



ÇİN'İN KÜRESEL BİR YUMUŞAK GÜÇ HAREKETİ: CGTN'İN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üye. Emrah AYDEMİR*

ÖZ

Politik sistemi dünyadaki birçok insan için çekici olmayan Çin, Devletin önderliğinde kamu diplomasisini yürütmekte ve yumuşak gücünü kullanmaktadır. Çin politikalarını, kimliğini, değerlerini ve kültürünü aktarmak için yoğun çaba sarf etmekte ve yumuşak güç kullanım kapasitesini geliştirmek için yatırımlar yapmaktadır. Bu amaçla Çin, küresel medya ortamını değiştirebilecek medya çalışmalarına yoğunlaşmıştır. Batı'nın uluslararası alanda söylem gücünü tekelleştirdiği görüşünü savunan Çin, küresel medya ortamını değiştirmek için uluslararası bir yayın oluşturmanın gerekliliğini anlamış, mesajını aktarmak ve söylem gücünü arttırmak için küresel yayıncılığını hayata geçirmiştir. Bu doğrultuda yayında bulunan Çin Küresel Televizyon Ağı CGTN (China Global Television Network), Parti devletinin rehberliğinde bir yumuşak güç hareketi olarak markalaştırılmaya çalışılmış ve yumuşak güç stratejisine entegre edilmiştir. Çin hükümeti geleneksel ulusal değerlerin korunmasında, ulusal kimliğin yansıtılmasında ve ulusal imajının geliştirilmesinde CGTN'ye büyük önem vermiştir. Hükümetin sıkı bir siyasi kontrolü altında faaliyet gösteren CGTN, dünyaca ünlü haber medyalarından biri olmayı arzulamakta ve bir medya yayılma politikası olarak Pekin'in sesini dünyaya duyurmaktadır. Bu makale, Çin'in yumuşak güç stratejisinin bir aracı olarak Çin Merkez Televizyonu CCTV (China Central Television) ve CGTN'nin gelişimini, CGTN İngilizce'nin program ve içeriklerini uluslararası düzeyde incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, metodolojik düzeyde, geniş bir yelpazede Çin'in yumuşak gücü, kamu diplomasisi ve CGTN'nin analizine dayanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çin, Kamu Diplomasisi, Yumuşak Güç, CCTV, CGTN

A GLOBAL SOFT POWER MOVEMENT OF CHINA: EXAMINATION OF CGTN

ABSTRACT

China, of which political system is not attractive for many people in the world, has a public diplomacy under the leadership of the State and uses its soft power. China is making intense efforts to convey its policies, identity, values, and culture and invests in improving its capacity to use soft power. For this purpose, China has focused on media studies that can change the global media environment. China, which defends the view that the West monopolizes its power of discourse in the international arena, has recognized the need to create an international publication to change the global media environment, and has implemented global broadcasting to convey its message and increase its power of discourse. The CGTN (China Global Television Network), which broadcasts in this direction, has been tried to be branded as a soft power movement under the guidance of the Party State and is integrated into the soft power strategy. The Chinese government has attached great importance to CGTN in the protection of traditional national values, in reflecting national identity and in improving its national image. CGTN, which operates under a strict political control of the government, desires to become one of the world renowned news media and announces the voice of Beijing as a media expansion policy to the world. This article aims at examining the development of CCTV (China Central Television) and CGTN as an instrument of China's soft power strategy and reviewing the programs and contents of CGTN English at an international

* Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Basın Ekonomisi ve İşletmesi Anabilim Dalı, eaydemir@firat.edu.tr ORCID ID: 0000 0002 3770 0444

level. The study is based on China's soft power in a wide range, public diplomacy, and analysis of CGTN at a methodological level.

Keywords: China, Public Diplomacy, Soft Power, CCTV, CGTN

Giriş

Dünya ekonomisinde Çin, büyük bir oyuncu haline gelmiştir. Bu durum uluslararası ilişkilerde Çin'in etkisini attırmakta ve kurulan ortaklıklar, Çin ve diğer ülkeler arasında olağan ilişkiler ortaya çıkarmaktadır. Çin'in ekonomik ve politik açıdan yükselen nüfuzu, giderek artan çok kutuplu bir dünyada Çin'i küresel bir ses haline getirmektedir (Aydemir 2018:127). Fakat nüfuzun yükselmesi yumuşak gücün artması için yeterli değildir. Yurt içindeki ve yurt dışındaki hükümet politikaları hem yumuşak gücü arttırabilir hem de azaltabilir (Nye 2003:88). Çin'deki yolsuzluk, eşitsizlik, demokrasi eksikliği, insan hakları problemleri ve hukukun üstünlüğünün göz ardı edilmesi Pekin'in algılanmasında farklı bir sorun ortaya çıkarmaktadır. Bu algılanmayla mücadele edebilmek için Çin, ülkenin yumuşak gücünü arttırmayı amaçlamış ve Batı'nın medya söylemine alternatif bir söylemle cevap vermek için Çin Küresel Televizyon Ağı CGTN'yi görevlendirmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin dış tanıtımında rol oynayan kanal, 2016 yılında yayına başlatılmıştır. Pekin, CGTN ile Çin kültürünü tanıtmak, alternatif bir medya söylemi oluşturmak, ülkenin resmi sesini duyurmak ve anlaşılacak için yoğun bir çalışma içerisine girmiştir.

Yumuşak güç stratejisinin tam olarak geliştirilmemiş olduğu Çin'de devlet merkezli bir yumuşak güç yaklaşımı benimsenmiş ve devletin sahip olduğu medya kuruluşları, Pekin'in yumuşak güç stratejilerinin kilit aktörleri haline gelmiştir. Bu anlamda uluslararası yayıncılık hizmetlerinden biri olan CGTN, devletin bir yumuşak güç kurumuna dönüşmüştür. Çin radyosunun, televizyonunun ve film endüstrisinin yurt dışındaki Batı medyası ile rekabet etmesi gerektiğinin farkında olan Pekin, son yıllarda çeşitli dillerle yayın yapmaya başlamış ve ülke medyası gelişme göstermiştir. Birleşmiş Milletler'in resmi dillerinde (Çince, İngilizce, Rusça, Fransızca, İspanyolca ve Arapça) yayın yapan CGTN, dünya çapındaki erişimini pekiştirmenin bir parçası olarak markalaştırılmaya çalışılmıştır. Çin'in kamu diplomasisi, yumuşak gücü ve bir yumuşak güç aracı olarak yararlandığı CGTN üzerine son zamanlarda araştırmalar yapılmaya başlanmış ve çeşitli açılardan değerlendirilmesi önemli hale gelmiştir.

Yumuşak Güç

İnsanları zorlamayan, insanlarla iş birliğine odaklanan yumuşak güç, gücü doğrudan doğruya olmayan yollarla kullanmaktır. Yumuşak güç, başka ülkeleri ve toplumları cezbetmek, istenilen şeylerin diğer ülke ve toplumlar nezdinde istenilmesini sağlamak, toplumları kendine çekerek değiştirmek ve diğer insanların önceliklerini düzenleyecek biçimde siyasi gündemi belirlemektir (Nye 2003:11). Yumuşak güç, askeri veya ekonomik silahlarla tehdit ederek kullanılmaz. Bunun aksine yumuşak güç, bir ülkenin uluslararası politikada hedeflediği neticeler ile ilgili kendi değerlerinin beğenilmesini, dış politikadaki hedefleri için başka ülkelerin onun amaçlarını takip etmesini, temsil ettiği yapıya imrenilmesini, açıklık ve refah seviyesine ulaşılmasını sağlamaktadır (Nye 2003:10-11).

