

ÇİN'İN YUMUŞAK GÜÇ UNSURLARI

Ayşe Yıldız



İNSAMER

IHH İNSANİ VE SOSYAL ARAŞTIRMALAR MERKEZİ
IHH HUMANITARIAN AND SOCIAL RESEARCH CENTER
مركز البحوث الإنسانية و الاجتماعية

Referans için: Yıldız, Ayşe. "Çin'in Yumuşak Güç Unsurları". İNSAMER 10.03.2021.

 Analiz

Uluslararası ilişkiler literatüründe güç, birtakım şeyleri yapabilme kapasitesi ya da hedeflenen sonuçları elde etmek için gerekli kaynaklara sahip olma şeklinde tanımlanmaktadır. Bu bağlamda *yumuşak* güç de maddi kaynaklar veya kuvvet kullanarak değil de karşı tarafı cezbetme yöntemiyle bir şeyleri ele geçirme olarak ifade edilebilir.¹ Diğer bir deyişle bir devletin yumuşak gücü, o devletin arzu ettiği ekonomik, politik veya askerî unsurlara zorlayıcı diplomasi yollarıyla değil de karşısındaki aktörlerin/devletlerin onun sistemini kabul etmesini ve hayranlık duyarak onu takip etmek istemesini sağlama kapasitesidir. Nitekim yumuşak güç unsurları, o devlete diğer devletlerle ortak bir değer etrafında birleşme ve iş birliği oluşturma imkânı sağlarken, aynı zamanda söz konusu devletin bir tehdit unsuru olarak görülmesini de engellemektedir.² J. S. Nye, yumuşak güç unsurlarını kültür, siyasi değerler ve dış politika

olarak üçe ayırmaktadır.³ Evrensel değerler etrafında buluşmaya imkân veren kültürel değerler, hem o ülkenin yumuşak gücüne olumlu katkı sağlamakta hem kendi siyasi değerlerine ve hükümet biçimine yakın sistemlere sahip devletlerle ilişkilerin geliştirilmesine olanak tanımakta hem de o devletleri etkileme gücü vermektedir. Bu bağlamda, demokrasi ve insan hakları gibi evrensel değerlerin dış politika aracı olarak kullanılması da bir devleti diğer devletler karşısında çekici kılabilmektedir.

Bunlar dışında, gelişmeye devam eden güçlü bir ekonomiye sahip olmak, sadece sert politikaların bir aracı olarak değil aynı zamanda cezbedici niteliğiyle yumuşak güç unsuru olarak da değerlendirilebilir.

Yumuşak gücün dayanağı olan kamu diplomasisi, bir devletin hedefindeki ülkenin vatandaşlarını etkilemesi ve böylece vatandaşların iç ve dış



İNSAMER
IHH İNSANİ VE SOSYAL ARAŞTIRMALAR MERKEZİ
IHH HUMANITARIAN AND SOCIAL RESEARCH CENTER
مركز البحوث الإنسانية و الاجتماعية

politikada değişiklik yapılması için kendi hükümetlerine baskı kurmalarını sağlaması olarak tanımlanmaktadır.⁴ Nielsen, kamu diplomasisini haber yönetimi, stratejik iletişim ve münasebet inşa etme üzere üç boyutta ele almaktadır. Bir devlet, dünyada hükümetin durumuna ilişkin insanların algısını etkileyecek bir olay meydana geldiğinde, hükümetin resmî pozisyonuna ilişkin halka açıklama yapmalı ve halkı bilgilendirmelidir. Bu noktada farklı hedef kitlelere seslenmesi dolayısıyla haber yönetimi hem ulusal hem de uluslararası medyanın etkin bir şekilde kullanılmasını gerektirmektedir. İkinci boyut olan stratejik iletişim ise, hükümetin vermek istediği herhangi bir mesajla ilişkin olumlu algı yaratmak amacıyla yürütölmektedir; bir diğer ifadeyle meydana gelen olaylara yalnızca cevap vermek yerine, organizasyonlar ve reklam kampanyaları vasıtasıyla gündem oluşturma üzerine odaklanmaktadır. Bu yöntemle ayrıca politik, ekonomik ve kültürel alanlardaki ilişkileri geliştirmek de amaçlanabilmektedir. Organizasyonlar; olimpiyatlara ya da küresel ısınma üzerine bir zirveye ev sahipliği yapmak olabileceği gibi, bir ülkenin geliştirmek istediği imaja yönelik düzenleyeceği başka türlü faaliyetleri de kapsamaktadır.

