



CARNEGIE
ENDOWMENT FOR
INTERNATIONAL PEACE

KASIM 2022

Capita

HELLO!

ELLE

POSTA
TÜRKİYE'NİN
EN ÇOK
OKUNAN
GAZETESİ

Mizah Dergileri



CHINA local global

Çin, Oyunu Türkiye'nin Medya Kurallarına Göre Oynuyor

Çağdaş Üngör

Çin, Oyunu Türkiye'nin Medya Kurallarına Göre Oynuyor

Çağdaş Üngör

©2022 Carnegie Endowment for International Peace. Tüm hakları saklıdır.

Carnegie kamu politikalarını ilgilendiren meseleler hakkında kurumsal bir görüş benimsemez; burada dile getirilen görüşler yazarın/yazarların görüşleri olup, Carnegie'nin, kurum personelinin veya mütevellilerin görüşlerini yansıtmamaktadır.

Bu yayından hiçbir kısım Carnegie Endowment for International Peace'nin önceden yazılı izni alınmaksızın herhangi bir biçimde veya yöntemle çoğaltılamaz veya aktarılamaz. Bu konudaki taleplerinizi lütfen şu adrese yönlendiriniz:

Carnegie Endowment for International Peace
Publications Department
1779 Massachusetts Avenue NW
Washington, DC 20036
T: + 1 202 483 7600
F: + 1 202 483 1840
CarnegieEndowment.org

Bu yayın CarnegieEndowment.org adresinden ücretsiz şekilde indirilebilir.

Kapak fotoğrafı: iStockphoto.com

İÇERİK

China Local/Global	vii
Özet	1
Giriş	3
Çin'in Türkiye'de Başını Ağrıtan Halkla İlişkiler	5
Çin'in Geliştirdiği Medya Stratejisi	8
Çıkarılan Dersler	15
Yazar Hakkında	16
Notlar	17

China Local/Global

Çin küresel bir güç haline geliyor, ancak bunun nasıl olduğu ve ne anlama geldiği konusunda pek az tartışma yürütülüyor. Çin'in kalkınma modelini dışarıya ihraç ederek başka ülkelere de dayattığını savunanlar var. Oysa Çinli aktörlerin yarattığı etki, yerel aktör ve kurumlarla birlikte çalışarak yerel ve geleneksel yöntemler, kurallar ve teamüller değiştirilip adapte edilmek suretiyle de genişletiliyor.

Carnegie, Ford Vakfı'nın sağladığı birkaç yıllık cömert bir fon sayesinde, dünyanın yedi bölgesinde (Afrika, Güney Asya ve Güneydoğu Asya, Latin Amerika, Orta Asya, Ortadoğu ve Kuzey Afrika, Pasifik) Çin'in başvurduğu stratejilere ilişkin yenilikçi bir araştırma başlatmış bulunuyor. Çeşitli araştırma ve stratejik toplantılar bütününden oluşan bu proje, Çinli şirketlerin Latin Amerika'daki yerel iş mevzuatına intibak yöntemlerinden tutun da, Çinli bankaların ve yatırım fonlarının Güneydoğu Asya'da ve Ortadoğu'da geleneksel İslami finans ve kredi ürünlerine yönelik keşiflerine ve Çinli aktörlerin Orta Asya'da yerli işçilere bilgi ve becerilerini geliştirmek konusunda sağladığı yardımlara kadar uzanan karmaşık dinamikleri inceliyor. Çin'in yerel realiteleri gözeten ve bunlar çerçevesinde işleyen uyum stratejileri özellikle Batı'daki politika belirleyici kesimlerce büyük oranda görmezden geliniyor.

Nihayetinde bu proje Çin'in dünyadaki rolü hakkındaki anlayış ve tartışmaları önemli ölçüde genişletmeyi ve yenilikçi politika fikirleri üretmeyi amaçlıyor. Böylece yerel aktörlerin Çin gücünü kendi toplum ve ekonomilerine daha fazla destek olacak şekilde kanalize etmesi; Batı'nın dünyanın farklı yerlerinde, özellikle de kalkınmakta olan ülkelerdeki iş birlikleri için yararlı örnekler sunması; Çin'in kendi politika kurumlarına muhtelif Çin deneyimlerinden dersler çıkartmak bakımından fayda sağlaması; ve olası sürtüşmelerin azaltılması mümkün olabilecektir.

Evan A. Feigenbaum

Carnegie Endowment for International Peace, Araştırmalar Dairesi Başkan Yardımcısı

Özet

Çinli aktörler son yıllarda Çin'in Türkiye'deki imajını parlatmak için stratejilerini yerelleştiriyor. Çin ile Türkiye arasında uzun süredir resmî düzeyde dostane bir ilişki yürütülüyor olsa da, Türk kamuoyu 2000'li yıllarda Çin'e olan kuşkucu tutumunu sürdürdü. Ülkedeki propaganda araçları da yerel kamuoyuna Türkçe olarak hitap eden pek az içerik ürettiğinden, Çin'in başını sürekli ağrıtan olumsuz ülke imajını düzeltmek konusunda pek yardımcı olamıyordu. Türkiye'deki medyada Çin yanlısı sesler hayli cılız çıktığı ve ülkede yaşayan Çinli nüfus oldukça sınırlı olduğu için pozitif yönde halkla ilişkiler geliştirmek Pekin açısından zorlu bir çabaya dönüşmüştü.

Ancak Çin rejimi son yıllarda bu durumu fark edip Türk mediasındaki yerel aktörlerle yeni bir sinerji inşa etmeyi amaçlayan stratejilere yöneldi.

Pekin, Türk mediasının kendi kurallarına adapte olarak ve Ankara ile arasındaki sıcak ilişkilerden yararlanarak Çin'in Türkiye'deki imajını parlatmak için yeni fırsatlar yaratmaya çalışıyor. Ülkedeki medya üzerinde nüfuzunu yoğun şekilde kullanan Türk hükümeti, basın özgürlüğünün dar bir alana sıkıştırıldığı son derece kutuplaşmış bir ortamda Çin'e yumuşak güç hedeflerini gerçekleştirmesi için yeni platformlar sağlıyor. Bu bağlamda örneğin Türkiye'deki hükümet yanlısı gazeteler, Çin Komünist Partisi'nin başarılarını kutlayan "örtülü reklamlar" yayınladı. Resmi Anadolu Ajansı bünyesindeki gazeteciler Çin devletinin sponsorluğunda Sincan Uygur Özerk Bölgesi'ne düzenlenen basın gezilerine katıldı; bu gezilerin esas amacı Türkiye'de Uygurlara yönelik hak ihlalleriyle ilgili medya anlatısını değiştirmektir. Türkiye'nin kutuplaşmış ideolojik yelpazesinin diğer ucunda, Çin, antiemperyalist kimliğini vurgulayan anlatılarla muhalif gruplara da hitap ediyor. Bu tür yeni mesaj stratejileri Türkiye'de halihazırda bazı sonuçlar doğurmuşa benziyor, zira son kamuoyu yoklamalarına bakıldığında Çin'i potansiyel ortak olarak algılayan Türklerin sayısında kademeli de olsa bir artış görülüyor.

Giriş

Çin-Türkiye ilişkilerinin hikâyesi aslında oldukça tanıdık. Gelişmekte olan bir ülke -bu örnekte Türkiye- Çin'in yükselişini fark etmeye başlıyor, onunla ilişkilerini geliştiriyor, yatırım gibi fırsatlardan yararlanmaya çalışıyor ve hatta Pekin sponsorluğunda yeni kurulan uluslararası kuruluşlara katılıyor. Başka birçok ülke gibi, Türkiye'nin Çin'le olan ilişkisinde de esas faktör ekonomik pragmatizm olmakla birlikte, son yıllarda jeopolitik unsur da önem kazanmış durumda.

Ankara'nın 2010 yılında Çin ile stratejik ortaklık anlaşması imzalamasından beri Türk yetkililerin Asya'nın en büyük ekonomisiyle etkileşimi kolaylaştırmak konusunda hevesli davrandığı görülüyor.¹ Türkiye'nin başlıca motivasyonu, Türk ekonomisini canlandırmak üzere Çin'den yatırım çekmek. Buna Çin Devlet Başkanı Şi Cinqing'in 2013 yılında başlattığı ve iki yıl sonra Türkiye'nin de katıldığı milyarlarca dolarlık bir altyapı projesi olan Kuşak ve Yol Girişimi (KYG) de dahil. Kamuoyunda tartışma yaratan Kanal İstanbul projesi için Çin'den finansman sağlanması da Türk hükümeti için esaslı bir hedef olmayı sürdürüyor.² Keza, döviz swap anlaşmaları da dahil olmak üzere,³ Çin-Türkiye arasındaki finansal işlemler süregiden ekonomik krizin ağır sonuçlarını hafifletmek bakımından Ankara için büyük önem taşıyor.

Öte yandan, ekonomik pragmatizm hikâyenin sadece bir yönü. Türkiye, Pekin'i bir süredir Batı'dan gelen baskılara karşı faydalı bir jeopolitik bariyer olarak da görmeye başladı. Uzun zamandan beri Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü'ne (NATO) üye ve Avrupa Birliği (AB) üyeliğine aday olsa da Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın yönetimi altındaki Türkiye'de son on yıldır Batı'ya yönelik gitgide artan şüpheli bir tutum gözleniyor. Türk medyasında Atlantik ötesi Batının Suriye'deki iç savaştan tutun da Doğu Akdeniz'deki rezervler üzerindeki uyuşmazlıklara kadar çeşitli konularda Ankara'ya düşman olduğu fikri sürekli olarak işleniyor. Türkiye'deki Batı karşıtlığı, iktidarın büyük oranda bir ABD komplosu olarak gördüğü 15 Temmuz 2016 tarihli darbe girişiminden bu yana ikiye katlanmış durumda. Aynı dönemde Rusya ve Çin ise ülkede gitgide daha fazla itibar kazandı; bunun sebebi de, Batı'dan tümüyle farklı bir tutum sergileyerek, Erdoğan'ın genel başkanı olduğu Adalet ve Kalkınma Partisi'ne (AKP) açık destek vermiş olmaları.⁴

Geniş bir çerçeveden bakıldığında, Ankara, Çin'in ABD'nin gücünü kontrol altına alma potansiyeline sıcak bakıyor ve yeni kurulacak dengeli Türkiye'nin menfaatine kullanmak istiyor. Erdoğan, dünya medyasında "NATO'ya rakip"⁵ bir güvenlik örgütü olarak adlandırılan Şanghay İşbirliği Örgütü'ne katılma isteğini 2013 ve 2016 yıllarında açıkça dile getirdi.⁶ Son yıllarda Çin-Türkiye işbirliği, bu ikili ilişkinin önceki yıllarda odaklandığı ekonomik ve ticari temellerin ilerisine geçti; yeni işbirliği alanları arasında medya ve kamuoyu,⁷ yargı⁸ ve kolluk faaliyetleri⁹ yer alıyor. Aynı şekilde, COVID-19 krizi sırasında da Türk hükümeti Çin üretimi aşılarından satın alma yoluna gitti, ki bu da yurt içinde ve dışında Ankara'nın Avrasyacı eğilimlerine dair bir başka emare olarak yorum-

landı. Bu genişleyen işbirliğini pekiştirmek adına, Türkiye Çin'in Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nde yaşanan insan hakları sorunlarına yönelik daha evvel dile getirdiği eleştirileri hafifletme yoluna gitti; oysa 2017 yılında gözaltı kamplarının açılmasıyla Uygurların durumu daha da vahim bir hal almaya başlamıştı.

Ne var ki, Çin-Türkiye resmî ilişkilerindeki bu olumlu havanın toplumsal düzeye yansıtılması hiç de kolay değil. Çin Ortadoğu halkları arasında daha ziyade dost bir ülke olarak görülse de Türkiye kamuoyu çok çeşitli nedenlerle Çin'e şüpheli yaklaşmaya devam ediyor. Nitekim Türkiye'de Çin ile ilgili konularda medyaya yansıyan olumsuz haberler Pekin'in başını uzun süreden beri ağrıtıyor.¹⁰ Örneğin COVID-19 aşısı mevzusunda, Batı'da üretilen mRNA aşısı yerine Çin aşısı satın alınması üzerine Türkiye'de yoğun tartışmalar yaşandı.¹¹ Sinovac'ın kalitesi ve etkinliğine ilişkin soru işaretleri, Çin-Türkiye ilişkilerindeki en zayıf halkanın Türk kamuoyu nezdindeki olumsuz Çin algısı olduğuna dair bir kanıt niteliğindedir.

Pekin yönetimi ise Çin karşıtı bu algıyla mücadele etmek ve Türkiye'deki kamuoyunu etkilemek için medyaya ağırlık veriyor. Fakat Türkiye bağlamında Çin propagandasının fazla etkili olmaması ve Türkiye'de açıktan Çin yanlısı seslerin cılızlığı dolayısıyla bu pek de kolay bir iş değil. Bugün itibarıyla Türkiye'deki siyaset sahnesinde Çin'i açıkça destekleyen tek bir örgütlü yapı var: NATO'ya ve ABD'ye karşı olup Moskova ve Pekin'i destekleyen sol eğilimli Vatan Partisi.

