

**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
DOĞU DİLLERİ VE EDEBİYATLARI ANABİLİM DALI**

**ÇİN TİCARET KÜLTÜRÜ;
ULUSLARARASI PAZARDA GELENEKLERİN İZLERİ**

**Hazırlayan
Bircan Betül KURAL**

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Feyza GÖREZ**

Yüksek Lisans Tezi

Şubat 2021, KAYSERİ

**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
DOĞU DİLLERİ VE EDEBİYATLARI ANABİLİM DALI**

**ÇİN TİCARET KÜLTÜRÜ;
ULUSLARARASI PAZARDA GELENEKLERİN İZLERİ**

(Yüksek Lisans Tezi)

**Hazırlayan
Bircan Betül KURAL**

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Feyza GÖREZ**

**Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından
SYL-2019-8642 kodlu proje ile desteklenmiştir.**

Şubat 2021, KAYSERİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Bircan Betül KURAL



T.C.

ERCIYES ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrenci No :4033331703
Anabilim Dalı :Doğu Dilleri ve Edebiyatları
Bilim Dalı :Çin Dili ve Edebiyatı
Program Adı :Yüksek Lisans
Tez Başlığı :Çin Ticaret Kültürü; Uluslararası Pazarda Geleneklerin İzleri

Yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının a) Giriş, b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Önsöz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam 95 sayfalık kısmına ilişkin 24/02/2021 tarihinde *Turnitin* intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı: % 13' dür.

Filtrelemeye **alıntılar dahil** edilmiştir. Filtrelemede **yedi (7) kelimedenden daha az** örtüşme içeren metin kısımları hariç tutulmuştur.

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmasının herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

24/02/2021

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Feyza GÖREZ

Öğrenci: Bircan Betül KURAL

KILAVUZA UYGUNLUK

“Çin Ticaret Kültürü; Uluslararası Pazarda Geleneklerin İzleri” başlıklı Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Lisansüstü Tez Önerisi ve Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan

Bircan Betül KURAL

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Feyza GÖREZ

Doğu Dilleri ve Edebiyatları ABD Başkanı

Prof. Dr. S. Göksel TÜRKÖZÜ

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Dr. Öğr. Üyesi Feyza GÖREZ danışmanlığında **Bircan Betül KURAL** tarafından hazırlanan “**Çin Ticaret Kültürü; Uluslararası Pazarda Geleneklerin İzleri**” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doğu Dilleri ve Edebiyatları Anabilim Dalı, Çin Dili ve Edebiyatı Bilim Dalı’nda **Yüksek Lisans** tezi olarak kabul edilmiştir.

11/02/2021

JÜRİ:

Danışman:**Dr. Öğr. Üyesi Feyza GÖREZ**

Üye :**Dr. Öğr. Üyesi Didem YILMAZ**

Üye :**Dr. Öğr. Üyesi Nuray PAMUK ÖZTÜRK**

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu’nun/...../..... tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

...../...../2021

Prof. Dr. Kenan GÜLLÜ

Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

Tarihi bir gizem ve derinliğe sahip olan devletlerin, çağımızdaki yaşamını ve tüm alanlarındaki gelişimini, etkin bir şekilde devam ettirebilmek düşüncesi ile, kapsamlı bir ekonomik politikaları mevcuttur. Değişen ve gelişen çağa ayak uydurmak amacıyla devletler ekonomilerini güçlü tutmak zorundadırlar. Köklü bir tarihe sahip olan Çin'in, tarım toplumundan, dünyanın en güçlü ekonomilerinden birine dönüşmesi olağan üstü bir durumdur. Globalleşen dünyada Çin, daha çok üretmekte, daha çok ihraç etmekte ve yeni pazarlara açılım sağlayarak küresel ekonomide aktif bir şekilde faaliyet göstermektedir. Günümüzde, uluslararası ticarete yer alan veya yer almak isteyen işletmelerin büyük çoğunluğu ekonomik hayatlarını devam ettirebilmek için Çin ile ticari bağlantı kurmaktadır. Bir anlamda işletmeler üretim ve yatırım planlarını Çin'deki gelişmelere göre planlamak durumunda kalmışlardır. Bu doğrultuda, uluslararası ticarete etkin bir rol oynamak için Çin'i ve ticaret kültürünü doğru bir şekilde analiz ederek anlamak gerekmektedir. Uluslararası pazarda adından sıkça bahsedilen bir ülke haline gelen Çin'in, kendine has kültürel özelliklerinin ticaret kültürüne olan etkisi bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

Tez konusu seçiminde ve çalışmalarım boyunca verdiği bilgilerle ufkumu genişleten, her türlü yardımını esirgemeyerek yolumu aydınlatan tez danışmanım, Sayın Dr. Öğr. Üyesi Feyza Görez'e, tez çalışmam sırasında bilgi ve önerileri ile bana destek olan Sayın Dr. Öğr. Üyesi Kartal Somuncu'ya teşekkür ve saygılarımı sunarım. Ayrıca, eğitim hayatım boyunca bana olan güveni ile, beni cesaretlendiren ve hayallerimin peşinden gitmemi öğütleyen babam Ramazan Kural'a, tezin başlangıcından bitimine kadar beni teşvik ederek destekleyen hayattaki en büyük şansım olan aileme, arkadaşlarıma ve öğretmenlerime teşekkür ederim.