Kamu diplomasisinin üçüncü boyutu olan münasebet inşa etme ise, uzun vadeli programlar içermekte ve bu programlar aracılığıyla hedef ülke insanların zihninde olumlu bir etki bırakmayı amaçlamaktadır. Burs, ülke değişimi (Exchange ve Erasmus programları gibi), eğitim, seminer, konferans, internet üzerindeki iletişim ağları, radyo ve TV kanalları, söz konusu amaca yönelik kullanılan araçlar arasındadır.⁵

1970’li yılların sonundan itibaren Asya’da meydana gelen gelişmeler ve Çin hükümetinin bunlara tepkileri, uluslararası kamuoyunda Çin’in bölgede bir tehdit unsuru olarak algılanmasına sebep olmuştur. Deng Xiaoping, ortaya çıkan bu tehdit algısını değiştirmek ve ekonomik reformlarına devam edebilmek için dış politikada “sessiz ve derinden” anlayışıyla hareket etmiştir. Ancak insan hakları ihlalleri ve askerî olarak hızlı yükselişi, Çin’in gelişmesinin

tamamen barışçıl olmadığı yönündeki düşüncenin güçlenmesine sebep olmuştur. Ülkenin ekonomik olarak büyümesi, ülke genelinde gelir eşitliğini sağlamamış, aksine zengin ve fakir arasındaki uçurum daha da artmıştır. Ayrıca toprakların zorla ele geçirilmesi ve etnik azınlıkların huzursuzluklarının artması, diğer devletlerin de dikkatini çekmiştir.⁶ Tüm bu yaşananlar neticesinde, içeride istikrarı ve barışı korumak, dışarıda ekonomik büyümeyi sürdürmek temel hedef olarak belirlenmiş ve söz konusu hedefin gerçekleşmesi için iç ve dış politikanın nasıl olması gerektiğine, nasıl belirleneceğine dair sorular, yumuşak güç tartışmalarının ortaya çıkmasına yol açmıştır.⁷ Böylece Çin, yumuşak güç unsurlarının olanaklarından faydalanarak tehdit unsuru olmaktan çıkmayı ve ekonomik ve siyasi gelişimini devam ettirmeyi başat hedef hâline getirmiştir.

Kültürel Diplomasiinin Yansımaları: Konfüçyüs Enstitüleri

Kültür, Çin’in kültürel değişimler yoluyla dünyaya uygar, sorumlu ve güvenilir bir ulus olduğunu göstermek ve nüfuzunu bu yönde arttırmak için önemli bir yumuşak güç aracı olarak görölmektedir.⁸ Nitekim yumuşak güçle ilgili 1993’te Çin Komünist Partisi Politika Araştırma Ofisi Müdürü Wang Huning tarafından yayımlanan bir makalede de kültür kavramına dikkat çekilmektedir. Nye’nin yumuşak gücün kaynaklarıyla ilgili teorisinde değerlendirdiği “kültür, politik değerler ve dış politika” seçenekleri arasında kültürü öne çıkaran Wang, bir ülkenin takdir edilen bir kültüre ve ideolojik sisteme sahip olması hâlinde, diğer ülkelerin onu takip edeceğini savunmuştur.⁹ Bu bağlamda Konfüçyanizm, Taoizm ve Mohizm gibi felsefeler, günümüz Çin yönetiminin kültürel politikalarının temelini oluşturmaktadır. Komünist devrimle birlikte Konfüçyanist değerlerden önemli ölçüde uzaklaşmış ve Mao dönemi, Marksist fikir ve ideallerin politik, ekonomik ve sosyal yaşamı dönüştürdüğü bir süreç olmuştur. Ancak Deng Xiaoping dönemiyle birlikte Konfüçyanizm