Bu makale, Pekin ve onun temsilcilerinin Türkiye'deki kamuoyunu yerel olarak nitelendirilebilecek bir strateji güderek değiştirme çabasını inceliyor. Çin yönetimi, Türk medyasının kendi kurallarını benimseyip bunlardan yararlanarak ve Çin'in Türkiye'deki imajını düzeltmek için yeni fırsatlar arayarak Türk kamuoyunda yeni bir sinerji yaratmaya çalışıyor. Ülkedeki son kamuoyu yoklamalarında Çin'i potansiyel ortak olarak gören Türk vatandaşlarının sayısında gözlenen kademeli artışa bakılırsa, yerel aktörlerle tesis edilen bu sinerji meyvelerini vermeye başlamış olabilir.¹²

Çin öncelikle, Türkiye'de ulusal medya üzerinde olağanüstü bir nüfuz sahibi olan hükümet ile arasındaki müspet ilişkilerden yararlanarak ülkedeki anaakım medyaya daha kolay erişebildiği bir mevki kazandı. Türkiye'deki Çin algısını olumlu hale getirmek Ankara'nın da çıkarına, zira iktidardaki Cumhur İttifakı'nın kapı araladığı birtakım Çin-Türkiye işbirliği planları ülke içerisinde sert eleştirilerle karşılaşılıyor. Çin'in Türkiye'deki imajını iyileştirmek bakımından Türkiye'deki iktidar ile Çin arasında ortaklaşan bu menfaatler sayesinde Çin diplomatları Türk televizyonlarında daha fazla görünmeye başladı. Türkiye'deki hükümete yakın gazetelerde, Çin Komünist Partisi'nin (ÇKP) başarılarını kutlayan "örtülü reklamlar" -haber veya editöryal görüş görünümündeki reklam tanıtımları- yayınlandı. Yine, devletin resmî haber ajansı olan Anadolu Ajansı'ndan gazeteciler Çin devletinin sponsorluğunda Sincan Uygur Özerk Bölgesi'ne düzenlenen basın gezilerine katıldı; bu gezilerin esas amacı Uygurlara yönelik hak ihlalleriyle ilgili olarak Türkiye'de çıkan haberlerin tonunu değiştirmektir.

Ancak Çin'in genişletilmiş ve yerleştirilmiş medya stratejisi sadece Türkiye'deki hükümete dayanarak ilerlemiyor. Çin bir yandan da, geçmişten gelen ideolojik kimliği sayesinde, Türkiye'deki kutuplaşmış siyasi yelpazenin diğer ucunda yer alan solcu aydınlara hitap etmeyi başarıyor. Çin'e daha pragmatik bir açıdan yaklaşan Türk hükümetinin aksine, ülkenin laik muhalif kesimine mensup kimi gruplar Çin'i ABD ve emperyalizm karşıtı söylemlerinden ötürü bağrına basıyor. Bu kesimin gözüne girmek için yerleştirilmiş stratejilerden yararlanmak, Çin'e Türk medyasının tüm unsurlarına seslenmek bakımından eşsiz bir fırsat sunuyor. Pekin, Türkiye'de Haziran 2023'te yapılacak genel seçimlerin ardından yaşanabilecek olası bir siyasi değişim ortamında kendisini sağlama almak için şimdiden bu hedef doğrultusunda çalışmaya başlamış görünüyor.

Bu makalenin ilerleyen bölümlerinde, Türk kamuoyunun Çin'e ve Çin'den gelen mesajlara yönelik duyduğu şüphenin kökenleri, Türkiye'deki yerleştirilmiş medya ortamı ve Pekin'in özel olarak Türkçe dilinde hazırlanmış program ve mesajlar yoluyla ülkedeki Çin karşıtlığını hafifletme stratejisi ele alınıyor.

Çin'in Türkiye'de Başını Ağrıtan Halkla İlişkiler

Çin ekonomisinde 1978 yılında Deng Şiaoping'in reform ve açılım politikalarına geçişini takip eden on yıllardaki çift haneli büyüme, Türkiye'deki kamuoyunun bir kesimi de dahil olmak üzere dünyanın pek çok yerinde bir cazibe unsuru oldu. Elbette ÇKP de ülkenin yurtdışındaki imajını iyileştirmek amacıyla bu ekonomik başarıdan olabildiğince yararlanmaya çalışıyor. 2012'de başa geçen Şi Cinqing, "Çin'in hikâyesini hak ettiği şekilde anlatmak" konusunda daha da büyük çabalara girişti.¹³ Bugün Çin'in yumuşak güç araçları arasında geleneksel ve dijital medya, etkileşim için kültürel kurumların kullanımı, diplomatik platformlar ve KYG gibi büyük ölçekli yatırım projelerinin halkla ilişkiler sahasındaki etkilerini sayabiliriz.¹⁴ Çin'in dört bir yanda gönülleri ve zihinleri fethetmek için kullandığı yumuşak güç araçlarının çoğu, bu ister bir Konfüçyus Enstitüsü -Komünist Parti destekli bir Çince eğitim platformu- isterse de Çin Radyosu'nun yerel şubesi biçiminde olsun, Türkiye'de de var.

Ne var ki, resmî düzeyde olumlu seyreden Çin-Türkiye ilişkilerine rağmen, Çin propaganda teşkilatının yerel ölçekteki zayıflığı Türkiye'de istenen sonuçlara ulaşmayı engelliyor. Çin'in iletmek istediği mesajların önündeki en büyük engel, Türk kamuoyunda Çin'e karşı hissedilen olumsuz algının aleyhte yarattığı medya ortamı. Nitekim Türkiye'de son yıllarda yapılan kamuoyu yoklamaları, Çin'in ne mucizevi ölçekteki ekonomik büyümesinin ne de yürüttüğü kamu diplomasisi girişimlerinin Türkiye'deki imajını esaslı şekilde iyileştirebildiğini gösteriyor. Örneğin, Türkiye'de 2005 yılından 2019 yılına dek yapılan Pew Araştırma Merkezi anketleri, Türk halkının en az yüzde 60'ının Çin'e halen şüphleyle yaklaştığını ortaya koyuyor.¹⁵ İstanbul Ekonomi Araştırma tarafından Ağustos

2020’de yapılan bir anket araştırmasının sonuçlarına göre, halkın yüzde 61,3’ü Çin’i “olumsuz” ya da “çok olumsuz” olarak nitelerken, dost bir ülke olarak görenlerin oranı yüzde 10,6’da kalmış.¹⁶ Daha yakın bir tarihte İstanbul’daki Kadir Has Üniversitesi bünyesindeki Türkiye Çalışmaları Grubu tarafından yapılan bir anket ise Türk kamuoyunun yalnızca yüzde 27’sinin Çin’e olumlu baktığı sonucuna varmıştı.¹⁷

Bu yaygın husumeti biraz daha yakından incelemek gerekir. Türkiye ile Çin arasında 20. yüzyıl boyunca asgari düzeyde bir etkileşim olduğu düşünülürse, Türk halkının Çin’e dair bu olumsuz algısı nereden kaynaklanıyor olabilir? Türkiye’deki Çin karşıtlığının kökeninde yatan sebep ve dinamikleri araştıran çok fazla akademik çalışma bulunmamakla birlikte, genel olarak bakıldığında bu duruma yol açan bir dizi faktörden bahsedebiliriz.¹⁸ Bunlardan biri, Türkiye’de milliyetçi tarihyazımının yarattığı etki. Bir diğeri, Çin ile Türkiye’nin ideolojik yelpazenin iki karşıt ucunda yer aldığı Soğuk Savaş mirasıdır. Üçüncü olarak, Türkiye’de Çin’le ilgili yaygın kültürel klişeler gösterilebilir. Dördüncü faktör ise Türklerin Uygurlara duyduğu sempatinin şekillendirdiği Sincan meselesinden kaynaklanıyor.¹⁹

Pek çok Batılı ülkenin aksine, Çin’deki tek parti yönetimi ve otoriter siyaset anlayışı, 20. yüzyıl başlarından beri oldukça çalkantılı bir demokrasi tecrübesi yaşamakta olan Türkiye’de büyük bir tartışma konusu değil. Sincan Uygur Özerk Bölgesi sorunu (Türkiye’de daha çok Doğu Türkistan olarak anılır) Türkiye kamuoyunda Çin’le ilgili tek siyasi mesele. Bu bölgede Uygurların uğradığı muameleler, Türkiye’de hem Müslüman muhafazakârlar hem de laik Türk milliyetçileri arasında uzun zamandan beri hassas bir konu. Milliyetçiler Uygurların Türk kimliğine vurgu yaparken, İslamcı gruplar genellikle Çin’de Uygurların dinî özgürlükleri üzerindeki kısıtlamalara odaklanıyor. Bu hassasiyet 2009 yılında, o esnada başbakan olarak görev yapan Erdoğan’ın, Sincan Uygur Özerk Bölgesi’nin başkenti Urumçi’de yaşanan şiddeti “adeta bir soykırım” olarak nitelemesiyle zirveye ulaşmıştı ki bu da o dönem Ankara ile Pekin arasında diplomatik bir krize yol açtı.²⁰

Her ne kadar Ankara o tarihten sonra Doğu Türkistan meselesinde düşük profilli bir tutum sergilemiş olsa da, bu konu Türkiye’de medyanın ilgisini çekmeye devam ediyor ve hâlâ arada sırada Çin ile Türkiye arasında krizlere sebep oluyor. 2015 yılında İstanbul’da Doğu Türkistan’la ilgili olarak düzenlenen gösteri yürüyüşünde aşırı milliyetçi bir grubun Güney Koreli bir turist kafilesine Çinli sanarak saldırdığı iddia edilmişti.²¹ 2021 yılında ise İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener ile Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş’ın 1990 yılı Nisan ayında Uygurlar ile Çin emniyet güçleri arasında yaşanan ve Barın Katliamı olarak anılan olayları sosyal medya hesapları üzerinden anmasıyla bir kriz daha patlak verdi.²² Ankara’daki Çin Büyükelçiliğinin buna Twitter üzerinden verdiği yanıt olayları daha da tırmandırınca²³ Çin Büyükelçisi Türk Dışişleri Bakanlığına çağrıldı. Bu olay resmî ilişkilere kalıcı bir zarar vermemekle birlikte, ülke içinde toplumsal çalkantıya neden oldu.

Türkiye kamuoyunun Doğu Türkistan konusundaki hassasiyetini, iki toplumu ortaklaştıran İslam inancının yanı sıra Türkçü etnik dayanışma olgusuyla da izah etmek mümkün olabilir. Bu iki olgu, Türkiye’de genel olarak gözlenen Çin karşıtlığını kavramak bakımından son derece önem taşıyor. Türklerin modern-öncesi Orta Asya’ya dayanan seküler köklerine odaklanan erken cumhuriyet dönemindeki Türk tarih yazımı,²⁴ halk arasında Çin’e yönelik fikirlerin şekillenmesinde kilit bir unsur olagelmıştır. Okullarda okutulan tarih kitaplarında göçebe Türk boyları ile yerleşik Çin uygarlığı arasındaki çatışmalara özel vurgu yapılır.²⁵ Türkiye’deki Sinologlar, Çinlilerin Çin Seddi’ni-askeri değilse bile- siyasi bir bariyer olarak Moğollar ve Hunların yanı sıra Türklere karşı da inşa ettiğini dile getiriyor.²⁶ Çin’in bu duvarı “Türklere” karşı savunma amacıyla inşa ettiği düşüncesi bugün bile Türkiye’deki sağ partilerin en üst kademelerinde yankı buluyor.²⁷

Bu düşüncelerin popüler kültüre de yansıdığını görüyoruz. 1960’larda ve 70’lerde Türk sinema endüstrisinde, başta *Tarkan* ve *Karaoğlan* serileri olmak üzere, Çin’in kadim bir düşman olduğu fikrine dayalı birçok film yapıldı.²⁸ Türkiye’deki Çin karşıtlığı yine aynı tarihsel damardan beslenen edebiyat eserlerinden de etkilendi. Bunlar arasında bilhassa aşırı milliyetçi görüşlere sahip bir aydın olan Nihal Atsız’ın 1940’larda yazdığı romanlardan bahsedebiliriz.²⁹ Atsız’ın göçebe Türklerin “altın çağına” ilişkin anlatıları günümüzde çağdaş edebiyat çevrelerinde pek itibar görmemekle birlikte, halk arasında halen ilgi çektiği söylenebilir. Nitekim bu türün yakın tarihteki örneklerine baktığımızda, Çinli karakterlerin halen menfi bir bakışla resmedildiğini görüyoruz.³⁰

Türkiye’de süregiden Çin karşıtlığının şekillenmesinde aynı ölçüde önem arz eden bir başka faktör de Soğuk Savaş mirası. Türkiye ile Çin’i ideolojik olarak yelpazenin iki karşıt ucuna yerleştiren Soğuk Savaş, iki ülke arasında modern bir husumet kaynağı oldu. Türkiye, 1950-53 yılları arasında Birleşmiş Milletler komutası altında görev yapmak üzere Kore’ye asker gönderince, iki ülkenin askerleri arasında kısa süreli de olsa muharebeler yaşandı. Türkiye’nin Kore Savaşı’na dahil olmasıyla birlikte ilerleyen yıllarda Çin’e yönelik düşman algısı daha da pekişti.³¹ Bir başka husumet kaynağı ise, 1980’lerden bu yana oy tercihlerine bakıldığında muhafazakâr bir tablo resmeden Türkiye kamuoyuna epey aykırı gelen Çin ateizmi. Pekin’in din karşıtı bir tavır benimsiyor olması, yayınlarında çok katı ve keskin bir dil kullanan Müslüman yazarlar tarafından uzun zamandır eleştiri konusu ediliyor.³² Türkiye’nin muhafazakâr görüşlü insan hakları örgütleri de Uygurlara yöneltilen dinî kısıtlamaları yakın bir tarihe kadar çok eleştiriyordu.³³ Öyle ki, kimi ilahiyatçılar Çinlilerin Kuran’da insanlığı yok edecek bir kavim olarak anılan Yecüc ve Mecüc’e benzerliği ihtimalinden bile bahsetmişti.³⁴