Bircan Betül KURAL, Kayseri, 2021

ÇİN TİCARET KÜLTÜRÜ; ULUSLARARASI PAZARDA GELENEKLERİN İZLERİ

Bircan Betül KURAL

**Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi, Şubat 2021
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Feyza GÖREZ**

ÖZET

Bu tezin konusu uluslararası pazarda büyük bir yer edinmiş olan Çin'in, ticari faaliyetlerinde, geleneksel kültürün etkilerini aramak ve açıklamaktır.

Uzun ve köklü geçmişi, bağlı kaldığı geleneksel kültürü ile Doğu Asya coğrafyasının beşik bölgesi olarak kabul edebileceğimiz Çin, uluslararası ticari faaliyetlerine ilk olarak MÖ. 2. yüzyılda Batı Han Hanedanlığı döneminde İpek Yolu ile başlamıştır. Bugün “Bir Kuşak Bir Yol” projesi ile Asya'dan Avrupa'ya uzanan bu antik rotayı tekrar canlandırmaya çalışan Çin, bu proje ile köklü kültürünü de tanıtmayı hedeflemektedir. Çin'in dünya ticaret sahnesine çıkması, 1980'li yılların başına denk gelmektedir. Bu zamana kadar meşhur setlerinin arkasında kalmayı tercih etmiş ve kapılarını dünyaya açmakta isteksiz davranmış olsa da bu süreçten sonra dünya ticaretinde, kontrollü bir şekilde adından söz ettirmeyi başarmıştır.

Çin pazarında ticaret yapmak isteyen birinin en büyük problemi şüphesiz, Çinlilerin geleneksel kültürlerine bağlı düşünce tarzlarına yabancı olmasıdır. Öyle ki, Çin'in, ticaret kültürünü ve müzakere tekniklerini araştırmadan satış yapmaya çalışan bir ihracat firması, çok kaliteli mallara ve uygun fiyatlara sahip olmasına rağmen kültürel farklılıklar sebebi ile ticaret yaparken başarısız olabilmektedir. Bu nedenle, dünya ticaretinde üretim merkezi, yenileşimlerin uygulama alanı, ucuz üretim ve tüketimin ilk adresi konumuna gelen Çin'in ticaret kültürünün araştırılması ihtiyacı, gündeme gelmiştir.

Bu çalışmada, Çin felsefesi ve edebiyatı ile harmanlanmış geleneksel Çin kültürünün günümüz Çin ticaret anlayışına olan etkileri araştırılmıştır. Edinilen verilerin, yazılacak tez ve bilimsel makaleler gibi somut veriler halinde sunulması, müzakerelerde fayda sağlayacak taktiklerin belirlenmesine yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Çin, Ticaret Kültürü, İpek Yolu

CHINESE TRADE CULTURE; TRACES OF TRADITION IN THE INTERNATIONAL MARKET

Bircan Betül KURAL

**Erciyes University, Graduate School of Social Sciences
Master's D. Thesis, February 2021
Supervisor: Dr. Feyza GÖREZ**

ABSTRACT

The aim of this thesis is to seek and explain the effects of the traditional culture on the commercial activities of China that has gained a sizable place on the international market.

With its traditional culture it has abided by and its history whose roots go deep, China, which we may acknowledge as “The Cradle of South Asia”, started its international commercial activities with The Silk Road in 2 A.D., under Western Han Dynasty. Today, with the project “One Belt One Road”, China is trying to revive this antique road stretching from Asia to Europe and also aiming to publicize its rich culture. The Chinese reappeared on the world market in the first years of 1980's. Though until then they had been behind their famous wall reluctant to open their gates to the world, after this process they, under control, managed to make their names heard on the world trade.

The greatest problem of someone who wants to trade in The Chinese Market is no doubt his foreignness to the traditional culture ruled by thinking of the Chinese. In fact, an export company that is trying to make sales without researching Chinese commercial culture and negotiation techniques may fail due to cultural differences even though they have goods of high quality and reasonable prices. Because of this, the need for research on the commercial culture of China; the center of production in the world trade, the field of application in novelties, the first and foremost address of cheap production and consumption has become a current issue.

In this study, the effects of the traditional Chinese culture, which is blended with Chinese philosophy and literature, on modern Chinese commercial understanding has been studied. The presentation of the acquired data in the thesis and scientific papers to be written will help determining the strategies to be used in negotiations.