toplumda ve devlet kademelerinde yeniden değer görmeye başlamıştır. Bu değişimde, dışa açılım ve reform politikalarının etkili olduğu söylenebilir. 1980'lerden itibaren dış politikada "uyumlu dünya", "barışçıl yükseliş", "barışçıl gelişme" gibi sloganlar benimsenmiştir. Nitekim Konfüçyanizm felsefesinde de savaştan kaçınmak tavsiye edilerek barışın önemi vurgulanmış; toprak elde etmek için çatışma fikri reddedilmiştir. Bu durum özellikle 2000'li yıllardan itibaren uluslararası kamuoyunda bir tehdit olarak görülen Çin'de neden Konfüçyanizmin yeniden değer gördüğünü ve yumuşak güç unsuru olarak seçildiğini anlamak için bir anahtar olarak görülebilir. Jiang Zemin'in "ülkenin erdemle yönetilmesi" anlayışı da Konfüçyüs'ün ahlak ve erdem anlayışıyla yakından ilişkilidir.¹⁰ Bu bağlamda Ming ve Qing dönemlerinin kraliyet sarayını, Çin Halk Cumhuriyeti'nin üst düzey devlet gücünü temsil eden Çin Ulusal Halk Kongresi binasını ve Çin Millî Müzesi'ni içinde barındıran ve tam ortasında ise Mao Zedong'un heykeli bulunan Tiananmen Meydanı'na 2011 yılının Ocak ayında Konfüçyüs heykelinin dikilmesi, söz konusu felsefi fikrin ve kişiliğin yeniden dirilişini gösteren önemli bir gelişmedir.¹¹ Buna paralel olarak ilk kez 2004 yılında Özbekistan'ın Taşkent şehrinde açılan Konfüçyüs Enstitüsü, bu dirilişin ve dönüşümün somut bir örneği sayılabilir.¹² 2004 yılından günümüze kadar, neredeyse dünyanın her yerinde açılan bu enstitüler, Çin'in en önemli kültürel diplomasi aracı olarak görülmektedir. Dünyanın birçok ülkesinde, hatta aynı ülkede birden fazla üniversitede kurulan enstitünün yanı sıra, ilkokuldan liseye kadar birçok okulda da Konfüçyüs sınıfları açılmıştır. Söz konusu enstitüler, Çin dilini ve kültürünü yaymak, Çin ile diğer ülkeler arasındaki eğitim ve kültür alışverişini güçlendirmek, Çin ve diğer ülkeler arasında dostane ilişkiler geliştirmek, çok kültürlü dünyanın gelişimini teşvik etmek ve uyumlu bir dünya inşa etmek amacıyla gütmektedir.¹³ 2020 yılında 162 ülkede toplam 548 Konfüçyüs Enstitüsü açılmıştır ve buralarda 2,7 milyon kişiye Çin dili ve kültürü öğretilmektedir.¹⁴ Yine Uluslararası Çin Dil Konseyi Ofisi

(HANBAN) tarafından yürütülen *Çin Köprüsü* yarışması da uluslararası niteliktedir ve Çince öğrenimine dair isteği artırmayı, Çin kültürüne dikkat çekmeyi hedeflemektedir. Söz konusu yarışma kapsamındaki "Üniversite Öğrencileri Yarışması" sekiz kez düzenlenmiş ve 60'tan fazla ülkeden 705 üniversite öğrencisini Çin'e çekmiştir. *Çin Köprüsü* kapsamında iki kez lise öğrencileri yarışması yapılmış, 20'den fazla ülkeden yaklaşık 200 ortaokul öğrencisi Çin'e davet edilmiştir.¹⁵ Hasılı Çin dilinin tanıtılması, kültürünün öğretilmesi, Çin'le ilişkilerin özendirilmesi gibi yumuşak güç içine dâhil edilebilecek pek çok unsur, Konfüçyüs enstitüleri tarafından yerine getirilmektedir. Çin'i dünyaya tanıtmamanın dışında Çin'in imajını ve uluslararası kamuoyundaki saygınlığını artırmayı da amaçlayan enstitüler, hem ekonomik ilişkilerde güven kazanmayı hem de diplomatik ilişkilerin kurulmasını sağlamıştır.