Yumuşak güç, ikna etmeden veya her ne kadar önemli bir kısmını oluştursa da kendine çekme becerisidir ve çekicilik karşı tarafı razı etmektir. Cazibeyi oluşturan değerlerden meydana gelen yumuşak güç, gönüllü yorumcuların ve alıcıların varlığına bağlıdır. Bir ülkenin ulaşmaya çalıştığı genel amaçlar üzerinde etkisi bulunan yumuşak güç (Nye 2005:15) izleyenlerin gözlerine bağlı cazibeli bir ilişkidir. Siyasi bir slogan olmayan yumuşak güç, şaşırtıcı olmamakla birlikte bütün problemlerin çözümü de değildir (Nye 2010:8).

Ulusal çıkarların himayesi ve devam ettirilmesi için faydalanılan yumuşak güç, kamuoyuna yönelik yapılan çalışmalar neticesinde başka ülke yönetimlerini kamuoyunun isteğiyle yönlendiren, gerçekçi olarak cazibeyi odak noktası gören, kültürel diplomasi yoluyla başka ülkelerin halkıyla bağlar kuran ve bağları ilerleten, gönüllerin fethedilmesine imkân tanıyan, dış politikadaki hedefler için ortam oluşturan ve bir devletin pozisyonunu uluslararası anlamda güçlendiren bir araçtır (Aydemir 2016:138-139). Bu anlamda bir ülkenin yumuşak gücü üç kaynağa dayanmaktadır. Bu kaynaklar; kültür (başkalarına çekici geldiği yerlerde), siyasi değerler (yurt içi ve yurt dışında onlara göre yaşandığında) ve dış politikadır (meşru ve ahlaki otorite görüldüğünde) (Nye 2005:20).

Yumuşak gücün hükümet dışı aktörler ve medya ve iletişim olmak üzere iki aracı vardır. Medyanın etkisiyle yumuşak güç enstrümanları çok daha etkili bir biçimde sunulmaktadır. Ülkeler artan önemine bağlı olarak kültür, ticaret, yatırım, finans gibi farklı boyuttaki konuları kitle iletişim araçlarıyla iletebilmekte ve hedef ülkeleri kendilerine çekmeye çalışmaktadır. Medyanın kullanılması, faaliyeti yürüten ülkeye ilişkin farkındalık yaratacağı gibi, ülke kendini çekici hale de getirebilmektedir. Bu doğrultuda medyanın uluslararası sistemde önemli bir işleve dönüşmesi, yumuşak gücün kullanımını belirli bir şekle sokmaktadır. Uluslararası sistemi kendine uygun bir yapıya çevirmek gayesi güden ülkeler de ideolojisi ve ekonomik başarısına göre medyayı biçimlendirmeye çalışmakta ve ülkelerin yumuşak güç argümanları medyanın meşrulaştırıcı özelliğiyle dış ülkelerdeki toplumlara sunulmaktadır.

Haber ajansları, film yapımları, televizyonlar, gazeteler ve radyo bir ülkeyle ilgili olumlu ışık tutulmasına yardımcı olmaktadır. 1920'lerde radyonun gelişi birçok devletin yabancı dilde yayın yapmasına olanak vermiş, Hollywood yapımları etkili propaganda aracına dönüşmüş (Nye 2005:102-103) ve televizyon yumuşak gücün vazgeçilmez bir aracı haline gelmiştir.

Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi, kendi ulusunun düşüncelerini, ideallerini, kurumlarını, kültürünü, ulusal hedeflerini ve güncel politikalarını yabancı halklara anlatma amacı taşıyan bir hükümetin iletişim sürecidir (Tuch 1990:3). Hedef ülkedeki insanları etkilemek ve onların kendi hükümetlerinin iç ve dış politikaya ilişkin bakışını değiştirmesi için baskı altına almalarının sağlanması olan kamu diplomasisi, yenilikçi bir çevre yaratmak amacıyla kamuoyu oluşturmaktadır (Szondi 2008:7). Bu bağlamda kamu diplomasisi, yumuşak gücün bir yönüdür ve politikalarınız başkalarının gözünde meşru ve çekici görünüyorsa politikalarınızdan yumuşak güç elde edebilirsiniz.

Sindirme, tehdit ve baskıdan arınmış bir retorik olan kamu diplomasisi (Ba 2011:44) uluslararası ilişkilerin giderek artan öneme sahip bir parçasıdır ve bu özellikle küresel bilgi akışını iyileştiren iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler olarak da ifade edilmektedir (Seib 2009:772).

Devlet-merkezli 'stratejik' odaklı kamu diplomasisi ulusal dış politikanın aracıdır (Hocking 2005:41) ve uluslararası aktör olmak isteyen ve uluslararası sorunlarla karşı karşıya bulunan ya da dünya sorunlarıyla ilgili bir konuda sonuç almak isteyen tüm ülkelerin başvurdukları bir yöntem olan kamu diplomasisi, devletlerin iç ve dış kamuoyları arasındaki ilişkileri yürütmesidir (Bozkır 2013:32). Bu doğrultuda kamu diplomasisi, doğru stratejilerin ve uygulamaların devreye girdiği, ihtiyaca yönelik temel mesajların aktarıldığı, ülkelerin kendi hikâyelerini paylaştığı, devlet dışı aktörlerin ve kamuoylarının sürece dâhil edildiği ve stratejik iletişimden yararlanılarak hedef kitleye ulaşıldığı çok boyutlu bir paradigmadır. Özellikle bu süreçte medya, önemli bir sosyal paydaştır ve diğer ülkelerin halklarına ulaşılması konusunda medyadan stratejik şekilde yararlanılmaktadır.

Çin'in Yumuşak Gücü

Çin'in dikkat çeken ekonomik ilerlemesi söz konusudur. Çin, ekonomik ilerlemesine paralel olarak kültürel ve diplomatik etkisini de uluslararası genişletmek için çalışmalar yapmaktadır. Ancak bu çalışmalar yapılırken Çin'in özellikle diğer ülkelerin politik veya ekonomik güvenliğini etkileme kabiliyeti farklı bir durum ortaya çıkarmaktadır. Kültürel değişim için verilen destekler, Çince dil programları için yapılan yatırımlar, dünya çapında Konfüçyüs Enstitüleri'nin (kültür ve dil merkezi) kurulması Çin'in dünya sahnesinde yer almak istemesine ilişkin somut gelişmelerdir.

Çin'in yumuşak güç araçları; yatırım, insani yardım, değişim programları, çok taraflı kurumlara katılım ve diplomasi (Zheng 2009:3). Bunun dışında Çin'in yumuşak güç politikası, kültürü vurgulamaktadır ve büyük ölçüde önceden tasarlanmamış ve öncelikli olarak Çin'in uluslararası bir tehdit oluşturduğu algısına savaşı amaçlamaktadır (Glaser ve Murphy 2009:11). Tehdit algısı Çin'i yumuşak güçle ilgilenmeye itmiştir. Çin başlangıçta küresel bir güç olmak için temel olarak ekonomik ve askeri güce ihtiyaç duyduğunu düşünürken, bunun yeterli olmadığı görülmüş ve yumuşak gücün önemi anlaşılmıştır.

