkları", **Bilgi : Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi**, Bahar 2013, Sayı 65, ss. 95-118.

³⁹ "Confucius Institutes Around the Globe", <http://confuciusinstitute.unl.edu/institutes.shtml>, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

Expo gibi uluslararası organizasyonları Çin'in dış dünyaya tanıtımında bir platform olarak değerlendirilmiştir.

Çin dili ve kültürünü yaygınlaştırmak amacıyla *British Council*, *Alliance Française* ve *Goethe-Institut* gibi kuruluşlar örnek alınarak –Mayıs 2012 verileri itibariyle– dünya üzerinde 358 Konfüçyüs Enstitüsü ve 500 Konfüçyüs sınıfı kurulmuştur. Konfüçyüs Enstitülerine ayrılan bütçe yılda 164 milyon dolara ulaşmıştır. Diğer taraftan kamu diplomasisi uygulamaları kapsamında kültürel ve akademik değişim programlarına ağırlık verilmekte, yabancı diplomatlar ve yabancı basın mensupları için eğitim programları düzenlenmektedir. Eğitimin niteliğinin yükseltilmesi ve rekabete açık hale getirilmesi milli öncelikler arasına alınarak başta teknolojik yenilenme ve araştırma olanaklarının geliştirilmesi alanlarında olmak üzere eğitimin yeniden yapılandırılması için milyarlarca dolar tutarında kaynak aktarılmıştır. Bütçede eğitime ayrılan pay son on yıldır giderek artmaktadır.⁴⁰ 2004 yılında eğitime ayrılan pay Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla'nın (GSYİH) yüzde 2,79'u iken 2012 yılına kadar bu oran kademeli olarak yükselmiş ve 2012 yılında yüzde 4 oranına ulaşmıştır. İlk kez 2010-2020 arası dönem için hazırlanan “Ulusal Yetenek Geliştirme Planı”nda Çin, yeni dönemde insan kaynağın kapasitesini de geliştirmeyi hedeflemektedir. Plan uyarınca 2020 yılına gelindiğinde AR-GE ve eğitim harcamalarına ayrılan payın GSYİH'nin yüze 15'ine karşılık gelmesi amaçlanmaktadır. Çin kendi insan kapasitesini geliştirme amacıyla, Batı ülkelerinde kendi alanında sivrilmiş birçok bilim insanını çok çekici önerilerle ülkenin çeşitli üniversitelerine kazandırmıştır. Çin üniversitelerinin dünya çapında daha rekabetçi bir yapı kazanmasıyla birlikte yabancı öğrenci sayısı da dikkat çekici ölçüde artmıştır.⁴¹ Ayrıca, Çin'in özellikle önem verdiği Güney Asya, Orta Doğu, Latin Amerika ve Afrika ülkelerinden alınan öğrenci sayısını arttırmak hedefiyle kurulan fonlar aracılığıyla on binlerce öğrenciye burs verilmektedir. 2006 yılında yüzde 75'i Doğu Asya ülkelerinden olmak üzere yaklaşık 140 bin yabancı öğrenci Çin üniversitelerinde eğitim

⁴⁰ Center for Language Education and Cooperation, <http://www.chinese.cn/page/#/pcpage/mainpage>, (Çevrimiçi), 15 Mart 2016.

⁴¹ “Çin Eğitimi”, **Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi**, http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cin_Egitimi/, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

görüyordu. 2010 yılında ise Çin Eğitim Bakanlığı verilerine göre bu sayı 260 bin öğrenciye yükselmiştir. 2020 bu sayının 500 bine çıkarılması öngörülmektedir. 2010 yılında yabancı öğrencilerin Çin’de eğitim görmesi için bu amaçla yerel ve ulusal ölçekte 130 milyon dolarlık bir kaynak ayrılmıştı.

Ayrıca, uluslararası kamuoyunu etkilemek ve olumlu bir Çin algısı oluşturmak amacıyla medya olanakları değerlendirilmekte, bu çerçevede CCTV kanalı ve Xinhua haber ajansı gibi resmi medya kuruluşları küresel platforma taşınmaktadır. İki medya kuruluşunun yurtdışı etkinliğini arttırmak amacıyla her biri için 1,5 milyar dolar ayrıldığı belirtilmektedir.⁴² CCTV ve Xinhua “Çin ve dünya hakkında penceremiz” sloganıyla Batı medyasının enformasyon alanındaki etkinliğini kırmak misyonuyla hareket etmektedir. Bunun yanı sıra Pekin, özellikle Güney Asya’da Çin filmlerinin ve Çin çağdaş pop müziğinin kültürel ürünü olarak ihracına destek olmaktadır. Çin yetkililerine göre Çin filmlerinin ihracından elde edilen gelir 2010 yılında 400 milyon doları geçmiştir. Devlete bağlı Radyo, TV ve Film Kurumu tarafından “Çin kültürünün uluslararasılaşması” stratejisi kapsamında Çin sinemasını tanıtan birçok film festivaline sponsorluk sağlanmakta ve uluslararası film festivallerine Çin yapımlarının katılımı teşvik edilmektedir.⁴³

Çin ekonomik ve diplomatik ilişkilerinin yoğun olduğu gelişmekte olan ülke medyaları ile işbirliğine yönelmekte ve Batı medyasına karşı bir alternatif oluşturma çabasına girmektedir. Bu bağlamda, özellikle Latin Amerika, Afrika ve Güney Asya’daki gelişmekte olan ülke medyaları üzerinde kültürel ağırlık sahibi arayışı içindedir. Bu amaçla, ilgili ülkelerdeki resmi yayın kuruluşlarına çeşitli yollarla destek olunmaktadır. Bu kapsamda radyo vericileri ve ulusal yayıncılıkta ihtiyaç duyulan uydu sistemleri için finansal yardım, teknoloji ve içerik sağlama, haber paylaşımı ve medya çalışanlarına eğitim programları gerçekleştirme gibi yollarlar kullanılmaktadır.

⁴² John Jirik, CCTV News and Soft Power, **International Journal of Communication**, 2016, Issue 10, pp. 3536–3553.

⁴³ Xiaoling Zhang, “China’s International Broadcasting: A Case Study of CCTV International”, In: Wang J. (eds) **Soft Power in China**, Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy, Palgrave Macmillan, New York, 2011, pp. 57-71.

2.9.2. Dış Politika Boyutu

Yumuşak gücün ikinci ayağı olarak dış politikadaki yaklaşımını incelediğimizde Pekin'in iki ayaklı bir strateji izlediği görülmektedir. Bu iki ayak şudur: Birincisi, küresel güç merkezlerini gözetmek, ikincisi de doğal nüfuz alanı olarak gördüğü Üçüncü Dünya ülkelerini hedeflemek. Yükselen bir güç olarak Çin, dünya çapında rol oynayan öteki büyük ülkeleri hâlihazırda var olan düzeni tehdit etmediğine ikna etmeyi öngören bir dış politika izlemekte ve dış politikada işbirliğini öne çıkaran bir söylem benimsemektedir.⁴⁴ Yeni stratejinin belirlenmesinde amaç şudur: Çin'in kısır politik çekişmelerle, ticari savaşlarla ve yoğun askeri harcamalarla anılmasının önüne geçmek ve “çatışmadan uzak duran bir ülkenin politik, ekonomik ve kültürel etkisi aracılığıyla sağladığı barışçıl bir yükseliş” algısını pekiştirmek.

Bu bağlamda, yakın dönemde Pekin yönetimi, “uyumlu bir dünya inşa etmek” sloganı etrafında yeni bir dış politika öngörüsü ortaya koymuştur. Bu anlayış, yumuşak güç temelindeki yükseliş stratejisinin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır.

Resmi söylemde yeni dış politika anlayışının dört temel üzerine kurulu olduğu belirtilmektedir:

- 1) Barış içinde birlikte yaşama;
- 2) Karşılıklı çıkarı esas alan ekonomik ilişkiler;
- 3) Çatışmaların barışçıl çözümü için diyalogun artırılması;
- 4) Barışçıl kalkınma.

Bu yaklaşımın açılımı uluslararası ilişkilerde söylem düzeyinde yaygın olarak benimsenen terörizm ve uluslararası suç ile mücadele, silahsızlanma ve silah kontrolü gibi normlara da vurguyu içermektedir.⁴⁵ Bu söylemde bölgesel ve küresel sorunlara yönelik yapıcı yaklaşım, komşularla ve küresel güçlerle iyi ilişkiler geliştirilmesi; istikrarlı ve uyumlu bir dünya hedefine destek olarak ortaya

⁴⁴ Joseph S. Nye: **Daha Çok Yumuşak Güce Başvurmalyız.**

⁴⁵ “Çin Ekonomisi”, **Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi**,
http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cin_Ekonomisi/, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

çıkmakta ve böylece istikrarlı bir dış dünyada Çin'in kendi kalkınma hedefine odaklanabileceği görüşü çerçevesinde anlam kazanmaktadır.

Pekin yönetimi, dış politika bağlamında “barış ve istikrar yanlısı küresel aktör” algısı oluşturmak için bölgesel ve uluslararası organizasyonlarda daha aktif rol üstlenmektedir.

Çin'in otoriter nitelikli bir siyasi rejimi olmasına rağmen hızlı bir ekonomik kalkınma gerçekleştirmiş olması nedeniyle Üçüncü Dünya ülkelerindeki otoriter rejimler açısından model olarak görüldüğünü belirtmiştik. Daha önce 1990'lardan sonra şekillenen dünya sisteminde “piyasa ekonomisi” ve “demokratik hükümet” temelindeki “Washington Konsensüsü”nün yerine, “otoriter hükümet” ve “piyasa ekonomisi” temelindeki “Pekin Konsensüsü”nün ortaya çıkmıştır. Bu ise gelecek güvencesi arayışı içinde olan birçok otoriter rejim için kurtarıcı formül olarak ortaya çıkmıştır. Batı dünyasında köklü etkileri olan 2008 mali krizi sırasında Çin'in uluslararası piyasalarda ayakta kalabilen ekonomilerin başında gelmesi “Pekin Konsensüsü”ne olan olumlu algıyı daha da güçlendirmiştir. Çin'in bu ülkelerle kurduğu ilişkilerde “içişlerine karışmama” ve “egemenliğe saygı” prensiplerini öne çıkarmaktadır. Bu da, söz konusu ülkelerdeki “müdahaleci” ve “kibirli” ABD algısına karşı yeni bir olanak olarak dikkat çekmektedir.

Dış politika araçları olarak ekonomik ve askeri ilişkiler, hem sert gücün hem de yumuşak gücün unsuru olabilir. Örneğin kalkınma yardımları veya bir ülkede yapılan yatırımlar yumuşak gücün öğeleri olarak değerlendirilebilirken, ekonomik yaptırımlar ise sert gücün bir unsuru olarak kullanılmaktadır. Ya da askeri operasyonlarda sert gücün bir unsuru olarak kullanılan ordu, barış operasyonları veya insani müdahalelerin niteliğine göre yumuşak güç unsurları olarak da işlev görebilir.⁴⁶

Bu bağlamda yumuşak güç stratejisinde Çin'in kalkınma yardımlarını epey önemseydiği, özellikle Afrika ve Orta Doğu ülkelerine insani yardım alanında yaptığı yardımların dikkat çekici boyutlara ulaştığı görülmektedir. Örneğin,

⁴⁶ Connor Fiddler, Chinese Foreign Policy, **The Diplomat Magazine**, <http://thediplomat.com/tag/china-foreign-policy/>, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

2000’li yıllarda 47 Afrika ülkesine 15 binden fazla doktor gönderilerek 180 milyondan fazla hastanın tedavisi yapılmıştır. Yine Yemen’de yaşanan felaketler karşısında destek olmak amacıyla iki binden fazla sağlık personeli gönderilmiştir. Bunun yanı sıra, 2006’da Çin Eğitim Bakanlığı ve Komünist Gençler Birliği’nin ortak çalışmasıyla ABD’deki Barış Gönüllüleri model alınarak yeni bir organizasyon oluşturulmuş ve bunun aracılığıyla üniversite öğrencilerinin başta Afrika olmak üzere Çin’in yayılma stratejisi izlediği gelişmekte olan bölgelerde gönüllü faaliyetlerde bulunması teşvik edilmiştir.

Daha önce de belirttiğimiz gibi, Çin’in yaptığı yardımları Batılı ülkeler gibi şarta bağlamaması yardım alan ülkelerdeki otoriter yönetimler açısından Çin’i daha cazip bir ülke konumuna getirmektedir.⁴⁷

2.9.3. Siyasi Değerler Boyutu

Çin son yıllarda geçirdiği bütün dönüşümlere rağmen hâlâ küçük bir seçkin grup tarafından idare edilmektedir. Çin’i yöneten grubun terfi ve görevlendirme planı plânı on yıllık dönemlere göre hazırlanmakta, bu suretle siyasi alanda rekabete dayalı bir kültür ortamı ortaya çıkamamaktadır.

Batı uygarlığına karşı hâlâ alternatif değerler sistemi kurgulama arayışı içinde olan Çin siyasi eliti, bunun uyarlanmış da olsa geleneksel Marksizm üzerinden yapılabileceği görüşündedir. Bu bağlamda Marksizm’i ÇKP’nin ve halkın yol gösterici ideolojisi olarak görmekte ve devletin resmi ideolojisi olarak tanımlamaktadır. Cumhurbaşkanı Hu Jintao yaptığı ÇKP’nin kuruluşunun 90.yıldönümü vesilesiyle konuşmada, Doğu Avrupa ve SSCB’de yaygın olarak görülen yolsuzluk ve siyasi istikrarsızlık gibi sorunları aşabilmenin yolunun yine yeniden Marksizm’den geçtiği üzerinde durmuştur. Hu Jintao, Çin’in karşı karşıya kaldığı sorunların çözümünde Marksist düşüncenin çözümler üreteceğini savunmuştur.⁴⁸

⁴⁷ Elif Yıldırım, “Yumuşak Güç Kavramı Bağlamında Çin’in Sahraaltı Afrika’ya Yönelik Kamu Diplomasisi Faaliyetleri”, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 2019, Sayı 19, ss. 2373-2403.

⁴⁸ Yusuf Sayın, “Konfüçyüs’ün Yeniden Keşfi ve Çin’in Dış Politikasında Dönüşüm”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2013, Sayı 29, ss. 223-237.

Çin, demokratik çoğulcu bir sisteme yönelmek yerine otoriter tek parti sistemini devamlılığını hâlâ rejimin temel önceliği olarak benimsemektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

REFORM VE DIŞA AÇILMA DÖNEMİNİN BASINA YANSIMASI

Bu gelişmeler gerek yazılı, gerekse sözlü ve görüntülü basında da yansımaları buldu. Reform ve dışa açılma politikaları sayesinde Çin basınında yeniden doğuş ve tamamen yenilenme sağlanırken büyük bir canlılık da ortaya çıktı.

Yazılı ve sözlü-görüntülü Çin basını 35 yıllık bir tarihi süreçte önemli bir değişim geçirerek popüler kullanımdaki “medya” kavramına daha uygun bir doğrultuda evirildi.

Çin’de geçerli olan yapısal büyüme anlayışı etkisini medyada da gösterdi. Bu anlayış şöyle özetlenebilir: Küçük olmaktan büyük olmaya, zayıf olmaktan güçlü olmaya. Bu doğrultuda bir süreç izleyen Çin medyası, adım adım daha sağlam bir zemine oturdu.

Aşağıda, bu değişimin dikkat çeken özellikleri anlatılacaktır.

3.1. Değişimin niceliksel verileri

1979 yılından önce Çin’de gazete yayınları ve yayınevlerinin toplam sayısı 250’yi aşarken, aynı yıl reklamdan elde edilen gelir 15 milyon yuanı buldu. Günümüzde yayınevlerinin toplam sayısı 2 bine ulaşırken, 2007 yılında reklamdan elde edilen gelir 17 milyon 410 bin yuana ulaştı. Bunlar arasında televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi geleneksel medyalarda yayınlanan reklamlardan elde edilen gelir 8 milyar 600 milyon yuanı aştı.

1979 yılından önce ülke genelinde bulunan reklam şirketlerinin sayısı 10’u bulmazken, günümüzde bu sayı 707 bine çıktı. Günümüzde Çin reklamcılık alanında dünyada beşinci sırada yer alan büyük reklam ülkesi haline geldi.

1978 yılında gazete dışında yayın yapan yayınevlerinin sayısı 105’i, yayınladıkları dergi sayısı 930 idi. 2007 yılının sonuna gelindiğinde

yayınnevlerinin sayısı 578'e, yayınladıkları dergi sayısı ise 9 bin 468 çeşidi bulurken, toplam tiraj 3 milyar 500 milyondan 6 milyar 293 milyona ulaştı.

Medya endüstrisinin önemli bir kısmını oluşturan elektronik bazlı “yeni basın”, sıfırdan başlamasına rağmen hızlı bir artış eğilimi gösterdi. 2006 yılında mobil medyadan elde edilen toplam gelir 88 milyar 800 milyon yuana ulaşırken, internet medyasından elde edilen toplam gelir 25 milyar 200 milyon yuana buldu. 2007 yılında bütün medya endüstrisindeki yeni basında yüzde 28 oranında büyüme kaydedilirken, geleneksel basında yüzde 72 oranında küçülme görüldü. 2007 yılında Çin medya endüstrisinin toplam hasılası 48 milyar 110 milyon yuana ulaştı. Böylece Çin medya alanında dünyada ilk sıralarda yer aldı.⁴⁹

3.2. Değişim sürecinde medyada çeşitlenme

1978 yılında Çin’de sadece ÇKP’nin yayın organı niteliğindeki gazeteler vardı. Reform ve dışa açılma sürecinin başlamasıyla önce “Akşam Gazetesi” yayın hayatına yeniden başladı. Daha sonra ekonomi gazeteleri çıkmaya başladı. Böylece farklı gazetelere olan ihtiyaç bir ölçüde karşılanmış oldu.