Milliyetçi ve muhafazakâr grupların bu konuda kendilerine has bir lügat yarattıkları kesin olmakla birlikte, Çin hakkındaki kültürel önyargılar Türkiye’de herhangi bir siyasi grupla sınırlı değildir.³⁵ Çin, Türk medyasında sık sık tuhaf veya saçma özelliklere sahip “acayip” bir yer olarak betimleniyor ve bu da onun Türkiye’den tamamen farklı bir ülke olduğu algısını körüklüyor.³⁶ Kentli ve eğitilmiş

gençler arasında popüler bir dijital platform olan *ekşisözlük* üzerine yapılan yakın tarihli bir araştırma, Çin’le ilgili yazılan yorumların ırkçılığın ve nefret söyleminin sınırına dayandığını gösteriyor.³⁷ Bu popüler platformda Çinlileri tanımlamak için kullanılan küçültücü sıfatlar arasında “zalim”, “ri-yakâr”, “tehlikeli” ve “güven vermeyen” gibi ifadeler yer alıyor. Çin’in dünyaca ünlü mutfağı bile Türkiye’de eleştiri, hakaret veya alay konusu ediliyor. COVID-19 krizi sırasında Çin yemeklerine yönelik aşağılama dozu daha da arttı. Öyle ki, Türk medyasında genel anlamda Çin yemeklerinden bahsederken bile koronavirüsün kaynağı olduğundan şüphelenilen hayvan pazarlarındaki görüntüler kullanılıyordu.³⁸ Kadir Has Üniversitesi tarafından Nisan 2020’de yapılan bir araştırmada, Türk katılımcıların yüzde 41,3’ünün koronavirüs salgınından “Çinlilerin gıda ve beslenme anlayışını” sorumlu tuttuğu tespit edildi.³⁹ Hükümete yakın köşe yazarları bile o dönemde Çin’le alay eden aşağılayıcı ifadeler ve ırkçı tasvirler kullanmakta beis görmediler.⁴⁰ Irkçı olarak nitelendirilebilecek bir başka klişe de, anaakım Türk medyasında Çinliler de dahil olmak üzere Asya halklarını tanımlamak için hiç çekinilmeksizin fiziksel özelliklere atıf yapılması. Türkiye’deki gazeteci veya köşe yazarları tarafından bu tür ifadeler fütursuzca ve okurların tepkisinden endişe duymaksızın sarf ediliyor.⁴¹ COVID-19 krizi sırasında Çinli turistlere ve Türkiye’de yaşayan Çinlilere yönelik fiziksel ayrımcılık daha da yaygın hale geldi.⁴²

Çin’in Geliştirdiği Medya Stratejisi

Çin’in Türkiye’deki kötü imajı Pekin’i uzun süredir tedirgin ediyor.⁴³ ÇKP rejimi bu sıkıntıyı çeşitli şekillerde aşmaya çalışsa da, yakın zamana kadar Türkiye’deki kamuoyuna ulaşma becerisi oldukça sınırlı kalıyordu. Çin bu bağlamda uyguladığı stratejide değişiklik yaparak ulusal medyadan yararlanmak ve derinlerde kendisine kuşkuyla yaklaşan Türk halkının gözünde itibarını tazelemek için çok çaba sarf ediyor. Türkiye’deki siyasi yelpazenin tüm kanatlarında kucaklanmak isteyen Çin, bunun için standart medya kurallarını rafa kaldırıp ülkenin kendine özgü ortamına uyum sağlayacak stratejiler geliştirmek zorunda kalıyor.

Çin’in Sınırlı Türkçe Propagandası

Çin’in günümüzde işlettiği küresel propaganda teşkilatı çok yönlü, teknolojik açıdan donanımlı ve genellikle yerel kurallara adapte olan bir anlayışa sahip.⁴⁴ Buna rağmen Çin medyasında ulaşabildiğimiz Türkçe içerikler oldukça sınırlı; oysa ki Türkiye’de halkın büyük bir kesimi yalnızca kendi anadilini biliyor.⁴⁵ Örneğin Çin’in resmî haber televizyonu China Global Television Network’ün (CGTN) yayın yaptığı diller arasında İngilizce, Arapça, Fransızca, İspanyolca ve Rusça var ama Türkçe yok. Bu kanaldaki haberler Arapça olarak birçok Ortadoğu ülkesine -ve yerel düzeye uyarlanmış haliyle Afrika’ya⁴⁶ ulaşıyorsa da, Türkçe dilinde yayınlanmıyor.

CGTN sadece bir örnek. *Global Times*, *China Daily* ve *People's Daily* gibi büyük gazeteler de dahil, Çin medyası genel olarak Türkçe içerikten yoksun. Bu durumda Türk kamuoyuna kendi dilinde ulaşabilen bir tek Xinhua News Agency ile China Radio International'dan (CRI) söz edebiliriz.⁴⁷

İşte tam da propaganda teşkilatındaki bu boşluk yüzünden, Pekin'in Türkiye'deki yerel aktörlerle ilişki kurabilmek için kararlılıkla yeni stratejiler geliştirmesi gerekti. Çin'in Türkiye'ye yönelik propaganda ve kanaat oluşturma sürecinde acemi bir oyuncu olduğu söylenemez elbet. Yukarıda andığımız Türkçe yayın yapan iki medya organından biri olan CRI (eski adıyla Pekin Radyosu) 1957 yılında Türkçe yayına başladı. Soğuk Savaş dönemi programları, aşırı ideolojik bir içeriğe sahip olmasının yanı sıra, Türkiye ile Mao Zedong dönemi Çin'i arasındaki düşmanca ilişki yüzünden de çok ufak bir kitleye ulaşabildi.⁴⁸ Bugünkü CRI ise Türkiye'de FM bandından ve ülke genelinde dijital platformlardan yayınlanan haber ve popüler müzik içeriği sayesinde hiç şüphesiz ki Mao dönemindeki suretinden çok daha eğlenceli bir görünüm arz ediyor. Fakat Çin'e popülerlik kazandırmak noktasında tek başına pek bir fayda sağlamıyor. Şayet sosyal medya takipçi sayısı bir gösterge sayılırsa, Çin radyosunun Türkiye'de erişebildiği kesimin oranı, Batılı ve hatta Rus muadillerine kıyasla oldukça geride seyrediyor. Ekim 2022 Twitter verilerine göre, CRI Türkçe'nin (@CRI_Turkish) sadece 87.300 takipçisi varken, BBC News Türkçe'nin (@bbcturkce) takipçi sayısı 4,2 milyon, Sputnik Türkiye'nin (@sputnik_TR) ise 1 milyon. Çin'in resmî haber ajansı açısından durum daha da vahim: Xinhua Haber Ajansı Türkiye şubesinin resmî Twitter hesabı (@XHTurkey) Ekim 2022 itibariyle 11.500 takipçiye sahip görünüyor; bu sayıyı 5,3 milyon takipçisi olan CNN Türk (@cnnturk) ile kıyasladığımızda fark daha da anlam kazanıyor.

Çin son on yılda Türk medyasındaki yerel aktörleri sürece dahil edip kendi içeriğini üretmek yolunda çeşitli girişimlerde bulundu.⁴⁹ Bu girişimlerin Türkiye'de hedef alınan kitleye nüfuz etme açısından nedenli başarılı olduğunu tam olarak ölçebilmek zor olmakla birlikte, Çin'in son yıllarda Türkiye'deki medya ağını genişletme çabası dikkate değer. Çin bunu büyük oranda yerel içerik üreticileriyle işbirliği anlaşmaları imzalayarak yapıyor. Türkiye'deki dinleyiciler için özel olarak hazırlanmış Çin yanlısı haberler yayınlayan Yön Radyo bunun tipik bir örneğini oluşturuyor.⁵⁰

Bir diğer girişim olarak, CRI'nin yerel faaliyetinden sorumlu GB Times medya şirketinin Türkiye'de şube açması gösterilebilir.⁵¹ 2014 yılında Çin Dışişleri Bakanlığı, iki ülke arasında "medya köprüsü" oluşturması gayesiyle CTV adlı Türkçe televizyon kanalının kurulduğunu duyurdu.⁵² Ne var ki bu girişim uzun ömürlü olamadı ve geriye sadece müphem bir dijital platform kaldı.⁵³ Yazılı basın cephesinde ise Pekin'in propaganda dergisi *China Today*, hükümet yanlısı Turkuvaz Medya Grubu ile yaptığı anlaşma sayesinde 2012 yılında üç ayda bir Türkçe olarak çıkmaya başladı.⁵⁴ Bir diğer dergi olan *Modern İpek Yolu* ise 2017 yılında, sol görüşlü Kırmızı Kedi yayınevinin himayesi altında yayın hayatına başladı.⁵⁵

Fakat Çin'in mesajlarını iletmesinin önündeki tek engel yerel dilde içerik noksanlığı değildi. Türkiye bağlamı yumuşak güç açısından değerlendirildiğinde Çin'in önünü tıkayan başka engeller de var. Örneğin, Güneydoğu Asya ve Batı ülkelerinin çoğundan farklı olarak, Türkiye'de iki ülke arasında kültürel aracılık vazifesi görebilecek geniş bir Çinli nüfus yaşamıyor.⁵⁶ Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2020 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi sonuçlarına göre Türkiye'de bu veri tabanına kayıtlı 1,3 milyon yabancı arasında yalnızca 18.740 Çinli ikamet ediyor.⁵⁷ Keza Türkiye'deki şehirlerin hiçbirinde, yerel halkın Çin mutfağından kaligrafiye Çin kültür yaşamını ilk elden deneyimleyebileceği bir Çin mahallesi bulunmuyor. Ülkede Çin kökenli tek bir ünlü isim bile yok. Türkiye'de sosyal medya fenomeni haline gelen Japon öğrenci Yoshi (Twitter'da @YoshiEnomoto_) ve gençler arasında tanınan Güney Koreli aktör Chaby Han (Twitter'da @chabyhan) gibi başka Doğu Asya ülkeleriyle kıyaslandığında bu durum çarpıcı bir tezat oluşturuyor. Oysa bu yazı dizisi kapsamında yayınlanan bir başka makalede ele alındığı üzere, İsrail'de bile kendisine "Çinli İtzik" ismini takmış bir kişinin kültür ikonu haline geldiğini görüyoruz.⁵⁸

Türkiye'deki Konfüçyus Enstitülerinin de bu konuda Çin'e pek fayda sağladığı söylenemez. Bu kurumlar dünyada daha ziyade Çince dili eğitimiyle tanınsa da, açıldıkları 2004 yılından beri aslında Çin'in yumuşak gücünü artırmak gibi daha geniş bir amaca hizmet ediyorlar. Bugün yaklaşık 100 ülkeye yayılmış olan Konfüçyus Enstitüleri ve sınıfları, birçok Ortadoğu ülkesinin yanı sıra Küresel Güney'de de bir hayli popüler.⁵⁹ Türkiye ölçeğinde de Ankara ve İstanbul'da toplam dört Konfüçyus Enstitüsü olmasına rağmen,⁶⁰ bunların kamuoyu nezdinde yarattığı etkiler asgari düzeyde. Bu Konfüçyus Enstitüleri, bünyesinde yer aldığı üniversitelerdeki lisans öğrencilerinden başka, genel halka yönelik Çince kursları da açıyor. Zaman zaman akademik konferanslar ve başkaca etkinlikler düzenlenmekle birlikte, bunların etkileri çoğu zaman İstanbul ve Ankara'daki üniversite kampüsleriyle sınırlı kalıyor.⁶¹ Anadili Türkçe olan Çince öğretmenlerinin desteklenmesi ve dil yeterlilik sınavlarının düzenlenmesi bakımından önemli bir işlevi yerine getirirse de, bu enstitülerin Çin'in Türkiye'deki imajını canlandırmak konusunda anlamlı bir rol üstlendiğini söylemek zor.

Çin'in Türkiye'deki diplomatik misyonları açısından da benzer şeyler söylenebilir. Bu misyonların resmî web siteleri büyükelçilik ve konsolosluk içeriğini sadece kısmen Türkçe olarak sunduğu için, Çin hakkında başvurulacak kaynaklar olarak kullanılmıyor⁶² ve bu nedenle sosyal medyada da pek takipçi bulamıyorlar. Nitekim Çin'in Ankara Büyükelçiliği tarafından yayınlanan mesajlar, ABD'li mevkidaşına kıyasla Türk kamuoyunda çok daha az ilgi görüyor.⁶³

Yerel Aktörlerle "Alaturka" Çalışmak

Türk kamuoyunda Çin hakkında yerleşik bulunan olumsuz algının geniş bir zemine yayılmış olması ve Pekin'in Türkiye'de kendi propaganda aygıtını istediği gibi işletmemesi sebebiyle, ÇKP rejimi Türkiye'deki yerel aktörlerin önemini zamanla kabul etmek zorunda kaldı. Pekin, Türkiye'deki

imajını parlatmanın büyük ölçüde, Çin'e ait değerleri veya gündemini şu ya da bu nedenle paylaşan yerel medya aktörleriyle işbirliğine bağlı olduğunu artık iyice anlamış durumda ve imajını tazelemek için Çinli aktörlere değil, yerel unsurlara bel bağlıyor.