Sofistike bir yumuşak güç portföyünün faydalarının farkında olan Çinli liderler de Afrika, Amerika, Orta Doğu ve Güneydoğu Asya olmak üzere dünyanın tüm bölgeleriyle ilişkilerini derinleştirmeyi hedeflemektedir. Pekin, askeri ve ekonomik iş birliği için çeşitli araçları ülkenin dünyada etkisini arttırmak için kullanmaktadır. Her ne kadar Çin'in bölgelerle olan ilişkisi, doğası gereği ekonomik olarak görülse de Pekin, Birleşmiş Milletler'in rolünü vurgulayarak, bölgesel ekonomik ilişki ve güvenlik anlayışlarını teşvik ederek, insani yardımlara katılarak, imtiyazlı krediler vererek, borç yardımı sağlayarak, kültürel ve akademik değişim programlarını arttırarak bu ilişkileri güçlendirmeye çalışmaktadır (Zheng 2009:2). İlişkilerin güçlendirilmesinde Pekin; sanat, müzik, edebiyat, geleneksel Çin tıbbını da yumuşak gücün yansıtılacak mekanizmaları arasında kamu diplomasisi faaliyetleriyle kullanmaktadır.

Ülke çok köklü bir kültür ve medeniyete sahip olmasına rağmen, Çin'in siyasi sistemi, özellikle Doğu Türkistan'da ve ülkenin hemen hemen her yerinde yaşanan insan hakları ihlalleri ve 1989 yılında Tiananmen Meydanı'nda hürriyet ve demokrasi uğruna tanklar altında ezilen insanların hafızalarda olması Çin'in yumuşak güç kullanmasında elini zayıflatmaktadır (Demir 2012:53). Bilhassa yerli propaganda şablonunun küreselleştirilmeye çalışılması ve içeriğin geliştirilmemesi çeşitli sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Çin'in yumuşak gücü, evrensel değerlerden uzak ve hükümet tarafından oluşturulan bir yapı üzerinedir. Ülke yönetiminin değerlerine dayanan bir sistemle Çin; başta Japonya, Hindistan, Vietnam, Filipinler olmak üzere bazı ülkeler ile problemleri olduğu için yumuşak güç üretimi de zorlaşmaktadır. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'nın yumuşak güç çabaları evrensel değerlerin teşvikine odaklanırken, Çin'in katılımının amacı büyük ölçüde kazançlı ticarete ilişkin sonuçlar elde etmektir.

Çin'in Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi, Çince'de yabancı bir kavramdır. Çinliler genellikle *dui wai xuan chuan* ya da *wai xuan* (dış propaganda) terimini kullanırlar. Çin, dış propaganda ile Çin'deki başarıları anlatır ve yurt dışındaki imajını arttırmayı amaçlar. Çin'deki devlet propaganda sistemi çok güçlü ve çok etkilidir. Buna rağmen Çin kamu diplomasisi zayıftır (Wang 2008:259) ve Çin hükümeti, özellikle iç ve dış propaganda pratiğini karıştırmaktadır. Öte yandan Çinlilerin, *minjian waijiao*'nun (insandan insana diplomasi) önemini vurgulamaları, kamu diplomasisini yeterli olmasa da anladıklarını ortaya çıkarmaktadır. Bu doğrultuda Çin'in kamu diplomasisi uygulamaları, medya diplomasisi yaklaşımından ziyade kültürel değişim/kültürel diplomasi yaklaşımı üzerine kurgulanmaktadır (Wang 2008:259).

Çin'de kamu diplomasisine ilişkin ilk girişimin 1930'ların ortasında Çin Komünist Partisi tarafından Amerikalı gazeteci Edgar Snow'un ülkeye davet edilmesiyle başladığı düşünülmektedir. Çin'de devam eden iç savaşın rapor haline getirilmesi için Gazeteci Snow çağrılmış, 1940'larda yabancı gazeteciler ve akademisyenlerin Çin'i ziyaretlerine ilişkin davetler sürmüştür ve bu konuyla ilgili raporlar yazılmıştır. Çin'deki gelişmeler hakkında yabancı kamuoyunu bilgilendirmek ve etkilemek amacıyla oluşturulan yayınlar Fransızca, İspanyolca, Japonca ve İngilizce'ye çevrilmiştir (d'Hooghe 2005). Çin, yabancı kamuoyunu etkilemek için sponsorluk çalışmalarına da yönelmiş ve itibara yönelik faaliyetler ile kültürünü dünyaya yaymak amaçlı çeşitli sponsorluklara girişmiştir. Bu amaçla Çin, kültürel aktivitelerle ülkenin keşfedilmesini sağlamak için film / kitap / videolara sponsor olmuştur (Chen 2011:75).

Pekin'in kamu diplomasisi uygulamalarında *Hanban* (Yabancı dil olarak Çince eğitimden sorumlu Çin Ulusal Ofisi), pek çok ülkede Konfüçyüs Enstitüsü ve Konfüçyüs koleji kurmuş ve Çin diline ve kültürüne artan ilgiden yararlanmaya çalışılmıştır (d'Hooghe 2007:29). Eğitim Bakanlığı'na bağlı bir sivil toplum kuruluşu ve Uluslararası Çin Dil Kurumu'nun yürütme organı olan *Hanban*, Çince ve Çin'in kültürünün yayılmasının temsili olarak yer almakta ve dilin öğretimi için gerekli olan hizmetleri sağlamaktadır. *Hanban*, üniversiteler arası ortaklıklara ilişkin katkılar da yapmakta ve Çince dil programlarını diğer ülkelerde çeşitli tür ve düzeylerde kurumlarda tanıtmaktadır (Aydemir 2018:129).

Çin kamu diplomasisinde, son yıllarda ülke sineması da büyük bir gelişme göstermiştir. Çin filmleri, Çinli oyuncular ve Çin kültürü dünya genelinde ilgi görmeye başlamıştır. Ülkenin kültürü, Çin sinemasında önemli bir yer tutmuş ve filmlerin çekildiği mekânlar, oyuncuların giydiği geleneksel kıyafetler vb. Çin kültürünün yayılmasına katkı sağlamıştır (Erzen 2012:136). Sinema dışında Çin Uluslararası Radyosu da kısa dalga, orta dalga ve internet üzerinden dünyaya yayın yapmakta ve ülkenin kamu diplomasisinde radyo aracını hayata geçirmektedir (Rawnsley 2009:286).

Çin kamu diplomasisi pratiği, “açık ve reform” döneminin bir parçası olarak 1983 yılında şekillenmiştir. 19 Mart 2004 tarihinde Dışişleri Bakanlığı Bilgi Departmanı altında bir Kamu Diplomasisi Bölümü kurulmuştur. Söz konusu gelişmelerle beraber Çinliler kamu diplomasisi alanında daha bilinçli hale gelmişlerdir (Wang 2008:259). Uzun bir tarih ve geleneğe sahip çekici bir ülke olarak kendisini tanıtmak için kamu diplomasisi çalışmaları yürüten Çin, küresel imajını düzeltmeye yönelik kültürel ve sosyal eğilimlere ağırlık vermiştir. Bu bağlamda Konfüçyüs Enstitüleri'nin sayısının 2020 yılına kadar arttırılma planı ve Pekin'in 2022 Kış Olimpiyatları'na ev sahipliği yapacak olması itibara yönelik faaliyetler arasında yer almıştır.