Key Words: Culture, China, Trade Culture, Silk Road

İÇİNDEKİLER

ÇİN TİCARET KÜLTÜRÜ; ULUSLARARASI PAZARDA GELENEKLERİN İZLERİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI.....	ii
KILAVUZA UYGUNLUK	iii
KABUL VE ONAY TUTANAĞI.....	iv
ÖN SÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
KISALTMALAR LİSTESİ	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM ULUSLARARASI TİCARET KÜLTÜRÜ VE TİCARETTE MÜZAKERE ETKİLERİ

1.1.Ticaret Nedir?	4
1.2.Kültür Nedir?	5
1.3. Uluslararası Ticaret Kültürü	12
1.4. Uluslararası Ticaret Kültüründe Müzakere Kavramı	21

İKİNCİ BÖLÜM ÇİN TİCARET TARİHİ

2.1. Qin Öncesi Dönemde Ticari Faaliyetler (MÖ. 1046–MÖ. 221)	27
2.2.Hanedanlıklar Döneminde Ticari Faaliyetler (MÖ. 221–1644)	32
2.3.Son İmparatorluktan Günümüze Çin Ticaret Tarihi (1644-...).....	55

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÇİN TİCARET KÜLTÜRÜ VE ULUSLARARASI PAZARA YANSIMALARI

3.1.Çin Ticaret Kültürünün Özellikleri	77
--	----

3.2.Çin Kültürünün Çin Ticaret Ahlakına Etkisi.....	87
DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	91
KAYNAKÇA.....	94
EK-1 KRONOLOJİ.....	100
ÖZ GEÇMİŞ	101



KISALTMALAR LİSTESİ

AİIB	: Asya Altyapı Yatırım Bankası (Asian Infrastructure Investment Bank)
Bkz.	: Bakınız
B.	: Baskı
C.	: Cilt
Çev.	: Çeviren
ÇHC	: Çin Halk Cumhuriyeti
Drl.	: Derleyen
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
Ed.	: Editör
No.	: Numara
s.	: Sayfa
SBE	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
TDK	: Türk Dil Kurumu
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü
Vol.	: Volume

GİRİŞ

Kültür, tanımlamalarında en az özdeşlik sağlanan kavramlardan birisidir. İnsanlar ve toplumlar dil, değerler-normlar, fikirler ve idealler, ahlak kuralları, iş yapma tarzları, algılama biçimleri, yaşanan durumlara karşı bakış açıları, inançlar, zorluklara karşı sergilemiş oldukları tutumlar yönünden birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Kültür, toplumları birbirinden ayıran ve çeşitlilik kazandıran değer yönelimleridir. Kültürel yapı, içerisinde birçok önemli değerleri barındıran girift bir bütündür. Toplumların asırlardır biriktirdiği ve gelecek nesillere aktardığı bilgi birikimidir. Dolayısıyla, kültür toplumların birer yansımasıdır. İnsan doğduğunda hayatına boş bir tuval gibi başlar, onu renklendiren ve şekil veren oluşum kültürdür. Bir anlamda kültür, bireyin ve toplumların kimlik kazanmasına yardımcı olmaktadır.

Toplumların kültürel gelişimlerine yardımcı olan etken kavramlardan birisi de ticarettir. Ticaret, kültürlerin aktarılmasında ve öğrenilmesinde aracı konumdadır. Çağımızda, sürekli dönüşüm ve etkileşim içerisinde olan küresel ekonomik dünya yapısında ülkeler, ithalat ve ihracat faaliyetleri dahilinde uluslararası ticaret iş birliklerine önem vermişlerdir. Teknolojilerin ilerlemesi ile, ülkeler arasındaki iletişim ağı ve mal-hizmet alışverişleri günden güne artmaktadır. Bu durum, ülkelerin ticaret hacimlerini arttırarak uluslararası ticaret uygulamalarında emin adımlarla ilerlemelerini sağlamıştır. Ülkeler bu evrede uluslararası ekonomik dünya yapısını anlayarak, ekonomik çıkarlarını müdafaa etmelerinin yanında iktisadi amaçlarını gerçekleştirme isteklerine büyük önem vermektedirler. Ülkelerin uluslararası ticaret hacimlerinin yükselmesiyle birlikte, ekonomik büyüme seviyeleri de doğru orantılı şekilde artmaktadır.

Uluslararası ticaret görüşmelerinde, tarafların kültürel değerlerinin yerine daha çok iş konuları ön plana çıkmaktadır. Başarılı bir görüşme yapılabilmesi için, taraflar önce birbirlerinin kültürel değerleri hakkında az da olsa bilgi sahibi olmaları

gerekmektedir. Birbirleriyle ticaret yapacak olan kişi veya firmalar, birbirlerinin kültürel değerlerinden hoşlanmayabilir fakat saygı duymak zorundadırlar (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s.75).