Yakın zamana dek Türkiye'de Çin'den gelen mesajlara kulak kabartan siyasi ve sosyal çevre oldukça dardı. Geçmişten bugüne ülkede açıkça Çin yanlısı tutum sergileyen tek kesim, ulusalcı ve sol eğilimli Doğu Perinçek'in Vatan Partisi'ydi. Genellikle çıkardıkları derginin adıyla anılan ve Maoçu geçmişiyile tanınan Aydınlık ekibinin kökleri 1968 öğrenci hareketine dayanıyor. Perinçek bugün Türkiye'nin Avrasyacı dış politikasını ateşli bir şekilde destekliyor⁶⁴ ve Uygur meselesindeki ihtilafı tutumu da dahil, Çin'in iç ve dış politikalarını sonuna kadar savunuyor. Aydınlıkçılar Türkiye'de çok iyi tanınmasına -ve Doğu Perinçek de oy tabanından katbekat medya ilgisine mazhar olmasına- rağmen Vatan Partisi'ni destekleyen dar seçmen kitlesinin Çin'in ülkedeki imajını tek başına şahlandıramayacağı açık.⁶⁵ Bu bakımdan, *Aydınlık*'tan yüz kat daha fazla tiraja sahip *Hürriyet* ve *Sabah* gibi gazetelere erişim sağlamak Çin açısından önemli bir adım teşkil ediyor.⁶⁶ Bu nedenle Pekin, Türkiye'de daha geniş bir kitleye ulaşma umuduyla, Çinli ve Türk yetkililer arasında ekonomik işbirliği sayesinde yeşeren olumlu ilişkilerden de yararlanarak medya stratejisinde değişikliğe gitti.

Türkiye'de iktidarda bulunan Cumhur İttifakı ile muhalefet partileri koalisyonundan oluşan Millet İttifakı arasında var olan iç siyasi kutuplaşma medya ortamına da damga vurmuş durumda. Türkiye'de iktidar halihazırda, bir dizi yasal, siyasi ve ekonomik araç vasıtasıyla geleneksel medyanın çok geniş bir kesimine kendi yayın çizgisini dayatabilen bir konumda.⁶⁷ Nitekim Sınır Tanımayan Gazeteciler örgütünün 2022 yılı Dünya Basın Özgürlüğü Endeksinde Türkiye 180 ülke arasında 149. sırada yer aldı.⁶⁸ Bu denli kısıtlayıcı bir medya ortamında, Pekin Türkiye'ye yönelik yumuşak güç beklentilerini daha ileriye taşıyabilmek adına hükümet ve resmî aktörler ile iyi ilişkilerden çok daha kolay bir şekilde faydalanabiliyor.

Türkiye'de iktidar Batı medyasına son derece eleştirel yaklaşırken, nispeten zararsız (belki de etkisiz) görünen Çin haber kaynakları muhafazakâr ve milliyetçi çevreler tarafından nadiren hedef alınıyor. 2019 yılında Türkiye'deki yabancı medya kuruluşlarının ülkedeki şubelerini (raporda "uzantılar" olarak adlandırılıyor) inceleyen tartışmalı bir raporda, Kürt meselesi veya Türkiye'nin Suriye politikası gibi hassas konularda tarafsız bir tavır takındığı için CRI'ye övgüler düzülmüştü.⁶⁹

Çin'in Türkiye'deki yeni medya stratejisi karmaşık ve paradoksal unsurlar içeriyor. Birincisi ve en önemlisi, Pekin, Ankara'nın desteğini alabilmek için sürekli ticari işbirliği vurgusu yapıyor. Çin-Türkiye arasındaki ekonomik bağlar ve yatırım fırsatları ikili ilişkiler açısından çok önemli bir faktör ve bunlar Çin kaynaklı haberlerin merkezinde yer alıyor. Örneğin, Ankara'nın KYG projelerine ilgi duyması Türkiye'de bu projeye ilgili haberlerin çoğunun olumlu bir üslupla yazılmasına neden oluyor.⁷⁰ Hükümete yakın düşünce kuruluşları, "ABD'nin benimsediği tek taraflı, şımarık ve dayat-

macı tavrı” karşısında, özellikle mali yardım ve yatırım fırsatları konusunda Çin’le işbirliği yapmanın önemine işaret ediyor.⁷¹ 2021 yılında 28,5 milyar dolar olan Çin-Türkiye ticaret açığının önemini azaltmak konusunda gözle görünür bir çaba söz konusu.⁷² Türk medyası 2000’li yılların başında ülkenin Çin ile olan ticaret açığını büyük bir sorun olarak lanse ederken, günümüz medyasında bu açığı örtbas etme çabası ayan beyan görünüyor.⁷³ Hükümet yanlısı düşünce kuruluşları, “ucuz ve düşük kaliteli ürünleriyle Türk pazarlarını işgal ettiğini ileri sürerek [Çin’i] bir nevi günah keçisi haline getirmemek” gerektiğini açıkça salık vererek, ilişkilerdeki olumlu beklentileri vurguluyor.⁷⁴ Bu mesajın Türkiye’nin kendi resmî öncelikleri ışığında oluşturulduğu açık.

Çin ve Türk hükümet yetkililerinin geliştirmeyi umduğu olumlu atmosfere Çin’deki özel sektör de katkıda bulunuyor. Önümüzdeki yıllarda Türkiye’nin 5G ağını kurmaya hazırlanan Çinli telekomünikasyon devi Huawei’nin⁷⁵ Türkiye’deki sosyal medya ortamında Çin Büyükelçiliğinden daha fazla takipçisi var.⁷⁶ Anadolu Ajansı’nın yanı sıra, resmi Bilgi ve İletişim Kurumu da Huawei’nin Türkiye’deki kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin reklamını yapıyor.⁷⁷ Keza, Fahrettin Altun yönetimindeki İletişim Başkanlığı, Çin-Türkiye arasında iletişimi kolaylaştırmaya yönelik önemli doneler sunuyor.⁷⁸ Altun, Ocak 2020’de kendi sosyal medya hesabı üzerinden Türkiye’nin Kanal İstanbul projesiyle ilgili Çince bir tanıtım videosu paylaştı.⁷⁹

Pekin’in son yıllarda daha çok kullandığı bir başka strateji de, Çin’in ekonomik başarılarını ve diplomatik hedeflerini duyurmak için Türkiye’deki yerel medya kuruluşlarından yararlanmayı içeriyor. Bu bakımdan olumlu bir hikâye kurgulayabilmenin önündeki en büyük engel hiç kuşkusuz ki, Çin-Türkiye arasındaki dostane ilişkilere rağmen, başlı başına netameli bir konu olmayı sürdüren Doğu Türkistan meselesi. Ankara Çin’in bu bölgede sürdürdüğü politikaya yönelik eleştirilerini büyük ölçüde azaltmış olsa da -ki Çin tarafı da bu “stratejik sessizlik” politikasını takdirle karşılıyor-⁸⁰ Türk kamuoyu açısından Uygurlu Müslümanların durumuna ilişkin hassasiyetler varlığını koruyor. Pekin, Türkiye’de Doğu Türkistan meselesi ile ilgili imajını iyileştirmek için birtakım yeni mekanizmalar deniyor.⁸¹

Çin, Ankara ile Pekin arasındaki resmî ilişkilerin yarattığı olumlu atmosferden yararlanarak, Uygurların maruz bırakıldığı kötü muameleleri örtbas edip kendi alternatif tezini ortaya koyma gayesiyle Türkiye’deki yayın organlarını Sincan Uygur Özerk Bölgesi’ne düzenlenen resmî basın gezilerine davet ediyor. Bu ziyaretlere Anadolu Ajansı temsilcileri, hükümete yakın basın mensupları ve anaakım medya kuruluşları katıldı.⁸² 2019 yılında Çin resmî medyasında, Pekin’in Sincan Uygur Özerk Bölgesi’nde yoksulluğu azaltmaya ve azınlıkları korumaya yönelik çalışmalarından övgüyle bahseden Türk gazetecilere atıf yapıldı.⁸³ Türkiye’den gezilere katılan anaakım ve hükümet yanlısı gazetelerin köşe yazarları da kendi gazetelerinde birkaç yazı kaleme aldılar. Örneğin *Habertürk’ten*

Muharrem Sarıkaya böyle bir yazıda, Çin-Türkiye ilişkilerine dair olumlu beklentileri anlatırken Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nde terörle mücadele alanında atılan başarılı adımlara da değiniyor.⁸⁴ Her ne kadar basında çıkan bu tür haberlerle Türkiye'de halkın bakışını kökten değiştirmek mümkün olmasa da, yine de ülkedeki yaygın "Doğu Türkistan" söylemine tezat gazete haberleri yapılması dikkat çekici bir husus.

Pekin'in son yıllarda daha fazla başvurduğu bir başka strateji de, Çin'in ekonomik başarılarını ve diplomatik hedeflerini anlatmak için yerel Türk medya kuruluşlarını kullanmak oldu. Çin, *Hürriyet*, *Sabah* ve *Cumhuriyet* gibi büyük gazetelere kendisi hakkında övgü dolu ifadeler taşıyan tam sayfa örtülü reklamlar vererek bu medya kuruluşları açısından yeni ve cazip bir müşteri haline geldi.⁸⁵ Yine Türk medyasında ÇKP'nin yıldönümünü kutlayan veya 2022 Pekin Kış Olimpiyatları'nı tanıtan manşetler gördük; bunlar hiç şüphesiz ki Çin-Türkiye arasında resmî düzeyde sürdürülen dostane ilişkiler ile ilgili. Yani bu ticari anlaşmalar Ankara'nın verdiği destek sayesinde mümkün olabiliyor. Nitekim Türkiye'nin Batı ile olan mevcut ilişkileri düşünüldüğünde, bugün itibarıyla Türkiye'de herhangi bir Batılı devlete övgüler düzen tam sayfa bir örtülü reklam yayınlanması tahayyül bile edilemez.

Çin, Türkiye'deki anaakım, hükümet yanlısı veya sol eğilimli gazetelerde parasını verip örtülü reklamlar bastırarak, açıkça Çin yanlısı bir tavır sergileyen Vatan Partisi üzerinden ulaşabileceği kesimden çok daha geniş bir kitleye ulaşabiliyor. Örneğin, *Sabah* gazetesinde ÇKP'nin 100. yıl başarılarına methiyeler düzildi;⁸⁶ böyle bir şey, Türkiye'de hükümet yanlısı bir medya kuruluşu açısından benzeri görülmemiş bir olaydı. Diğer örtülü reklamlarda ise Türkiye'nin Çin'e yapacağı ihracat konusundaki iyimser beklentiler veya Huawei gibi Çinli teknoloji şirketlerinin Türkiye'deki başarıları gibi konular ele alınıyordu.⁸⁷ Bu yerelleştirme stratejisinin Türkiye kamuoyunda karşılık bulma ihtimali yüksek, zira ülkedeki muhafazakâr ve milliyetçi kesimler, yukarıda da belirtildiği üzere, daha önce Çin'in bu denli övüldüğüne hiç şahit olmamışlardı. Yerel anaakım medyada ve devlet kanallarında yer alan bu ücretli içerikler, Pekin'in bu kesimlere ulaşması bakımından taptaze bir fırsat sunuyor. Üstelik bu tür örtülü reklamların sıradan Türk okuru tarafından normal gazete haberi gibi algılanma ihtimali de yüksek.⁸⁸

Koronavirüs salgını da Çin açısından başka bir fırsat yarattı. Ankara aşısı tercihini Çin yapımı Sinovac Biotech yönünde yapınca, Çin yapımı mallara dair toplumdaki genel güvensizliğin yanı sıra Sinovac'ın teslimat konusunda yaşadığı sorunlar ve etkinlik oranı büyük tartışmalara yol açtı.⁸⁹ Türkiye'de hükümete yakın medya kanalları, Çin mallarına duyulan güvenin artmasının Sağlık Bakanlığınca duyulan güveni de arttıracaklarını anlayarak, Sinovac aşısını ülke çapında tanıtma işini üstlendi. Türki-ye'de hükümetin Çin yanlısı mesajları desteklemek için bir başka nedeni daha vardı artık. Ankara aşısı savunma hattına çekilince, Pekin bu durumu Çin açısından bir avantaja dönüştürmeyi başardı. Böylece ülke içinde yürütülen siyasi bir tartışma esnasında Çin'in Türkiye'deki anaakım medyada daha fazla görünmesi mümkün olabildi.