Çin'in bu tür çalışmaları, küresel olarak yansıyan olumsuz imajını düzeltmek içindir. Çin, kamu diplomasisi ile kamuoyunda sempati kazanmak üzere devlet dışı aktörlerden yararlanarak basın toplantıları, topluluk etkinlikleri ve sosyal medyayı içeren çalışmalarda bulunmaktadır. Lakin Çin'in kamu diplomasisi, ülkenin sosyopolitik bağlamına sıkı sıkıya bağlıdır ve kamu diplomasisi yönetimi dünyanın diğer ülkelerine nazaran daha hiyerarşik ve devlet merkezli yürütülmektedir. Devlet dışı aktörlerin kamu diplomasisi faaliyetlerine katılımı, merkezi hükümetin amaçlarıyla uyumlu olmak zorundadır.

Çin, kamu diplomasisi için ciddi anlamda büyük mali yatırımlar yapmakta ve çoğunlukla iç hedef kitleyi etkilemek üzere kamu diplomasisi faaliyetleri yürütmektedir. Bunun dışında Çin'in Kuzey Kore nükleer krizinde oynamış olduğu rol ve komşu ülkelerin Çin'den korkmak zorunda olmadıkları konusunda ikna politikaları, uluslararası toplumun Çin'e ilişkin algısını değiştirmek için yürütülen bir dizi faaliyettir.

Yürütülen bazı faaliyetler arasında Çinli liderlerin yurt dışı ziyaretlerinde katıldıkları televizyon programları yer almaktadır. Bu tür programlarda insan hakları ve 1989 yılında öğrencilerin, aydınların ve işçilerin önderliğinde yaşanan Tiananmen Meydanı Olayları gibi hassas konular da tartışılmıştır (Rawnsley 2009:288-289). Atılan önemli ve cesur adımlar, ülkenin kamu diplomasisi için pozitif bir yansımada bulunmuştur. Böylece Çin'in siyasi kişilikleri ülkenin mesajlarını uluslararası medyaya taşımış ve Çin hakkında olumlu kamuoyu oluşturmaya çalışmışlardır.

CCTV

Çin'de medya, hükümetin bir kolu olarak görülmektedir ve medya, hükümet ile iç içedir (İnceoğlu 2004:321). Ülkenin TV yayıncılığı Çin Merkezi Televizyonu (CCTV - China Central Television) tarafından denetlenmektedir. CCTV, 1958 yılında kurulmuştur ve bütçesinin büyük bir bölümü devletten elde edilmiştir. Reklama yer verilen kanalda reklamlar kazanç kaynağı değil, kamu hizmeti olarak görülmüştür (İnceoğlu 2004:324-325). Son yıllarda bir değişim meydana gelmiş ve devlet tarafından

finans edilen kanal, devletin emriyle Çin'in yeni ticarileştirilmiş endüstrilerinde bir oyuncu haline gelmiştir (Zhu 2012).

Çin kamu diplomasisinde CCTV News, ülkenin önemli bir kamu diplomasisi uygulaması olmuştur. CCTV News, Çin'in imajını yurt dışında tanıtmak, uluslararası konumunu genişletmek ve koşulları kendi lehine yönelik olarak etkilemek için yayınlarını yapmıştır (Jirik 2016:3538).

2000 yılında başlatılan CCTV 9, Çin'in dünya çapında uydu üzerinden gerçekleştirilen tek İngilizce televizyon servisi olarak devam etmiştir. 2004 yılında CCTV, iki yeni kanal başlatmıştır. Bu kanallardan biri CCTV E (İspanyolca) diğeri CCTV F'dir (Fransızca). CCTV International (CCTV 9, E ve F kanallarının toplu adı) Pekin için siyasi bir araç haline gelmiştir (Rawnsley 2009:286). Hedef bölgelerdeki büyükelçilikler tarafından sağlanan rehberliğe dayalı olarak programlarda, ne tür içerikler yayınlanacağı Dışişleri Bakanlığı'ndan alınan talimatlarla şekillendirilmiştir. Genel olarak programlar Çin'in iş, turizm, kültür ve dilini pazarlama amaçlı haber yayınları çerçevesinde tasarlanmıştır. Ancak bu yayınların etkisi ya da seyirci kitlesinin boyutu belirlenememiştir (Rawnsley 2009:286). CCTV International, potansiyel izleyici kitlesi boyutu konusunda – hedef bölgelerde yaşayan veya istasyonuna erişimi içeren uydu ve kablo paketlerine abone olanlar, altı uydu üzerinden Çin dışında kırk beş milyon civarında abone olmuştur. 2002 yılında yayınlanan bir araştırmaya göre; CCTV 9 izleyicilerinin % 90'nın Çin'de yaşadığı, sadece % 4'nün yabancı olduğu ve % 80'nin İngilizcelerini geliştirmek için kanalı izlediklerini veya diğeri İngilizce programlara erişim sağlayamayan Çin'deki gurbetçiler olduğunu ortaya koymuştur (Rawnsley 2009:286).

CCTV, ülkenin tek ulusal TV istasyonu olmakla birlikte Çin'in yumuşak güç enstrümanlarının kalbinde yer almıştır. Kırk iki kanalla yayın yapmış ve her gün 1.2 milyar insan tarafından izlenmiştir. Tüm kanallardan altısı Çince, Fransızca, İspanyolca, İngilizce, Arapça ve Rusça yayın yapmıştır. CCTV'nin yetmişden fazla denizaşırı bürosu bulunmuştur. CCTV'nin yurt dışına gönderilen personel toplam sayısı 2010 yılından 2014 yılına kadar yaklaşık on kat artmıştır. Çalışanların yaklaşık üçte biri yerli çalışanlar olmuştur. Global CCTV News, 100'den fazla ülke ve bölgede seksen beş milyondan fazla izleyiciye ücretsiz uydu sinyalleri göndermiştir (Zhang 2014).

Günümüz itibariyle CCTV'nin yabancı dildeki uluslararası kanalları, CGTN (China Global Television Network) markasıyla dünyaya sunulmakta ve CCTV.com Çin'den ve dünyanın dört bir yanından haberlerle sürekli olarak güncellenmekte ve canlı ve isteğe bağlı videolar, raporlar ve aranabilir arşivler sunmaktadır

(<http://english.cctv.com/2016/12/31/ARTIihUUF9RM0iXiqdPgFPUe161231.shtml?spm=C69523.P89571092934.0.0>).

Çin'in Yumuşak Güç Konumlandırmasında CGTN (China Global Television Network)

31 Aralık 2016 tarihinde bir değişiklik yaşanmış ve Çin Küresel Televizyon Ağı CGTN, ülkenin yeni uluslararası medya kuruluşu olarak ulusal yayın kuruluşu Çin Merkez Televizyonu (CCTV) tarafından yayına başlatılmıştır. CCTV'nin İspanyolca, İngilizce, Rusça, Arapça, Fransızca ve CCTV 9 Belgesel web portalları www.cgtn.com adresine taşınmıştır (<http://english.cctv.com>). CGTN ile Çin yeni bir sürece girmiş ve

kullanıcıların farklı platformlardaki içeriğe daha kolay erişimlerini sağlamayı amaçlamıştır. CGTN, çok dilli ve çok platformlu bir medya gruplandırması haline gelmiştir. Yirmi dört saatlik bir İngilizce haber kanalı da olmak üzere altı kanaldan oluşan CGTN, televizyon programlarını çevrimiçi de yayınlamaktadır. Mobil olarak da yayınlanan CGTN, sosyal medya platformlarını hikâyelerin aktarılması için aktif olarak kullanmaktadır.