Şirketler anlaşma yapacağı ülke hakkında örf, adet, gelenek-görenek, toplantı düzeni, yemek alışkanlıkları gibi konularda araştırma yapmış kendilerinin hoşlanmadığı konulara girmeden konuşan karşı tarafa, daha farklı bakarak tekliflerini önemseyeceklerdir. Kendi damak tadı ve alışkanlıklarına uygun yapılan jest yemek organizasyonları taraflar açısından daha pozitif ve sonuca çabuk giden bir toplantı olacaktır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 75).

Günümüz ticaret devlerinden birisi sayılan Çin, iş görüşmelerinde kültürel özelliklere dikkat edilmesi hususunda hassastır. Toplantı düzenlerinde ve yemek davetlerinde belirli bir düzen hakimdir. Misafirler Çin ticaret kültürüne özen gösterdikleri taktirde bu tutum Çinli bireylerce memnuniyetle karşılanacaktır. Yaşlı ve statüsü yüksek kişilere saygı gösterilmeli ve iş toplantılarına zamanında gidilerek geç kalınmamalıdır.

Çin denilince, insanların aklına ilk gelenler arasında, uzun tarihi geçmişi, farklı kültürel yapısı, 1,404 milyar nüfuslu kalabalık bir ülke olması, 9 milyon 600 bin kilometre karelik geniş bir yüz ölçüme sahip olması; toprak açısından dünyanın en büyük ikinci, toplam alan açısından ise dünyanın en büyük üçüncü ülkesi olması gibi özellikleri sayılabilir. Bunun yanı sıra Dünyanın Yedi Harikasından biri olan Çin Seddi, son yıllarda popüler olan geleneksel Çin tıbbı, farklı yemek kültürü ve ilgi çekmekte olan güçlü ekonomisi Çin tanımları arasında yer almaktadır.

Tarihte pek çok dönemde Türkler ile komşu olan Çin'i, aslında çok da iyi tanımamaktayız. Çin hakkında doğru bilinen birçok bilgi aslında eksik veya yanıltıcıdır. Çin'i ve Çinlileri anlamak kolay değildir. Nitekim bir milletin tarihini, edebiyatını, dilini, kültürünü tam olarak bilmeden o millet hakkında net çıkarımlar yapmak da doğru olmayacaktır. Batılı bir ülke ile benzetmek doğru olmayacağı gibi, bulunduğu Uzak Doğu coğrafyasında da farklı bir yere sahiptir. Mevzubahis, geniş bir coğrafya ve 56 farklı etnik gruptan oluşan bir ülkedir. Bu kalabalık nüfusu bir arada tutan adetleri, inançları, felsefi anlayışıyla bütünleşen köklü bir kültür değerlerine sıkı bağlılıklarıdır.

“Aslında, Çinliyi ve Çin uygarlığını anlamak için derin, geniş ve sade bir kavrayış gücüne sahip olmak gerekir, zira Çin karakterinin ve Çin uygarlığının en temel üç özelliği derinlik, genişlik ve sadeliktir” (Hung- Ming, 2013, s.18).

Yukarıda da açıklandığı şekliyle kültürel çeşitlilik ve bu çeşitliliğin sonucunda insanlar arasındaki kültürel anlaşmazlıklar uluslararası ticari faaliyetlerde de etkisini göstermektedir. Özellikle kendine has kültürü ile dünyada adından söz ettiren Çin ile yapılan ticari faaliyetlerde de bu anlaşmazlıklar sıklıkla yaşanmaktadır. Bu durum tezimizin ana problemi oluşturmuş ve Çin kültürünün Çin ticaretindeki etkisini ortaya çıkartmak amaçlanmıştır. Çin ticaret tarihini genel hatlarıyla tanımak Çin ticaret kültürünü anlayabilmek için önem arz etmektedir. Bu doğrultuda tezimizin birinci bölümünde, kavramsal çerçeveyi oluşturmak amacı ile ticaret ve kültür kavramları açıklanmış, uluslararası ticaret kültürü ve ticarete müzakere faktörünün etkilerinden bahsedilmiştir. İkinci bölümde, uluslararası ticarete önemli bir yer sahibi olan Çin’in ticaret tarihi kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Son bölümde ise, Çin kültür anlayışı ve ticaret etkeninin harmanlanarak oluşturduğu Çin ticaret ahlakının, uluslararası ticaret pazarına yansımaları araştırılmış ve değerlendirilmeye çalışılmıştır. Genel kültürel özelliklerinin öğrenilmesi sağlanarak, sosyo-kültürel ve ticari faaliyetler kapsamında anlaşılabilir Çin ticaret kültürü açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmamız boyunca Hanyu Pinyin transkripsiyon sistemi kullanılmıştır. Çalışmada geçen özel ve yer isimleri metnin bütünlüğünü bozmamak amacıyla ilk geçtikleri cümlelerde Çince karakterleri ile verilmiş, tekrar edildikleri yerlerde sadece pinyinleri kullanılmıştır. Çalışmanın sonunda ise Çin tarihinin hanedanlık kronolojisi Türkçedeki kullanımı ile verilerek ikinci bölümün daha kolay anlaşılmasının sağlanması amaçlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI TİCARET KÜLTÜRÜ VE TİCARETTE MÜZAKERE ETKİLERİ

1.1.Ticaret Nedir?