COVID-19 krizi sırasında, Çin'in İstanbul Başkonsolosu Cui Wei sık sık televizyonda canlı yayınlara katılıp pandemi konusunda sorulan sorulara akıcı Türkçesiyle yanıtlar verdi.⁹⁰ O kadar sık olmasa da, Çin Ankara Büyükelçiliği Maslahatgüzarı Cheng Weihua da Çin'in COVID-19'la nasıl mücadele ettiğini anlatmak üzere televizyonlara çıktı. Bazı anaakım medya kanalları ile hükümete yakın medyada "Çin koronavirüsü nasıl durdurdu?" gibi haber başlıkları atılarak, salgın sırasında Çin'le ilgili yapılan haberlere olumlu bir hava katılmaya çalışıldı.⁹¹ Öyle ki, Anadolu Ajansı'nın bir haberinde, Çin'de halk sağlığı ihmalleri yaşandığına, vaka sayılarının doğru bildirilmediğine, devletin kurduğu baskılara ve pandeminin kötü yönetildiğine dair Batı medyasında çıkan iddiaların abartılı bulunarak önemsizleştirilmeye çalışıldığını gördük.⁹² Yine resmî kanallarca desteklenen haberlerde, Çin'de hastalığın yayılmasını engellemek için kullanılan ve Batı medyasında çoğu zaman distopik veya otoriter olarak tanımlanan teknolojik gözetleme mekanizmaları övülüyordu.⁹³

Türkiye'deki siyasi yelpazenin diğer ucunda ise, Çin'e sıcak bakan sol eğilimli muhalif gruplar COVID-19 krizi sırasında ön plana daha çok çıktı. Eski Maoocu şimdiyse Avrasyacı çevrelerden ortodoks Marksistlere ve Atatürkçülere kadar uzanan geniş bir kesim, seküler devlet yapısı, Marksist-Leninist kökeni ve antiemperyalist söyleminden ötürü Çin'e sıcak bakıyor. Bu nedenle, Çin'in mesajlarını benimsemeye de daha meyilliler. Pandemi sırasında Çin'in "sıfır COVID" politikası en çok Türkiye'nin solcu entelektüel ve gazetecilerini cezbedetti; bunlar arasında tanınmış bir Türk yazar ve akademisyen olan Gündüz Vassaf da yer alıyor. Vassaf bu küresel salgına karşı bakışını ezcümle şöyle ifade ediyordu: "Doğu toplumla kazandı, Batı bireyle kaybetti."⁹⁴

2020 yılının bahar ayları boyunca Türkiye'deki sol medyada Çin'in bu halk sağlığı kriziyle mücadelesini öven birçok haber çıktı.⁹⁵ Hiç de şaşırtıcı olmayacak şekilde, bu konuda en yüksek perdeden konuşan Doğu Perinçek ve *Aydınlık* gazetesi idi.⁹⁶ Ancak bu konuda yalnız oldukları söylenemez. *Cumhuriyet* gazetesi köşe yazarı ve Kırmızı Kedi Yayınevi'nin kurucusu Mehmet Ali Güller de Çin'in sert karantina önlemlerini övgü yağmuruna tutan isimlerden oldu. Güller bir yazısında, Çin sosyalizmi ile Batı kapitalizmini karşılaştırarak ilkini ekonomik menfaatlardan ziyade insan sağlığına öncelik verdiği için methederken, İngiltere ve ABD'deki yüksek ölüm rakamlarından kapitalizmi sorumlu tutuyordu.⁹⁷ Marksist medya kuruluşu *BirGün* ise ölüm rakamlarıyla ilgilenen Türk gazeteciler karşısında, yaşanan sağlık krizinin "insani" yönünü vurgulayan Çinli diplomatları bağrına basıyordu.⁹⁸

COVID-19 salgını sırasında Çin ile Türkiye'deki muhalif medya arasındaki dostluğun belki de en büyük işareti, internet fenomeni haline gelen "Atatürk ödedi" hikâyesiydi.⁹⁹ Güya Çin, Mart 2020'de Türkiye'ye gönderilen 2 milyon COVID-19 test kitini, 1938 yılındaki kolera salgını sırasında Atatürk'ün Çin'e gönderdiği yardımlara teşekkür kabilinden bedava olarak vermişti.¹⁰⁰ Asılsız bir habere dayanan bu hikâye¹⁰¹ Türkiye'nin sosyal medya ortamında hızla dolaşıma sokuldu. Ülkedeki bazı tanınmış gazeteci ve akademisyenler tarafından da körüklenen "Atatürk ödedi" lafı, salgın döneminde Türkiye'deki en unutulmaz mem'ler arasına girdi.¹⁰² Bu söz, Çin'in kendi propaganda teşkilatı tarafından uydurulup dolaşıma sokulmuş olmamasına rağmen, hem ülkede milyonlarla ifade edilen Kemalist kesimlerin gururunu okşadı, hem de Çin'in saygınlığını artırmış oldu.

Çıkarılan Dersler

Son on yıl Çin'in medya ağı üzerinden dünya çapında artan etkisine tanıklık etti. Bu sayede, özellikle gelişmekte olan ülkelerde Pekin'e daha olumlu bir bakış sağlandığı gözleniyor.¹⁰³ Ancak birçok Ortadoğu ülkesi bugün Çin'e sıcak bakarken Türk kamuoyu bu ülkeye halen şüpheyle karışık bir tedirginlik besliyor. Çin'in kendi propaganda teşkilatının Türkçe içerik üretmek konusunda zayıf kalması bu sorunu pekiştirdi. Bu nedenle Çin rejimi Türkiye'deki yerel aktörleri sürece dahil etmeye çalışan yeni stratejiler benimsemiş bulunuyor; bu yaklaşım Çin'in Türkiye'deki yumuşak güç hedeflerini gerçekleştirmek için devlet kanadından ve çeşitli entelektüel çevrelerden destek almayı önemsiyor.

Bu deneyimden edinilen ilk ders, Çin ile diğer aktörler arasında büyük bir güç asimetrisi olsa bile, yerel aktörlerin önemini ortaya koyuyor. Çin'in elinde birçok kaynak ve araç olmasına rağmen, uyguladığı doğrusal ve tepeden aşağı yaklaşım Türkiye'de pek sonuç vermemiş görünüyor. Türkiye örneği, Çin propagandası ve kamu diplomasisinin yerel halk ve kurumlar tarafından desteklendiğinde çok daha iyi işlediğini gösteriyor. Başka bir deyişle, Çin'in sözlerinin havada kalmaması için ülke içerisinde bunlara kulak vermeye istekli kesimler olması gerekiyor. Bu ortamı temin edecek en önemli aktör, hiç kuşkusuz ki Türkiye'yi yönetenler. Basın özgürlüğüne çok dar bir alan bırakan son derece kutuplaşmış bir medya ortamında hükümet, Çin'e imajını düzeltmesi için yeni platformlar sağlıyor. Çin, Ankara ile bağlarını sağlamlaştırmak suretiyle, hükümet yanlısı medya organlarında takdir edilen bir yer edinmeyi başarmış görünüyor. İktidardaki Cumhur İttifakı'nın da burada bir menfaati var şüphesiz. Çin aşısı tartışmalarının açıkça gösterdiği üzere, iki ülke arasındaki işbirliğinin uzun vadede sürdürülebilirliği, Çin'in Türkiye'deki imajı açısından acil iyileştirmeleri elzem kılıyor.

Türkiye'deki Çin karşıtlığının çok çeşitli sebeplere dayandığı göz önüne alınırsa, bu yeni stratejilerin bir anda muazzam bir değişim yaratamayacağı açık. ÇKP rejiminin Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nde yol açtığı ağır insan hakları ihlalleriyle ilgili olarak Türkiye kamuoyunda hissedilen hoşnutsuzluğun bu stratejiler yardımıyla tümüyle yok edilmesi de mümkün değil. Ancak Çin'in hedefinde yavaş ve kademeli şekilde ilerleme kaydettiğine delalet oluşturan birtakım kanıtlar mevcut. Yani Pekin'in yerleştirilmiş stratejileri şimdiden işe yaramış görünüyor. Örneğin, Kadir Has Üniversitesi Türk Dış Politikası Kamuoyu Algıları Araştırması sonuçlarına göre, 2019'dan 2021'e kadar Çin'i Türkiye'nin dostu olarak görenlerin sayısında artış yaşandı.¹⁰⁴ Türkiye kamuoyundaki Çin algısı, ülkenin Batılı müttefiklerindeki algıyla kıyaslanınca da daha olumlu çıkıyor. 2021 yılında ABD merkezli Alman Marshall Vakfı tarafından yapılan bir anket, Türk katılımcıların yüzde 34'ünün Çin'in "küresel ilişkiler üzerindeki etkisini" olumlu ya da çok olumlu gördüğünü ortaya koydu.¹⁰⁵ Aynı şekilde, Türkiye iklimden siber güvenliğe, insan haklarından ticarete kadar çeşitli konularda Çin'e daha sert politikalar uygulanmasına destek veren ülkeler arasında en düşük puana sahip.¹⁰⁶

Türkiye'deki Çin deneyiminden çıkarılan son ders, belki de paradoksal bir şekilde, Amerikan karşıtlığının kamuoyunda yarattığı etkiyle ilgili. Çin'in olağan yumuşak güç araçları (devlet medyası, geleneksel mutfağı veya Konfüçyus Enstitüleri) Türkiye'de pek ilgi uyandırmamakla birlikte, ülkenin ABD'nin gücünü dengeleyen bir unsur olma vaadi Türk halkının büyük kesimi için daha cazip. Türkiye'deki Çin karşıtlığının kökenleri her ne kadar derin ve çok yönlü olsa da, ülkede uzun zamandır (ideolojik ayrım da gözetmeyen) çok daha da güçlü bir Amerikan karşıtlığı hüküm sürüyor. Şayet Erdoğan hükümeti Çin'e kendi iktidar mücadelesi ve Batı'yla arasında süregiden diplomatik sıkıntılar nedeniyle sempati besliyor ise, Türkiye'deki laik muhalefetin bir kısmı ona anti-emperyalist sicili nedeniyle hayranlık besliyor diyebiliriz. Çin'in Türkiye'deki imajı halen istenen seviyeden uzak olsa da, Pekin ülkede dış tehdit algılarıyla ilgili yapılan tüm anketlerde yine de Washington'un oldukça gerisinde yer alıyor.¹⁰⁷ Dolayısıyla Çin'in Türk halkının gözündeki cazibesi, başvurduğu somut yumuşak güç stratejilerinden ziyade, gelecekte ABD karşısında küresel olarak nerede konumlanacağı ile ilgili olabilir.

Yazar Hakkında

Marmara Üniversitesi İngilizce Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde görev yapan Çağdaş Üngör, doktorasını Binghamton'daki New York Eyalet Üniversitesi'nde, Çin'in Maocu yönetim altındaki dış propaganda faaliyetlerini inceleyen bir tezle tamamladı. Üngör, Çin ile ilgili konularda ve Çin-Türkiye ilişkilerinde çeşitli Türkçe dergi ve gazetelere katkıda bulunmaktadır. Başlıca akademik yayınları arasında *Turkey in the Cold War: Ideology and Culture* (Palgrave-Macmillan, 2013, Cangül Örnek ile birlikte) ve *Asya-Pasifik Çalışmalarında Yeni Ufuklar* (Küre Yayınları, 2020) adlı derlemeler sayılabilir.

Notlar

- 1 Ziya Öniş ve Maimaiti Yalılıkun, “Emerging Partnership in a Post-Western World? The Political Economy of China – Turkey Relations”, *Southeast European and Balkan Studies* 21, 2021, 507-529, <https://doi.org/10.1080/14683857.2021.1981624>.
- 2 Kanal İstanbul, Karadeniz ile Marmara Denizi’ni birbirine bağlayan İstanbul Boğazi’na alternatif oluşturacak bir koridor olarak tasarlanıyor. Bkz. Sinan Tavşan, “Eyeing Chinese Investment, Turkey Kicks Off Canal Istanbul Project”, *Nikkei Asia*, 28 Haziran 2021, <https://asia.nikkei.com/Politics/International-relations/Eyeing-Chinese-investment-Turkey-kicks-off-Canal-Istanbul-project>.
- 3 Gökhan Ergöçün, “Central Banks of Turkey, China Expand Swap Agreement”, Anadolu Ajansı, 16 Haziran 2021, <https://www.aa.com.tr/en/economy/central-banks-of-turkey-china-expand-swap-agreement/2275566>.
- 4 Çağdaş Üngör, “Heading Towards the East? Sino-Turkish Relations After the July 15 Coup Attempt”, Emre Erşen ve Seçkin Köstem (der.), *Turkey’s Pivot to Eurasia: Geopolitics and Foreign Policy in a Changing World Order* içinde (New York: Routledge, 2019), 64-78.
- 5 Richard Weitz, “China-Russia’s anti-NATO?”, *Diplomat*, 4 Temmuz 2012, <https://thediplomat.com/2012/07/is-the-shanghai-cooperation-org-stuck-in-neutral>, Aslı Aydıntaşbaş, Marie Dumoulin, Ellie Geranmayeh ve Janka Oertel, “Rogue NATO: The New Face of the Shanghai Cooperation Organization”, Avrupa Dış İlişkiler Konseyi, 16 Eylül 2022, <https://ecfr.eu/article/rogue-nato-the-new-face-of-the-shanghai-cooperation-organisation>.
- 6 Lina Wang, “Will Turkey Join the Shanghai Cooperation Organization Instead of the EU?”, *Diplomat*, 24 Kasım 2016, <https://thediplomat.com/2016/11/will-turkey-join-the-shanghai-cooperation-organization-instead-of-the-eu>; ve Nazlan Ertan, “Why Erdogan’s Shanghai Ambitions Are Risky Business”, *Al-Monitor*, 20 Eylül 2022, <https://www.al-monitor.com/originals/2022/09/why-erdogans-shanghai-ambitions-are-risky-business>.
- 7 Türkiye ile Çin, dezenformasyon ve propagandayla birlikte mücadele etmek üzere bir anlaşma imzaladı. Bkz. Havva Kara Aydın, “Turkey, China to Fight Propaganda”, *Anadolu Ajansı*, 6 Kasım 2019, <https://www.aa.com.tr/en/asia-pacific/turkey-china-to-fight-propaganda/1637729>.
- 8 Çin Halk Cumhuriyeti 2018 Yılı Türk Hakimler Semineri, Hakimler ve Savcılar Kurulu, <https://www.hsk.gov.tr/cin-halk-cumhuriyeti-2018-yili-turk-h-kimler-seminerleri>.
- 9 Türkiye Polis Akademisi ve Çin Ulusal Polis Üniversitesi arasında İşbirliği Anlaşması İmza Töreni, Türki-ye Polis Akademisi, 31 Temmuz 2018, <https://www.pa.edu.tr/turkiye-polis-akademisi-ve-cin-ulusal-polis-universitesi-arasinda-ismirligi-anlasmasi-imza-toreni-haberler.html>.
- 10 Bkz. Yang Chen, “Developments in China–Turkey Relations: A View From China”, *Critical Sociology*, 2019, 6, <https://doi.org/10.1177/0896920519885001>.