Reform ve dışa açılma politikalarının uygulandığı ilk dönemde, Çin’de televizyon kanallarının sayısı çok azdı. Günümüzde bu sayı 2300’ü bulurken, yılda yaklaşık 13 milyon saat televizyon programı yapılıyor. Örneğin başkent Pekin’de oturan aileler genellikle 100’den fazla televizyon kanalı izleyebiliyor. Ülke genelinde ailelerin televizyonların kullanım oranı yüzde 100’e yaklaştı.

Bu yüzyılın başında, internet medyası yaygınlaşarak, bu alana devrim niteliğinde yenilikler getirdi. Böylece Çin dünyada internet kullanıcılarının sayısı en yüksek ülke haline geldi. Mayıs 2007’de ülke genelinde dijital gazete yayınlayan yayınevlerinin sayısı 88’i bulurken, 250 çeşit gazete çıkarılıyordu. Bunun yanı sıra cep telefonu üzerinden yayınlanan gazeteler de gittikçe yayınladı. Cep telefonu üzerinden televizyon izleyenlerin sayısı aynı yılın sonuna kadar 52

⁴⁹ Gülsüm Çalışır, “Küreselleşme Sürecinde Haber Kavramında Gerçekleşen Bir Dönüşüm: Küresel Haber Kavramı”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Eylül 2012, Cilt 1, No 4, ss. 106-127.

milyonun üzerine çıkarken, piyasanın hasılatı yaklaşık 1 milyar 300 milyon yuani buldu.

Çin hükümetine bağlı başlıca kuruluşlar son gelişmelere göre, 2005 yılında medya endüstrisi kategorisi ve yapısına ilişkin yeni bir tanımlama getirdi. Yeni tanımlamaya göre, Çin medya endüstrisi sektör olarak basım, gazete, dergi, yayıncılık hizmetleri, televizyon, radyo, film, yeni medya, reklam ve basın hizmetleri gibi 10 kategoriyi kapsıyor. Çin'e özgü özelliklere sahip olduğu için bu yeni tanımın, bazı ülkelerde kullanılan tanımlardan farklı olduğunu söyleyebiliriz.⁵⁰

3.3. Medya grupları

Reform ve dışa açılma politikalarının hayata geçirildiği ilk dönemlerde medya grubu kurma bilinci hiç yoktu.

ÇKP Merkez Komitesi'nin 1992 yılının sonunda yapılan toplantısında “sosyalist piyasa ekonomisi sistemi” oluşturulması kavramı belirlendi ve “Çin'e özgü sosyalizm” yeni bir aşamaya girdi.

Çağın hızlı gelişmesiyle birlikte Çin medya endüstrisi de yeni bir gelişme dönemine girdi. 1996 yılında Çin'deki ilk medya grubu olan “Guangzhou Günlüğü Gazete Grubu” kuruldu. Bu, Çin'in medya endüstrisinin büyüyerek güçlendirilmesi yeni tarihi sürecine başladığını simgeliyordu. Sonraki birkaç yıl içerisinde Çin'de sırayla gazete, yayın, dergi, radyo ve televizyon yayıncılığı yapan yüze yakın medya grubu kuruldu.

Medya gruplarının kurulmasıyla yayıncıların genel kapasitesi ve rekabet gücü artarken, görüş açıları da genişledi. Ayrıca bazı yeni gelişme yolları ve modelleri de ortaya çıktı.

3.4. Ortaklıklar ve meslekler ötesi oluşumlar

Bunlardan biri medya gruplarının ortaklık oluşturmasıdır. Bu ortaklıklara ilişkin belli başlı örnekler şunlardır:

⁵⁰ “Çin Kitle İletişimi”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi, http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cin_Kitle_Iletisimi/, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

Merkez düzeyindeki büyük gazete olan “Guangming Günlüğü Gazetecilik Grubu” ile Guangdong’daki “Güney Gazetecilik Medya Grubu” ortaklığında yerel nitelikte olmayan “Pekin Haber” gazetesi kuruldu.

“Şanghay Medya Grubu” ile “Pekin Gençlik Günlüğü” ve “Guangzhou Günlüğü” gazetesi ortaklaşa yatırım yaparak bütün ülkede dağıtılan “Çin İş Haberleri”ni yayınladı.

“Şanghay Kurtuluş Günlüğü Gazetesi Grubu ile “Chengdu Medya Grubu” işbirliği yaparak “Ulusal İş Günlüğü” gazetesini yayınlamaya başladı.

“Chongqing Günlüğü Gazetesi Grubu” ile “Shanxi Günlüğü Gazetesi” işbirliği yaparak Xian’da “Çağdaş Kadın Haberleri”ni kurdu.

Bu türden ortaklıklarla eyaletler arası yayın yapan gazeteler ile eyalet içi yayın yapmakla birlikte yerel olmayan gazeteler birleştirilerek ortak gazete yayınlamaya başlandı. Örneğin, “Shenzhen Gazetesi Grubu”, “Hubei Günlüğü Medya Grubu” “Henan Günlüğü Grubu” ve Tianjin Günlüğü Gazetesi Grubu” birleşerek bölgeye doğrudan bağlı “Bao’an Günlüğü”, “Üç Boğaz Akşam Haberleri”, “Henan Ekonomi Günlüğü” gibi gazeteleri aynı işletme bünyesine aldı.⁵¹

Yayın grupları arasında bazı bölgeler ötesi yeniden oluşumlar görüldü. Örneğin, “Jiangxi Yayın Grubu” ile “Çin Barış Yayınevi” arasında “Yeniden Yapılanma İşbirliği Anlaşması” imzalandı.

Yeni medya ile geleneksel medya arasında bazı sevindirici işbirliği belirtileri görüldü. Örneğin, bütün dünyadaki kullanıcılara 24 saat kapsamlı ve zamanında Çince danışmanlık hizmeti veren ülke içindeki en büyük web sitesi olan “Sina” ile “Chengdu Medya Grubu” ve “Shanxi Televizyonu” arasında stratejik işbirliği ve ortaklık oluşturuldu.

Web sayfaları, müzikler, fotoğraflar, haber arama ve WAP arama hizmeti veren “Baidu” web sitesi ile “Hunan Televizyonu” arasında stratejik işbirliği başlatıldı.

⁵¹ May Tan-Mullins, “Chinese Perception of Soft Power: The Role of the Media in Shaping Chinese Views and Discourses on Foreign Aid to Africa”, In: Zhang X., Wasserman H., Mano W. (eds) **China’s Media and Soft Power in Africa**, Palgrave Series in Asia and Pacific Studies, Palgrave Macmillan, New York, 2016, pp. 107-119.

Daha da dikkat çekici olanı ise medya grupları ile telekom sektörü arasındaki işbirliği oldu. Örneğin, Nisan 2007’de “Datang Mobil İletişim Donanımları Limited Şirketi ile “Şanghay Medya Grubu”, medya akışı hizmetlerine ilişkin stratejik işbirliği anlaşması imzaladı. Böylece iki taraf karşılıklı olarak birbirlerinin avantajlarından yararlanma ve gelişmenin yeni yollarını arama fırsatına sahip oldu.

Medya gruplarının bölgeler ötesi, alanlar ötesi, meslekler ötesi çalışmaları, medya gruplarının gelişip güçlenmesine olanak sağladı.

3.5. Medyanın yurtdışına açılması

Çin’in toplam ve genel gücünün sürekli olarak artmasına ve uluslararası arenadaki konumunun sürekli olarak yükselmesine paralel olarak, Çin basını, “dünyanın Çin hakkında daha doğrudan bilgi edinmesi, daha kolay anlaması ve Çin’in gerçek sesini duyması” gereğini hissetmeye başladı. Bütün bunlar dışa açılmak, dış piyasaya katılmak, her türlü yöntemlere esnek bir tavırla yaklaşmak, başka ülkelerde gazete çıkarmak, radyo ve televizyon temsilcilikleri kurmak, yayın kanalları açmak ve yayın programları yapmak gibi yollarla gerçekleştirilebilirdi.⁵²

Reform ve dışa açılma politikalarının hayata geçirilmesinden beri, ülkede “Halkın Günlüğü” gazetesinin yurtdışı edisyonu ve İngilizce olarak yayınlanan “China Daily” gibi büyük etkiye sahip gazetelerin çıkarılmasının yanı sıra Çin Merkezi Televizyonu CCTV’nin haber kanalının yurtdışındaki izleyiciler için İngilizce, Fransızca, İspanyolca ve Arapça yayınlara başladı.

Eyalet düzeyindeki bazı medya kuruluşları da yayın alanlarını genişletmeye ağırlık verdi. “Yangcheng Akşam Haberleri Grubu” “Avustralya Yeni Ekspres” gazetesini yayınlamak, Avustralya’da Çince gazete yayıncılığı piyasasına girdi.

“Shenzhen Gazetesi Grubu”, Holding “Hong Kong Ekonomi Gazetesi”ni yayınlamak, Hong Kong medyasına katıldı.

⁵² Elizabeth Gooch, Eric Eckstrand, Chris Mayers, and Sebastian Ruiz, “Using Global Media Big Data to Understand China’s Soft Power Efforts”, **Strategy Bridge**, March 2, 2020, <https://thestrategybridge.org/the-bridge/2020/3/2/using-global-media-big-data-to-understand-chinas-soft-power-efforts>, (Çevrimiçi), 2 Mart 2020.

“Şanghay Xinmin Akşam Haberleri” gazetesi, sırasıyla ABD, Avusturalya, Kanada, İngiltere, Yunanistan, Fransa ve Almanya gibi ülkelerde 22 dış yayın işletmesi kurdu.

“Tianjin Akşam Haberleri” gazetesi de sırasıyla ABD, Avusturalya, Avrupa ve Güney Amerika gibi ülke ve bölgelerde dış yayıncılığa başladı.

Çin’in etkisinin giderek artmasıyla “Çin Uluslararası Yayıncılık Grubu”nun (CIPG: China International Publishing Group) telif hakları satışında yıldan yıla artış görüldü. 2007 yılında “Çin Gençlik Yayınevi” Londra’da şube açarak, İngiltere’de İngilizce kitap çıkaran ilk profesyonel Çin yayınevi haline geldi.⁵³

3.6. Haber Ajansları

Çin’de iki haber ajansı vardır: Xinhua (Yeni Çin) Haber Ajansı ve Çin Haber Servisi.

Xinhua; Çin’in resmi haber ajansı olan bu kurumun haber toplama ve hazırlama sistemi, üç kısımdan oluşmaktadır: Genel müdürlük, iç bürolar ve dış bürolar. Ajansın her eyalette, özel bölgelerde ve Hong Kong ile Makao’da temsilcilikleri vardır. Asya-Pasifik, Latin Amerika, Afrika ve Orta Doğu bölge müdürlükleri sırasıyla Hong Kong, Mexico City, Nairobi ve Kahire’dedir. Bölge müdürlükleri haricinde yüzü aşkın ülkede ve bölgede de bürolar bulunmaktadır. Bilim ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak Xinhua’nın teknolojisi de modernleştirilmiştir. Metin ve resim hazırlama, ekonomik bilgi ve veri bulma dâhil olmak üzere yaklaşık bir düzine bilgisayar bilgi hazırlama sistemi kurulmuştur ve yayın ağı, uydu yayınına kapsamaktadır.

Çin Haber Servisi; ülke dışındaki Çinlilere, yabancı ülke vatandaşı Çinlilere ve Hong Kong, Macao ve Tayvan’daki vatandaşlara haber hizmeti vermektedir. Genel müdürlüğü Pekin’dedir.⁵⁴ Ajansın 21 eyalet, belediye ve özerk bölgenin yanı sıra Hong Kong, Amerika Birleşik Devletleri, Fransa, Japonya ve Avustralya’da büroları ve muhabirleri bulunmaktadır. Bilgisayar yoluyla yazı ve

⁵³ China International Publishing Group (CIPG) , http://www.china.org.cn/arts/2016-10/14/content_39489592.htm, (Çevrimiçi), 14 Kasım 2016.

⁵⁴ China News Center, Main Page, <https://chinanewscenter.com/> , (Çevrimiçi), 23 Nisan 2016.

resim gönderirken aynı zamanda Hong Kong, Macao, Tayvan ve öteki ülkelerin kitle haberleşme araçları için her türlü haber yorum hazırlamaktadır. Çin Haber Servisi'nin haberleri 1995'te internet yayınına geçmiştir.⁵⁵

3.7. Televizyon

Televizyon, Çin'e oldukça geç gelmiş, fakat geldikten sonra da hızla gelişmiştir. Çin'in ilk televizyon istasyonu olan Pekin Televizyonu, 1958 yılında siyah beyaz yayına başlamış ve 1973'te renkli yayına geçmiştir. 1978 yılında adını Çin Merkez Televizyonu (CCTV) olarak değiştirmiştir.

1995 sonunda Çin'de 837 televizyon kuruluşu ile 1.000 watt kapasitenin üzerinde 1.205 yayın ve röle istasyonu bulunuyordu. Bütün eyaletlerdeki, merkezden idare edilen belediyelerdeki ve özerk bölgelerdeki televizyon istasyonları, CCTV programlarını yayınlamak üzere donatılmıştır. CCTV de yerel televizyon istasyonlarından aldığı programları yayınlatabilmektedir. CCTV, sekiz kanala sahiptir.

3.8. Radyo

Çin Merkezi Halk Radyosu (CNR); Devlet denetimindeki “Merkezi Halk Radyosu”, çoğu haber, özel ve eğlence programları olmak üzere yedi frekanstan günde ortalama 128 saatlik program yayınlamaktadır. CNR ilk yayınına 30 Aralık 1940'ta Yenan'da bir mağaradan başladı. Böylece ÇKP'nin basın işleri gazete, dergi ve yazı üzerinden yapılma aşamasından radyo yayını aşamasına geçti. CNR, kuruluşundan bu yana geçen 73 yıllık yayın hayatında adım adım gelişerek, devlet düzeyinde radyo yayını yapan, Çin Devlet Basın, Yayın, Radyo, Flim ve Televizyon Genel Müdürlüğü'ne doğrudan bağlı güçlü bir basın kuruluşu haline gelmiştir.

Günümüzde CNR, “Çin'in Sesi”, “Ekonominin Sesi”, “Müziğin Sesi”, “Başkentin Sesi”, “Shenzhou'nun Sesi”, “Huaxia'nın Sesi”, “Milletin Sesi”, “Edebiyatın Sesi”, “Yaşlıların Sesi”, “Tibetçe Radyo” gibi 11 ayrı kanaldan tüm

⁵⁵ China News, Main Page, <http://www.chinanews.com/>, (Çevrimiçi), 23 Nisan 2016.

ülkeye her gün 200 saati aşkın radyo yayını yapmakta, bu yayınlar internet üzerinden de izlenebilmektedir. Aynı zamanda dijital radyo (DAB: Digital Audio Broadcasting) kanalı üzerinden dört ve cep telefon üzerinden üç kanalda yayın da yapan CNR, sesli yayıncılıkta radyo yayını, internet radyosu, dijital televizyon, cep telefonu üzerinden televizyon yayını, ülke genelinde en büyük radyo web sitesi olan “Çin Radyo Web Sitesi”, “Yinhe Radyosu”, kablo televizyonu “Aile Sağlığı” kanalı, “Çin Radyo Gazetesi”, “Çin Radyo” dergisi yayını yapmaktadır. CNR bu arada, “Merkez Radyosu Basın Geliştirme Genel Şirketi” ve “Çin Radyosu Görsel-İşitsel Yayınevi”ni kurmuştur.

CNR’nin ülkenin çeşitli eyaletleri, özerk bölgeleri ve merkeze doğrudan bağlı kentleri ile Hong Kong ve Makao yerlerde 39 temsilciliği bulunmaktadır. Tayvan bölgesinde de muhabiri vardır. Aynı zamanda dünyada Çince yayın yapan radyo kuruluşlarıyla Küresel Çince Radyo İşbirliği Web Sitesi oluşturan CNR, dünyadaki çok sayıda ülke ve bölgedeki başlıca radyo kuruluşlarıyla kapsamlı mesleki işbirliği ilişkileri kurmuştur.

CNR, kıdemli editör, kıdemli muhabir, kıdemli spiker, üst düzey mühendis gibi yetenekli elemanların en çok bulunduğu radyodur. Üstün program yapım kabiliyetine sahip elemanların hazırladıkları programlar birçok kez “Asya-Pasifik Okyanus Radyo Birliği Ödülü” ve “Berlin Gelecek Ödülü” kazanmıştır.⁵⁶

Çin Uluslararası Radyosu (CRI); Çin’in ana kesiminde devlet düzeyinde yabancı dilde radyo yayını yapan ve “Çin Devlet Basın, Yayın, Radyo, Flim ve Televizyon Genel Müdürlüğü”ne bağlı olan Çin Uluslararası Radyosu (CRI: China Radio International; daha önce “Pekin Radyosu” olarak bilinmekteydi) bütün dünyaya 64 dille, günde 2 bin saati aşkın yayın yapmaktadır. Radyo programları genellikle haber, uluslararası konulara ilişkin yorumlar, Çin’e ilişkin özel programlar ve eğlence programlarından oluşmaktadır. Muhabirleri Tokyo, Bangkok, Ankara, İslamabat, New Delhi, Belgrad, Paris, Mexico, Washington, New York, Bonn, Moskova, Kahire, Harare, Sidney, Buenos Aires, Brüksel, Nairobi ve Hong Kong’da bulunmaktadır. 54 yabancı radyo istasyonu ile program

⁵⁶ 中国中央广播电台（China National Radio），Main Page, <http://www.cnr.cn/>, (Çevrimiçi), 23 Nisan 2016.

yayın ilişkisi ve 16 yabancı radyo istasyonuyla uydu üzerinden program yayını anlaşması bulunmaktadır.