Merkezi Pekin olan CGTN, Çin perspektifinden haberler yayınlamakta ve İngilizce haber kanalı Asya, Afrika, Avrupa ve Kuzey Amerika'da izlenebilmektedir. CGTN İspanyolca da İspanya, Meksika, Venezuela, Kolombiya, Peru ve Şili dâhil olmak üzere yirmi sekiz ülke ve bölgede yayın yapmaktadır. CGTN Arapça ise yirmi iki Arap ülkesinde yayın faaliyetinde bulunmaktadır. CGTN Fransızca da Fransa, ABD, Singapur, Gana, Ruanda ve Fas dâhil olmak üzere seksen yedi ülkede ve bölgede izleyicilere ulaşmaktadır. CGTN Rusça da Rusya, Belarus, Gürcistan, Ukrayna, Bulgaristan ve Kırgızistan dâhil olmak üzere kırk altı ülke ve bölgede izlenebilmektedir.

CGTN, televizyonun yanında çevrimiçi olarak da hizmet vermekte ve bir video haber ajansı olan CCTV + içermektedir. Kanalın Nairobi, Washington D.C. ve Londra'da merkezleri vardır. CGTN toplamda 170'ten fazla ülkede ve bölgede bulunmaktadır. Dijital platformlar aracılığıyla da içerikler sunan CGTN'nin dünya genelinde 150 milyondan fazla takipçisi vardır ve diğer sosyal medya platformları üzerinden CGTN'ye erişim söz konusudur (<https://www.cgtn.com/about-us>).

CGTN, Çin için küresel bir cihazdır. Çin'in hikâyesini anlatan CGTN'nin karşılaştığı zorluklar ve engeller de vardır. Devlet mülkiyeti nedeniyle hala sansür mekanizması söz konusudur ve dünya standartlarında marka itibarı istenilen durumda değildir (Sun 2018). Bu nedenle Çin'in yurt dışında markalaşması için girişilen bir çabanın ürünü olan kanal, aynı zamanda Batı medyasının uluslararası söylem konusundaki tutumu hakkında rahatsızlığının bir cevabı olarak görülmektedir. Çin, Batı medyasına karşı olarak kendi etkisini geliştirmek ve küresel görüntüsünü şekillendirmek için mesajlarını yurt dışına taşırken küresel ölçekte güvenilir medya ağırlığı Komünist Parti'nin hayati propaganda organı rolünü sürdürdüğü için sorgulanmaktadır.

Çin'in yurt dışında markalaşması için girişilen bir çabanın ürünü olan kanal, kaliteli haber üretimini kolaylaştırmak ve küresel ulaşımı güçlendirmek için Çin'in bağımsız düşünce kuruluşu Center for China and Globalization ile ortak bir anlaşmaya varmıştır. Çin'i dış dünyayla daha iyi ilişkilendirebilmek için gerçekleşen bu ortaklık, Batı ve Doğu'nun diyalogu için tasarlanmış ve düşünce kuruluşunun yumuşak gücün taşıyıcısı olarak haber toplanmasının güçlendirilmesinde faydalı olacağı dile getirilmiştir (<https://www.hindustantimes.com/world-news/china-s-cctv-launches-global-soft-power-network-to-extend-influence/story-QPCoWTJQmmAOxJ5OhMiMEO.html>)

Programlar ve İçerikler

Alternatif bir medya söylemi oluşturmak için Pekin'in resmi sesini duyuran kanal, ülkenin olumsuz algısını değiştirmek üzere Çin hükümetinin bir medya yayılma politikasıdır. Hedef kitlesinin tam olarak net olmadığı kanal yayınlarında dış tanıtım vardır. Kanal, içeriklerde Çin'in olumlu imajını vermekle yükümlüdür. Çin hükümetinin eleştirilmesine izin verilmez. Bu nedenle haber içeriği üretme ve uluslararası konuları ele alma durumu, taraf devletin konuyla ilgili tutumunu açıkça sorgulamayan bir durum dışında büyük ölçüde sınırlandırılmıştır. Batı medyasının eleştirel tutumu karşısında CGTN'nin gazetecilik perspektifleri kurumsal değildir ve eleştirel olmayan bir söylem hâkimdir. Bu nedenle kanal ile ilgili bir güvenilirlik sorunu ortaya çıkmaktadır.

CGTN kanalları tam zamanlıdır. CGTN-İngilizce, CGTN-İspanyolca, CGTN-Fransızca, CGTN Rusça ve CGTN Arapça; haberler, güncel olaylar, belgeseller, spor, eğlence programları ve eğitim programları dâhil olmak üzere çeşitli içerikler sunmaktadır. Kanallarda kültür ve diyaloga fazlaca yer verilmekte ve programların tekrarları olabilmektedir.

CGTN-İngilizce'nin Nisan 2019 tarihi itibarıyla incelenen program adları ve içerikleri şunlardır:

- Faces of Africa: Pazartesi ve Pazar günleri yayınlanan programın yayın süresi otuz dakikadır. Program kıtanın çeşitliliğini göstermektedir. Afrika'nın yüzleri programı insanlarla ilgilidir. Sıradan vatandaşların samimi portrelerinden politik, ekonomik ve sivil liderlerle yapılan görüşmeleri içerir ve ilgi çekici hikâyeleri aktarır.
- Culture Express: Pazartesi'den Cuma'ya kadar olan programın süresi otuz dakikadır. Sanat, müzik, dans, opera, film, moda, yemek ve yaşam dünyalarından haberler içermektedir. Kültürdeki son trendler, ressamlar, tasarımcılar, şarkıcılar, aktörler ve hayatın her kesiminden sanatçılar ile sohbetler sunan program, Doğu ile Batı arasında bir köprü olmayı amaçlamakta ve geleneksel ve modernini birleştirmektedir.
- Asia Today: Pazartesi-Pazar yayınlanan programın süresi otuz dakikadır. Program Asya'daki en son haberleri ve sosyal gelişmeleri anlatmaktadır. Güncel gelişmelerin aktarıldığı program, Asya kıtasının çeşitli kültürlerini ve yaşam tarzlarını da sunmaktadır.
- China 24: Pazartesi-Pazar yayınlanan programın süresi otuz ve kırk beş dakika arasındadır. CGTN'nin Pekin ve Washington DC'deki stüdyoları tarafından üretilen bir haber programıdır. Ülkenin ticaretini, kültürünü, teknolojisini, eğlencesini ve daha fazlasını aktaran program, Çin'in karşılaştığı zorlukları da ele almaktadır.
- The Link: Program, Pazartesi-Cuma yayınlanmaktadır. Programın süresi otuz dakikadır. Yarım saatlik bülten Asya, Amerika ve Afrika'yı yakından ilgilendiren küresel konulara odaklanmaktadır. Programda derinlemesine tartışmalar yapılmakta ve Pekin, Washington ve Nairobi'deki uzmanların etkileşimleri ile çözüm önerileri sunulmaktadır.
- The World Today: Program Pazartesi-Pazar yayınlanmaktadır. Süresi on beş dakika ve otuz dakika arasında değişmektedir. CGTN'nin en önemli haber programıdır. Son dakika haberleri, uzman analizleri gibi içerikler vardır.