Konfüçyüs enstitüleri, Uluslararası Çin Dil Konseyi Ofisi ile bağlantılı üniversitelerin ortak girişimleri sonucu kurulmaktadır ve bu yönüyle de Batılı dil merkezlerinden ayrılmaktadır. Zira Fransa, Almanya, İngiltere gibi devletlerin açtığı dil ve kültür merkezleri, o ülkenin herhangi bir üniversitesi ya da kurumu altında değil, bağımsız kuruluşlar olarak faaliyet göstermektedir. Ancak Uluslararası Çin Dil Konseyi Ofisi tarafından fonlanan Konfüçyüs enstitüleri, buldukları ülkelerde, bağlı oldukları üniversitenin bir birimi gibi hizmet vermektedir. Diğer bir ifadeyle enstitüler, Uluslararası Çin Dil Konseyi Ofisi tarafından ilgilenilen ve anlaşma sağlanan üniversitelerin şartlarına göre açılan kurumlardır. Bu da ilgili enstitülerin üniversitelerle yapılan anlaşmalar neticesinde kampüste faaliyet göstermesini ve etki alanını zamanla genişletmesini sağladığı için eleştirilmektedir. Ayrıca Fransız Kültür Merkezi'nde 500.000 öğrenci, İngiliz Kültür Merkezi'nde 370.000 öğrenci ve İspanyol Cervantes Kültür Merkezi'nde 115.000 öğrenci eğitim görürken Konfüçyüs enstitülerinde 1 milyondan fazla öğrenci eğitim görmektedir;¹⁶ dolayısıyla bu denli hızlı bir artış, bazı endişelere ve eleştirilere sebep olmaktadır.

Konfüçyüs enstitülerinin yarısından fazlası gelişmiş bölgeler olan Avrupa ve Amerika'da açılmıştır. Enstitülerin gelişmiş ülkelerde yoğunlaşmasının sebebinin söz konusu ülkelerle ekonomik ilişkilerin geliştirilmek istenmesi olduğu söylenebilir. Bu da enstitülerin kültür ve dil öğelerini yaymanın ötesinde, farklı işlevlere sahip olabileceğini düşündürmektedir. Çin, gelişmiş bölgelerde yumuşak güç sahibi olmak isterken söz konusu ülkeler de enstitülerin bu hızlı artışından dolayı Çin'e tepki göstermekte, hatta farklı amaçlara hizmet ettikleri gerekçesiyle enstitüleri kapatma talebinde bulunmaktadır. Örneğin ülkedeki sayıları 94'e ulaşan Konfüçyüs enstitülerinin varlığından rahatsız olan Amerikan yönetimi, ajanlık faaliyetleri yaptıkları iddiasıyla enstitülerin kapatılması için Temsilciler Meclisi'ne teklifte bulunmuştur.¹⁷ ABD'nin ardından Japonya, Kanada ve Fransa'da da bazı üniversiteler, yaptıkları anlaşmaları iptal etmiştir. Brüksel'deki Vrije Üniversitesi de özgür araştırma ortamını tehdit ettiği gerekçesiyle 2020 yılında sözleşmesi sona eren Konfüçyüs Enstitüsü'nü kapatmıştır. Ayrıca 2006 yılında faaliyete geçen enstitünün başkanlığını yapan Xinning Song'un enstitünün sahip olduğu geniş ağı, Belçika'daki Çin istihbarat servisinin çıkarları doğrultusunda kullandığı gerekçesiyle ülkeye girişi yasaklanmıştır.¹⁸ Türkiye'de ise ilk kez 2008 yılında faaliyetlerine başlayan enstitünün ilk şubesi Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nde açılmıştır; daha sonra Boğaziçi Üniversitesi, Okan ve Yeditepe üniversitelerinde de açılan enstitülerin, Sakarya Üniversitesi ile Çin Başkent Spor Üniversitesi arasında imzalanan protokolle beraber Türkiye'deki toplam sayısı beşe ulaşacaktır.¹⁹