Tarihte veya günümüzde gerçekleşen olayların çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Devletlerin ve toplumların yaşamlarında gelişen olayların ana sebeplerinden birisi de ekonomidir. Ekonomi kavramı hakkında pek çok tanım yapılmıştır. “Tarihi açıdan bakacak olursak, ekonomiyi biyolojik ve kültürel yaşamını sürdürebilmek amacıyla insanın doğal çevreye uyum sağlama çabası üzerine yapılan incelemeler olarak tanımlamak en doğru yaklaşım olacaktır” (Eğilmez, 2018, s. 15).

Ekonomik faaliyetlerin gelişimini sağlayan, en güçlü olguların başında ticaret gelmektedir. “Ekonomi bilimi açısından ticaret, üretilen malların tüketim alanına gönderilmesini, başka deyişle, üretim ile tüketim arasındaki aracılık (değişim) faaliyetlerini ifade eder” (Arkan, 2018, s. 1).

İnsanın olduğu her yerde ihtiyaç olgusu da vardır. İnsanların ihtiyaçlarını karşılama arzusu, zamanla insanlık tarihi kadar eski bir kavram olan ticareti de ortaya çıkarmıştır. Ticaret, tarafların birbirleriyle anlaşmaları üzerine, insanların hayatlarını kolaylaştırmak esasına dayanan alışverişidir.

Ticaretin tarihteki ilk ortaya çıkışı değiş-tokuş şeklinde olmuştur. İhtiyaç arzusuyla ortaya çıkan ticaret faktörü, takasla gelişerek, daha sonra paranın icadıyla farklı bir yöne evrilmiştir. Sosyolojik, ekonomik olguların değişimi ve insan ilişkilerinin gelişmesiyle birlikte, bu dönüşüm evresine paralel olarak ödeme yöntemlerinde de değişim sağlanmıştır. İhtiyaç fazlası mallarını, gereksinim duydukları ürünlerle takas ederek ticaretle iç içe yaşayan insanlar, süratli küreselleşme içerisinde

bulduğumuz bu yeni çağda, dünyanın her yerinden alışveriş yapabilme imkânı bulabilmektedirler.

1.2.Kültür Nedir?

Kültür, daha önce yaşamış insanlar tarafından toplumsal bir şekilde oluşturulan, paylaşılan, öğrenilen ve öğretilen bir bilgi birikimidir. Bu bilgi birikimi ve sistemin parçası olma becerisi, atalar tarafından gelecek kuşaklara aktarılmak üzere nesilden nesle öğretilen bir mirastır. Kültür, bir toplumun fertleri tarafından farkında olunmadan öğrenilen ve devam ettirilen bir kavram olmasının yanında, toplumda oluşabilecek olan kargaşaları da engellemektedir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 57). Genel bir ifade ile kültür, bir ülkede yada bir bölgede yaşayan insanların sahip olduğu, daha çok tarihsel yapı ile açıklanabilen değerler bütünüdür.

Kültür, geçmişten günümüze var olan maddi manevi öğelerin tamamını içerisinde barındıran ortak davranış modelleridir. Sürekli gelişen ve değişen canlı bir varlık olarak değerlendirilebilir. Kültürün ana unsuru birey ve toplumdur.

Günümüzde kültürü açıklamak amacıyla birçok tanım yapıldığını görmekteyiz. Kültürün tanımları içerisinde en eskilerden biri, Edward Burnett Tylor'un¹ tanımıdır. Tylor'a göre "Kültür, ya da uygarlık, bir toplumun üyesi olarak, insanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütündür" (Güvenç, 1991, s. 101).

Farklı biçimlerde tanımlanmakta olan kültür kavramı, insanların bir toplum üyesi olarak sahip oldukları dil, din, ahlaki inanç ve değerler, gelenekler, davranış şekilleri bütünü olarak açıklanabilmektedir. Davranış şekillerinin doğru ya da yanlış olarak değerlendirilmesi oluşturulan kültürel algıdan kaynaklanmaktadır (Özcan, 2000, s. 24). "Kültür, bir topluluk içindeki insanların davranışlarını düzenleyerek uyum içerisinde yaşamalarını sağlayan, ortak bir sistem olarak kabul edilebilmektedir. Kültür, bireyin bir toplumun üyesi olarak iletişim kurmasına, belirli davranışları ve olayları yorumlamasına ve değerlendirmesine yardımcı olan değerler, fikirler ve semboller dizisidir" (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 58).