1940'lı yılların başlarında Çin halkının Japon saldırganlara karşı verdiği direniş savaşının zafer kazanması için o zamanlar ÇKP Merkez Komitesi'nin bulunduğu, Çin'in kuzeybatısındaki Yenan'da, ÇKP tarafından “Yenan Xinhua Radyosu” kuruldu.

Radyo 3 Aralık 1941 günü savaş için Çin'e gelen Japon saldırganlara karşı Japonca yayın yapmaya başladı. Radyonun ilk spikeri Çin'de yaşayan ve savaşa karşı çıkan Hara Kiyoshi adlı bir Japon'du. O gün, Çin Uluslararası Radyosu'nun kuruluş günü olarak kabul edildi. O zamanlar stüdyonun çok basit bir mağara olması ve verici gücünün sadece 300 wattı bulmasına rağmen, radyo o günden itibaren Çin'den yabancı dinleyicilere yabancı dilde yayın yapmaya başladı.

Japon saldırganlara karşı direniş savaşının zafere ulaşmasından sonra “Yenan Xinhua Radyosu”, 1947 yılında İngilizce yayın yapmaya başladı. Günümüzde de Çin Uluslararası Radyosu'nun İngilizce Servisi'nin programları dünyanın her köşesine ulaşmaktadır. ÇHC'nin kurulmasından birkaç ay önce, Haziran 1949'da Pekin'e taşınan Çin Uluslararası Radyosu, Çince yayınlara da başladı. Radyo, Chaozhou, Kanton ve Minnan lehçeleriyle Çin'in güneyine ve Güney-Doğu Asya'ya yayın yapmaktadır. 1949 yılında ÇHC'nin kuruluş töreninde spiker Bayan Ding Yilan, Tian'anmen Kulesi'nden canlı yayın sundu. Bayan Ding, daha sonra Çin Uluslararası Radyosu Genel Müdürü oldu (Makamının Çincedeki sözcük anlamı “başkan”dır).

Çin'de 1970'li yılların sonlarında reform ve dışa açılma siyasetinin uygulanmaya başlaması, Çin Uluslararası Radyosu'nun gelişmesine elverişli koşullar sağladı. Radyo Genel Müdürü Ding'in başkanlığındaki heyet, ABD ve Almanya ile bazı Güney Amerika ülkelerinde incelemelerde bulunarak yurtdışında radyo temsilciliği kurulması için hazırlık yaptı. İletişim teknolojisinin sürekli yenilenmesiyle birlikte, Çin Uluslararası Radyosu, Şubat 2006'da Nairobi'de ilk FM radyosunu kurdu. Bu, Çin Uluslararası Radyosu'nun yurtdışında yerelleştirme çalışmaları kapsamında kurduğu ilk FM radyosu olmuştur.

Çin Uluslararası Radyosu'nun 1 Haziran 2011'e kadar yurtdışında kurduğu FM radyolarının sayısı 60'ı buldu. Bu radyolar günde yaklaşık 1200 saat yayın yapıyor. Böylece yabancı dinleyicilerin Çin hakkında bilgi alma ihtiyaçları karşılanıyor.

Çin Uluslararası Radyosu 2011 yılının başlarında, Çin Uluslararası Yayın Ağı'nı (CIBN: *China International Broadcasting Network*) kurdu. CIBN, CRI'nin interaktif sesli ve görüntülü yayıncılık, kaynak paylaşımı ve dil çeşitliliği avantajlarından yararlanan, internet televizyonu, mobil telefonla izlenebilen radyo ve televizyon yayınları ve multimedya mobil yayınları gibi yeni medya alanlarını kapsayan dev bir medya grubudur.⁵⁷

3 Aralık 1941'de Yenan'daki mağaradan ilk yayına başlayan Çin Uluslararası Radyosu, kuruluşundan bu yana geçen süre içinde yurtdışında radyo istasyonu kurma çalışmalarına son yıllarda daha hız verdi. Böylece radyoda 64 farklı dilde ayrı servisler yer aldı. Her serviste yurtdışından davet edilen yabancı uzmanlar da dâhil olmak üzere 20'den fazla kişi çalışmaktadır. Çalışanların çoğu Yabancı Diller Üniversitesi mezunudur. Çalışanlar dil düzeylerine göre zaman içinde “başlangıç aşamasındaki çevirmen” ve “orta düzey çevirmen”, “başlangıç aşamasında spiker” ve “orta düzey spiker” unvanları almaktadır. Bunun ardından Türkçeye “kalfa” veya “doçent” olarak çevrilebilecek bir unvan alınabilmektedir. Daha sonra konuşma, yazma, çevirmenlik ve spikerlik ile çalışma durumuna göre en üst düzey yetkinlik anlamına gelen ve “üstat” veya “profesör” terimlerine denk gelen bir unvan verilmektedir. Bu unvan çalışanların çalışma durumu, dil düzeyleri ve belirli yeteneklerinin yanı sıra yıllar içinde çalışma alanına yaptığı katkıları, devlet düzeyindeki akademik dergi ve gazetelerde mesleğiyle ilgili olarak yayınladıkları tezlere göre verilir. Personel, genellikle yabancı dil eğitiminin yanı sıra temel düzeyde gazetecilik eğitimi de alır.⁵⁸

Radyo yönetimi çalışanları, öğrendikleri dilin konuşulduğu ülkeyi yakından tanımları, kültürü ve tarihi hakkında bilgi edinmeleri, gelenek ve göreneklerini

⁵⁷ Türkçe Servisi, **ChinaRadio International**, <http://turkish.cri.cn/105/2007/08/01/1@76389.htm>, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

⁵⁸ Cho Jeong, “China's soft power: Discussions, resources, and prospects”, **Asian Survey**, 2008, May-June, Issue 48, No 3, pp. 453-472.

öğrenmeleri, basınıyla tanışmaları, yabancı dil seviyesini daha da geliştirmeleri için o ülkeye 8-12 aylık bir süreyle eğitime göndermektedir. Bu, çalışanların yabancı dil seviyesini daha arttırmalarına olanak sağlamaktadır. Yabancı dil seviyesini kitap çevirisi yapabilir düzeyde geliştirenler, öğrendikleri dilde yazılmış önemli edebi eserleri Çinceye çevirir. Örneğin, Nobel Ödüllü Türk edebiyatçısı Orhan Pamuk'un "Masumiyet Müzesi" romanı profesör unvanına sahip bir radyo çalışanı tarafından Çinceye çevrilmiştir. Bu tür örneklerle radyonun çeşitli servislerinde sık sık rastlanabilmektedir.

Yıllarca süren çabalarla günümüzde CRI'nin dünyadaki çeşitli ülke ve bölgelere yaptığı yayınların dil sayısı 64'e, günlük yayın süresi 2 bin saate ulaşırken, dünya çapındaki temsilcilik sayısı da 32'yi bulmuştur.

Kısa dalgadan yabancı ülkelerde yayın saatleri kiralayarak yayın yapan CRI, şimdi internet üzerinden uluslararası iletişim yapmaktadır. Böylece CRI'nin "dünyada en çok dille yayın yapan uluslararası basın kuruluşu" statüsü pekiştirilmiştir.⁵⁹

Çin Uluslararası Radyosu'na bağlı CRI Online sitesi tarafından her yıl düzenlenen "Çin Kentleri Sıralaması" etkinlikleri dünyanın Çin kentlerini tanımasını sağlamıştır. 2010 yılından bu yana, etkinlik, "Çin'in Ünlü Turizm Kentleri" , "Çin'in Ünlü Kültür Kentleri" ve "Çin'in Ünlü Yaratıcı Kentleri" başlıkları altında yapılmıştır.

2013 yılında "Küresel İnternet Kullanıcılarının Beğendikleri Çin'in Ünlü Ekolojik Kentleri" etkinliği yapılmıştır. Çin Devlet Konseyi Basın Ofisi, Çin Kültür Bakanlığı, Çin Çevre Koruma Bakanlığı ve Çin Devlet Turizm Müdürlüğü'nce yönlendirilecek etkinlik Çin Uluslararası Radyosu'na bağlı CRI Online tarafından Çince, İngilizce, Korece, Malayca, Türkçe, Arapça, Rusça, Almanca, Fransızca ve İspanyolca olmak üzere 11 dilde yayın yapan internet sitelerinde yayınlanmıştır.

⁵⁹ Danielly Silva Ramos Becard, Paulo Menechelli Filho, "Chinese Cultural Diplomacy: instruments in China's strategy for international insertion in the 21st Century", **Revista Brasileira de Política Internacional**, 2019 April, Vol 62, No 1, https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-73292019000100205&script=sci_arttext , (Çevrimiçi), 7 Haziran 2019.

Çin'deki ekolojik kentlerinin durumu ve gelişme anlayışı resim, makale, ses ve video yollarıyla tanıtılacaktır. Bunun yanı sıra, Çinli ve yabancı internet kullanıcıları arasındaki etkileşim ve iletişimin sağlanması amacıyla CRI'nin Çince ve diğer yabancı dillerde yayın yapan internet sitelerinde mesaj yoluyla oylama ve yorum yapma imkânı sağlanacaktır.

"2013 Çin Kentleri Sıralaması-Küresel İnternet Kullanıcılarının Beğendikleri Çin'in Ünlü Ekolojik Kentleri " etkinliği için 3 Mayıs-31 Temmuz tarihleri arasında farklı dillerde tanıtım yapılacak ve oy verilecektir. Etkinlik kapsamında CRI Online yerli ve yabancı basın kuruluşlarıyla birlikte etkinliğe katılan kentlere gidip incelemede bulunarak kentlerin gerçek ekolojik durumlarını küresel internet kullanıcılarına tanıtacaktır.

2013 yılının Eylül ayı sonunda CRI Online, "2013 Çin Kentleri Sıralaması" etkinliğinin ödül törenini düzenlemiştir. Törene Çin'deki büyükelçiler, yabancı gazeteciler de katılıp Çin'in Ünlü Ekolojik Kentleri'ni tanıtmıştır.

Çin'de devlet düzeyinde yurtdışına yayın yapan tek yayın kuruluşu olan CRI, Çin'in yabancı ülkelerle olan ilişkilerinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. CRI dış yayın yoluyla bir yandan Çin'in başka ülkelerde tanınmasında katkı yaparken, diğer yandan da yayın yapılan ülkenin Çin'de tanınmasına olanak sağlamaktadır. Aynı zaman Çin'in yabancı ülkelerle olan ikili ilişkilerinin geliştirilmesinde bir önemli köprü rolü oynamaktadır.⁶⁰

Çin Uluslararası Radyosu Türkçe Servisi; 21 Ekim 1957'de yayın hayatına başlayan Çin Uluslararası Radyosu Türkçe Servisi, Çinli ve Türk görevlilerin çabalarıyla, radyo, gazete ve internet aracılığıyla yayın yapmaktadır. Başta Türkiye Cumhuriyeti olmak üzere komşu ülkelerde ve Orta Asya bölgesinde Türkçe konuşan dinleyicilere hitap eden Türkçe Servisi, başlangıç döneminde günde iki kez yarımşar saat yapıyordu. Yayının yapısı da oldukça basitti. Haberler, Uygurların toplu halde yaşadığı Sincan bölgesine özgü müzik ve şarkılar ile klasik Türk müziğinden oluşan yayınlara, zamanla haber-yorum ve Çin'i tanıtan programlar da eklendi. İlk yıllar, Türkçe Servisi için zorlu bir

⁶⁰ Bonnie S. Glaser, Melissa E. Murphy, "Soft Power with Chinese Characteristics." In **Chinese Soft Power and Its Implications for the U.S.**, ed.Carola McGiffert, Washington, D.C.: Center for Strategic and International Studies, 2009, pp. 10-26.

dönemdi. Çünkü Çin'de Türkçe bilen pek bulunmaması nedeniyle yayınlar, tamamen yabancılar tarafından gerçekleştiriliyordu. Bu durum, Çin Halk Cumhuriyeti yönetiminin dikkatini çekti. Dönemin Çin Başbakanı Zhou Enlai, o zamanki adıyla Pekin Radyosu olan Çin Uluslararası Radyosu Türkçe Servisi'nde, en kısa sürede yerli spiker ve yayıncı kadrosu oluşturulması için bizzat talimat verdi. Bu talimat üzerine Türkçe bilen Çinli kadro oluşturma çalışmalarına hız verildi. Bunu izleyen yıllarda Türkçe eğitimini tamamlayıp Pekin Radyosu'na giren Çinli sayısı giderek arttı ve çeviri, redaktörlük ve sunuculuk dâhil dış yayıncılığın bütün görevlerini yerine getirebilen bir yerli kadro oluşturuldu.⁶¹

Çin Halk Cumhuriyeti ve Türkiye Cumhuriyeti arasında 1971'de diplomatik ilişkilerin kurulması ve özellikle Çin'de 1978'de reform ve dışa açılma uygulamalarının başlatılmasıyla birlikte, Çin ve Türk halkları arasındaki karşılıklı anlayışı artırma ve dostluğu geliştirme görevleriyle donatılan Pekin Radyosu Türkçe Servisi, hızlı bir gelişme dönemine girdi. Türkçe Servisi'nin yayıncı kadrosu, giderek genişleyerek 20 kişiyi aştı. Yayınlarda hem biçim, hem de içerik bakımından önemli değişiklikler oldu. Türkçe Servisi'nin yayınlarında, Çin'in her yönünü kapsayan programlar ve önemli olaylarla ilgili özel yayınlar düzenli olarak yer almaya başladı.⁶²

Çin ile Türkiye arasında 1980'li yıllarda hız kazanan siyasi, ekonomik, ticari ve kültürel mübadelelerle birlikte, iki ülke arasında devlet liderleri başta olmak üzere, yoğun karşılıklı ziyaretler gerçekleştirildi. Bu dönemde özellikle Pekin Radyosu Türkçe Servisi muhabir ve yapımcılarının hazırladıkları çok sayıdaki röportaj ve benzeri programlar, Türk izleyiciler arasında büyük ilgi gördü; dinleyicilerden gelen mektup sayısında da hızlı bir artış oldu. Nitekim başlangıçta dinleyicilerden yılda yalnızca birkaç mektup alan Türkçe Servisi, 1970'li yılların sonunda yılda 117, 1987'de 801 alırken 1988'de 1609 mektup aldı. 2000'li yıllarda ise sadece mektup değil, yaygınlaşan elektronik haberleşme araçlarıyla

⁶¹ Yiwei Wang, "Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power", **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, , 2008, Vol 616, pp. 257-273.

⁶² Veli Boztepe, "Bir Yumuşak Güç Kaynağı Olarak Türkiye'deki Çin Medyası", **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl: 2016, Cilt 16, Sayı 4, ss. 93-109.

sayılamayacak kadar çoğaldı. Bütün bu yıllar boyunca Türkçe Servisi'nin yayınlarını düzenli olarak izleyen bir dinleyici kitlesi oluştu.

İnternet, hızlı ve kolay bilgi erişimini sağlayan yeni bir iletişim aracı olarak, son yıllarda giderek yaygınlaştı ve insanların bilgi edinmek ve iletişim sağlamak için başvurduğu başlıca araç haline geldi. Buna uygun olarak Çin Uluslararası Radyosu Türkçe Servisi'nin web sitesi, 28 Aralık 2003 tarihinde yayın hayatına başladı. Günlük haberler ve haber-yorumların yanı sıra kültürel, ekonomik, toplumsal bilgiler ile çevrimiçi Çince öğretimi de veren CRI Türkçe sitesi, sesli olarak da izlenmekte ve izleyicilere anında yorum gönderme imkânı sağlamaktadır. Başta Türkiye olmak üzere, Türkçe kullanan bütün izleyicilere hitap eden CRI Türkçe Sitesi, 10 yıla yakın bir gelişme sürecinin sonucunda, Çin'in sanal ortamda Türk izleyicilere açılan başlıca penceresi haline geldi. İzleyicilerden giderek daha çok ilgi gören CRI Türkçe Sitesi, aynı zamanda Türk izleyicilerin dünyaya farklı bir açıdan bakmasına da imkân sağlamaktadır.⁶³

Çin'in kalkınma yolunda kaydettiği hızlı gelişmelerle birlikte, tüm dünyada Çin'i daha yakından tanıma arzusu da giderek yoğunlaştı. Türk izleyicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için Çin Uluslararası Radyosu Türkçe yayınlarının içeriği ve biçiminde daha büyük değişimler görüldü. Daha önce günde yarım saatten dört kez verilen Türkçe yayınlarının süresi, Kasım 2004'te günde bir saate çıkarıldı. Yayın süresinin uzamasıyla birlikte içeriği de zenginleşti. Bir saatlik yayını, 15 dakika süren haber bülteni ve 10 dakika süren haber-yorum programının yanı sıra, çeşitli kuşak programları da içerir.

Çin Uluslararası Radyosu, günde 3 kez FM 96.6 İstanbul-Yön Radyosu ve FM 108.0 Ankara-Radyo Özgür aracılığı ile yayın yapıyor. Bazı programlar ise internet üzerinden indirilerek de dinlenebilmektedir. Keza İstanbul'da Radyo Mega da Çinli ortağıyla birlikte hazırladıkları programları gününü belli bölümlerinde Türk dinleyicilere sunmaktadır.