- Global Watch: Altmış dakikalık bir programdır. Pazartesi-Pazar yayınlanmaktadır. Çin'in küresel olaylara bakış açısını vurgulamaktadır.
- Full Frame: Salı, Perşembe ve Pazar günü yayınlanan programın süresi kırk beş dakika, altmış dakikadır. Film, sanat, kültür, bilim, teknoloji ve inovasyon gibi konularla izleyicilerin hayatlarına odaklanmaktadır. Full Frame, Los Angeles'ta üretilmekte ve küresel izleyiciyi hedef almaktadır.
- Icon: Cumartesi, Pazar günü yayınlanan programın süresi otuz dakikadır. Haftalık konuşma programı olan Icon, sanat ve eğlence dünyasından ünlülerle yapılan samimi konuşmaları içerir.
- Crossover: Çin'deki hayatı araştıran, kültürlerarası bir yaşam tarzı sunan programın süresi kırk beş dakikadır. Pazartesi, Cumartesi, Pazar günü yayınlanan, Çin'de trend olan hikâyeleri de ortaya çıkarmayı hedefleyen programda konuklar, heyecan verici konuları da tartışmaktadır.
- New Money: Program, Pazartesi ve Cumartesi yayınlanmaktadır. Otuz dakikalık New Money programı, Çin'deki yeni nesil girişimcilerin isteklerini vurgulamaktadır. Gelecek vaat eden şirketlerin arkasındaki yenilikçi fikirleri anlatan program, kurumsal strateji, endüstri görünümü ve küresel girişimcilik gibi konuları araştırmaktadır.
- Travelogue: Pazartesi ve Pazar günü yayınlanan programın süresi otuz dakikadır. Bir seyahat programı olan Travelogue, yolculuğun tüm unsurlarını sunmaktadır.
- Americas Now: Pazartesi, Çarşamba ve Cuma yayınlanan programın süresi kırk beş dakika, altmış dakikadır. Özellikle Latin Amerika başta olmak üzere Amerika'nın karşılaştığı zorlukları ve gelişmeleri yansıtmaktadır.
- Assignment Asia: Program Pazartesi, Cumartesi ve Pazar günleri yayınlanmaktadır. Süresi otuz dakikadır. Asya'nın dört bir yanından gelen hikâyelere derinlemesine bakan güncel bir programdır. Program insanlara odaklanmaktadır.
- Rediscovering China: Pazartesi ve Pazar günü yayınlanan programın süresi otuz dakikadır. Çin'in yeniden keşfedilmesine odaklanan program, Çin ile ilgili fikirler sunmaktadır.
- Big Story: CGTN'nin Pazar günleri yayınlanan bir belgesel film programıdır. Süresi altmış dakikadır. Küresel olayları çeşitli film stilleriyle araştıran, hikâye anlatıcılığıyla aktaran program, çağdaş dünyayı ve Çin'in küresel bakış açısını uluslararası izleyici kitlesine sunmayı amaçlamaktadır.
- Talk Africa: Pazartesi ve Pazar günü yayınlanan programın süresi otuz dakikadır. Afrika'daki sesleri dünyaya aktarmayı amaçlayan program, Kenya'nın başkenti Nairobi'deki merkezinden yayın yapmaktadır.
- The Heat: Süresi otuz dakika olan program Salı-Cumartesi yayınlanmaktadır. Bir Talk Show programıdır. Zorlu konuları Çin perspektifinden sunmaktadır.
- World Insight with Tian Wei: Pazartesi-Cuma yayınlanan program, yaşamın her kesiminden isimleri ağırlamakta ve en önemli küresel haberleri içermektedir. Programın süresi kırk beş dakikadır.
- Dialogue with Yang Rui: Pazartesi-Pazar olan program günlük İngilizce talk show'dur. Programın süresi otuz dakikadır. Çok sayıda yerli ve uluslararası

konuyu kapsayan program; hükümet, iş dünyası ve akademi alanındaki karar vericilere yer vermektedir.

- Match Point: Haftalık bir programdır. Süresi otuz dakikadır, Pazar günü yayınlanmaktadır. CGTN'nin Nairobi merkezi tarafından üretilen program, Afrika sporunun en iyilerini içermektedir.
- Sports Scene: Pazartesi-Pazar yayınlanan, süresi on beş dakika, otuz dakika olan program Avrupa, Kuzey Amerika ve Çin'in en iyi spor liglerinden haberleri içerir. Program ayrıca Çin yerel liglerindeki değişimleri de ele almaktadır.
- Africa Live: Pazartesi-Pazar yayınlanan ve otuz dakika, altmış dakika süresi olan program CGTN'nin Nairobi merkezi tarafından üretilmektedir. Bölgeyle ilgili hikâyeler sunan program, Afrika yaşamını kapsamlı bir şekilde sunmaktadır.

Programlarda Afrika, Çin için önemli bir içerik oluşturmaktadır. Modernize edilen ordusuyla küresel bir aktör haline gelmek için gayret gösteren Çin, son yıllarda Afrika ülkeleri ile ilişkilerini arttırmanın etkisiyle kıtadaki nüfuzunu Faces of Africa, Talk Africa, Africa Live ve Match Point gibi programlarla da geliştirmeyi amaçlamaktadır. Çin, CGTN programları ile iş birliğinin önemini vurgulamakta ve dayanışmaya dikkat çekmektedir.

Programlarda kültür de ağırlıklı bir yere sahiptir. Kültüre fazlaca yer verilmesinin nedeni uluslararası sistemde giderek büyük bir güç haline gelen Çin'e ilişkin 'Çin tehdidi' algısıdır. Çin bu tehdit algısını kırmak veya yıkmak için yumuşak gücünü ön plana çıkarmakta ve kültür ülke için büyük önem taşımaktadır (Pekcan 2016: 217).

Haber programları ise tamamen Çin bakış açısını yansıtmaktadır. Programlar, Çin hikâyesini anlatma amacının yanında, devletin ideolojik amaçlarına hizmet etmektedir. Son yıllarda giderek daha fazla uluslararası izleyici kitlesine yönelik sofistike ve iddialı bir strateji ortaya koyulsa da programlarda Pekin'in propagandası sık sık yapılmakta ve yayınlar ideolojik ve politik bir mücadele alanı haline dönüşmektedir.

Spora da yer verilen programlarda hem Afrika sporu hem de dünyanın diğer yerlerinin en iyi spor ligleri izleyicilerle buluşturulmaktadır. CGTN'nin genel olarak Çin merkezli program ve içerik stratejisi, izleyicilerin Çin ile ilgili ana bilgi kaynaklarının karşılanmasında anahtar olduğu ve yurt dışından Çin kültürüne ulaşmanın temel yollarından biri haline geldiğini gözler önüne sermektedir.

CGTN, birçok programıyla uluslararası bir kaynaktır (Urio 2018). Kanal, uluslararası programlarına rağmen Çin'in propaganda aracıdır. Kanalın programları Komünist Parti tarafından kontrol edilmektedir. Editöryal bağımsızlığın olmadığı kanalda CGTN, örneğin Çin'in Uygur etnik grubuna yapmış olduğu yayınlarda taraflı davranmış ve Çin propagandasını yapmıştır (Mozur 2019). Mevcut ve CGTN çalışanları da Pekin'deki CCTV editörlerinin sık sık Çin'i koruma planları olduğunu belirtmiş, Pekin'in emirleri ışığında içeriklerin oluşturulduğunu, ancak içerikler yasaklanmadığında veya belirlenmediğinde biraz esneklik olduğu ifade edilmiştir. Komünist Parti'nin medya ve tanıtım aracı olan CGTN, Çin hükümeti tarafından sağlanan fon ile yayınlanmakta ve içerikler buna göre oluşturulmaktadır (Mozur 2019).