¹Edward Burnett Tylor (1832–1917), İngiliz bir antropologdur. İnsan bilimci ve budun bilimci (etnolog)'dir. Canlılık (animizm) deyimini ileri süren bilginidir. Orhan Hançerlioğlu, "Edward Burnett Tylor", *Felsefe Ansiklopedisi Düşünürler Bölümü* (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2012), 2:349.

“Dünyanın her yerinde insanların aynı hayatta kalma problemleriyle karşı karşıya kaldığını ve aynı temel insani ihtiyaçları deneyimlediklerini söyleyen Polonya asıllı İngiliz antropolog Bronislaw Malinowski² kültürel ortaklıklar fikrini takip etmektedir. Her toplumun üyeleri besin, giysi, eğitim veya üreme gibi ihtiyaçları karşılamak amacıyla çeşitli yollar geliştirmek için kültürü kullanmışlardır” (Lavenda & Schultz, 2018, s. 44).

Toplumlar bu gibi ihtiyaçlarını farklı şekillerde gidermektedirler ve bunun sonucunda farklı kültürler ortaya çıkmıştır. Kültür, toplumların uygulamış olduğu eylemlerin neticesinde farklılaşarak zenginleşmesini ve özünün korunmasını sağlar.

Kültür, içerisinde öğrenilmiş davranışları barındıran geleneksel birleşme ve bütünleşme aracıdır. Zaman içerisinde değişim göstererek insanların ihtiyaçlarını karşılayan bir eğilimdir. Kültürel özellikler, insanların birbirinden ayrılarak farklılaşmalarına veya yakınlaşmalarına neden olabilmektedir.

Kültürü oluşturan özellikler, ülkeden ülkeye, toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Ne kadar değişiklik gösterilse de gelişim süreçlerinde benzerlikler bulunmaktadır. Kültür, birçok çeşitli unsuru bir arada tutan, sınırlandırılması mümkün olmayan uçsuz bucaksız geniş bir oluşumdur. Dolayısıyla kültürün birçok özelliğinden bahsedilebilir. Kültürün başlıca özellikleri şunlardır: (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, ss. 60-62).

Kültür Öğrenilir: İnsan, doğduğu zaman bir kültüre ait değildir. Kültürün kazanılması, önce ailede başlar, daha sonra ise okul, iş hayatı döngüsünde öğrenme ve sosyalleşme süreçleriyle devam etmektedir. Kültürel yapı, kalıtsal davranışları barındırmamaktadır. Bir diğer deyişle, bireyin doğduktan sonraki evrede kazandığı ve öğrendiği alışkanlıklar olarak ifade edilmektedir. Örneğin; bir Çinlinin çubukla yemek yemesi veya bir Türk’ün yemekten sonra çay içmesi gibi (Ozankaya, 1979, s. 3).

² Bronislaw Malinowski (1884-1942) Polonya asıllı antropolog ve etnograf, Trobriand (Yeni Gine) adalarında dört yıl kalmıştır. Yerli halkın geleneklerini ve yaşayışlarını incelemiştir. Aile hayatları, toplumsal ve cinsel yaşayışları üstüne ilgi çekici araştırmalar yayımlamıştır. Çalışmaları ile sosyal ve kültürel antropolojinin gelişmesini sağlamış, meseleleri ele alışıyla da yeni bir analiz metodu (görevselcilik) getirmiştir. Safa Kılıçoğlu, Hakkı Devrim, Nezihe Araz, “Bronislaw Malinowski”, *Meydan Larousse Büyük Lugat ve Ansiklopedi* (İstanbul: Meydan Gazetecilik ve Neşriyat, 1992), 13:80.

Kültürün öğrenilebilir olma özelliğini ifade etmek gerekirse, Thorstein Veblen'e³ göre insan ihtiyaçlarını karşılamada ve davranışlarını şekillendirmede üyesi olduğu toplumun kültürel yapısından büyük ölçüde etkilenmektedir (İslamoğlu, 2000, s. 109). Bakıldığında bir Amerikalı fast-food'u, bir Alman birayı, bir Asyalı pirinci veya bir Türk kebabı severek doğmamıştır; bu özellikler kültürel etkiler sayesinde öğrenilerek kazanılmıştır.

Kültür Toplumsaldır, Paylaşılır: Kültürün öznesi toplumdur. Kültür, tek bireyin değil, o toplumu oluşturan veya o toplumda yaşayan, bireylerin ürünüdür. Toplumda yaşayan insanlar tarafından beraberce oluşturulur ve paylaşılır. Bireye ait özel istekler ve değerler toplumun kültürel özelliklerini yansıtmamaktadır. Ayrıca, kültürel oluşum toplum üyeleri arasında birlik, beraberlik ve dayanışmayı sağlamaktadır.