Radyo ve internet yayınlarının yanı sıra CRI Türkçe Servisi, 31 Haziran 2006'da ilk kez Türkçe bir gazete çıkardı. "Yeni İpek Yolu" adı verilen bu gazete,

⁶³ “Çin Uluslararası Radyosu 75 yaşında”, **Aydınlık**, <https://www.aydinlik.com.tr/medya/2016-aralik/cin-uluslararasi-radyosu-75-yasinda>, (Çevrimiçi), 4 Aralık 2016.

izleyicilerle kurulan yeni bir iletişim kanalı olarak radyo ve internet yayınlarında yer verilemediği, ancak izleyicilerin merak ettiği konulara daha geniş yer veriyor, izleyicilerin birbirleriyle iletişim kurmasına da imkân tanıyor. Altı ayda bir çıkarılması planlanan gazete, izleyicilerden gelen yoğun ilgi ve talep üzerine üç ayda bir çıkarılmaya başladı.⁶⁴

"Bilişim Çağında Yeni İpek Yolu" oluşturmayı tarihi bir görev olarak gören CRI, Türkçe servisinin yoğun çabaları sayesinde, 20 Aralık 2011'de Çince ve Türkçe olarak iki dilde hazırlanan "Çin-Türkiye Kültür ve Turizm Portalı: Silktrek.com" sitesini açtı. CRI tarafından oluşturulan Çin Uluslararası Yayın Ağı'nın (CIBN) önemli bir ayağı olma özelliğini taşıyan "Çin-Türkiye Kültür ve Turizm Portalı" (Türkçe adresi: www.silktrek.com, Çince adresi: www.silktrek.com.cn), Çin ile Türkiye arasındaki dostluk, iletişim ve işbirliğini pekiştirmeyi amaçlıyor. Silktrek.com, Çince ve Türkçe versiyonlarındaki yazılı, görsel ve işitsel içerikle iki ülkenin uzun geçmişe dayanan geleneksel kültürlerini ve zengin turizm kaynaklarını tanıtan, güvenilir kültür ve turizm bilgileri sunan bir internet sitesidir. Silktrek.com'un Türkçe versiyonu, 15 Nisan 2010 tarihinde İstanbul'da düzenlenen törenle hizmete girmiştir. Gelecekte de geçmişte olduğu gibi Çin ile Türkiye arasındaki ilişkilerin yoğunlaştırılması için katkıda bulunmaya devam edecek olan Silktrek.com, iki halk arasında kurulan yeni bir iletişim köprüsü olma özelliği taşıyor.⁶⁵

58 yıl süren çabaların sonucunda CRI Türkçe Servisi, bugün güçlü bir yayın kadrosuna sahip oldu. Bu kadroda yer alan elemanlar, cumhurbaşkanı düzeyindeki heyetler dâhil olmak üzere zaman zaman Çin'e gelen Türk heyetlerine veya Türkiye'ye giden Çin heyetlerine tercümanlık hizmeti de vererek, Çin-Türkiye dostluğuna büyük katkı sağlamaktadır.⁶⁶

⁶⁴ Silktrek.com'un Çince versiyonu yayında, **Çin Halk Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği Resmi Sitesi**, <http://tr.china-embassy.org/tur/xwtd/t889342.htm>, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

⁶⁵ A.e.

⁶⁶ A.e.

3.9. Kitaplar ve süreli yayınlar

Kâğıt ve baskıyı ilk icat eden ülke olan Çin'de bulunmuştur kitap yayıncılığı uzun bir geçmişe sahiptir. Qing Hanedanının 1911'de yıkılmasına kadar Çin'de 181 bin 700 kitap başlığı, 2 milyon 367 bin wuan (fasikül) halinde basılmıştır.

1950'lerin başında Merkezi Hükümet, bütün ülkede kitap basılmasını idare etmek üzere Basım İdaresi'ni kurmuştur. Bundan kısa bir süre sonra merkezi düzeyde, eyalet ve eşdeğeri düzeyde yayınevlerinin yanı sıra merkezi idarelerin denetimindeki kuruluşların işlettiği yayınevleri oluşturulmuştur.⁶⁷

1980'lerle birlikte kitap ve dergi basan yayınevleri mantar gibi çoğalmıştır. Günümüzde Çin'de 1995 yılında toplam 6 milyar 320 milyon adet basılan 101 bin kitabın ve toplam 2 milyar 340 milyon tirajlı 7 bin 583 derginin basımını gerçekleştiren 563 yayınevi bulunmaktadır.⁶⁸

Çin'deki yayınevlerinin birçoğu, belirli alanlarda uzmanlaşmaktadır. Merkezi düzeydeki büyük yayınevleri arasında politika, felsefe, ekonomi, tarih ve uluslararası konulardaki belge ve eserlerle akademik tezleri yayınlayan Halk Yayınevi; Çinli ve yabancı edebiyatçıların önemli eserlerini ve edebiyat kuramı konusundaki eserleri yayınlayan Halk Edebiyat Yayınevi; eski dönem Çin kitaplarını yeniden basan Çin Kitap Şirketi; felsefe ve sosyal bilimler ve referans kitaplarının Çince'ye ve öteki dillere çevirilerini yayınlayan Ticari Basımevi; Çin Ansiklopedisi ve Çin Ansiklopedik yıllığını yayınlayan Çin Ansiklopedisi Basımevi; güzel sanatlar ve fotoğraf albümlerini, sanat konusundaki eserleri, resim teknikleri konusundaki kitapları, yeni yıl resimlerini ve resimli hikâye kitaplarını basan Halk Güzel Sanatlar Yayınevi; modern ve geleneksel Çin sözlü ve enstrümantal müziği konusundaki kitapları, yabancı müzik eserlerini, müzik konusundaki çevirileri ve yazıları yayınlayan Halk Müzik Yayınevi; kültür eserleri ve arkeolojik kazılara ilişkin yazıları ve albümleri yayınlayan Kültürel

⁶⁷ Introduction, China Book International, <http://app.chinabookinternational.org/?app=press&controller=index&action=index&pressid=1569> , (Çevrimiçi), 17 Nisan 2016.

⁶⁸ Hannah Johanson, "Why China's Children's Book Industry Is Growing So Fast", **Publishing Perspectives**, <https://publishingperspectives.com/2018/03/why-chinas-childrens-book-industry-is-growing-so-fast/>, (Çevrimiçi), 18 Mart 2018.

Eserler Yayınevi; görme engelliler için Braille alfabesiyle kitaplar yayınlayan Çin Kabartmalı Kitaplar Yayınevi; geleneksel suluboya blok baskı yöntemleri kullanarak eski resimlerin ve elyazmalarının röprodüksiyonlarını basan Muhteşem Hazine Stüdyosu ve genellikle BM kuruluşları için kitap derleyen, çeviren ve yayınlayan Çin Yabancı Çeviriler Yayınevi bulunmaktadır.⁶⁹

Bunlara ilave olarak merkezi makamların denetimindeki çeşitli kuruluşların idare ettiği çok sayıdaki yayınevi, bilim, sosyal bilimler, kömür madenciliği, haberleşme, metalürji, mimari, hafif sanayi, tarım, jeoloji, sağlık, spor ve haritacılık gibi uzmanlık alanlarında kitap ve eserlerin basımının gerçekleştirmektedir.⁷⁰

İşçiler, askerler, gençlik, çocuklar, kadınlar, ulusal azınlıklar ve üniversite öğrencileri gibi farklı türdeki okuyucuların beğenisine hitap eden başka yayınevleri de kurulmuştur. Yabancı dillerdeki kitaplar ve dergiler, yedi kitap yayıncısı ve altı dergi yayıncısı tarafından çevrilmekte ve basılmaktadır: Birçok dilde (İngilizce, Fransızca, Almanca, Rusça, İspanyolca, Japonca, Arapça, Portekizce ve İtalyanca dâhil) Çin politikası, ekonomisi, hukuk sistemi, kültürü, eğitimi, dilbilimi, edebiyatı, sanatı, tarihi, coğrafyası, tıbbi ve sağlık sistemine ilişkin kitaplar yanı sıra resimli albümler ve sözlükler yayınlayan Yabancı Diller Yayınevi; İngilizce, Fransızca, İspanyolca, Almanca, Japonca, Rusça ve Arapça dillerinde çocuk kitapları ve resimli albümler yayınlayan Dolphin Books; ders kitapları, referans kitapları, öğretmen kitapları, tamamlayıcı okuma malzemeleri ve işitsel malzemeler de dâhil olmak üzere Çince eğitim malzemelerini yayınlayan Sinolingua; politika, ekonomi, toplum, tarih, kültür ve sanat konularında yabancı ve Çinli yazarların kitaplarını ve resimli albümlerini Çince ve yabancı dillerde yayınlayan New World Press.

⁶⁹ An Introduction to China Translation & Publishing House, **China Translation & Publishing House**, <http://english.ctph.com.cn/contents/1>, (Çevrimiçi), 25 Mart 2018.

⁷⁰ Introduction, China Book International, <http://app.chinabookinternational.org/?app=press&controller=index&action=index&pressid=1569>, (Çevrimiçi), 17 Nisan 2016.

3.10. Çin medyasında dergicilik

Çin medyasının radyo yayıncılığından sonra dış dünyaya en çok gönderdiği yayın, dergidir. Bu bakımdan Çin basınında dergicilik çalışmalarına daha yakından bakmak yararlı olacaktır.⁷¹

Tarihte kâğıdı ve baskı tekniğini ilk bulan ülke olarak tanınan Çin, aynı zamanda süreli yayınların ilk basıldığı ülkedir. 1 milyar 400 milyonu bulan nüfusuyla yayıncılık alanında belli başlı ülkelerden biri olan Çin, 2013 yılında İstanbul Kitap Fuarı'nın onur konuğu olmuştur.

Uluslararası Süreli Yayınlar Federasyonu tarafından iki yılda bir düzenlenen Dünya Basın Kongresi, bu yıl Çin'in başkenti Pekin'de yapılacaktır. Japonya'nın başkenti Tokyo 10 yıl önce Kongreye ev sahipliği yapan ilk Asya ülkesi olmuştur. Uluslararası Süreli Yayınlar Federasyonu, bu alanda dünyadaki belli başlı dergi yayıncılarını bir araya getiren bir kuruluş. Kuruluşa ulusal ve bölgesel çapta yayın yapan dergiler de üye olabiliyor.⁷²

Kongrenin toplanmasına bir ay kala, yazarının çalıştığı kurum olan Çin Uluslararası Radyosu'na (CRI) bir demeç veren Organizasyon Komitesi İcra Sekreteri Zhang Bohai, toplantının Çin'de yapılacaktır olmasının dünyanın Çin dergiciliğine verdiği önemi gösterdiğini söylemiştir.

Gerçekten de bütün dünyada yayıncıların ilgisini çeken Çin yayıncıları bu alanda önde gelen ülkelerdeki kuruluşlarla çeşitli düzeylerde işbirliği arayışı içindedir. Çin yayıncılığının özel bir alanı olan dergicilik de bu ilgiden nasibini almakta ve son yıllarda yabancı dergilerin de Çince olarak yayınlandığı görülmektedir.

Çin'de yayıncılığı, ülke tarihindeki önemli gelişmelerle yakından ilişkilidir. Genel olarak yayıncılık Çin toplumsal yaşamının tarihsel karakteristikleriyle paralel olarak gelişmiştir.

⁷¹ Xin Zhao, "A review on China's soft power projection through its transnational media institutions: Conveying discourse of economic responsibilities in media 'going-out'", **New Directions in Media Research**, 2015, Volume 1, Issue 1, pp. 27-39.

⁷² A.e.

ÇHC'nin kurulduğu 1949'a kadar ülkedeki ekonomik yaşam hemen hemen tamamen çöküş içindeydi. Buna bağlı olarak canlı bir yayıncılık hayatı da yoktu. O nedenle Çin yayıncılığı ülkede çok sınırlı bir rol oynayabiliyordu. Belli başlı aydın grupları arasında etkisi olan yayıncılık toplumun geniş kesimlerine ulaşamıyordu. Yayınlanan nispeten az sayıdaki dergiler arasında siyasal konulara ağırlık verenler önde geliyordu. Bunların önemli bir bölümü çeşitli siyasal çevreler tarafından illegal olarak yayınlanıyor ve sınırlı sayıda okuyucuya ulaşyordu. Edebiyat dergileri daha rahat bir yaşama alanı bulsa bile bunlar da uzun ömürlü olamıyor ve yine fazla tiraja ulaşamıyordu. Hemen hemen yalnızca öğrencilere hitap eden ve biraz daha fazla ilgi gören gençlik dergileri de saydığımız iki kategori içinde değerlendirilebilir. Buna rağmen o dönemde siyasal gelişmelerde en aktif kesim olan aydınlar arasında dergilerin belirli bir rol oynadığı söylenebilir.

Çin Halk Cumhuriyeti'nin kurulmasından sonra başlatılan toplumsal dönüşüme paralel olarak girilen kültür ve eğitim reformları ülkede çok sayıda yeni derginin de yayın hayatına girmesi sonucunu doğurdu. Ekonomik ve toplumsal yaşam dışı kapalı olmakla birlikte ekonomi yavaş ve güç de olsa toparlanmaya başlamadı. Bu da devlet eliyle yayınevleri kurulmasına imkân sağladı. Çin yazısının basitleştirilmesiyle ve okur-yazarlığın yaygınlaşmasıyla yayınlar da daha geniş kesimlere ulaşmaya başlamıştır. Bu dönemde yayıncılığın bütün dallarında olduğu gibi dergicilikte de ÇKP tarafından belirlenen politikalar etkili oldu. Dergilerin belli bir kesimi genel okuyucuya hitap ederken, önemli bir bölümü de meslek kuruluşları tarafından yayınlanıyordu. (Bu durum kısmen devam etmektedir.) Sözü edilen dönemde ülkede planlı ekonomi anlayışı hâkim model olduğu için yayıncılığın diğer alanlarında olduğu gibi dergicilikte de piyasa kuralları dikkate alınmıyordu. Yayınlar devlet tarafından finanse edildiği için ve kârlılık gereği gözetilmiyordu.

1979 yılında başlatılan ekonomik reformlar ve dışı açılma politikası meyvelerini vermeye başladıkça yayıncılıkta da önemli bir canlanma görülmeye başlamıştır. Bunun sonucunda yavaş yavaş özel yayınevleri kurulmaya başlanmış, bunlar kitap yayıncılığı gibi dergicilik alanına da el atmışlardır.

Bu değişimi kıyaslamalı olarak ortaya koyabilmek için Çin basınındaki değişime ilişkin bazı sayılar vermek yararlı olacaktır.

Reformların başladığı 1979 yılından önce Çin’de gazete yayınları ve yayınevlerinin toplam sayısı 250’yi aşarken, aynı yıl reklamdan elde edilen gelir 15 milyon yuana buluyordu. Günümüzde ise yayınevlerinin toplam sayısı 2 bine ulaşırken, 2007 yılında reklamdan elde edilen gelir 17 milyon 410 bin yuana ulaşmıştır. Bunlar arasında televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi geleneksel medyalarda yayınlanan reklamlardan elde edilen gelir 8 milyar 600 milyon yuana aşmıştır. Bu miktarın yüzde 20’sinin dergiciliğe gittiği tahmin edilmektedir.⁷³

1978 yılında gazete dışında yayın yapan yayınevlerinin sayısı 105’i, yayınladıkları dergi sayısı 930 idi. 2007 yılının sonuna gelindiğinde yayınevlerinin sayısı 578’e, yayınladıkları dergi sayısı ise 9 bin 468 çeşidi bulurken, toplam tiraj 3 milyar 500 milyondan 6 milyar 293 milyona ulaşmıştır.

Çin’in çok büyük bir nüfusa sahip olması, başka ülkelerle kıyaslandığında tirajların çok yüksek olması sonucunu doğurmaktadır. Buna rağmen, Çin’de kişi başına düzen dergi sayısı, bu alanda dünyada önde gelen ülkelerin epey gerisindedir. Yayıncılığa özel sektörün de girmesi ve yabancı kuruluşlarla işbirliği yapılmasına rağmen bu alanda hâlâ devletin ve ÇKP’nin belirleyici olduğu görölmektedir.⁷⁴

3.10.1. Yeni yüzyılda Çin basını ve dergiciliği

Reform ve dışa açılma politikalarının hayata geçirildiği ilk dönemlerde medya grubu kurma bilinci hiç yoktu. ÇKP Merkez Komitesi’nin 1992 yılının sonunda yapılan toplantısında “sosyalist piyasa ekonomisi sistemi” oluşturulması kavramı belirlendi ve “Çin’e özgü sosyalizm” yeni bir aşamaya girdi.

2000’li yılların başında Çin dergiciliğinde öne çıkmış kurumların yaptıkları değerlendirmelerde, ülkenin bu alanda gelişmiş ülkelerin gerisinde kaldığına dikkat çekilerek “Çin’in ekonomik düzeyi bu ülkelerinkine çıkmadığa

⁷³ China Academic Journals Full-text Database, <http://eng.oversea.cnki.net/kns55/brief/result.aspx?dbPrefix=CJFD>, (Çevrimiçi), 25 Mart 2018.