Sonuç

Çin'in denizaşırı kitlelere ulaşmak için oluşturduğu CGTN, ülkenin mesajlarını yurt dışına taşımak ve uluslararası imajını arttırmak için oluşturulmuştur. Sert gücün ülkenin anlatımında yeterli olmadığına farkında olan Pekin, CGTN ile Çin rüyasını anlatmaya çalışmış ve yumuşak gücünü geliştirmeyi amaçlamıştır (Yip 2018). Fakat Çin Komünist Partisi'nin kanal üzerindeki kontrolü ve yayınlarının propaganda yüklü olması geniş kitleleri çekmek için yeterli olmamıştır ve devlet tarafından işletilen propagandaya karşı insanlar isteksiz hale gelmişlerdir. Kanalin ağır baskı altında yayınlarını yapması, Tayvan, Tibet ve Sincan Uygur Özerk bölgesi ve diğer konularla ilgili yayınlarının parti çizgisine uyumlu olması (Yip 2018) yumuşak güç aracı olarak CGTN'yi etkili bir araç haline getirememektedir. Şöyle ki Komünist devletin niteliği yumuşak gücü kısıtlamaktadır. Çünkü dünyaya sunulacak tutarlı bir vizyon söz konusu değildir. Çin, birçok ülke için hala askeri, ekonomik ve politik bir tehdit oluşturabilmektedir. Bu nedenle etkisi kırılmalıya neden olabilmektedir. Bu kırılmalıya yanıt verebilmek adına CGTN'den yararlanılmaktadır.

CGTN'nin uluslararası genişlemesi ile Pekin'in yumuşak güç arayışında bir ilişki söz konusudur. CGTN'de yayınlanan Culture Express, Asia Today, China 24 ve Full Frame gibi programlara bakıldığında Çin kültürünün medya içeriğiyle olan ilişkisi aşikârdır ve Çin hükümetinin "medya yayılma politikası" gün geçtikçe genişlemektedir. Pekin, küresel anlamda etkili olan medya sistemini geliştirmek için büyük bir yatırım yapmakta ve hali hazırda BBC ve CNN gibi iyi bilinen global oyuncularla kapsama alanı, kanal sayısı ve yayın dillerinin çeşitliliği konularında rekabet edebilmek için çaba sarf etmektedir.

Devletin parasıyla büyüyen CGTN, yerel sansür rejimine tabi olarak ülke ile ilgili algılardaki problemleri giderecek ikna edici argümanları kullanmamakta, milliyetçiliği desteklemektedir. Ayrıca propaganda iş dünyasını da hedef almaktadır (Palmer 2018). Bu doğrultuda China 24, Faces of Africa, New Money, Rediscovering China, Dialogue with Yang Rui gibi programlarda ticarete ilişkin içerikler sunulmaktadır. CGTN'nin yapısı, programları ve içerikleri dikkate alındığında kanal, Parti devletinin dış tanıtım sisteminin bir parçası olarak rol oynamaktadır. Çin ile ilgili söylemler, büyük ölçüde Parti'ye yönelik olumlu yorumlarla izleyicilere aktarılmaktadır. Ülkeye ve Parti'ye ilişkin eleştirel bir söylem veya olumsuz bir anlatım yoktur. Çin'in hikâyesini çeşitli perspektiflerden ve farklı programlardan aktaran kanal, ülkenin politikalarının desteklenmesini arzulamakta ve Çin kültürü, haber dışı yayınlanan içeriklerin göze çarpan önemli bir dayanağını oluşturmaktadır. Afrika'ya yönelik programlara da önem veren CGTN; Çin sanatı, Çin tarihi, Çin'deki turistik yerler ve ülkenin başka konularına ilişkin yayınlar ile haber dışı üretimlere de ağırlık vermektedir.

Kanaldaki programlar sofistike ve kapsamlı bir yerelleştirme biçimindedir. Kültürel olarak uyarlanmış programlar ve içerikler, hedef kitlenin ihtiyaçları ve beğenileri doğrultusunda tasarlanmamaktadır. Ayrıca CGTN'nin tam ölçekli bir kanala evrimleştiğini söylemek de henüz erkendir.

CGTN, söz konusu nedenlerle sıkışmış durumdadır. Kanalin propaganda yönelimi, başarılı olmasının önüne geçmekte ve yabancı izleyiciye hitap etmesini zorlaştırmaktadır. Kanal gerçek görüntüleme rakamlarının yerine ulaşabileceği insan

sayısını rapor etmektedir. Afrika'da bir miktar başarı elde edilse de Batı'da bir başarıya ulaşılamamıştır. Kanaldaki baskılar nedeniyle personeller de görevlerinden istifa etmektedir (Palmer, 2018).

Bilginin geleneksel olarak insanların bürokratik konumlarına göre bölüşüldüğü ve bireyler arasında bilgi akışının engellenmesine yönelik önlemlerin alındığı Çin'de kitle iletişim araçlarına sansür uygulanmaktadır (Nye 2003:59). Çok sınırlı bir editöryal özerkliğin olduğu CGTN, Çin'in olumlu imajını vermekle yükümlüdür. Kanalın kurumsal ve eleştirel olmayan tutumu, ülkeye yönelik bakış açısını etkilemekte ve güvenilirliği olumsuz yönde ilerletmektedir. Çünkü hükümet propagandaları genellikle pek güvenilir değildir. CGTN, Parti ağzından konuşarak Çin'in küresel etki arayışlarına katkı sağlamakta ve bağımsız bir profil ortaya koyulmadığı için yeni bir yaklaşımı gerekli kılmaktadır.

Çin, henüz büyük bir kamu diplomasisi stratejisine sahip değildir. Çin'in kamu diplomasisinin kapsamına ve çeşitliliğine bakıldığında birçok Batılı ülkenin önünde olduğu da ortadadır. Bunun yanında Çin'in özellikle kamu diplomasisi politikasına ihtiyacı olduğu da bir gerçektir (d'Hooghe 2005:103). Çin'e dünyanın birçok yerinde farklı nedenlerden ötürü şüphe ile bakılmaktadır. Asya, Çin'in ekonomik ve politik yükselişi hakkında endişe duyarken, Avrupa da esas olarak Çin'in insan hakları ve ihlalleri hakkında endişe duymaktadır. Amerika Birleşik Devletleri ise, Çin'in hem ekonomik ve politik yükselişinden kaygı duymakta hem de insan hakları ve ihlallerine ilişkin endişelenmektedir (d'Hooghe 2005:103). Çin'in dış politika anlayışına ilişkin ülkeye yönelik bir ön yargı vardır ve bu durum hedef kitleye erişimi engellemektedir.

Çin ile ilgili yanlış algılamalar ortadan kaldırılabilsede Çin kültürü Çin'in etkili diplomasisinin önünde önemli bir engel oluşturmaktadır. Sorun, erdemin egemenliği geleneğinde yatmaktadır. Çinli insanlar, kendilerini özümsemeyi tercih etmekte ve başkalarını ikna etme ya da dönüştürmeye yönelik girişimlerde pek bulunmamaktadır (Wang 2008:262). Temel dünya görüşü açısından Batı yaklaşımı, dünyanın anlaşıldığı bir ortam varsayar ve bireyler anlaşılmaya çalışılırken Çin düşüncesi ise Batı'dan farklıdır. Batı felsefesi *Nesnellik* ilkesini kabul ederken Çin felsefesi *Öznellik* ilkesine odaklanmaktadır (Wang 2008:262). Bu açıdan Çin'in kamu diplomasisi ve yumuşak güç anlayışı kendi duygu, görüş ve önyargılarından uzak değildir.