Kültür Değişebilir: Kültür, canlı bir varlıktır. Zamana bağlı olarak değişebileceği gibi toplumlar arasında çeşitlilik de gösterebilmektedir. Gelenekler ve görenekler, kültürün sürekliliğini sağlayan birer taşıyıcıdırlar (Ozankaya, 1979, s. 4).

Kültür İhtiyaçları Karşılایıcı ve Doyum Sağlayıcıdır: Kültür bireyin birçok ihtiyacını karşılayarak topluma hizmet etmektedir. Bu durumda, toplumun ve bireyin ihtiyaçlarına doyum sağlamaktadır. Kültürel öğelerin ve alışkanlıkların devam edebilmesi tatmin etmesine bağlıdır. Nitekim doyum sağlayamayan alışkanlıkların zaman içerisinde yok olacağı belirgindir (Güvenç, 1991, ss. 102-103).

Kuşaktan Kuşağa Aktarılır: Kültür, zamandan ve doğduğu ortamdan etkilenerek gelişim gösteren, kuşaktan kuşağa aktarılan ve nesiller arası iletişimi sağlayan bir bağlıdır.

Sınırlayıcıdır: Kültür, gelenek ve göreneklerle, ait olduğu toplumu birtakım ölçütlerle sınırlamaktadır.

Kültür Simgeseldir, Dil Aracılığıyla İletilir: Bir toplumun sembolleri ve dili, kültürü geliştirmek ve insanlara iletmek için kullanılan bir anahtardır. Kültürü değerli

³ Thorstein Bunde Veblen 1857 yılından 1929 yılına kadar yaşamış bir ekonomist ve sosyologdur. "Leisure Sınıfı Teorisi" (1899) kitabında "dikkat çekici tüketim" terimini eleştirmesiyle tanınmaktadır. Ekonomi, toplum ve kültür arasındaki ilişki ile ilgilenmiştir. Veblen, zenginlerin tüketim alışkanlıklarını eleştirmiş ve onların değerlerini sorgulamıştır. Kurumsal ekonomi okulunu kurmuştur. James Chen, "Thorstein Bunde Veblen", (Erişim Tarihi 06.04.2020), <https://www.investopedia.com/terms/t/thorstein-veblen.asp>

kılan etken insanların çeşitli nesnelere yükledikleri anlamlar veya imgelerdir. Örneğin; Hindistan'da inek saygı duyulan bir hayvandır. Ancak diğer toplumlara göre inek sıradan bir hayvandır.

Bütünleyici Ögelerden Oluşur: Kültür, birbirine bağlı birçok kavramdan var olmaktadır. Herhangi bir kavramın değişikliğe uğraması bütün kültürel yapıyı etkilemektedir (Ozankaya, 1979, s. 5).

Kültür Sistemli Kurallar Bütünüdür: Kültürün doğru veya yanlış saydığı alışkanlar vardır. Bu alışkanlıklar toplumlar arasında farklılıklar gösterebilmektedir. Bir toplumda doğru olarak nitelendirilen bir davranış başka bir toplumda yanlış olarak algılanabilir. Doğru veya yanlış ayırımı bireyler üzerinde baskı oluşturmaktadır. Doğru olduğu düşünülen davranış sergilendiği takdirde ödül, yanlış olduğu düşünülen davranış sergilenirse ceza sistemi devreye girmektedir. Bu durum belirli bireyler veya belirli cinsiyet grupları üzerinde baskı oluşturulmasına neden olmaktadır. Ataerkil bir kültürde erkekler lehine kararlar alınırken, kadınlar aleyhine olan kararların normalleştirmeye çalışıldığı bakış açısı, örnek olarak verilebilmektedir.

Her kültürde bulunan ana kültür unsurlarını, maddi kültür unsurları ve manevi kültür unsurları olarak gruplandırmak mümkündür. “Manevi kültür maddi kültürün besleyicisidir. Maddi kültür ise manevi kültürün cisimleşmiş hali olup, bir toplumun nesillere aktaracağı somut mirasını oluşturmaktadır. Manevi kültürün değişim ve dönüşüme uğraması zamanla maddi kültüre de yansır” (Ungan, 2020, s. 28). Maddi kültür unsurları bir ülkeye özgü diğer ülkelere ilgi çekici ve merak uyandıran ziyaret edilerek gezilip görülmesi gereken değerlerdir.

Maddi kültür değerleri, bir toplumun gelişmişlik düzeyini belirtmektedir. Toplum veya grubun teknoloji seviyesini, üretim becerilerini de maddi kültürü etkilemektedir. Manevi kültür maddi kültürden soyut olarak toplum yaşamını düzenleyen yazılı olan (yasa) ve yazılı olmayan (örf, adet, gelenek görenek, değerler) kuralları içermektedir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 63). “Manevi kültür, bir toplumu diğer bir toplumdaki ayırt edebilme olanağını tanıyan örf ve adetler, ortak davranışlar, değerler, dil, din, ahlak anlayışı, toplumsal normlar ve zihniyet değişiklikleridir” (Erkal, 1983, s. 106).