⁷⁴ David Cyranoski, “China splashes millions on hundreds of home-grown journals”, **Nature**, <https://www.nature.com/articles/d41586-019-03770-3>, (Çevrimiçi), 11 Aralık 2019.

dergicilikte de aynı tirajlara çıkmak mümkün olmayacaktır” belirlemesi yapılıyor ve izleyen on yıl boyunca atılması gereken adımlara işaret ediliyordu. Aradan geçen on yılı aşkın süre içinde Çin, Gayrisafi Yurtiçi Hasıla’da Japonya’yı geride bırakarak ABD’nin ardından ikinci sıraya yerleşti. Ekonomi açısından değerlendirildiğinde, 2008 yılında dünya çapında patlak veren krize rağmen Çin’in binyılın başında beşer yıllık planlar halinde belirlediği hedeflerine ulaştığı söylenebilir. Dergicilik alanına bakıldığında da yine günümüzdeki gelişmelerin 2000’li yılların başında belirlenen yönelimin ürünü olduğu görülüyor.⁷⁵

Çin hükümetine bağlı başlıca kuruluşlar son gelişmelere göre, 2005 yılında medya endüstrisi kategorisi ve yapısına ilişkin yeni bir tanımlama getirdi. Yeni tanımlamaya göre, Çin medya endüstrisi sektör olarak basım, gazete, dergi, yayıncılık hizmetleri, televizyon, radyo, film, yeni medya, reklam ve basın hizmetleri gibi 10 kategoriyi kapsamaktadır.

Bu yönelimin belli başlı özellikleri neydi? Dergicilik konularının ele alındığı mesleki yayınlarda 2000’li yılların başlarında büyük çaplı yayıncılık kuruluşlarının oluşturulmasının önemime yapılan özel vurgu dikkat çekiyordu. Dergiciliğin, ekonomiye ayak uydurması gereğinden söz ediliyor, yayıncılar devlet finansmanının getirdiği rahatlığı terk ederek kârlılık esasına göre çalışmaya teşvik ediliyordu. Piyasa ekonomisinin hâkim olmadığı koşullarda şirketlerin dergilere reklam verme gereği hissetmedikleri, fakat ekonomi piyasa kurallarına göre işlemeye başladıkça bu alanda da canlanma olduğu hatırlatılarak devlet desteğine bağlı kalınmadan da dinamik yayıncılık yapma imkânlarının arttığı belirtiliyordu. Genel kamuoyuna hitap eden dergilerden beklenen reklam ve satış gelirlerini arttırmalarıydı.⁷⁶

Bunların yanı sıra, zamanla yabancı ülkelerdeki yayıncılık kuruluşlarıyla işbirlikleri geliştirilmiş, bazı yabancı dergilerin Çincesi bu ülkede de yayınlanır olmuştur. Keza yabancı dillerde yayınlanan Çin dergileri de hem daha çok dilde çıkar olmuş, hem de Çin dışında yayınlanmaya başlamıştır. Örneğin son yıllarda

⁷⁵ A.e.

⁷⁶ “Çin Kitle İletişimi”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi, http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cin_Kitle_Iletisimi/, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

“China Today” dergisinin çeşitli dillerde yapılan basımlarına Türkçe de eklenmiştir.

Medya endüstrisine 2005 yılında getirilen düzenlemeyle belirlenen 10 kategoriden ikisi olan dergi ve reklam birlikte ele alındığında şu söylenebilir: 1979 yılından önce ülke genelinde bulunan reklam şirketlerinin sayısı 10’u bulmazken, günümüzde bu sayı 707 bine çıkmıştır. Günümüzde Çin reklamcılık alanında dünyada beşinci sırada yer alan büyük reklam ülkesi haline gelmiştir. Reklam pastasından dergicilik de önemli bir pay almaktadır.

2000’li yılların başlarında belirlenen yönelimin en önemli özelliklerinden biri de medya kuruluşlarının birleşerek büyük gruplar kurmalarının teşvik edilmesi olmuştur. Bu özendirmeye birkaç yıl içinde yüzlerce yeni grup kurulduğu gibi var olanlar kendi aralarında ortaklıklar kurmuş veya birleşmeler gerçekleştirmiştir. Bunlara belli başlı birkaç örnek vermek gerekirse şu gelişmeler anılabilir:

Merkez düzeyindeki büyük gazete olan “Guangming Günlüğü Gazetecilik Grubu” ile Guangdong’daki “Güney Gazetecilik Medya Grubu” ortaklık kurdu. “Şanghay Medya Grubu” ile “Pekin Gençlik Günlüğü” ve “Guangzhou Günlüğü” gazetesi ortaklaşa yatırım yaparak bütün ülkede dağıtılan gazete ve dergiler yayınlamaya başladı. “Şanghay Kurtuluş Günlüğü Gazetesi Grubu ile “Chengdu Medya Grubu” işbirliği içine girdi. “Chongqing Günlüğü Gazetesi Grubu” ile “Shanxi Günlüğü Gazetesi” işbirliği yaptı. Bu grupların süreli yayınları arasında gazeteler ve dergiler bulunmaktadır.⁷⁷

Dergicilik alanındaki sorunları ele alan mesleki yayınlarda, dergi yayınlayan kuruluşların büyümelerinin daha istikrarlı bir gelişme sağlayacağına vurgu yapılmakta, büyük grupların kırılganlıktan kurtulmuş, piyasa ekonomisi koşullarında yaşayabilir ve gelişebilir dergileri reklam ve satış gelirleriyle ayakta tutabilecekleri belirtilmektedir. Bu yayınlardan anlaşıldığına göre, devletin ve Partinin gerekli gördüğü kimi yayınların dışında gazete ve dergilerin tamamen sübvansiyonlarını kaybetmeleri beklenebilir. Yine bu meslek yayınlarında yayınevlerinin sektörün sadece belirli alanlarında değil, gazete. Dergi, kitap,

⁷⁷ A.e.

görsel-işitsel gereçler yayını birleştirmelerinin yararını savunan görüşler dikkati çekmektedir. Medya gruplarının kurulmasıyla yayıncıların genel kapasitesi ve rekabet gücü artarken, görüş açıları da genişledi. Ayrıca bazı yeni gelişme yolları ve modelleri de ortaya çıktı. Bunlardan biri medya gruplarının ortaklık oluşturmalarıdır. Bu ortaklıklara ilişkin belli başlı örnekler şunlardır: Merkez düzeyindeki büyük gazete olan “Guangming Günlüğü Gazetecilik Grubu” ile Guangdong’daki “Güney Gazetecilik Medya Grubu” ortaklığında yerel nitelikte olmayan “Pekin Haber” gazetesi kuruldu. “Şanghay Medya Grubu” ile “Pekin Gençlik Günlüğü” ve “Guangzhou Günlüğü” gazetesi ortaklaşa yatırım yaparak bütün ülkede dağıtılan “Çin İş Haberleri”ni yayınladı. “Şanghay Kurtuluş Günlüğü Gazetesi Grubu ile “Chengdu Medya Grubu” işbirliği yaparak “Ulusal İş Günlüğü” gazetesini yayınlamaya başladı. Chongqing Günlüğü Gazetesi Grubu ile “Shanxi Günlüğü Gazetesi” işbirliği yaparak Xian’da “Çağdaş Kadın Haberleri”ni kurdu.

Bu türden ortaklıklarla eyaletler arası yayın yapan gazeteler ile eyalet içi yayın yapmakla birlikte yerel olmayan gazeteler birleştirilerek ortak gazete yayınlamaya başlandı. Örneğin, “Shenzhen Gazetesi Grubu”, “Hubei Günlüğü Medya Grubu” “Henan Günlüğü Grubu” ve Tianjin Günlüğü Gazetesi Grubu” birleşerek bölgeye doğrudan bağlı “Bao’an Günlüğü”, “Üç Boğaz Akşam Haberleri”), “Henan Ekonomi Günlüğü” gibi gazeteleri aynı işletme bünyesine aldı.

Yayın grupları arasında bazı bölgeler ötesi yeniden oluşumlar görüldü. Örneğin, “Jiangxi Yayın Grubu” ile “Çin Barış Yayınevi” arasında “Yeniden Yapılanma İşbirliği Anlaşması” imzalandı.

Yeni medya ile geleneksel medya arasında bazı sevindirici işbirliği belirtileri görüldü. Örneğin, bütün dünyadaki kullanıcılara 24 saat kapsamlı ve zamanında Çince danışmanlık hizmeti veren ülke içindeki en büyük web sitesi olan “Sina” ile “Chengdu Medya Grubu” ve “Shanxi Televizyonu” arasında stratejik işbirliği ve ortaklık oluşturuldu.

Bu yüzyılın başında, internet medyası yaygınlaşarak, bu alana devrim niteliğinde yenilikler getirdi. Böylece Çin dünyada internet kullanıcılarının sayısı

en yüksek ülke haline geldi. Dergiler elektronik yayıncılık alanına önce CD ekleri vererek girmiş, daha sonra kâğıda basılmayıp doğrudan internet ortamında yayınlanan dergiler ortaya çıkmıştır. Elektronik dergicilik alanında ilk tasarım yarışması 2001 yılında düzenlenmiştir. Mayıs 2007’de ülke genelinde dijital gazete ve dergi yayınlayan yayınevlerinin sayısı 88’i buluyordu. Günümüzde bunların sayısı bine yaklaşmaktadır. Uzmanlık alanlarında yayın yapan dergilerin elektronik medyaya daha fazla ilgi gösterdikleri izlenmektedir.⁷⁸

Elektronik dergicilik alanındaki en önemli sorun, dünyanın başka yerlerinde olduğu gibi Çin’de de gelirlerin büyük ölçüde reklama bağlı olmasıdır. Abonelik usulüyle çalışan elektronik dergiler de olmakla birlikte, bunların sayısı azdır ve çoğu akademik niteliktedir.

Genel okuyucuya hitap eden elektronik dergiler parasız olarak okuyucuya ulaşmaktadır. Bu da yeterince reklam geliri elde edemeyen elektronik dergilerin uzun ömürlü olamamasını getirmektedir.

3.10.2. Çin dergiciliğinin sorunları

Çin dergiciliğinde en önemli sorun dağıtım alanında ortaya çıkmaktadır. Genel okuyucuya hitap eden dünyanın birçok ülkesinde dergiler en fazla satışı kamuya açık satış yerlerinde ve bayilerde yaparken Çin’de bu konuda sıkıntılar bulunmaktadır. Çünkü ülkenin muazzam nüfusu göz önünde bulundurulduğunda dağıtım ağı yeterli değildir. Büyük kentlerde gazete-dergi bayilerine sık sık rastlanırken daha küçük yerleşim birimlerinde dağıtım büyük ölçüde abonelik usulüyle posta hizmeti üzerinden yapılmaktadır. Özel ilgi alanlarında veya mesleki konularda yayın yapan dergiler için nispeten daha az sakıncalı olan bu dağıtım yöntemi genel okuyucuya hitap eden dergiler söz konusu olduğunda ciddi bir sorundur. Çünkü genel okuyucuların belirli bir bölümü dergi için toplu abone parası vermek yerine tek tek ya da konu ilgisini çektiğinde satın almayı tercih etmektedir. Ne var ki son yıllarda nüfusun giderek artan kesimi büyük kentlerde

⁷⁸ David Cyranoski, “China splashes millions on hundreds of home-grown journals”, **Nature**, <https://www.nature.com/articles/d41586-019-03770-3>, (Çevrimiçi), 11 Aralık 2019.

yaşamaya başlamış ve bayilere erişimi kolaylaştırmıştır. Son yıllarda gazete ve dergi satış noktalarının sayısında da önemli ölçüde artış meydana gelmiştir.⁷⁹

Dünya Basın Kongresi Organizasyon Komitesi İcra Sekreteri Zhang Bohai, dergicilik alanındaki gelişmeleri anlatan bir yazısında yayıncılığın bu alanından okuyucuların beklentilerini ele almakta ve şu görüşlere yer vermektedir:

Çin’de ekonomik gelişmenin mevcut aşamasında okuyucuların dergilerden beklentileri hayli yükselmiştir. Bu dikkate alındığında yüksek kalitede dergicilik yapılabilmesi için koşullar olgunlaşmıştır. Yüksek kaliteli dergicilik yapılmasında aşılması gereken eşik sadece basım teknolojisinin, kâğıt kalitesinin ve sayfa tasarımı düzeyinin yükseltilmesi değil, içerikte de yeni fikirlere yer verilmesi, kültürel anlayışın geliştirilmesi ve toplumsal standartlarda meydana gelen değişimin içeriğe yansımalarıdır.⁸⁰

3.10.3. Çin’deki belli başlı dergiler

Dünyada üç yüzyıldır dergi yayınlanmaktadır. Ne var ki Çin’deki tarihsel kayıtlar ilk süreli yayınların bu ülkede yapıldığını belirtmektedir. Tarih kitapları süreli yayınların geçmişini bin yılı aşkın bir süre geriye, İlkbahar ve Sonbahar Yıllıkları adıyla bilinen derlemelere kadar götürmektedir.⁸¹

Dünya Basın Kongresi Organizasyon Komitesi İcra Sekreteri Zhang Bohai ise CRI’ye verdiği demeçte uluslararası toplantı için hazırladıkları broşürde modern anlamdaki Çin dergiciliğinin geçmişinin 200 yıllık olduğunu belirtmekte ve bu broşürün katılımcılara dağıtılacağını bildirmektedir.

Ancak çeşitli kaynaklar ülkede dergiciliğin gelişmesinin 1911 yılında Qing hanedanının yıkılıp Çin Cumhuriyeti’nin kurulmasıyla olduğunu ifade etmektedir. ÇKP kurulduktan sonra bazı dergiler yayınlamış, 1949 yılında Halk Cumhuriyeti’nin ilanı ile bütün yayıncılık alanları olduğu gibi dergicilik de Parti tarafından denetlenen organlar ve kurumlar eliyle yapılmıştır. Bu durum 1979’da

⁷⁹ Austin Jun Luo, “Media system in China: a Chinese perspective”, **International Communication of Chinese Culture**, May 2015, Vol 2, Issue 1, pp. 49-67.

⁸⁰ A.e.

⁸¹ 春秋三传（İlkbahar ve Sonbahar Yıllıkları）， **Baidu**,
<https://baike.baidu.com/item/%E6%98%A5%E7%A7%8B%E4%B8%89%E4%BC%A0>,
(Çevrimiçi), 30 Ocak 2018.

başlayan reform ve dışı açılma politikalarıyla yavaş yavaş değışmiş, 1990’lar ve 2000’de yapılan yeni düzenlemelerle sektörde özel girişimcilik de artan oranda yer almıştır.⁸² Günümüzde yabancı dilde yayınlanan en önemli Çin dergileri şunlardır:

Beijing Review (Çincesi: 北京周報)

China Economic Review (Çincesi: 中國經濟評論)

China Today (Çincesi: 今日中國)

Beijinger

Shanghai Business Review (Çincesi: 上海商業評論)

Trends.com.cn (Moda, güzellik, sağlık, turizm vb.)

Yishu Journal of Contemporary Chinese Art

Outlook Magazine

Sports Illustrated China

Çince yayınlanan belli başlıları ise şöyledir:

Duzhe (Çincesi: 讀者 Anlamı: Okuyucu) Çin’deki en tanınmış dergi. Genel konularda, 15 günlük.

Rayli (Çincesi: 瑞麗) 1995 ‘te Pekin’de kuruldu. Kadın, moda, ev, dekorasyon, lüks tüketim, vb. Çin’de en çok satan kadın dergisi.)

Zhiyin (Çincesi: 知音): Hubei eyaletinin merkezi Wuhan’da 1985’te yayına başladı. Sansasyonel yayıncılık anlayışına eğilim göstermekle eleştiriliyor. 7 milyona yaklaşan tirajı var

Çin Ulusal Coğrafyası (Çincesi: 中國國家地理). Coğrafya, çevre, tarih, arkeoloji, turizm ve 4 bin yıllık gizemler gibi konuları ele alıyor. Aylık.)

Banyuetan, Mayıs 1980’de Pekin’de kuruldu. Çin Komünist Partisi’nin organı olarak Yeni Çin Haber Ajansı Xinhua tarafından yayınlanıyor. 4 milyona yakın tirajı var.

Qingnian Wenzhai (Çincesi: 青年文摘 Anlamı: Gençlik Dergisi). 1981 yılında Pekin’de Çin Gençlik Yayınevi tarafından yayınlanmaya başladı. 15 günlük. 1,5 milyon tirajı var.

⁸² “Mass Media of China”, **Wikipedia**, https://en.wikipedia.org/wiki/Media_of_China, (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

Yeni Haftalık Dergi (Çincesi: 新周刊) 1996 yılında Guangdong Yayın Grubu ile 999 Grubu tarafından ortak olarak yayınlanmaya başladı. Ekonomi, güncel olaylar, kent yaşamı vb. gibi konuları ele alıyor. Çağdaş yaşam üzerine odaklanıyor.

Nanfeng Chuang (Çincesi: 南风窗, Anlamı: Güney Rüzgârı Penceresi) Guangzhou'da yayınlanan güncel siyaset dergisi. Yetkililerin yolsuzlukları ve başka hassas hakkında yaptığı cesurca haberlerle tanınıyor.

Caijing (Çincesi: 财经) 1998'de kuruldu. 15 günlük. Çin'de iş ve finans konularıyla ilgili yayınlar yapıyor. Ekonomik reformlar, kalkınma ve politik değişiklikler ve sermaye hareketleri üzerinde yoğunlaşıyor.

Jiating (Çincesi: 家庭, Anlamı: Aile) 1982'de Guangdong'da kuruldu. Aşk, evlilik, aile vb. gibi konularda Çin'de yayınlanan ve genel okuyucuya hitap eden ilk dergi. Çok özel söyleşiler yayınlamakla tanınıyor.

3.11. Çin basının geleceği

21. yüzyılın ilk on yılının geride kaldığı, ikinci on yılının da ilk üçte birlik bükümünde bulunduğumuz şu sıralarda dünyada çok hızlı değişimler meydana gelmektedir. Son 35 yılda meydana gelen değişiklikler, reform ve dışa açılma politikalarının uygulamaya konduğu yıllarda hayal bile edilemeyecek düzeydedir. O nedenle Çin'de her alanda olduğu gibi basın alanında da uzun vadeli öngörülerde bulunmak her zaman isabetli olmayabilir.