Çin'in imgeye yaklaşımı dışsal ifade alanından ziyade iç dünyadan başlayarak ilerlemektedir. Çin'in iç / hissetme kültürü, Batı tarzı dış / keşif hissetme kültüründen farklıdır. Çinliler, iç Neixin (kalp) ve dış Mianzi (yüz) arasında ayırım yapmaktadır. Kamu diplomasisine yaklaşım, Çin kültüründeki "güç" anlayışı ile karıştırılmakta ve yumuşak güç konseptini çalıştırmaları zorlaşmaktadır. Bu nedenle Batı'nın başka bir aktör ve örgütün tutumunu ve davranışını etkileme kabiliyeti vardır (Wang 2008:262). Sonuç olarak yumuşak güç projelendirmesinde zor olan hedef kitlenin kalbine ve zihnine girmektir. Kanalın izlenmesi için daha fazla gayret gösterilmeli, güvenilir bir analizle mevcut izleyici verileri karşılaştırılarak izleyici oranı arttırılmalı, editöryal özerklik sağlanmalı ve hedef kitlenin kalplerine ve zihinlerine dokunacak yeni bir yapılandırma olmalıdır.

KAYNAKLAR

AYDEMİR, Emrah, (2016), *Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya*, İstanbul: Kalkedon Yayınevi.

AYDEMİR, Emrah, (2018), *Kamu Diplomasisi: Ülkeler - Avrupa Birliği - Kurumlar – Uygulamalar*, İstanbul: Kalkedon Yayınevi.

BA, Abdoulaye, (2011), “Public Diplomacy and Civil Society”, *Public Diplomacy in the OIC Countires*, (Ed. Muharrem Hilmi Özev), İstanbul: Tasam, 43-46.

BOZKIR, Volkan, (2013), “Kamu Diplomasisinin Alanları ve Çerçevesi”, *Kamu Diplomasisi*, (Ed. Ahmet Yalçınkaya ve Yeşim Özgen), İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, 31-50.

CHEN, Ni, (2011), “The Evolving Chinese Government Spokesperson System”, *Soft Power in China Public Diplomacy through Communication*, (Ed. Jian Wang), New York: Palgrave Macmillan, 73-93.

DEMİR, Vedat, (2012), *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç*, İstanbul: Beta.

D’HOOGHE, Ingrid, (2005), “Public Diplomacy in People’s Republic of China”, *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*, (Ed. Jan Melissen), New York: Palgrave MacMillan, 88-105.

D’HOOGHE, Ingrid, (2007), “The Rise of China’s of Public Diplomacy”, Netherlands Institute of International Relations.

ERZEN, Meltem Ünal, (2012), *Kamu Diplomasisi*, İstanbul: Derin Yayınları.

GLASER, Bonnie S. ve M. E. MURPHY, (2009), “Soft Power with Chinese Characteristics: The Ongoing Debate”, *Chinese Soft Power and its Implications for the United States*, (Ed. Carola McGiffert), Washington, D.C.: Center for Strategic and International Studies, 10-27.

HOCKING, Brian, (2005), “Rethinking the “New” Public Diplomacy”, *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*, (Ed. Jan Melissen), New York: Palgrave MacMillan, 28-43.

İNCEOĞLU, Yasemin Giritli, (2004), *Uluslararası Medya*, İstanbul: Der Yayınları.

JIRIK, John, (2016), “CCTV News and Soft Power”, *International Journal of Communication*, 10, 3536-3553.

MOZUR, Paul, (2019), “Live From America’s Capital, a TV Station Run by China’s Communist Party”, <https://www.nytimes.com/2019/02/28/business/cctv-china-usa-propaganda.html>

NYE, Joseph S.,(2003), *Amerikan Gücünün Paradoksu*, (Çev. Gürol Koca), İstanbul: Literatür Yayınları.

NYE, Joseph S., (2005), *Dünya Siyasetinde Başarmanın Yolu Yumuşak Güç*, Ankara: Elips Kitap.

- NYE, Joseph S., (2010), "The Future of Soft Power in Foreign Policy", ***Soft Power and Foreign Policy Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives***, (Ed. Inderjeet Parmar and Michael Cox), New York and London: Routledge, 4-11.
- PALMER, James, (2018), China's Global Propaganda Is Aimed at Bosses, Not Foreigners, <https://foreignpolicy.com/2018/10/01/chinas-global-propaganda-is-aimed-at-bosses-not-foreigners/>
- PEKCAN, Cemre, (2016), "Çin'in Kültürel Diplomasisinin 'Çin Tehdidi' Algısının Kırılmasındaki Önemi", **International Conference on Eurasian Economies**, Kaposvar Macaristan, 212-219.
- RAWNSLEY, Gary D., (2009), "China Talks Back: Public Diplomacy and Soft Power for the Chinese Century", **Handbook of Public Diplomacy**, (Eds. Nancy Snow and Philip M. Taylor), New York: Routledge, 282-291.
- SEIB, Philip, (2009), "Public Diplomacy and Journalism: Parallels, Ethical Issues, and Practical Concerns", **American Behavioral Scientist**, Vol. 52, No.5, 772-786.
- SUN, Lu, (2018), Developments and New Approaches of Internationalizing China's Media: A Case Study of China Global Television Network (CGTN) in Witness Perspective, **Global Media Journal**, Vol 16, No 31:127.
- SZONDI, Gyorgy, (2008), "Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences", **Discussion Papers in Diplomacy**, Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael', Netherlands, No:112.
- TUCH, Hans N., (1990), **Communicating With the World: U.S. Public Diplomacy Overseas**, New York: St.Martin's Press.
- URIO, Paolo, (2018), **China Reclaims World Power Status: Putting an end to the World America Made**, New York: Routledge.
- WANG, Yiwei, (2008), "Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power", **Annals AAPSS**, 616, 257-273.
- YIP, Hilton, (2018), "China's \$6 Billion Propaganda Blitz Is a Snooze", <https://foreignpolicy.com/2018/04/23/the-voice-of-china-will-be-a-squeak/>
- ZHANG, Xiaoling, (2014), "CCTV and the Race for Soft Power" , **The Online Journal of the China Policy Institute**, China Policy Institute.
- ZHENG, Denise E., (2009), "China's Use of Soft Power in the Developing World: Strategic Intentions and Implications for the United States", **Chinese Soft Power and its Implications for the United States**, (Ed. Carola McGiffert), Washington, D.C.: Center for Strategic and International Studies, 1-9.
- ZHU, Ying, (2012), **Two Billion Eyes: The Story of China Central Television**, New York: New Press.
- <https://www.cgtn.com/about-us>
- <http://english.cctv.com/2017/01/17/ARTI1nVsdTNIDqACMpTgIWUk170117.shtml>

<http://english.cctv.com/2016/12/31/ARTIhUUF9RM0iXiqdPgFPUe161231.shtml?spm=C69523.P89571092934.0.0>

<https://www.hindustantimes.com/world-news/china-s-cctv-launches-global-soft-power-network-to-extend-influence/story-QPCoWTJQmmAOxJ5OhMiMEO.html>