Yumuşak Gücün Diğer Unsurları

Kültürel diplomasi sadece eğitim ve dil gibi unsurları değil aynı zamanda sanat, spor, medya gibi kültürün pek çok alt dalını da kapsamaktadır; dolayısıyla Çin'in yumuşak gücünün en önemli dayanağı olan kültürel diplomasi altındaki bu tür etkinlikler, Çin'in tanınırlığını ve itibarını artırmaktadır. Örneğin, 2008 olimpiyatlarına

ev sahipliği yapan Çin, organizasyon için milyonlarca dolar yatırım yapmış ve bu yatırımlarının karşılığını da 2010 yılında düzenlenen Şangay Fuarı'na 70 milyondan fazla ziyaretçinin gelmesiyle fazlasıyla almıştır; yine Hainan Adası'nda düzenlenen "Asya için Boao Forumu"na da yaklaşık 2.000 Asyalı politikacı ile iş dünyasının önemli isimleri katılmıştır.²⁰ 2009 yılında medyayı uluslararasılaştırma çalışmalarını hızlandırma kararı alan Çin hükümeti, sektöre yaklaşık 6 milyar Amerikan doları finansman sağladığını duyurmuştur.²¹ 2010 yılında, Pekin'in dört büyük medya ajansı; *Xinhua Haber Ajansı*, *China Central Television (CCTV)*, *China Radio International (CRI)* ve *China Daily (Global Times)*, uluslararası alanda yeni şubeler açacağını duyurmuştur.²² *Xinhua Haber Ajansı*, 180 uluslararası ofisi ile *Associated Press*, *Reuters* ve *Agence France Press* gibi dünyanın önemli haber ajanslarını geride bırakmıştır. *Xinhua* 3.000'den fazla muhabiri ve çalışanıyla günün 24 saati sekiz dilde (Çince, İngilizce, Fransızca, Rusça, İspanyolca, Arapça, Portekizce ve Japonca) yayın yapmaktadır.²³ Adını Aralık 2016'da *China Global Television Network (CGTN)* olarak değiştiren *CCTV* ise, 171 ülkede altı kanalda (ikisi İngilizce, diğerleri Arapça, Fransızca ve İspanyolca) yayın yapmaktadır ve aralarında *BBC Worldwide*'in da bulunduğu yaklaşık 70 yabancı medya kuruluşuyla iş birliği anlaşmaları ve yüzlerce yabancı medya kuruluşuyla haber alışverişi anlaşmaları imzalamıştır.²⁴ 65 dilde yayın yapan *CRI*, *BBC Radio*'dan sonra dünyanın en büyük ikinci radyo kuruluşudur.²⁵ *China Daily*, Çin dışında Hong Kong, ABD, Kanada, Avrupa, Asya, Afrika ve Latin Amerika gibi dünyanın çok farklı coğrafyalarına yayılmıştır ve Londra'da *Washington Post*, *Los Angeles Times* ve *Daily Telegraph*'ta aylık ek yayın yapmaktadır.²⁶ 2009 yılında İngilizce olarak piyasaya sürülen *Global Times*, *The Economist* dergisi tarafından "dikkate değer bir yenilik" olarak lanse edilmiş, 2013 yılında İngilizce ve Çince olmak üzere ABD'de iki dille baskı yapmaya başlamıştır.²⁷ Öte yandan söz konusu medya kuruluşlarının Çin hükümetinin sözcülüğünü ve Çin Komünist

Partisi'nin propagandasını yaptığı iddiasıyla özellikle Batılı taraflar nezdinde eleştirildiğini de belirtmek gerekmektedir.