Ne var ki, bugünden görülenler, önümüzdeki denemde meydana gelecek değişikliklerin yine çok büyük çaplı olacağını ortaya koymaktadır. Basında da bugün ortaya çıkan gelişmelere bakıldığında geleceğe ilişkin bazı ipuçları yakalanabilmektedir.

Bunlara bakarak yapılabilecek bazı öngörüler iki grupta toplanabilir. Birincisi, basındaki teknolojik gelişmeler, ikincisi de basındaki çeşitlenme ve mülkiyet yapısındaki değişikliklerdir.

Bütün dünya basınında olduğu gibi Çin basınının teknolojik olanakları hızla gelişmektedir. Bu da beraberinde klasik medya araçlarının gerileyip yeni biçimlerin ortaya çıkmasını getirmektedir. Çin 1 milyar 300 milyona yaklaşan

nüfusuyla her alanda olduğu gibi basın için de muazzam bir iç piyasa oluşturmaktadır. Bu da Çin basınının büyümesi için hemen hemen tükenmez ticari olanaklar sunmaktadır. Niceliksel büyümenin bir süre sonra niteliksel büyümeye dönüşmesi şeklindeki iktisat yasası Çin basınına da uyarlanabilir. Basının ticari olanakları arttıkça gerek içerik yönünden zenginleşmesi, gerekse kitleye ulaşma araçlarının fazlalaşması beklenmelidir. Bunun örnekleri daha bugünden ortaya çıkmaktadır. Belirli bir büyüklükteki bütün basın kuruluşları çoklu ortamlarda yayın yapmaktadır. Aynı basın kuruluşun basılı malzeme, radyo-TV yayını, internet sitesi, mobil telefon şebekesi üzerinden yayın gibi çeşitli araçlardan aynı anda yararlandığı görülmektedir. Çin basınında önümüzdeki denemde bu eğilimin daha da güçleneceği, kitleye fiziksel olarak ulaşan araçların giderek azalırken fiziksel olmayan yollarla kitle iletişimi oranının artacağı tahmin edilmektedir. Sadece internet üzerinden yayın yapan gazetelerin geniş izleyici kitlesi bulması bunu destekleyen bir kanıt olarak değerlendirilebilir.

Öte yandan Çin basınında şimdiden bir çeşitlenme olduğu görülmektedir. Eskiden sadece devlet eliyle yapılan yayıncılığa artık özel aktörlerin de giderek artan oranda girdiğine tanık olunmaktadır. Bu eğilimin de giderek güçlenmesi beklenmelidir. Devlet eliyle yapılmayan yayıncılıkta medya mensuplarının daha rahat hareket edebileceği, bunun da içeriğe yansıtacağı düşünülmelidir. Bunun devlet eliyle yapılan yayıncılık üzerinde de belirli bir etkisinin olması kaçınılmazdır. 2009 yılında Sichuan’da meydana gelen şiddetli depremde bunun ilk örneği görülmüştür. Önceki dönemlerde büyük felaket haberlerini halka uzun süre yansıtmayan Çin medyası, bu depremi anında bütün gerçekliğiyle duyurmuştur. Bu devlet eliyle yapılan yayıncılıkta bir anlayış değişikliğine gidildiğinin işareti sayılmalıdır. O zamandan beri geçen dört yıl içinde medyada daha fazla açıklığın görüldüğü söylenebilir. Önümüzdeki dönemde özel yayınların devlet yayıncılığın önüne geçmesinin mümkün olup olamayacağı konusunda şimdiden bir tahmin yürütmek için henüz erken olmakla birlikte, topyekûn Çin

basınında daha fazla açıklık ve daha fazla çeşitlilik olacağını söylemek cüretkâr bir öngörü sayılmamalıdır.⁸³

Küreselleşme, daha geniş küresel süreçler içindeki ulusal ve toplumsal sistemler, küresel bütünleşmenin herhangi bir kavramıyla kendini belli etmektedir. Bu anlamda küreselleşme, bölgeler arası bağlantılar bütünü, sosyal etkinlik ve güç ağlarının erişim alanının genişlemesini ve uzak bir mesafede eylem olasılığını ihtiva etmektedir. Küreselleşmeye bu bakış açısı, coğrafi kısıtların sosyal, kültürel ve ekonomik düzenlemeler üzerindeki etkisinin gerilemesini açıklamaktadır.⁸⁴

Küreselleşme etkileriyle neredeyse tüm kavram, kurum ve tanımların yeniden ele alınmasına işaret ettiği genel çerçeve içinde, küreselleşme sürecinde başta bilişim ve iletişim alanlarında olmak üzere, teknolojik gelişmelerin önemli etkileri olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda imkânları çok boyutlu olarak gelişen medya, küreselleşme sürecinde etkin roller oynarken, küreselleşmenin getirdiği yenilik ve açılımların medyayı etkilediği gözlenmektedir.

Küresel ekonominin ve toplumun gelişmesiyle birlikte, kamu iletişimin etkisi de giderek artmaktadır. Bu, toplumsal yaşamın her alanını, özellikle siyaset gibi alanları daha da etkilemektedir. Modern siyasi yaşamda kamu iletişimini kontrol altına almak ve yararlanmak sıkça görülen siyasi eylemlerden biridir.

Uluslararası siyasi alanda kamu iletişimin çelişkiler ve çatışmalarla karşı karşıya bulunması herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Ülkeler arası işbirliğinin pekiştirilmesiyle paralel olarak kamu iletişiminde de küreselleşme eğilimi ortaya çıkmıştır.

Çin’de 1978’de başlayan ve aradan geçen 35 yıllık dönemde her alanda etkileyici sonuçlar veren reform ve dışı açılma sürecinde yaşanan yeniden doğuşun, kamu iletişimine getirdiği meydan okumalarıyla başa çıkmak gerekmiştir. Bunun için eskisi gibi kamu iletişimi “sadece bir iletişim aracı” olarak görme düşüncesi yerini zamanla daha farklı bir düşünceye bıraktı. Bu düşünce şöyle özetlenebilir: İletişim için daha demokratik ve adil bir sosyal ortam yaratıldığı takdirde, iletişim topluma daha iyi hizmet edebilir.

⁸³ Han Li, “From Red to “Pink”: Propaganda Rap, New Media, and China’s Soft Power Pursuit”, *American Journal of Chinese Studies*, 2018, Vol. 25, No. 2, pp. 89-105.

⁸⁴ Gülsüm Çalışır, A.e., s. 112.

Yönetim kademelerine giderek hâkim olan bu düşünceye göre, kamu iletişimi, medyanın önemli taşıyıcısı (aktarıcısı) ve parti ile halkın “ağız (yayın organı)” olarak öğrenim, araştırma, tanıtım (propaganda) ve siyasal kültürün oluşumu sürecinde önemli sorumluluk ve misyon üstlenmektedir. Kamu iletişimi, aynı zamanda siyasal kültür inşası çalışmaları için elverişli bir kamuoyu ortamı yaratabilir. Kamu iletişim, siyasal kültür kavramı yöntemiyle halkın fikirlerini değiştirebilir.

Siyasal kültür kavramının doğuşuyla, gazeteciler için yeni görevler ortaya çıktı. Çin’de iktidar partisi olan Çin Komünist Partisi (ÇKP) tarafında yürütülen “bilinç alanı çalışmaları”nın en önemli kısmı, kamu iletişimin siyasal kültüre olan etkisi aracılığıyla yapılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının gücü ve etki seviyesi, ÇKP’nin bu çalışmalarıyla şöyle ilişkilendirilmektedir: “Partinin siyasal kültür inşasını ısrarla geliştirmesi, siyasal kültür inşasının bütün parti üyelerinin aktif çalışmaları haline gelip gelmemesi ve bir bölgenin ekonomik ve toplumsal gelişmesinin güçle desteklenmesi ile doğrudan ilişkisi içinde bulunmaktadır.”⁸⁵

1949 yılında Çin Halk Cumhuriyeti’nin (ÇHC) kurulmasından bu yana geçen 60 yılı aşkın süre içerisinde ülkede uzun vadeli planlı ekonomik sistemler yürürlükte kaldı. Bu koşullar altında, kamu iletişimi, sadece bir kamuoyu oluşturma aracı olmakla sınırlı kaldığı için ne piyasaya ne de rekabete katılabiliyordu. Kamu iletişimde yönetim çalışmaları da kolay ve basitti.

1992 yılından bu yana ÇHC’de planlı ekonomik sistemin yerini, piyasaya dayalı ekonomik sistem aldı (sosyalist piyasa ekonomisi). Böylece piyasa, üretim ve tüketim faaliyeti için bir çerçeve haline geldi. Ekonomik sistemin dönüşüm döneminde medya iki türlü zorlukla karşı karşıya kaldı:

1. Hükümetin medyaya ayırdığı bütçenin adım adım kesilmesiyle, medya kendi kendini finanse eder hâle gelmek zorunda kaldı. “Gelir yolları aramak” medya için üzerinde en çok durması gereken konu olurken, ekonomik gelir yaratıcılığı, medyanın oynadığı yeni bir rol olarak öne çıktı.⁸⁶

⁸⁵ Emre Tansu Keten, “Küresel Bir Modele Doğru Çin Medyası”, *İnsan&İnsan*, Bahar 2015, No 4, ss. 4-21.

⁸⁶ Colin Sparks, “China’s Media in Comparative Perspective”, *International Journal of Communication*, 2010, Vol 4, pp. 552–566.

2. Etkili politik aktörlerin gazete çıkarmaya devam ederek, kamuoyunun yönünü doğru kavramaları ve sosyalist piyasa ekonomisi koşullarında akıllı birer kamuoyu rehberi olması gereği duyuldu.⁸⁷

Hükümetin medya sektörüne bütçeyi kesmesi, medyada da planlı ekonominin giderek piyasa ekonomisine geçmesine neden oldu. Piyasa ekonomisinde medyanın devlet ve toplumdaki konumunda değişiklikler görüldü. Ama yine de “sosyalist piyasa ekonomisi” koşullarında belirli ortak noktalar olduğu belirtilmektedir. Bu ortak nokta resmi söylemde “geniş halk kitlesinde en yararlı şekilde hizmet etmek” olarak ifade edilmektedir. ÇKP bunu “Çin Komünist Partisi’nin nitelik ilkesinin çekirdeği ve aynı zamanda basın çalışmalarının da çekirdeği olarak tanımlamaktadır.

Bu süreçte resmi çevrelerin dikkatini çeken bir nokta şu oldu: Yönetim, basında ve basın mensuplarında uluslararası iletişim rekabetine katılma düşüncesi oluşturulmasını istiyordu. Ama yabancı ülkelerin basın iletişimi uydu televizyonu, internet aracılığıyla sürekli olarak ÇHC’ye sızıyordu. Bu, gelecekte daha da ciddiyet kazanabilirdi. ÇHC yönetimi, ilkenin etki gücünü arttırmak için daha çok basın organının uluslararası iletişim rekabetine katılmasına ihtiyaç olduğunu saptadı.

ÇHC yönetimi küreselleşme koşullarında ülkedeki kamu iletişimin siyasi özellikleri değerlendirmesi gerektiği saptamasından hareketle bazı arayışlar içine girilmesi gereği hissetti.⁸⁸ Bu arayışlar aşağıdaki başlıklar altında şöyle özetlenebilir:

ÇHC koşullarında en uygun ekonomik sistem olarak piyasa ekonomisinin belirlenmesi, basında ve basın mensuplarında rekabet bilinci uyandırdı. Bu, önemli bir ilerlemedir. Piyasa koşullarının her türlü suiistimale açık olmasına rağmen, onun aktif yönünü de görmek gerekir. Bu, yansımasını kitle iletişiminin canlılık ve dinamizm kazanmasında da bulmaktadır. Fakat ÇHC’deki basın ve

⁸⁷ A.e.

⁸⁸ Hallin, D. C., Mancini, **Comparing media systems: Three models of media and politics**, Cambridge: Cambridge University Press, 2004, p. 45.

basın mensupları yalnızca ülke içindeki rekabete katılmak sınırlı kaldıkları için basının uluslararası rekabete katılma düşüncesinin uyanması zaman aldı.⁸⁹

Dünyanın en önemli güçlerinden biri olan ÇHC'nin dünyadaki bilişim ve iletişim alanında zayıf kalması imkânsız olarak görüldü. ÇHC basının uluslararası rekabete katılma çalışmaları ise ancak güçlü bir ekonomik destek sayesinde gerçekleşebilirdi. Fakat günümüzde ÇHC'de buna uygun büyük ekonomik güce sahip basın kuruluşları eksiktir. Uluslararası arenada, güçlü bir ekonomiye sahip olmayan bir ülkenin fazla söz hakkı olamayacağı da herkes tarafından bilinen bir gerçektir.⁹⁰

ÇHC'deki medya sektörünün ekonomik gücünün arttırılmasının dışında, rekabete katılma bilincinin yükseltilmesi de önemli olarak görülmüştür. Uluslararası rekabete katılma bilinci olmadığı takdirde, ona aktif şekilde katılmanın da mümkün olamayacağı ifade edilmiştir. ÇHC'nin Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) üye olmasından sonra dünya ülkeleriyle olan ekonomik temasları yoğunlaştı. Böylece ekonominin küreselleşmesi kültürünün küreselleşmesini de sağladı. Aynı zamanda basın sektörü dünyadaki konuları ele almanın zamanı geldiğini hissetmeye başladı. Zamanın ilerlemesiyle birlikte, basın sektörü yurtiçi rekabete katılma yönünü uluslararası rekabete katılmaya doğru değiştirdi.⁹¹

Yeni koşullarda, basın sektörü yönetim sisteminde reform yapma yoluyla basındaki canlılığını arttırması gerekiyordu. Söz konusu yönetim sistemi şu iki alanı kapsıyordu:

1) *Üst düzey yetkililere ve yönetim birimlerinin basın çalışmalarına yönelik yönetim:* Bu yönetim, parti ve hükümet organlarıyla ilgili kuruluşlar tarafından hayata geçirilir. ÇHC'nin DTÖ'ye üye olmasından sonra aslında bulunduğu yönetim biçimi ve sisteminde ayarlama yapılması gerekiyordu. Aksi takdirde yeni değişikliğe ayak uydurmak zor olacaktı. DTÖ'nün doğrudan işletmeleri değil, hükümeti kısıtlama kuralları vardır. Devletin bir dizi yasa, yönetmelik, kural ve politikaları DTÖ'nün standartlarına uygun olmalıydı. Dolayısıyla, parti ve

⁸⁹ A.e.

⁹⁰ A.e.

⁹¹ A.e.

hükümetin ilgili birimlerinin ilk olarak DTÖ üyeliğinden sonraki yeni duruma uymaları gerekiyordu.

2) *Basının iç yönetimi*: Bu yönetim, basın iletişiminin kendini kendi yönetmesidir. ÇHC basını planlı ekonomik sistem altında idari bağıllık ilişkilerine göre kurulmuştu ve bölgelere göre yönetim uygulanıyordu. Bu yapının da değişmesi gerekiyordu. Son zamanlarda bu alanda önemli değişiklikler meydana gelmiştir.

Yeni koşullarda, reformun derinleştirilmesiyle paralel olarak ÇHC toplumunun çeşitli sosyal kademelerinde ortaya çıkan çelişkiler genel olarak bakıldığında karmaşıktır. Bunun için ülke yönetimi, kamuoyuna rehberlik etme çalışmalarında basının aktif rol oynamasına daha da ihtiyaç duyulduğunu ifade etmektedir. Bir yandan, birçok gerçekler kamuoyunun rehberlik edebileceğini göstermektedir. Diğer yandan, basın iletişimi ve basın mensupları kamuoyu rehberlik çalışmalarında olumlu sosyal sonuçlar kaydetmek istese de bunun kolay olmadığı görülmektedir. Yönetimin beklentisi, basın tarafından kamuoyu rehberlik çalışmaları yürütülürken, basın kurallarına uyulması ve basın kurallarına göre iş yapılmasıdır.

Haberin etkili şekilde yayınlanması, yalnızca kendi içinde bir başlangıç ve bitiş noktası olmakla kalmayıp, asıl önemlisi basının kamuoyu rehberliğindeki başlangıç noktası ve bitiş noktası olmasıdır. Yani, habercilik yalnızca habercilikten ibaret değildir.

Bazı medya organları nispeten yüksek seviyeye ulaştıkları için etkili şekilde yayın yapma ve kamuoyuna etkili şekilde rehberlik etme çalışmalarını yönetimce istendiği gibi yürütebilmektedir. Fakat az sayıdaki bazı basın kuruluşlarının yayın çalışmalarında sıkıntılar görülmektedir. Bazı medya kuruluşları ve çalışanları sadece “yayın yapılsın iş bitsin” anlayışında oldukları için yayının etkili şekilde yayınlanıp yayınlanmaması konusuyla ilgilenmek istememektedir. Bu tür medya kuruluşlarının ve çalışanlarının etkili yayın yapma bilinci yetersiz olarak değerlendirilmekte, dolayısıyla kamuoyuna rehberlik çalışmalarında başarısız bulunmaktadır. Dolayısıyla etkili basın araştırmalarına önem verilmesi gereğine vurgu yapılmaktadır.

Bunun için basın iletişimi ve kamuoyu rehberlik çalışmaları kitlenin “kalbine yakın” olması istenmektedir. Basın ve kamuoyuna rehberlik (yönlendirme) çalışmaları yapılırken aktarıcının ve yönlendiricinin, kitlenin “kalbinde” etki yaratabilmesi beklenmektedir. Kitlenin “kalbine” yaklaşmak için kitlenin en çok ilgisini çeken, heyecan uyandıran, talep eden noktanın bulunması görev olarak belirlenmektedir.