- 11 Çağdaş Üngör, “The ‘Chinese Vaccine’ and Its Discontents: Turkey’s Public Debate on Sinovac During the COVID Crisis”, Middle East Institute, 6 Eylül 2022, <https://www.mei.edu/publications/chinese-vaccine-and-turkeys-public-debate>.
- 12 Bkz. Çin’i Türkiye’nin işbirliği yapması gereken bir ülke olarak görenlerin sayısındaki doğrusal artış. 2018’de Türkiye’nin Çin ile işbirliğini artırması gerektiğine inananların sayısı sadece yüzde 4,8’di. Bu yüzde 2019’da 10,4’e, 2020’de 11,8’e ve 2021’de 23,0’a yükseldi. Mustafa Aydın vd., *Türk Dış Politikası Kamuoyu Algıları Araştırması-2021*, Türkiye Çalışmaları Grubu, Kadir Has Üniversitesi, 15 Haziran 2021, 42, https://www.khas.edu.tr/sites/khas.edu.tr/files/inline-files/TDPA2021_KHAS_WEBRA-POR-BASIN_08062021.pdf.
- 13 Renee Di Resta, Carly Miller, Vanessa Molter, John Pomfret ve Glenn Tiffert, “Telling China’s Story: The Chinese Communist Party’s Campaign to Shape Global Narratives”, Stanford İnternet Gözlemevi Siber Politikalar Merkezi, Freeman Spogli Uluslararası Çalışmalar Enstitüsü, Stanford Üniversitesi ve Hoover Enstitüsü, 2020, <https://fsi.stanford.edu/publication/telling-chinas-story>.
- 14 Seng In Chan ve Weiqing Song, “Telling the China Story Well: A Discursive Approach to the Analysis of Chinese Foreign Policy in the ‘Belt and Road’ Initiative”, *Chinese Political Science Review* 5 (2020): 417-437, <https://doi.org/10.1007/s41111-020-00146-1>.
- 15 Bkz. “Global Indicators Database, Turkey: Opinion of China”, Pew Araştırma Merkezi, erişim tarihi: 29 Aralık 2022, <https://www.pewresearch.org/global/database/indicator/24/country/TR>.
- 16 Bkz. “Toplumun Çin’e Bakışı”, *Türkiye Raporu*, 31 Ağustos 2020, <https://turkiyeraporu.com/arastirma/toplumun-cine-bakis-acisi-1882>.
- 17 Bkz. “Türkiye’nin Dostu olan Ülkeler”, Mustafa Aydın vd., *Türk Dış Politikası Kamuoyu Algıları Araştırması-2021* içinde.
- 18 Bkz. Çağdaş Üngör, “Türkiye’de Çin Karşıtlığının Dinamikleri Üzerine Bazı Düşünceler”, *Türkiye 2. Çin Çalışmaları Konferansı*, 17 Nisan 2017, Ankara.
- 19 A.g.e.
- 20 Türk Dışişleri Bakanlığı yaptığı resmî açıklamada, Türkiye Cumhuriyeti hükümetinin “Çin’in içişlerine karışmak gibi bir niyeti yoktur” diyerek durumu yumuşatma çabası, Erdoğan’ın sarf ettiği sözlerin Çin tarafında etki yaratmasına engel olamamıştır. Bkz. “Erdoğan: Adeta bir Soykırım”, *Milliyet*, 11 Temmuz 2009, <https://www.milliyet.com.tr/dunya/erdogan-adeta-bir-soykirim-1116463>; ve Yitzhak Shichor, “Ethno-Diplomacy: The Uyghur Hitch in Sino-Turkish Relations”, *Policy Studies* 53, East West Center, 2009.
- 21 “Çinli sanıp Korelilere saldırdılar”, *Hürriyet*, 5 Temmuz 2015, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/cinli-sanip-korelilere-saldirdilar-29460272>; Selin Girit, “China-Turkey Relationship Strained Over Uighurs”, *BBC News*, 9 Temmuz 2015, <http://www.bbc.com/news/world-asia-china-33440998>; ve Barbara Tasch, “Anti-China Sentiment Is Suddenly Sweeping Over Turkey”, *Business Insider*, 21 Temmuz 2015, <http://www.businessinsider.com/china-turkey-uighurs-2015-7>.

- 22 “Çin’den Meral Akşener ve Mansur Yavaş’a tepki”, *Sözcü*, 6 Nisan 2021, <https://www.sozcu.com.tr/2021/dunya/cinden-meral-aksener-ve-mansur-yavasa-tepki-6357244>; ve İlkey Güder, “Çin’in Ankara Büyükelçisi Liu, Dışişlerine Bakanlığına çağrıldı”, *Anadolu Ajansı*, 6 Nisan 2021, <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cinin-ankara-buyukelcisi-liu-disisleri-bakanligina-cagrildi/2200102>.
- 23 Söz konusu tweetin orijinal Türkçe metninde Çin’in egemenliğine ve toprak bütünlüğüne meydan okuyan her türlü girişim çok ağır bir dille kınanmaktaydı. Ankara Çin Büyükelçiliğinin Twitter hesabından atılan ve bizzat Meral Akşener ile Mansur Yavaş’ı etiketleyen bu tweette Çin’in karşılık verme hakkından da bahsediliyordu. Bkz. Çin Büyükelçiliği Ankara (@ChinaEmbTurkiye), “Çin tarafı, herhangi bir kişi veya gücün Çin’in egemenliğine ve toprak bütünlüğüne herhangi bir şekilde meydan okumasına kararlılıkla karşı çıkmakta ve bunu şiddetle kınamaktadır. ...”, *Twitter*, 6 Nisan 2021, 06:26, <https://twitter.com/ChinaEmbTurkey/status/1379379955042242562>.
- 24 Fatih Yazıcı ve Tercan Yıldırım, “History Teaching as a Nation-building Tool in the Early Republican Period in Turkey (1923-1938)” *Paedagogica Historica* 54, sayı 4, 2018, 442-443, <https://doi.org/10.1080/00309230.2017.1423363>.
- 25 Sinan Ateş, Ayhan İncirli, Oğuzhan Karadeniz ve Mustafa Kapucubaşı, “Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarında Eski Türkler: Türkiye ve Türkmenistan”, *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 2018, 2(1), 76.
- 26 Bülent Okay, “Çin Seddi’nin Yapılış Nedeni Hakkında Değişik bir Görüş”, *Bellekten* 57, sayı 218, Nisan 1993, 27-40.
- 27 Örneğin bkz. Büyük Birlik Partisi Genel Başkanı Mustafa Destici’nin “Doğu Türkistan” meselesini çözmek için “gerekirse Çin’e savaş açılması” yönündeki açıklaması. “Mustafa Destici: Gerekirse Çin’e savaş açarız”, *T24*, 25 Şubat 2021, <https://t24.com.tr/haber/mustafa-destici-gerekirse-cin-e-savas-acariz-935367>. Ayrıca bkz. aşırı sağ kanatta yer alan Milliyetçi Hareket Partisi milletvekili Muharrem Varlı’nın, gelecekte Türkler ile Çinliler arasında başka bir Çin Seddi inşa edilmesi yönündeki temennisini dile getiren açıklaması. “İnşallah, Türk Milleti Çin’e yeniden bir Çin Seddi yaptırmayı Allah nasip edecektir”, Milliyetçi Hareket Partisi tarafından yayınlanmıştır, TBMM TV, 19 Aralık 2019, şu adresten erişilebilir: <https://www.youtube.com/watch?v=7cFl0V2mMvE>.
- 28 Dilek Çakır, “Contextual Analysis of Nationalism Discourse in Turkish Historical Adventure Movies (1965-1980)”, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara, 2019, 69.
- 29 Örneğin, Nihal Atsız’ın *Bozkurtların Ölümü* (1946) veya *Bozkurtlar Diriliyor* (1949) adlı eserleri Gök-türk devletlerinin yükseliş ve çöküşüne odaklanmaktadır. Bkz. Jacob M. Landau, “Ultra-Nationalist Literature in the Turkish Republic: A Note on the Novels of Hüseyin Nihal Atsız”, *Middle Eastern Studies* 39, sayı 2, Nisan 2003, 204-210.
- 30 Örneğin günümüz yazarlarından Hasan Erimez’in kurmaca roman türünde verdiği eserler şu başlıkları taşımaktadır: *Demirdağın Kurtları* (2015) ve *Kutlu Kağanlık* (2016). Türk öldürme ile ilgili Çin geleneklerini ayrıntılı şekilde tasvir edişi özellikle dikkat çekicidir. Hasan Erimez, *Demirdağın Kurtları* (Ötügen Yayınları, 2015), 11, şu adresten erişilebilir: <https://www.otuken.com.tr/u/otuken/docs/demirkurt.pdf>.

- 31 Çağdaş Üngör, “Perceptions of China in the Turkish Korean War Narratives”, *Turkish Studies* 7, sayı 3, Eylül 2006, 405-420.
- 32 Bkz. örneğin Emine Şenlikoğlu, *Çin İşkencesi* (İstanbul: Mektup Yayınları, 2007).
- 33 “Çin’e terkedilmiş bir kader: ‘Doğu Türkistan’”, İHH İnsani Yardım Vakfı, 14 Eylül 2009, <https://ihh.org.tr/haber/cine-terkedilmis-bir-kader-dogu-turkistan-415>.
- 34 Cevat Akşit, “Cennete Giden Yollar”, *Milli Gazete*, 2 Mart 2017, <http://www.milligazete.com.tr/cennete-goturen-yollar/prof-dr-cevat-aksit/kose-yazisi/33454>
- 35 Çağdaş Üngör, “Türkiye’de Çin Karşıtlığının Dinamikleri Üzerine Bazı Düşünceler”.
- 36 Buna ilişkin birkaç örnek için bkz. “Çin’in garip yüzü”, *Milliyet*, 11 Ağustos 2012, <http://www.milliyet.com.tr/fotogaleri/46125-yasam-cin-in-garip-yuzu/1>; “Çin’in tuhaf yarışması”, *Posta*, 11 Mart 2016, <http://www.posta.com.tr/cinin-tuhaf-yarismasi-galerisi-331559-8>; ve “Çin’de yaşayan garip olaylar”, *Sözcü*, 31 Temmuz 2015, https://www.sozcu.com.tr/2015/dunya/cinde-yasanan-garip-olaylar-2-897195/?szc_galeri=1
- 37 Çağla Pınar Tunçer, “Sosyal Medya ve Şiddet: Ekşi Sözlük’te Çinli algısı”, *İnsan ve İnsan* 7, sayı 25, yaz 2020, 65-84.
- 38 Geniş bir ideolojik yelpazeden değerlendirildiğinde Türk medyasında Çin mutfağına ilişkin çıkan olumsuz haberlere örnek olarak bkz. “Çinli bilim insanlarından corona virüsü açıklaması: Yılanlardan insanlara geçti”, *Yeni Şafak*, 24 Ocak 2020, <https://www.yenisafak.com/dunya/cinli-bilim-insanlarindan-corona-virusu-aciklamasi-corona-virus-nedir-insanlara-nasil-bulasti-3522948>; “Ne Balsa Yiyorlar! İşte koronavirüsün Yayıldığı Pazar”, *A Haber*, 28 Ocak 2020, <https://www.ahaber.com.tr/galeri/dunya/ne-balsa-yiyorlar-iste-koronavirusun-yayildigi-pazar/6>; ve “Çin’de Hangi Egzotik ve Vahşi Hayvanlar Yeniyor?”, *T24*, 29 Ocak 2020, <https://t24.com.tr/foto-haber/cin-de-hangi-egzotik-ve-vahsi-hayvanlar-yeniyor,9330/4>.
- 39 Mustafa Aydın, “Kim Korkar Covid-19’dan? Türkiye Kamuoyu Koronavirüs Algıları”, *Perspektif*, 23 Mayıs 2020, <https://www.perspektif.online/kim-korkar-covid-19dan-turkiye-kamuoyu-koronavirus-algilari>
- 40 Bkz. örneğin, günlük *Sabah* gazetesinde yazan ve hükümet yanlısı yazılarıyla tanınan Mehmet Barlas’ın yazıları: “Yemek yazarlarımız Çinli olmadıkları için çok şanslılar”, *Sabah*, 2 Şubat 2020, <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/barlas/2020/02/02/yemek-yazarlarimiz-cinli-olmadiklari-icin-cok-sanslilar>; ve “Çinliler kedileri ve köpekleri yemekten galiba artık vazgeçiyorlar”, *Sabah*, 3 Nisan 2020, <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/barlas/2020/04/03/cinliler-kedileri-ve-kopekleri-yemekten-galiba-artik-vazgeciyorlar>.
- 41 Hakan Çelik, “Çekik gözlüler!”, *Posta*, 9 Temmuz 2015, <http://www.posta.com.tr/cekik-gozluler-hakan-celik-yazisi-290427>; ve “Çinli saldırıları sonrası Türkiye’de yaşayan çekik gözlüler ne yapıyor?”, *T24*, 12 Temmuz 2015, <http://t24.com.tr/haber/cinli-saldirilari-sonrasi-turkiyede-yasayan-cekik-gozluler-ne-yapiyor,302626>.