Çin film endüstrisi de önemli bir yumuşak güç unsuru olarak öne çıkmaktadır. Zira bugün dünyanın en çok sinema salonuna sahip ülkesi olan Çin'in uluslararası film endüstrisinde ayrıcalıklı bir konumu vardır. Çin pazarı bu özelliği ile Hollywood gibi önemli film sektörlerinin ilgisini çekmektedir. Ancak sektördeki pazar payını korumak için ülkeye girecek yabancı film sayısını 34 ile sınırlayan Çin, böylece ortak yapımlar konusunda da artış sağlamış ve Çinli stüdyolarla Hollywood arasında, 2002-2013 yıllarında 41 ortak film çekilmiştir.²⁸ Bu sayede film endüstrisinde de önemli ölçüde söz hakkı elde eden Çin, sansür uygulamalarını da kendi politikaları doğrultusunda yönlendirebilmektedir. Örneğin *Iron Man 3* (2013) filmi, Çin yanlısı unsurlara sahip Asya versiyonu (örneğin Yili markalı içecekler ve akupunktur) ve Kuzey Amerika versiyonu olmak üzere iki farklı şekilde çekilmiştir. *Paramount'un Jiaflix Enterprises ve China Movie Channel'in* (CCTV'ye ait) katkısıyla ürettiği *Transformers: Age of Extinction* (2014) filminde senaryo, Çin'in sansürlerine uygun olarak hafifletilmiştir. Yine *Pikseller* (2015) filminde, uzaylıların Çin Seddi'ni patlattığı sahneler Sony tarafından yayınlanmadan silinmiştir.²⁹ Nihayetinde, söz konusu ortaklık gelişip büyüdükçe, Hollywood'un Çinli bireyleri kötü adam olarak göstermemeyi ya da Tibet gibi hassas konulara çok fazla dikkat çekmemeyi tercih ettiği görülmektedir.³⁰ Washington DC'ye bağlı Wilson Center'daki *Kissinger Institute*'un Çin ve ABD direktörü *Robert Daly*, son yıllarda Çin Komünist Partisi'ni veya ana kara Çin karakterlerini eleştirel bir bakışla tasvir eden herhangi bir film yapılmadığına, hatta tam tersi *2012 ve Marşlı* gibi filmlerde Çin'in dünyayı kurtardığına dikkat çekmektedir.³¹ Söz konusu sansür uygulamalarının ardında, Çin'in uluslararası kamuoyunda iyi tanıtılması hedefi yanı sıra gösterilen şeylerin içeriğinin kontrol edilmesi amacı da yatmaktadır. Bu sayede Çin,

hem ülke içindeki güvenliği sağlamakta hem de kültürel diplomasinin bir parçası olarak gördüğü film endüstrisini -Hollywood şirketleriyle geliştirdiği bu ilişkiler sayesinde- hakkında olumlu bir imaj oluşturmak için kullanmaktadır.

Büyüyen Ekonominin Yumuşak Güce Etkisi

Çin'in yumuşak güç kullanımı sadece kültürel diplomasi araçlarıyla sınırlı kalmayıp bilim, teknoloji, sanayi gibi pek çok alanda da kendini göstermektedir. Yumuşak güç konusunda Batı'ya kıyasla daha az kaynağı olan Çin, ekonomik olarak büyüdükçe yumuşak gücün kullanımına daha çok ihtiyaç duymaya başlamıştır. Bu durum da Çin'in dünyanın pek çok ülkesine milyarlarca dolar yatırım yapmasına sebep olmuştur. Çin tarafından 2013 yılında açıklanan Kuşak ve Yol Girişimi adlı mega proje, altyapıyı geliştirmeyi ve ekonomik entegrasyonu artırmayı; Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarını kara ve deniz yoluyla birleştirmeyi ve böylece ticaret ağını genişletmeyi hedefleyen uzun vadeli devasa bir yatırım projesidir.³² Söz konusu proje kapsamında Çin, bugüne kadar 130'u aşkın ülke ile iş birlikleri gerçekleştirmiş ve milyarlarca dolarlık yatırım yapmıştır. Yatırımlarının genellikle gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelerde yoğunlaştığı dikkate alındığında, Çin'in ekonomik gücünü kullanarak hedef ülkeler için kendini nasıl cezbedici hâle getirdiği görülebilir. Diğer bir ifadeyle Çin'in yükselen ekonomisi ve hedef ülkelere altyapı, enerji, sanayi, telekomünikasyon gibi alanlarda yaptığı yatırımlar, bu ülkeler için çok cazip unsurlar olmaktadır.

Çin'in ekonomik gücünü yumuşak güç unsuru olarak kullanmasında, devletin yanı sıra Çinli şirketlerin de payı büyüktür. Her yıl dünyanın en zenginlerinin yayınlandığı *Fortune Global 500* listesinde yer alan ilk beş şirketin üçü Çinlilere aittir ve bu şirketlerin gelirleri 1 trilyon doların üstündedir.³³ Çin bankaları olan Industrial & Commercial Bank of China ve China Construction Bank, *Brand Finance* tarafından hazırlanan "Dünyanın En Değerli 500 Markası" listesinde ilk 10'a girmiştir.³⁴ Yine ENR