Medyanın kamuoyunu yansıtması ile toplumun demokratikleşme derecesi arasında dolaysız bir ilişki bulunmaktadır. Tarihi nedenlerden dolayı, reform ve dışa açılma uygulamalarından önce medyanın kamuoyunu yansıtma fonksiyonu yoktu. Reform ve dışa açılma uygulamaları hayata geçirildikten sonra basında reform yapılmasıyla birlikte medyanın kamuoyu üzerindeki etkisi giderek artmış, medya toplumsal iletişimde kamuoyunun odak noktası haline gelmiştir.

Günümüzde ÇHC basını, “kamuoyuna rehberlik çalışmalarını” piyasa ekonomisi koşullarında yürütmektedir. Burada şu anlayış öne çıkmaktadır: “Kamu iletişimi, kamuoyuna rehberlik ediyorsa, onun temel görevi, sosyalist piyasa ekonomisine ilişkin doğru görüşü ortaya koymaktır. Diğer alanlardaki rehberlik çalışmalarında olumlu sonuç almak, ancak bu çalışma iyi bir şekilde yapılırsa mümkündür.”

Günümüzde kitle iletişiminden, ÇKP ve hükümetin önemli ilke ve politikalarını halka aktararak, halkın dikkatini reform ve dışa açılma ile ilkedeki ekonomik inşa çalışmalarına çekmesi beklenmektedir.

Günümüzde ÇHC’deki kitle iletişiminin, tarihten ders alarak tanıtım (propaganda) fonksiyonu alanında gözle görülür ilerlemeler kaydettiği belirtilmektedir. Tanıtım fonksiyonunun içeriğinin zenginleştiği gözlenmektedir. Bugün basın gerçekten de güçlü bir tanıtım rolü oynamaktadır. Bu rol yansıtma, etkileme ve kamuoyuna rehberlik yoluyla hayata geçirilmektedir. Tanıtım (propaganda) fonksiyonunun daha farklı yöntemlerle kamuoyu oluşturma fonksiyonuna dönüştürülmesi, kitle iletişimi anlayışında kayda değer değişiklikler meydana getirmiştir. Kitle iletişiminin diğer fonksiyonlarının hepsinin, bilişim ve iletişim teknolojileri temelinde oluşturulduğu adım adım hissedildi. Medya tanıtım fonksiyonunu yansıtma, etkileme ve kamuoyuna rehberlik etme yoluyla

gerçekleştirmektedir. Medyanın propaganda işlevi ile kamuoyunun objektif olarak bilgilendirilmesi işlevi birleştirilmeye çalışılmakta, propagandada kaba yöntemlerden kaçınılmaya çalışılmaktadır.

Hukuki açıdan bakıldığında sosyalist ülkelerde kamu iletişiminin yerine getirmesi beklenen talepler şunları kapsamaktadır:

1. Kamu iletişimi, sosyalist niteliği güvence altına alınarak, sosyalist sistemin korunması için hizmet etmeli.⁹²

2. Sosyalist ülkenin güvenliği ve normal sosyal düzeni korunmalı. Sosyalist ülke anayasası, ceza hukuku ve özel basın yayını yönetmelikler gibi düzenlemelerin hepsi kamu iletişim faaliyetlerine kısıtlamalar ve sınırlamalar getirmektedir. Buna göre, kamu iletişimi devlet güvenliğine engel oluşturmamalı ve devlet sırlarını gün ışığına çıkarmamalı, sosyalist sisteme karşı (onu yıkmayı amaçlayan) iddialara bulunmamalı. Aynı zamanda, önemli haberlerin değerlendirilmesinde toplumsal istikrar ve devlet güvenliği göz önünde bulundurularak, dedikoduların yayılması önlenmeli ve sosyal düzen korunmalı.⁹³

3. Basın özgürlüğü güvence altına alarak, gazetecilerin yasal hakları ve röportaj yapma ve yazı yayınlama özgürlüğü korunmalı, aynı zamanda basın halka fikir önerilerini yayınlayan bir üs olma sorumluluğu üstlenmeli, kitlenin yasalara göre kamu iletişim yoluyla fikirlerini özgür şekilde ortaya koymaları güvence altına alınmalı.⁹⁴

Gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasında basın alanında görülen çatışmalar, esas olarak devletin egemenliği ve ulusal kültürel özelliklerin korunması gibi alanlara yansımaktadır. Kitle iletişim alanındaki “kültürel hegemonya”nın ve “medya emperyalizmi”nin uluslararası politik gelişmeyi etkilediği ve bu ülkeler arasındaki siyasi çatışmalara yansıdığı belirtilmektedir. Gelişmekte olan bir ülkeye göre, aşırı haber akışı ve Batılı basın kuruluşlarının başka ülkelere girmesine izin verilmesi, “bu ülkelerin ekonomik inşa

⁹² “Çin Hukuku”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi, http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cin_Hukuku/, (Çevrimiçi), 5 Ocak 2016.

⁹³ Sun Yusheng, “The reform of Chinese Television and the rise of New Media”, **The growth of media in China– and its impact on political and economic development in China**, Copenhagen, 28 November 2008.

⁹⁴ Emre Tansu Keten, **Küresel Bir Modele Doğru Çin Medyası**, s. 11.

alışmalarında harcadığı çabaları ciddi şekilde etkiliyor, siyasi istikrarı baltalıyor ve bu ülkelerdeki siyasi iktidarın sarsılmasına neden olabiliyor” şeklinde değerlendirilmektedir.

Modern toplumun hızla gelişmesine paralel olarak, uluslararası siyasette sürekli değişiklik olmasıyla birlikte, kamu iletişimi alanında da birçok farklılıklar meydana geldi. Bu yeni gelişmeler kamu iletişiminin geleneksel siyasal etkisini değiştirirken, bizatihi siyasal alanda da yansımasını buldu. Kamu iletişimin etki alanı genişlemiş, sürekli olarak yeni iletişim biçimleri kullanılmaya başlamış, her geçen gün yeni iletişim araçları ortaya çıkar olmuş, yeni medya platformlarının giderek çoğalması ve geleneksel medyanın etki alanının genişlemesiyle siyasi iktidar yeni meydan okumalarla karşı karşıya kalmıştır. Medyanın her türlü fırsatı kollayıp ve kullanıp denetim yapması ve haber yayınlamasıyla nasıl başa çıkılacağı, medyanın küresel alanda engellenmesi zor olan sinyal iletişimi ve bilgi akışıyla nasıl mücadele edileceği modern siyasi alanda dikkat edilmesi gereken önemli konular olarak belirlenmiştir. Basının gelişmesi yeni siyasi sorunlar ve siyasi çelişkileri de beraberinde getirmiştir. Birçok geleneksel siyasi davranış biçimlerinde ve politik içeriklerde söz konusu nedenlerden ötürü ayarlamalar yapılmıştır. Medya alanında yeni grupların ortaya çıkmasına paralel olarak, bu grupların geleneksel kamu iletişimin daha önce üstlendiği fonksiyonu üstlenip üstlenmeyecekleri, sosyal kontrolü kabul edip etmeyecekleri gibi konular yeni düşüncelerin doğmasına yol açmaktadır. Uluslararası yayın gruplarının ortaya çıkması, basının devlet politikasına yönelik etkisinin analiz edilmesi konusunu daha da zor ve karmaşık hale getirmiştir. Fakat bu konu da, kamu iletişimin siyasi alanlardaki etkisinin hâlâ korunduğunu, çünkü kamu iletişimindeki değişikliğin güçlendirildiğini, bunun da bizim bu olguyu analiz etmemizi gerekli kıldığını ortaya koymaktadır.

HC yönetiminin küreselleşme ile demokratikleşme arasındaki ilişki konusundaki değerlendirmesi genel olarak şöyle özetlenebilir: Küreselleşme sürecinde medya-demokrasi ilişkisi bağlamında olumlu olarak görülebilecek birçok örneğe rağmen, birçok olumsuz etki de tehdit olarak varlığını hâlâ korumaktadır. Bunların başında medyanın en eski ve geleneksel işlevi olan kamu

gözcülüğü işlevinin tam olarak yerine getirilmemesi gelmektedir. Geleneksel medya sahiplerinin yayın politikalarını etkileme potansiyelinin varlığı, toplumsal ve siyasi sorunların medyaya yansımada kimi zaman engeller oluşturmaktadır. Bu olumsuzluğun temel sebebi olarak tarih boyunca siyasal kimliğe sahip olan geleneksel medyanın, piyasa sisteminde daha çok ticari bir ürün ve hizmet niteliğine dönüşmüş olmasıdır.⁹⁵

Küreselleşme süreci henüz istikrarlı bir çizgiye oturmuş değildir. Bu bağlamda küreselleşme süreci “medya” kavramını ve onun içeriğini oluşturan unsurların tanımlarını, çeşitlerini, şekillerini, değiştirmiştir ve değiştirmeye devam edecektir. Medya sektöründe var olan bu değişim ve gelişimin, ekonomik ve siyasal yaşamda ve kültür üzerinde büyük bir dönüşüme sebebiyet verdiği ortadadır. Ekonomik, siyasal ve kültürel küreselleşme iç içe girmiştir ve medya küreselleşmenin bu üç yönünün kesişme noktalarından, temel taşlarından birisidir. Günümüzde medya, tarihte hiç olmadığı kadar önemli ve yaşamın tüm alanlarını kapsayıcı ve dönüştürücü bir konumdadır.⁹⁶

⁹⁵ Terry Flew, “Entertainment media, cultural power, and post-globalization: The case of China’s international media expansion and the discourse of soft power”, **Sage Journals**, Volume 1, Issue 4, pp. 278-294.

⁹⁶ A.e.

SONUÇ

Çin Halk Cumhuriyeti'nin (ÇHC) kurulduğu 1949 yılından, reform ve dışa açılma politikalarının başlatıldığı 1979 yılına kadar bu ülkede kitle iletişim araçları (medya) iktidar partisi olan Çin Komünist Partisi'nin (ÇKP) doğrudan denetimi altında olmuştur. Bu durum reform ve dışa açılma politikalarının başlamasıyla hemen değişmemiş, aradan geçen yaklaşık 36 yıllık süre içinde tedrici bir değişim meydana gelmiştir. Bu değişim süreciyle, ÇKP'nin bir propaganda aygıtı olarak algılanan Çin medyası hakkında daha incelikli bir imaj oluşmaya başlamıştır.

Reform ve dışa açılma politikalarının en dolaysız etkisi ekonomi alanında görülmüştür. Bugün ekonominin büyüklüğü açısından Çin, ABD'nin hemen ardından dünya ikincisidir. İhracat başta olmak üzere başka bazı ekonomik göstergeler bakımından da Çin başa güreşen birkaç ülke arasında bulunmaktadır. Bu ekonomik güçlenme etkisini doğal olarak diğer alanlarda da göstermiştir. Ekonomik güç askeri ve siyasi alana da yansımış, Çin dünya arenasında daha önemli bir aktör hâline gelmiştir. Bu da Çin dış politikasının eski dönemle kıyaslanmayacak ölçüde aktifleşmesi sonucunu doğurmuştur.

Ekonomik ve askeri gücü artan, dış politikada daha etkin hâle gelen ülkelerin dünya çapındaki etkilerini arttıracak bir dizi araçlara ve yollara başvurdukları bilinmektedir. Askeri güç gösterileri, diplomatik faaliyetlerin yoğunlaşması, dış ekonomik ilişkilerin artması gibi geleneksel davranışların yanı sıra son yıllarda “yumuşak güç” olarak nitelenen bir etken de ortaya çıkmıştır. Yumuşak güç kavramıyla ifade edilen imkân ve kabiliyetler toplamı arasında kültürel etkinlikler; halklar ve gruplar, meslek kuruluşları ve başka sivil toplum kuruluşları arasındaki temaslar vb. yoluyla yürütülen “kamu diplomasisi”; öğrenci ve akademisyen değişimi gibi araçlar bulunmaktadır. Bu gücün bileşenleri arasında çeşitli dallarıyla medya önemli bir rol oynamaktadır. Dünya genelinde olduğu gibi Çin özelinde de medyanın yumuşak gücün araçlarından biri olarak kullanıldığı görülmektedir.

İki kutuplu dünya düzeni döneminde farklı toplumsal ekonomik sistemlere sahip büyük ülkelerin yabancı dillerde yaptıkları radyo yayınları çok kaba denmese bile büyük ölçüde fazla inceltilmemiş propaganda olma özelliğini aşamıyordu. Bu dönemin ardından medya kuruluşlarının daha rafine yollar kullanmaya başladığı görüldü. ABD'nin başta CNN olmak üzere çeşitli televizyon kanallarının başka ülkelerde izlenmesini sağlaması, Rusya'nın RT televizyon kanalının çeşitli ülkelerde seyredilmesi, El Cezire televizyonun sadece Arapça değil, İngilizce de yayın yaparak Arap âleminin dışına uzanması, Türkiye'nin TRT Word adıyla İngilizce ve TRT Avaz adıyla Orta Asya ve Balkan ülkelerine yönelik televizyon yayınları yapması ilk elde sayılabilecek birkaç örnektir. Bunun yanı sıra bu medya kuruluşlarından bazıları çeşitli ülkelerde “yerelleşme” çalışması yaparak CNN Türk örneğinde olduğu gibi daha geniş etki alanları açmaktadır.

Medyanın yumuşak güç unsurlarından başlıcası olarak kullanılması son yıllarda Çin'in de ciddiyle üzerinde durduğu bir konu oldu. Eskiden Çin'in bu alandaki etkinliği, hemen hemen sadece Çin Uluslararası Radyosu'nun (CRI: *China Radio International*) çeşitli dillerde kısa dalga üzerinden yaptığı yayınlardan ve belli başlı dillerde çıkarılan birkaç dergiden ibaretti. Bugün CRI yalnızca bir radyo olmaktan çıkmış 70'e yakın dilde yayın yapan, yeni medya araçları da kullanan çok platformlu bir yayın kuruluşuna dönüşmüştür. Daha da önemlisi CRI Asya, Avrupa, Afrika, Amerika ve Avustralya kıtalarında, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu pek çok ülkede yerel ortaklıklar kurmakta ve yerelleşme çalışmaları yapmaktadır.

CRI, Çin medya araçları arasında dış politikada en çok öne çıkan araç olmakla birlikte yegâne değildir. Çin devletinin resmi internet sitesi (china.com.cn) yakın zamana kadar sadece belli başlı dillerde yayınlanırken artık dil sayısını hemen hemen CRI'nın yayın yaptığı sayıya çıkarmıştır. Keza *China Today* dergisi de aralarında Türkçenin de olduğu dillerde yayınlanmaya başlamıştır. Ayrıca -- Türkçe yayınlanan siltrek.com.cn örneğinde olduğu gibi-- pek çok dilde yayınlanan özel internet siteleri mevcuttur. Buna ek olarak birçok yayınevi yerel

işbirliği ortakları aracılığıyla Çin kitaplarını farklı dillere çevirterek ilgili ülkelerde yayınlamaktadır.

Çin medyası reform ve dışa açılma politikaları öncesinde ÇKP politikalarını yayan propaganda araçları iken bugün bu imajın değişmeye başladığı görülmektedir. Bunda sahibi devlet değil, özel sektör olan birçok yayın kuruluşunun gazete, dergi, kitap, film yayınlamasının etkisi vardır. Ne var ki, Çin medyasında imaj nüanslanması doğru olmakla birlikte resmi denetimin ya da resmi çizgiye uygun özdenetimin ortadan kalktığını söylemek yanlış olacaktır. En etkili medya kuruluşları hâlâ devletin elindedir. Özel sektörün sahipliğindeki medya kuruluşlarının da daha rafine bir denetime tabi olduğu söylenebilir.

Kısaca belirtmek gerekirse, Çin medyasını devletten ayrı düşünmek mümkün değildir. O nedenle Çin medyasına ilişkin her inceleme Çin devlet yapılanmasını hakkında bilgilenme ile başlamalıdır. Çin’de reform ve dışa açılma politikalarının başta ekonomi olmak üzere çeşitli alanlara yansımalarına ilişkin bilgiler, bu uygulamaların medya bağlamındaki etkilerinin incelenmesi yönünden yarar sağlamaktadır.

Yine Çin dış politikasındaki gelişmelere ve değişmelere yer verilmesi, medyanın bu alandaki kullanımının aydınlatılması açısından gereklidir. Çin medyasının reform ve dışa açılma öncesi, sonrası ve devam eden süreçte geçirdiği dönüşümlerin ele alınması da aynı şekilde bir gereklilik olarak görünmektedir. Bu hususlar tezimizin üzerinde oturduğu temeller olmuştur.

Sonuç olarak, ekonomik ve askeri gücü artan, dış politikada daha faal hâle gelen ülkelerin dünya çapındaki etkilerini arttıracak bir dizi araçlara ve yollara başvurdukları bilinmektedir. Askeri güç gösterileri, diplomatik faaliyetlerin yoğunlaşması, dış ekonomik ilişkilerin artması gibi geleneksel davranışların yanı sıra son yıllarda “yumuşak güç” olarak nitelenen bir etken de ortaya çıkmıştır. Bu gücün bileşenleri arasında çeşitli dallarıyla medya önemli bir rol oynamaktadır. Dünya genelinde olduğu gibi Çin özelinde de medyanın yumuşak gücün araçlarından biri olarak kullanıldığı görülmektedir.