- 42 Bkz. Aynur Tekin, “Türkiye’de yaşayan Çinliler: Bizi restoranlara ve otellere almıyorlar”, *Gazete Duvar*, 25 Şubat 2020, <https://www.gazeteduvar.com.tr/gundem/2020/02/25/turkiyede-yasayan-cinliler-bi-zi-restoranlara-ve-otellere-almiyorlar>. Ocak 2020 sonlarında Konya’daki Mevlâna Müzesi’ni ziyaret eden Çinli turist kafilesinin bu ziyareti yerel halk tarafından kesintiye uğratıldı. Başka bir olay ise, Aksaray ilinde iki Çinli turist kısa süreliğine karantinaya alınmasıyla sonuçlandı. Turizm sektörü çalışanları, yerli turistlerin otellerde Çinli turist görmekten rahatsız olduğunu söylüyordu. Bkz. “Yakup Dinler: Çinli turist gören tedirgin oluyor!”, *Turizm Günlüğü*, 29 Ocak 2020, <https://www.turizmgunlugu.com/2020/01/29/yakup-dinler-cinli-turist-coronavirus>; ve “Çinli turisti gören vatandaş köşe bucak kaçıyor”, *Sözcü*, 30 Ocak 2020, <https://www.sozcu.com.tr/2020/gundem/cinli-turisti-goren-vatandas-ko-se-bucak-kaciyor-5597795>. Ayrıca bkz. “Aksaray’da bazı Çin Vatandaşlarının Korona Virüsü Taşıdıkları Şüphesi ile İlgili Açıklama”, Çin Halk Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği, 28 Ocak 2020, http://tr.china-embassy.gov.cn/tur/lsw/202001/t20200129_9618990.htm.
- 43 “China Sees Potential in Turkey But Lack of Trust Still a Problem”, *Hürriyet Daily News*, 27 Temmuz 2015, <https://www.hurriyetdailynews.com/china-sees-potential-in-turkey-but-lack-of-trust-still-a-problem-85962>; ve “İmaj düzeltmek için Türkiye’ye geliyorlar”, *Dünya*, 24 Nisan 2014, <https://www.dunya.com/ekonomi/imaj-duzeltmek-icin-turkiye039ye-geliyorlar-haberi-244877>.
- 44 Çin propaganda teşkilatına ilişkin mevcut çalışmalar, Pekin’in mesajlarını hem anakara içinde ve dışında, hem de farklı ülkelere yönelik olarak değiştirdiğini gösteriyor. Bkz. Samuel Brazys ve Alexander Dukalskis, “China’s Message Machine”, *Journal of Democracy* 31, sayı 4, Ekim 2020, 59-73.
- 45 Türkiye’de yabancı dil bilenlerin sayısı çok yüksek değildir. English First (EF) İngilizce Yeterlilik Endeksinde göre, Türkiye toplam 112 ülke arasında 70. sırada yer alıyor. Adı geçen endeks, 2011 yılını müteakip on yılda Türkiye’yi ya “düşük” ya da “çok düşük” yeterliliğe sahip bir ülke olarak sınıflandırmıştır. Bkz. “Turkey”, EF İngilizce Yeterlilik Endeksi, erişim tarihi: 2 Kasım 2022, <https://www.ef.com/wwen/epi/regions/europe/turkey>.
- 46 Shaina Oppenheimer, “What Do Chinese Media Outlets Say About the Middle East? Depends Which Language You’re Reading”, *Haaretz*, 11 Şubat 2021, <https://www.haaretz.com/middle-east-news/premium.MAGAZINE-what-does-chinese-media-say-about-the-mideast-depends-which-language-you-re-reading-1.9532023>; ve Iginio Gagliardone, “China as a Persuader: CCTV Africa’s First Steps in the African Mediasphere”, *Ecquid Novi: African Journalism Studies* 34, sayı 3, 2013, 25-40, <https://doi.org/10.1080/02560054.2013.834835>. Örneğin Çin’in devlet destekli CCTV kanalının Afrika yayınları kıtada geniş bir erişime sahip.
- 47 Bkz. Xinhua Türkçe’nin resmî web sitesi: <http://www.xinhuanet.com/english/europe/turkey/latest.htm>; ve China Radio International’ın Türkçe versiyonu, CRI Türk, <https://criturk.com>.
- 48 Çağdaş Üngör, “China Reaches Turkey? Radio Peking’s Turkish Language Broadcasts During the Cold War”, *All Azimuth* 1, sayı 1, Temmuz 2012, 1-33, <https://doi.org/10.20991/allazimuth.167301>.
- 49 Bkz. Veli Boztepe, “Bir Yumuşak Güç Kaynağı olarak Türkiye’deki Çin Medyası”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 16, sayı 4, 2016, 93-110, <https://doi.org/10.18037/ausbd.415561>.

- 50 Yön Radyo, Çin ile ilgili konularda birçok podcast ve program yapıyor. Çin Komünist Partisi'nin 20. Parti Kongresini ve Kuşak ve Yol Girişimini yakın tarihte müspet bir bakışla değerlendiren programlar buna örnek gösterilebilir. Bkz. <https://yonradyo.com.tr/> (erişim tarihi: 3 Ocak 2023).
- 51 “GB Times Türkiye şubesi açıldı”, *Anadolu Ajansı*, 28 Ocak 2013, <https://www.aa.com.tr/tr/arsiv/gbtimes-turkiye-subesi-acildi-/280676>.
- 52 “Türkiye'nin ilk Çin merkezli televizyon kanalı yayında”, *Cumhuriyet*, 25 Ekim 2014, <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiyenin-ilk-cin-merkezli-televizyon-kanali-yayinda-134147>; ve “Çin ve Türkiye arasında medya köprüsü”, *TUCEM*, 9 Kasım 2014, <https://web.archive.org/web/20221125151102/https://tucem.com.tr/2020/01/30/cin-ve-turkiye-arasinda-medya-koprusu/>.
- 53 Bu platformlardan biri de CRI Türk etiketi altında faaliyet gösteren ve Türkçe yayın yapan bir YouTube kanalıdır. Bkz. CRITURK, Youtube hesabı, <https://www.youtube.com/user/chinatvturkish>. CRI Türk'ün ayrıca Türkçe altyazıyla Çince içerik yayınlayan bir dijital TV platformu da mevcuttur: <https://criturk.tv>.
- 54 Bu dergi, başta *Sabah* ve *A Haber* olmak üzere hükümet yanlısı birçok medya organının sahibi olan Turkuvaz Medya Grubu tarafından yayınlanıyor. Bkz. şirketin reklamlarının yer aldığı web sitesindeki *China Today* reklamı: “Çin'e Açılan Kapı”, Turkuvaz Reklam, <http://www.turkuvazreklam.com.tr/yayin/dergiler/china-today>.
- 55 Bkz. Kırmızı Kedi Yayınevi web sitesinde yer alan *Modern İpek Yolu Dergisi* resmî sayfası: <https://www.kirmizikediyayinevi.com/modern-ipek-yolu-dergisi>.
- 56 Yurt dışında yaşayan Çinliler uzun zamandan beridir Çin dış propagandasının hedef kitlesi konumunda. Bkz. Anne-Marie Brady, “China's Foreign Propaganda Machine”, *Journal of Democracy* 26, sayı 4, Ekim 2015, 52-53, <https://doi.org/10.1353/jod.2015.0056>.
- 57 Bu sayı muhtemelen Uygur etnik kimliğine sahip Çin vatandaşlarını da içermektedir. Bkz. “Vatandaşlık ülkesine göre yabancı nüfus,” Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, Türkiye İstatistik Kurumu, 4 Şubat 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuc-lari-2020-37210>.
- 58 Roie Yellinek, “How China Learned to Harness Israel's Media and Booming Tech Scene”, Carnegie Uluslararası Barış Vakfı, 27 Ekim 2021, <https://carnegieendowment.org/2021/10/27/how-china-learned-to-harness-israel-s-media-and-booming-tech-scene-pub-85653>.
- 59 Roie Yellinek, Yossi Mann ve Udi Lebel, “Chinese Soft-Power in the Arab World—China's Confucius Institutes as a Central Tool of Influence”, *Comparative Strategy* 39, sayı 6, 2020, 517-534, <https://doi.org/10.1080/01495933.2020.1826843>
- 60 Bu kurumlardan üçü İstanbul'da, biri Ankara'da yer alıyor. Bkz. İstanbul'da Boğaziçi Üniversitesi Konfüçyüs Enstitüsü, <http://www.confucius.boun.edu.tr/?lang=tr>; İstanbul'daki Okan Üniversitesi Konfüçyüs Enstitüsü, <https://www.okan.edu.tr/en/ci/>; İstanbul'daki Yeditepe Üniversitesi Konfüçyüs Enstitüsü, <https://confucius.yeditepe.edu.tr/en/about-us>; ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi Konfüçyüs Merkezi, <https://ci.metu.edu.tr/tr>.

- 61 Hususi bir örnek olarak bkz. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Konfüçyus Enstitüsü tarafından düzen-lenen KYG konferansı, “Perspectives on the Belt and Road Initiative: Opportunities and Challenges for Exchange And Cooperation Between China and Turkey”, 15 Kasım 2019, <https://ci.metu.edu.tr/en/program>.
- 62 Türkiye’deki Çin Büyükelçiliği web sitesi halen Türkçeye tümüyle tercüme edilmiş değildir. Bkz. “Çin Halk Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği” başlıklı kısmen Türkçe olan site, erişim tarihi 4 Ocak 2023, <http://tr.china-embassy.gov.cn/tur>.
- 63 Ekim 2022 itibarıyla, Ankara’daki Çin Büyükelçiliğinin (@ChinaEmbTurkey) Twitter’da 31.200 takipçisi bulunurken, aynı rakam Amerikan Büyükelçiliği (@USEmbassyTurkey) açısından 133.600 idi.
- 64 Bu konuda ayrıntılı bir analiz için bkz. Suat Kınıklıoğlu, “Eurasianism in Turkey”, SWP Research Paper 7, Berlin: Mart 2022, https://www.swp-berlin.org/publications/products/research_papers/2022RP07_EurasianismInTurkey.pdf.
- 65 Eylül 2022 sonlarında Medya Radar’dan alınan verilere göre, *Aydınlık* gazetesinin ortalama tirajı 1700 civarında, <https://www.medyaradar.com/tirajlar>. Ancak derginin Ekim 2022 itibarıyla 303.300 takipçisi bulunan Twitter hesabı (@AydinlikGazete) ile dijital platformlarda çok daha geniş bir görünürlüğe sahip olduğunu belirtmek gerekir. Rakamlar arasındaki bu büyük fark, yüksek ihtimalle, gazetenin Çin yanlısı bakışına dair bir takdirden ziyade, yayınladığı sansasyonel haberlere ilişkin genel meraktan kaynaklanıyor.
- 66 Eylül 2022 sonlarında Medya Radar’dan alınan verilere göre, *Sabah* gazetesinin tirajı 190.000, *Hürriyet*’in ise 186.000 civarında iken, *Aydınlık* sadece 1721 adet satılmıştı. Bkz. <https://www.medyaradar.com/tirajlar>, son erişim 4 Ocak 2023.
- 67 Murat Akser, “News Media Consolidation and Censorship in Turkey: From Liberal Ideals to Corporatist Realities,” *Mediterranean Quarterly* 29, sayı 3, 2018, <https://doi.org/10.1215/10474552-7003180>; Bilge Yeşil, “Authoritarian Turn or Continuity? Governance of Media through Capture and Discipline in the AKP Era”, *South European Society and Politics* 23, sayı 2, 2018, 239-257, <https://doi.org/10.1080/13608746.2018.1487137>.
- 68 Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi 2022, Sınır Tanımayan Gazeteciler, <https://rsf.org/en/index>.
- 69 Bu rapor hükümete yakın bir düşünce kuruluşu olan SETA tarafından yayınlandı. Yayınlanmasının ardından hararetli tartışmalara konu oldu, zira raporda sadece uluslararası medya kuruluşlarının içeriği ve yayın çizgisi incelenmekle kalmayıp, bu kuruluşlardaki çalışanların siyasi yönelimlerinin ifşası amacıyla, bu kişilerin bazı sosyal medya gönderileri hakkında da yorumlar yapılmaktaydı. Bkz. İsmail Çağlar, Kevser Hülya Akdemir ve Seca Tokar, *Uluslararası Medya Kuruluşlarının Türkiye Uzantıları* (Ankara: SETA, 2019), 160-166.
- 70 Nurettin Akçay ve Tang Qingye, “Turkey’s Perceptions of China’s Belt and Road Initiative (2013-2017): Media and Think-Tanks Discourse Analysis”, *China Report* 56, sayı 2, 2020.
- 71 Şerif Dilek, Büşra Zeynep Özdemir ve Deniz İstikbal, *Asya Yüzylında Çin-Türkiye Ekonomik İlişkileri* (İstanbul: SETA, 2019), 65.