tarafından her yıl hazırlanan “250 Uluslararası Mütteahhit Firması” listesinde Çin, 74 firma ile en çok temsil edilen ülkedir.³⁵ Teknoloji alanında da dünyada kendine geniş bir yer edinmeyi hedefleyen Çin, *Huawei* ile telekomünikasyonda önemli şirketlerden birine sahiptir. Şirket 5G teknolojisinde ilk sırada gelmektedir.³⁶ Ayrıca 2019 yılının ilk çeyreğindeki verilere göre, *Apple*'ı geride bırakarak ilk sıraya yerleşen *Huawei*'in yanı sıra ilk beşte yer alan *Xiaomi* ve *Oppo* firmaları ile Çin, pazar payını %17'ye çıkarmıştır. Böylece yıllık 100 milyar doların üstündeki geliriyle *Microsoft* ve *Google* ile aynı lige yükselmiştir.³⁷ Yine yapay zekâ ve robot teknolojisi alanlarında önemli yatırımlar gerçekleştirerek dünya genelinde söz sahibi

olma yolunda ilerleyen Çin, aynı zamanda iklim değişikliği ve yenilenebilir enerji sektöründeki yatırımlarıyla da enerji geçişi alanında dünyada liderliğini hedeflediğini göstermektedir. Küresel ekonominin hemen her alanında dikkat çekici bir ilerleme kaydeden Pekin yönetimi, gelişmekte olan ülkelerle beraber Batılı şirketlerle de ilişkilerini artırmak amacıyla otomotiv, sanayi, finans gibi çeşitli alanlarda satın almalar yapmaktadır. Gerçekleştirilen yatırımlar ve ekonomik iş birlikleri, Çin için hedef ülkelerle ilişkilerin gelişmesine katkı sağlamakta, teknoloji ve bilim alanındaki ilerlemeler de *Made in China*'nın kamuoyundaki imajını güçlendirmektedir.

Sonnottlar

- ¹ J. S. Nye, *Yumuşak Güç: Dünya Siyasetinde Başarının Yolu*, (Çev. Reyhan İnan Aydın), Ankara: Elips Kitap Yayınları, 2005, s. 5.
- ² age., s.16.
- ³ age., s. 11-12.
- ⁴ Gyorgy Szondi, “Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences”, *Discussion Papers in Diplomacy*, Hague, Netherlands: Clingendael Netherlands Institute of International Relations, 2008, s. 7.
- ⁵ Jens Nielsen Sigsgaard, “The New Era of Diplomacy: The Effects of Public Diplomacy, Nation Branding and Cultural Diplomacy”, LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011, s. 16-18.
- ⁶ Sun Sao-Cheng, “The approaches of China's soft power strategy”, *WHAMPOA—An Interdisciplinary Journal*, No. 61, 2011, s. 53-64.
- ⁷ Lee Sook-Jong, “China's soft power: Its limits and potentials”, *EAI Issue Briefing*, No. MASI 2009-07, 2009, s. 3.
- ⁸ 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*, 62, No. 1 (2019), http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-73292019000100205&script=sci_arttext (23.03.2020).
- ⁹ Glaser ve Murphy, 2009.
- ¹⁰ Buket Önal, “Çin'in Kültürel Diplomasisi: Konfüçyüs Enstitüleri'nin Rolü ve Eleştiriler”, *International Journal of Politics and Security (IJPS)*, Cilt 2, Sayı 4, Temmuz 2020, s. 217-245.
- ¹¹ Yusuf Sayın, “Konfüçyüs'ün Yeniden Keşfi ve Çin'in Dış Politikasında Dönüşüm”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2013, s. 223-237.