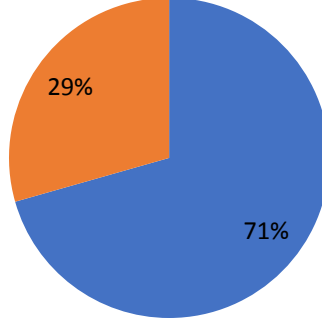
Çin'in yumuşak güç etkisine en çok katkıda bulunan kurumların önde gelenlerinden olan CRI'nin çalışmalarının örneklenmesi bakımından bazı sayısal veriler sunulması yararlı olacaktır. Aşağıda, CRI Türkçe bölümünde bir haftalık süre içinde yayınlanan haberler temel alınarak hazırlanmış tablo bulunmaktadır. Genel bir fikir vermeye yardımcı olabilmesi amacıyla ilgili tabloyu dikkatlerinize sunuyorum.

1-7 Şubat 2021 Tarihleri arasındaki bir haftalık sürede CRI Türkçe bölümü tarafından yapılan ve yayınlanan haberler				
NO	Haber Başlıkları	Tema	Etki alanı	Yumuşak güç etkisi
1	“Çin küresel ekonominin canlanmasına daha fazla dinamizm katacak”	Ekonomi	Küresel	Yok
2	Çin aşıları geliştirmekte olan ülkelerin aşıya erişimini sağlıyor	Covid19, aşı	Geliştirmekte olan ülkeler	Var
3	Çin, Suriye'ye aşı ve gıda desteği sağlayacak	Covid 19, aşı ve gıda	Suriye	Var
4	Çin-ABD ilişkilerinde dönüşüm için Çin'e doğru şekilde yaklaşılmalı	Çin ABD ilişkileri	ABD	Yok
5	Batılı ülkelerin Çin aşılara yönelik tutumları neden değişti?	Covid19, aşı	Batı dünyası	Var
6	Bahar Bayramı Galası “teknolojik inovasyon” şovu olacak!	Teknoloji	Çin	Var
7	Çin, Mısır ve Arap Birliği'ne COVID-19 aşısı bağışlayacak	Covid19, aşı	Arap alemi	Var
8	Beijing'de dijital Renminbi	Teknoloji	Çin	Var

	dönemi!	ve finans		
9	Çin tarafından bağışlanan COVID-19 aşıları Pakistan'a ulaştı	Covid19, aşı	Pakistan	Var
10	Brezilya Çin'den 200 milyon doz aşı daha almak istiyor	Covid19, aşı	Brezilya	Var
11	Çin'den ABD'nin Çin'i en ciddi rakip olarak görmesine tepki	Çin ABD ilişkileri	ABD	Yok
12	Çin'den İngiltere'ye CGTN yanıtı: İdeolojik önyargılara dayanan bir karar	Medya	İngiltere	Var
13	Çin'le gerilimin Avustralyalı çiftçiye maliyeti 28 milyar dolar	Ticaret	Avustralya	Yok
14	Çin: Aşı az sayıdaki ülkenin kullanabildiği “lüks bir ürün” olmamalı	Covid19, aşı	Küresel	Var
15	Çin DSÖ'ye her türlü desteği veriyor, sıra ABD'de	Çin ABD ilişkileri	Küresel	Var
16	Çin'den COVAX'a 10 milyon doz aşı bağışlama kararı	Covid19, aşı	Küresel	Var
17	Çin: ABD de Çin gibi açık ve şeffaf bir tutum sergilemeli	Çin ABD ilişkileri	ABD	Yok

Yumuşak güce etkisi

■ var ■ yok



Genel değerlendirme

1-7 Şubat 2021 tarihleri arasında CRI Türkçe bölümü tarafından yayınlanan 17 haberin 12'sinin yumuşak güce katkı yapacak etkiye sahip olduğu görülürken 5'inin doğrudan bu etkiyi uyandıracak nitelikte olmadığı dikkat çekmektedir.

Buna göre olumlu katkıda bulunan haberlerin oranı 71% olurken, diğer kategoridekilerin 29% da kaldığı tesbit edilebilir. Bir başka deyişle, olumlu katkıda bulunanların 3'te 2 oranından fazla olduğu gözlenmektedir.

Bu arada söz konusu 5 haberin de doğrudan yumuşak güç etkisi taşımamakla birlikte Çin yönetiminin resmi görüşleri çerçevesi içinde kaldığı hatırlanmalıdır.

Yumuşak güce katkı yapması amaçlanan haberlerin çoğunluğunun (8 tane) tüm dünyayı etkisi altına alan ve herkesi doğrudan ilgilendiren Covid 19 konusunda olduğu göze çarpmaktadır.

KAYNAKÇA

Al, Arzu, Kaya, Hayri:	“Ticaret Savaşları Bağlamında Çin-ABD İlişkileri: Düzenin Sonu”, XI. IBANESS Kongreler Serisi , Tekirdağ, 9-10 Mart 2019.
Alagöz Akçadağ, Emine.	“Yükselen Güç Çin’in Düünden Bugüne Dış Politika Analizi”, BİLGESAM Bilge Adamlar Stratejik Araştırma Merkezi Resmi Sitesi , http://www.bilgesam.org/incele/865/-yükselen-guc-cin%E2%80%99in-dünden-bugüne-dis-politika-analizi/#.Vok32I9OL6U , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Altun, Salih:	“Yeni İşgal Stratejisi: Yumuşak Güç ve Occupy”, İdarecinin Sesi , 2013, Sayı 156, ss. 22-29.
Akın, Ahmet:	“Yumuşak Güç Nedir?”, Stratejik Analiz , http://www.stratejikanaliz.com/analizler/amerika/yumusak-guc-nedir/#ixzz3p5o9uRVC , (Çevrimiçi), 10 Aralık 2015.
Aydınlık	“Çin Uluslararası Radyosu 75 yaşında”, Aydınlık , https://www.aydinlik.com.tr/medya/2016-aralik/cin-uluslararasi-radyosu-75-yasinda , (Çevrimiçi), 4 Aralık 2016.
Baidu	春秋三传（İlkbahar ve Sonbahar Yıllıkları）, Baidu , https://baike.baidu.com/item/%E6%98%A5%E7%A7%8B%E4%B8%89%E4%B7%A0 , (Çevrimiçi), 30 Ocak 2018.
Baldvin, David:	“Power Alaysis and World Politics: New Trends Versus Old Tendencies”, World Politics , 31 Ocak 1979, ss. 161-194.
Becard, Danielly Silva Ramos, Filho, Paulo	“Chinese Cultural Diplomacy: instruments in China’s strategy for international insertion in the 21st Century”, Revista Brasileira de Política Internacional , 2019 April, Vol: 62, No: 1, https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-

Menechelli :	73292019000100205&script=sci_arttext , (Çevrimiçi), 7 Haziran 2019.
Bilener, Tolga:	“Dış Politika Analizinde Yumuşak Güç-Keskin Güç Karşılaştırması: Çin Örneği”, The Turkish Yearbook of International Relations , 2019, Volume 50, pp.225-257.
Boztepe, Veli:	“Bir Yumuşak Güç Kaynağı Olarak Türkiye’deki Çin Medyası”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , Yıl 2016, Cilt 16 , Sayı 4, ss. 93-109.
Center for Language Education and Cooperation	Center for Language Education and Cooperation, http://www.chinese.cn/page/#/pcpage/mainpage , (Çevrimiçi), 15 Mart 2016.
China Book International	Introduction, China Book International , http://app.chinabookinternational.org/?app=press&controller=index&action=index&pressid=1569 , (Çevrimiçi), 17 Nisan 2016.
China Academic Journals Full-text Database	China Academic Journals Full-text Database, http://eng.oversea.cnki.net/kns55/brief/result.aspx?dbPrefix=CJFD , (Çevrimiçi), 25 Mart 2018.
China Translation & Publishing House	An Introduction to China Translation & Publishing House, China Translation & Publishing House , http://english.ctph.com.cn/contents/1 , (Çevrimiçi), 25 Mart 2018.
ChinaRadio International	Türkçe Servisi, ChinaRadio International , http://turkish.cri.cn/105/2007/08/01/1@76389.htm , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
China International Publishing Group (CIPG)	China International Publishing Group (CIPG) , http://www.china.org.cn/arts/2016-10/14/content_39489592.htm , (Çevrimiçi), 14 Kasım 2016.
China National Radio	中国中央广播电台（China National Radio）, Main Page, http://www.cnr.cn/ , (Çevrimiçi), 23 Nisan 2016.
China News Center	China News Center, Main Page, https://chinanewscenter.com/ , (Çevrimiçi), 23 Nisan 2016.
China News	China News, Main Page, http://www.chinanews.com/ , (Çevrimiçi), 23 Nisan 2016.
Confucius Institute	“Confucius Institutes Around the Globe”, http://confuciusinstitute.unl.edu/institutes.shtml , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Cyranoski, David:	“China splashes millions on hundreds of home-grown journals”, Nature , https://www.nature.com/articles/d41586-019-03770-3 , (Çevrimiçi), 11 Aralık 2019.

Çalışır, Gülsüm:	“Küreselleşme Sürecinde Haber Kavramında Gerçekleşen Bir Dönüşüm: Küresel Haber Kavramı”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi , Eylül 2012, Cilt 1, No 4, ss. 106-127.
Çavuş, Tuba:	Dış Politikada Yumuşak Güç Kavramı ve Türkiye’nin Yumuşak Güç Kullanımı, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi , Aralık 2012, Cilt 2, Sayı 2, ss. 23-36.
Çin Halk Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği	“Cumhurbaşkanı Xi Jinping’in yeni yıl konuşmasını aktarıyoruz”, Çin Halk Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği Resmi Sitesi , http://tr.china-embassy.org/tur/xwdt/t1329175.htm , (Çevrimiçi), 1 Ocak 2016.
Çin Kültür Merkezi	“Çin Kitle İletişimi”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi , http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cin_Kitle_Iletisimi/ , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Çin Kültür Merkezi	“Çin Hukuku”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi , http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cin_Hukuku/ , (Çevrimiçi), 5 Ocak 2016.
Çin Kültür Merkezi	“Çin Ekonomisi”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi , http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cin_Ekonomisi/ , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Çin Kültür Merkezi	“Çin Hakkında: Çin’in Etnik Yapısı”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi , http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cinin_Etnik_Yapisi/ , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Çin Kültür Merkezi	“Çin Hakkında: Devletin Yapısı”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi , http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Devletin_Yapisi/ , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Çin Kültür Merkezi	“Çin Hakkında: İdari Bölümler”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi , http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Idari_Bolumler/ , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Çin Kültür Merkezi	“Çin Hakkında: Siyasi Sistem”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi , http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Siyasi_Sistem/ , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Çin Kültür Merkezi	“Çin Hakkında: Dış İlişkiler”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi , http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Dis_Iliskiler/ , (Çevrimiçi), 1 Mart 2016.
Çin Kültür Merkezi	“Eğitim”, Çin Kültür Merkezi Resmi İnternet Sitesi , http://www.cinkultur.com/CIN_HAKKINDA/Cin_Egitimi/ , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.

Çin'in Anlamak için Anahtar Kelimeler	"Çin'e özgü sosyalizm", Çin'in Anlamak için Anahtar Kelimeler , http://turkish.china.org.cn/china_key_words/2017-03/29/content_40519336.htm
Demirtepe, M. Turgut, Özertem, Hasan Selim:	"Yükselen Tehdit Algısı Karşısında Çin'in Yumuşak Güç Siyaseti : Politikalar ve Sınırlılıkları", Bilig : Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi , Bahar 2013, Sayı 65, ss. 95-118.
Ekrem, Nuraniye Hidayet	Çin Halk Cumhuriyeti Dış Politikası (1950-2000) , Asam Yayınları, Ankara, 2003.
Esen, Barış:	Barış Esen, "Yumuşak Güç Örneği: Çin", Sosyal Bilimler Perspektifinden Güç (Cilt III) , ed. Gazi Kitapevi, Volkan Öngel, 2020.
Flew, Terry:	"Entertainment media, cultural power, and post-globalization: The case of China's international media expansion and the discourse of soft power", Sage Journals , Volume 1, Issue 4, pp. 278-294.
Fiddler, Connor:	Chinese Foreign Policy, The Diplomat Magazine , http://thediplomat.com/tag/china-foreign-policy/ , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Gooch, Elizabeth, Eckstrand, Eric, Chris Mayers, and Ruiz, Sebastian:	"Using Global Media Big Data to Understand China's Soft Power Efforts", Strategy Bridge , March 2, 2020 https://thestrategybridge.org/the-bridge/2020/3/2/using-global-media-big-data-to-understand-chinas-soft-power-efforts , (Çevrimiçi), 19 Ocak 2018.
Hallin, D. C., Mancini:	Comparing media systems: Three models of media and politics , Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
Jeong, Cho:	"China's soft power: Discussions, resources, andprospects", Asian Survey , 2008, May-June, Issue 48, No 3, pp. 453-472.
Jirik, John:	CCTV News and Soft Power, International Journal of Communication , 2016, Issue 10, pp. 3536–3553.
Johanson, Hannah:	"Why China's Children's Book Industry Is Growing So Fast", Publishing Perspectives , https://publishingperspectives.com/2018/03/why-chinas-childrens-book-industry-is-growing-so-fast/ , (Çevrimiçi), 18 Mart 2018.
Keten, Emre Tansu:	"Küresel Bir Modele Doğru Çin Medyası", İnsan&İnsan , Bahar 2015, No 4, ss. 4-21.
Li, Han:	"From Red to "Pink": Propaganda Rap, New Media, and China's Soft Power Pursuit", American Journal of Chinese Studies , 2018, Vol 25, No 2, pp. 89-105.
Luo, Austin Jun:	"Media system in China: a Chinese perspective", International Communication of Chinese Culture , May 2015, Vol 2, Issue 1, pp. 49-67.
May, Tan-Mullins:	"Chinese Perception of Soft Power: The Role of the Media in Shaping Chinese Views and Discourses on Foreign Aid to Africa", In: Zhang X., Wasserman H.,

	Mano W. (eds) China's Media and Soft Power in Africa , Palgrave Series in Asia and Pacific Studies, Palgrave Macmillan, New York, 2016, pp. 107-119.
Nye, Joseph S:	Daha Çok Yumuşak Güce Başvurmaliyiz , The DailyStar, (Çev. Radikal Gazetesi, 08.09.2006).
Nye, Joseph S:	"Soft Power and American Foreign Policy", Political Science Quarterly , Vol 119, No 2, 2004, pp. 256.
Nye, Joseph S:	"Hard and Soft Power in a Global Information Age", in Re-Ordering the World , Oxford, 2017.
Nye, Joseph S:	The Future of Power , Public Affairs, 2011.
Öymen, Onur:	Ulusal Çıkarlar, Küreselleşme Çağında Ulus-Devleti Korumak , İstanbul, Remzi Kitabevi, 2003.
Özel, Cengiz:	"Yumuşak Güce Bütünsel Bakış", Güvenlik Bilimleri Dergisi , Mayıs 2018, 7(1), 1-27.
Sparks, Colin:	"China's Media in Comparative Perspective", International Journal of Communication , 2010, Vol 4, pp. 552-566.
Sayın, Yusuf:	"Konfüçyüs'ün Yeniden Keşfi ve Çin'in Dış Politikasında Dönüşüm", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 2013, Sayı 29, ss. 223-237.
Tunç, Bilal, Kızıl, Ahmet:	"Çin Halk Cumhuriyeti'nin Dönüşümü ve Yerel Yönetimler", Birey ve Toplum Dergisi , Güz 2018, Cilt 8, Sayı 16, ss. 51-72.
Vural, Aysu:	"Yumuşak Güç Stratejisi Çerçevesinde Çin'in Afrika Politikası", Avrasya Etüdleri , 2017, Sayı 51, ss. 123-152.
Wang Yiwei:	"Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power", The Annals of the American Academy of Political and Social Science , 2008, Vol 616, pp. 257-273.
Wei, Cui:	"Çin Ekonomisinin Özgüveni", Çin halk Cumhuriyeti İstanbul Konsolosluğu Resmi Sitesi, http://istanbul.china-consulate.org/tur/xwdt/t1770774.htm , (Çevrimiçi), 17 Nisan 2020.
Wikipedia	"Uluslararası İlişkilerde Güç", Wikipedia Sitesi , https://tr.wikipedia.org/wiki/Uluslararası_C4%B1_ili%C5%9Fkilerde_g%C3%BC_C3%A7 , (Çevrimiçi), 1 Mart 2016.
Wikipedia	"Mass Media of China", Wikipedia , https://en.wikipedia.org/wiki/Media_of_China , (Çevrimiçi), 3 Ocak 2016.
Yıldırım, Elif:	"Yumuşak Güç Kavramı Bağlamında Çin'in Sahraaltı Afrika'ya Yönelik Kamu Diplomasisi Faaliyetleri", Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi , 2019,

	Sayı 19, ss. 2373-2403.
Yılmaz, Sait:	“Yumuşak Güç ve Evrimi”, http://usam.aydin.edu.tr/yumusakguvve%20evrimi(4a4j.pdf , (Çevrimiçi), 4 Ocak 2016.
Yılmaz, Sait:	“Uluslararası İlişkilerde Güç ve Güç Dengesinin Evrim”, Beykent Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Dergisi , Sayı 1, 2008.
Yusheng, Sun:	“The reform of Chinese Television and the rise of New Media”, The growth of media in China– and its impact on political and economic development in China , Copenhagen, 28 November 2008.
Zhao, Xin:	“A review on China's soft power projection through its transnational media institutions: Conveying discourse of economic responsibilities in media 'going-out’”, New Directions in Media Research , Volume 1, Issue 1, 2015, p. 27-39.
Zhang, Xiaoling:	“China’s International Broadcasting: A Case Study of CCTV International”, In: Wang J. (eds) Soft Power in China , Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy, Palgrave Macmillan, New York, 2011, pp. 57-71.