- 72 “Türkiye-Çin Halk Cumhuriyeti Ekonomik İlişkileri”, Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, <https://www.mfa.gov.tr/turkiye-cin-halk-cumhuriyeti-ekonomik-iliskileri.tr.mfa>.
- 73 Örneğin bkz. Anadolu Ajansı tarafından yayınlanan ve Türkiye’nin Çin’e yönelik ihracatının giderek artmasına ve Türkiye’yi ziyaret eden Çinli turist sayısının yükselmesine vurgu yapan haber. Fuat Kabakçı, “Türkiye-Çin ilişkileri birçok alanda gelişiyor”, *Anadolu Ajansı*, 24 Mart 2021, <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turkiye-cin-iliskileri-bircok-alanda-gelisiyor/2186643>.
- 74 Bkz. Altay Atlı ve Sadık Ünay, *Küreselleşme Sürecinde Türkiye-Çin Ekonomik İlişkileri* (İstanbul: SETA, Sayı 96, Haziran 2014), 22.
- 75 “Türk Telekom Signs MoU for 5G deal With Huawei”, *Hürriyet Daily News*, 4 Mart 2022, <https://www.hurriyetdailynews.com/turk-telekom-signs-mou-for-5g-deal-with-huawei-171961>.
- 76 Ekim 2022 itibarıyla Çin Büyükelçiliğinin Twitter’daki takipçi sayısı 31.200 iken, Huawei Türkiye (@HuaweiTurkiye)140.800 takipçiye sahiptir.
- 77 “Huawei ‘Gelecek için Tohumlar’ programı başladı”, *Anadolu Ajansı*, 13 Eylül 2021, <https://www.aa.com.tr/tr/sirkethaberleri/teknoloji/huawei-gelecek-icin-tohumlar-programi-basladi/667357>; ve “Gelecek için Tohumlar Projesi’nin Açılış Toplantısı Yapıldı”, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, 10 Eylül 2021, <https://www.btk.gov.tr/haberler/gelecek-icin-tohumlar-projesi-nin-acilis-toplantisi-yapildi>.
- 78 İletişim Başkanlığı bu amaçla paneller ve fikir alışverişine yönelik başkaca etkinlikler düzenliyor. Örneğin, “Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Çin’de Türkiye paneli düzenledi”, İletişim Başkanlığı, https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/cumhurbaskanligi-iletisim-baskanligi-cinde-turkiye-paneli-duzenledi.
- 79 Söz konusu tweet, İstanbul’un deniz ticaret ağları bakımından merkezi konumunu vurguluyor. Bkz. Fahrettin Altun (@fahrettinaltun), “作为世界海上贸易最重要中心之一的伊斯坦布尔，通过伊斯坦布尔运河项目将成为更加快速和实惠的贸易通道” Twitter gönderisi, 4 Ocak ,2020 15:29,<https://twitter.com/fahrettinaltun/status/1213558175242297346>.
- 80 Bkz. 2021 yılında emekli olana kadar Çin’in önde gelen propaganda uzmanlarından biri olan, *Global Times* genel yayın yönetmeni Hu Xijin ile yapılan söyleşi: Tunç Akkoç, “Turkey Did Not Become a Tool of the Western Propaganda”, *Aydınlık*, 21 Aralık 2019, <https://www.aydinlik.com.tr/turkey-did-not-become-a-tool-of-the-western-propaganda-dunya-aralik-2019#4>.
- 81 Çin’in Sincan Uygur Özerk Bölgesi ile ilgili olarak Türkiye’de yürüttüğü faaliyetlere dair ayrıntılı bir inceleme için bkz. Ondřej Klimeš, “The Xinjiang Crisis and Sino-Turkish Relations During the Pandemic: Part One”, *China Brief* 21, sayı: 4, 26 Şubat 2021,<https://jamestown.org/program/the-xinjiang-crisis-and-sino-turkish-relations-during-the-pandemic-part-one>; ve Ondřej Klimeš, “China’s Xinjiang Propaganda and United Front Work in Turkey: Part Two”, *China Brief* 21, sayı 5, 15 Mart 2021,<https://jamestown.org/program/chinas-xinjiang-propaganda-and-united-front-work-in-turkey-part-two>.

- 82 Murat Yılmaz, “Türk medya heyeti Çin’de”, *Hürriyet*, 21 Mayıs 2017, <https://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/ankara/turk-medya-heyeti-cinde-40464969>; ve “Çin’in Uygur gezilerine katılan Türk gazeteciler neler yazmıştı?”, *Serbestiyet*, 24 Ağustos 2020, <https://serbestiyet.com/featured/cinin-uygur-gezilerine-katilan-turk-gazeteciler-neler-yazmisti-39766>.
- 83 “Foreign Media Contingent Praises Xinjiang’s Development, Stability”, *China Daily*, 18 Ocak 2019, <http://www.chinadaily.com.cn/a/201901/18/WS5c412fd2a3106c65c34e533e.html>.
- 84 Muharrem Sarıkaya, “İşte o eğitim merkezleri: O teknolojik devrimin çözemediği tek sorun”, *Habertürk*, 17 Kasım 2019, <https://www.haberturk.com/yazarlar/muharrem-sarikaya/2540983-iste-o-egitim-merkezleri-o-teknolojik-devrimin-cozemedigi-tek-sorun>.
- 85 “Özel haber: Gazetelerin favori reklamvereni: Çin Halk Cumhuriyeti”, *Serbestiyet*, 5 Haziran 2021, <https://serbestiyet.com/haberler/ozel-haber-gazetelerin-yeni-favori-reklamvereni-cin-halk-cumhuriyeti-61693>.
- 86 Büyükelçiliğin web sayfasına göre, bu metin bizzat Çin büyükelçisinin kendisi tarafından yayınlanmıştır. Bkz. “Çin Komünist Partisi’nin 100 Yıllık Şanlı Tarihi ve Başarı Kodları”, Çin Halk Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği, 1 Temmuz 2021, http://tr.china-embassy.gov.cn/tur/xwdt/202107/t20210714_8923294.htm.
- 87 “Çin yakınlaşıyor: İhracatta hedef büyüyor”, *Sabah*, 4 Ağustos 2021, <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2021/08/04/cin-yakinlasiyor-ihracatta-hedef-buyuyor>; ve “Türkiye devlerin telefon üretim üssü oldu”, *Sabah*, 4 Ağustos 2021, <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2021/08/04/turkiye-devlerin-telefon-uretim-ussu-oldu>.
- 88 “Medya Ombudsmanı Faruk Bildirici, Sabah gazetesi okurlarını uyardı: 3 gündür 7. Sayfada örtülü Çin reklamı çıkıyor”, *T24*, 4 Ağustos 2021, <https://t24.com.tr/haber/medya-ombudsmani-bildirici-sabah-gazetesi-okurlarini-uyardi-3-gundur-7-sayfada-ortulu-cin-reklam-cikiyor,969999>.
- 89 Çağdaş Üngör, “The ‘Chinese Vaccine’ and Its Discontents: Turkey’s Public Debate on Sinovac During the COVID Crisis”.
- 90 Örneğin bkz. “Çin koronavirüs aşısını buldu mu? Çin İstanbul Başkonsolosu anlatıyor”, *Açık ve Net*, Habertürk TV tarafından Youtube’da yayınlanmıştır, 2 Mart 2020, şu adresten erişilebilir: <https://www.youtube.com/watch?v=pn1o5WZxwgl>.
- 91 “Çin koronavirüsü nasıl durdurdu?”, CNN Türk tarafından Youtube’da yayınlanmıştır, 27 Mart 2020, şu adresten erişilebilir: <https://www.youtube.com/watch?v=HoDiQpSvOIM>.
- 92 Gülsüm İncekaya, “Çin’in koronavirüs salgınıyla ilgili verileri sakladığı iddiaları”, *Anadolu Ajansı*, 8 Nisan 2020, <https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/cinin-koronavirus-salginiyla-ilgili-verileri-sakladigi-iddialari-/1796896>.

- 93 Verda Özer, “Çin Virüsü Yendi mi?”, *Milliyet*, 1 Nisan 2020, <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/verda-ozer/cin-virusu-yendi-mi-6178576>.
- 94 Vassaf, Asya'nın salgını kontrol altına alma başarısını Çin, Tayvan ve Singapur gibi yerlerde toplumu bi-reyden önde tutan Konfüçyus ahlakıyla açıklıyordu. Kürşad Oğuz, “Doğu Toplumla Kazandı, Batı Birey-le Kaybetti”, *Habertürk*, 30 Mart 2020, <https://www.haberturk.com/yazarlar/kursad-oguz/2628908-dogu-toplumla-kazandi-bati-bireyle-kaybetti>.
- 95 Bkz. örneğin Aytunç Erkin, “Çin sistemli ve örgütlü hareket etti: Koronaya karşı başarı kazandı”, *Sözcü*, 17 Mart 2020, <https://www.sozcu.com.tr/2020/yazarlar/aytunc-erkin/cin-sistemli-ve-orgutlu-hareket-etti-koronaya-karsi-basari-kazandi-5683004>; ve Fan Xun, “Çin'in Salgınla Mücadelesi Nasıl Başarılı Oldu?”, *Cumhuriyet*, 23 Mart 2020, <http://www.cumhuriyet.com.tr/yazarlar/olaylar-ve-gorusler/cin-in-salginla-mucadelesi-nasil-basarili-oldu-1728860>.
- 96 Doğu Perinçek, “Merhaba Kamuculuk 8–Çin'den Filizlenen Çözüm”, *Aydınlık*, 1 Nisan 2020, <https://www.aydinlik.com.tr/haber/merhaba-kamuculuk-8-cin-den-filizlenen-cozum-204201-2>.
- 97 Mehmet Ali Güller, “Karantina-Üretim Çelişkisi”, *Cumhuriyet*, 20 Nisan 2020, <https://www.cumhuriyet.com.tr/yazarlar/mehmet-ali-guller/karantina-uretim-celiskisi-1734030>.
- 98 3 Mart 2020 tarihinde *BirGün* gazetesinin resmî Twitter hesabında paylaşılan şu gönderi 1520 kez retweetlenmiş ve 8598 beğeni almıştır: @BirGun_Gazetesi: “Habertürk spikeri Kübra Par: Aslında Çin'in nüfusunu göz önünde bulundurunca bu çok çok küçük bir rakam. Çin İstanbul Başkonsolosu Cui Wei: Bunlar rakam değil can.” https://twitter.com/BirGun_Gazetesi/status/1234799265014259712.
- 99 Çağdaş Üngör, “COVID-19 Krizi Işığında Çin Dış Propagandasının Dünü, Bugünü”, *Toplumsal Tarih*, sayı 323, Kasım 2020.
- 100 “Çin 2 milyon virüs kiti gönderdi... Ücretini Atatürk ödedi dediler”, *Yeniçağ Gazetesi*, 22 Mart 2020, <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/cin-2-milyon-virus-kiti-gonderdi-ucretini-ataturk-oddedi-dediler-272607h.htm>.
- 101 Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, 23 Mart 2020'de düzenlediği basın toplantısında Çin'den gelen tarama kitlerinin ücretinin Türkiye tarafından ödendiğini belirterek bu iddiaları yalanladı. Bkz. “Sağlık Bakanı Koca'dan Bilim Kurulu toplantısı ardından açıklama”, *Halk TV*, 23 Mart 2022, <https://halktv.com.tr/gundem/saglik-bakani-kocadan-bilim-kurulu-toplantisi-ardindan-aciklama-421725h>.
- 102 Örneğin Tele1 TV'den Merdan Yanardağ'ın 23 Mart 2020 tarihli gönderisi, 4500'den fazla kez retweetlenmiş ve 19.400 beğeni almıştır: @merdanyanardag: “Atatürk'ün1928'de kurduğu Hıfzıssıhha Enstitüsü'nün, 1940'da gönderdiği aşılardan sayesinde Çin kolera salgınını yenmişti. Şimdi Çin, teşekkür için Türkiye'ye Koronavirüs aşısı gönderiyor...” <https://twitter.com/merdanyanardag/status/1241835889950707713>.

- 103 Catie Snow Bailard, “China in Africa: An Analysis of the Effect of Chinese Media Expansion on African Public Opinion”, *International Journal of Press/Politics* 21, sayı 4, 2016, 446-471.
- 104 Bu ankete göre 2019’da Türklerin sadece yüzde 16,1’i Çin’i dost ülke olarak görürken, bu sayı 2021’de yüzde 27’ye yükseldi. Bkz. Mustafa Aydın, Sinem Akgül Açıkmeşe, Mitat Çelikpala, Soli Özel, Cihan Dizdaroğlu ve Mustafa Gökcan Kösen, *Türk Dış Politikası Kamuoyu Algıları Araştırması-2019*, Türkiye Çalışmaları Grubu, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul, 4 Temmuz 2019, 27, <https://www.khas.edu.tr/sites/khas.edu.tr/files/inline-files/CTRS-TDP-2019.pdf>; ve Mustafa Aydın vd., *Türk Dış Politikası Kamuoyu Algıları Araştırması-2021*, s. 40.
- 105 Bkz. “2021 Transatlantic Trends: Transatlantic Opinion on Global Challenges”, Amerika Birleşik Devletleri Alman Marshall Vakfı ve Bertelsmann Vakfı, Ağustos 2021, 30, https://www.gmfus.org/sites/default/files/2021-08/TT2021_Web_Version.pdf.
- 106 A.g.e. 34.
- 107 Kadir Has Üniversitesi’nin 2019 yılı Türk Dış Politikası Kamuoyu Algıları Araştırması sonuçlarına göre, ABD’yi Türkiye açısından tehdit olarak gören katılımcıların oranı (yüzde 81,3) Çin’i tehdit olarak görenlere kıyasla (yüzde 41) çok daha yüksekti. Aynı araştırmanın 2021 yılı versiyonunda, bu rakamlar ABD açısından yüzde 54, Çin açısından ise yüzde 18,9’a inmiştir; yani tehdit algısı daha düşük olmasına rağmen iki ülke arasında yine de büyük bir fark bulunduğu görülmektedir. Mustafa Aydın vd., *Türk Dış Politikası Kamuoyu Algıları Araştırması-2019*, 28; ve Mustafa Aydın vd., *Türk Dış Politikası Kamuoyu Algıları Araştırması-2021*, 41.



1779 Massachusetts Avenue NW | Washington, DC 20036 | P: +1 202 483 7600

[CarnegieEndowment.org](https://www.CarnegieEndowment.org)