- ¹² Ahmet Kavas, “Kovid-19 gölgesinde Konfüçyüs Enstitüleri’nin akıbeti”, A Haber Analiz, 13 Mayıs 2020, <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/kovid-19-golgesinde-konfucyus-enstitulerinin-akibeti/1839803>
- ¹³ “Konfüçyüs Enst. Tüzüğü (Konfüçyüs Enstitüsü Şartı)”, Hanban, http://www.hanban.org/confuciusinstitutes/node_7537.htm (21.04.2020).
- ¹⁴ <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/kovid-19-golgesinde-konfucyus-enstitulerinin-akibeti/1839803>
- ¹⁵ “About ‘Chinese Bridge’”, Hanban, http://english.hanban.org/node_8080.htm (24.04.2020).
- ¹⁶ Diego Torres, “China’s soft power offensive”, POLITICA, 26.12.2017, <https://www.politico.eu/article/china-soft-power-offensive-confucius-institute-education/>
- ¹⁷ Bethany Allen-Ebrahimian, “House Proposal Targets Confucius Institutes as Foreign Agents”, <https://foreignpolicy.com/2018/03/14/house-proposal-targets-confucius-institutes-as-foreign-agents-china-communist-party-censorship-academic-freedom/> (14.03.2018).
- ¹⁸ “Brussels university to close Chinese-funded institute after espionage accusations”, Brussels Times, <https://www.brusselstimes.com/belgium/83195/brussels-university-to-close-chinese-funded-institute-after-espionage-accusations-vub-confucius-institute/> (11.12.2019).
- ¹⁹ Nurettin Akçay, “ABD, Konfüçyüs Enstitülerini marjinalleştirmek istiyor”, <https://www.indyturk.com/node/243816/t%C3%BCrkiyeden-sesler/abd-konf%C3%BC%C3%A7y%C3%BCs-enstit%C3%BClerini-marjinalle%C5%9Ftirmek-istiyor> (15.09.2020).
- ²⁰ Joseph Jr. Nye, “Why China is Weak on Soft Power”, New York Times, <https://www.nytimes.com/2012/01/18/opinion/why-china-is-weak-on-soft-power.html> (17.01.2020).
- ²¹ Z. Hu, D. Ji, “Ambiguities in communicating with the world: the ‘Going-out’ policy of China’s media and its multilayered contexts”, Chinese journal of communication, Vol. 5, No. 1, 2012, s. 32-37.
- ²² D. Shambaugh, “China goes global: the partial power”, Oxford: Oxford University Press, 2013.
- ²³ Q. Zhou, ve Y. Wu, “The three patterns of Chinese International Communication”, China’s media go global, içinde, Ed. D. K. Thussu, H. Burgh, A. Shi, London: Routledge, 2018.
- ²⁴ Z. Hu, D. Ji, Y. Gong, “From the outside in: CCTV going global in a new world communication order”, China’s media go global içinde, Ed. D. K. Thussu, H. Burgh, A. Shi. London: Routledge, 2018.
- ²⁵ S. X. Yang, “Soft power and the strategic context for China’s ‘media going global’ policy”, China’s media go global içinde, Ed. D. K. Thussu, H. Burgh, A. Shi. London: Routledge, 2018.
- ²⁶ F. Hartig, “China Daily: Beijing’s global voice?”, China’s media go global içinde, Ed. D. K. Thussu, H. Burgh, A. Shi. London: Routledge, 2018.
- ²⁷ “The Chinese are coming”, The Economist, <https://www.economist.com/node/15607496> (04.03.2010).
- ²⁸ D.K. Thussu, “Globalization of the Chinese Media: the global context”, China’s media go global içinde, Ed. D. K. Thussu, H. Burgh, A. Shi. London: Routledge, 2018.
- ²⁹ age.
- ³⁰ Aynne Kokas, “Hollywood made in China”, Oakland: University of California Press, 2017.
- ³¹ Robert Daly, “Hollywood’s dangerous obsession with China”, Wilson Center, <http://www.latimes.com/opinion/op-ed/la-oe-daly-hollywood-20161007-snap-story.html> (11.10.2016).
- ³² Daha fazla bilgi için bk. <https://www.beltroad-initiative.com/belt-and-road/>
- ³³ Fortune Global 500, 2019, <https://fortune.com/global500/2019/search/>
- ³⁴ <https://www.brandingturkiye.com/dunyanin-en-degerli-500-markasi-2019-tam-liste/>
- ³⁵ <https://www.enr.com/toplists/2019-Top-250-International-Contractors-1>
- ³⁶ <https://www.trthaber.com/haber/dunya/dunya-ekonomisine-teknoloji-firmalari-yon-veriyor-420159.html>
- ³⁷ <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/cinli-huawei-teknolojisi-ile-abdyi-salliyor/1480440#>