Asya ve Afrika kıtalarındaki bazı ülkelerde aynı anda birçok dil konuşulmaktadır. Hindistan’da birçok farklı dil konuşulmaktadır. İngilizlerin eski sömürgesi oldukları için İngilizce kullanımı yaygındır. Hindistan’da devlet resmi dili olan Hinduca’nın toplumun belirli kesimi tarafından kullanıldığı için birleştirici etkisinden çok, dil farklılığına neden olmaktadır. Bu yüzden, İngilizce, Hindistan’ın kültürlerarası iletişim dili olarak kullanılmaktadır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 65).

Manevi kültür unsurlarının en bariz özelliği dil farklılığıdır. Dolayısıyla bağımsız ülkelerde yaşayan insanlara başka ülkelerin dillerini öğrenmek daha az çekici gelmiştir. Bu ülkelerde yaşayan insanların ikinci bir dil öğrenmelerinin nedeni, dilini öğrendikleri toplumlarla ticari ilişkiler kurma amacından kaynaklanmaktadır ve bu yüzden ikinci dil öğrenimi albenili gelmektedir. Buna karşılık olarak, dünyada dilleri sadece kendi ülkelerinde konuşulan Norveç, İsveç, İran gibi ülkelerde veya toplumlarda yabancı dil öğrenimi daha yaygındır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, ss.65-66).

“İnsanlar, içinde bulunduğu çevrenin etkisi altında olduğu gibi, kültürün de etkisi altındadır. Bu bağlamda önce insan kültürü yaratır, sonrasında da kültür insanı biçimlendirmeye başlar” (Sığırı & Varoğlu, 2013, s. 193).

Ülkelerin veya toplulukların sahip oldukları etnik yapılar, inançlar, örf ve adetler, ahlaki değer yargıları, batıl inançlar, yaşam tarzları, üretim ve tüketim anlayışları, ticaret yapma usulleri, yiyecek-içecek tabuları, ceza ve yargılama biçimleri, cinsel kısıtlamalar, giyim şekilleri gibi unsurlar ülkelerin özgün değerlerini üreterek, kültürel farklılıkların yapı taşlarını oluşturmaktadır.

İşaretler ve davranışlar, her kültüre göre çeşitli anlamlar taşıyabilmektedirler. Örneğin; baş ve işaret parmağın birleştirilerek oluşturulan bir “0” (sıfır) işareti, Amerikalı bireyler tarafından kusursuz, Japonlar tarafından para, Fransızlar tarafından değersiz ve önemsiz, Brezilyalıları tarafından ise, küfür olarak idrak edilmektedir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 73).

Simgelerin de kültürden kültüre yükledikleri anlamlar değişebilmektedir. “Mavi renk, Çin kültüründe ölümü anlatmaktadır. Kırmızı ise Fransa ve İtalya’da sevgi ve aşkı ifade etmektedir. Konuşma esnasında kişilerin arasındaki mesafe uzaklığının bile

değişik anlamları olabilir. Akdeniz ülkelerinde insanlar konuşurken, yakın durup, birbirlerine dokunurlar ama İskandinavya’da durum tam tersidir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 73).

Bir milleti anlamak için sadece o milletin dilini öğrenmek yeterli olmamaktadır. Konuşurken söylediğimiz kelimelere yüklediğimiz anlamlar farklı olabilmektedir. Aynı kültürden insanlar kolayca çıkarımlar yaparak birbirlerini anlayabilirler. Ama farklı kültürden olan insanlar iletişim kurarken aynı dili kullansalar dahi, birbirlerini yanlış anlayabilmektedirler.

Bilinçli ya da bilinçsiz olarak toplumlar, yaşamlarını çevreleyen dünyalarını anlamlandırmak üzere daima çabalamaktadırlar. Davranışlar, işaretler, nesnelere, değerler, sosyal normlar, gelenek ve görenekler, semboller birleşip kültürü oluşturarak, insanların dünyalarını anlamlandırmalarına yardımcı olmaktadır. Kültür, ne kadar milletlerin ortak noktası olsa da kültürel farklılıklar, kültürel evrensellikten daha yaygındır. Kültür, bir yönden kendini oluşturan milletleri tanımlamaktadır. Kültürel farklılıklardan yola çıkarak iki farklı kavram olan Etnosantrizm⁴ ve Kültürel Görecelik⁵ ortaya çıkmıştır.

Kısaca tanımlamak gerekirse, etnosantrizm, kişinin diğer kültürleri kendi kültürüne göre yargılayıp, kendi kültürünü yüceltmesi demektir. Bu kavram “Etnomerkezcilik” olarak da isimlendirilmektedir. “Etnosantrik bir temel üzerinde verilen kültürel hükümlerin, kaçınılmaz olarak olumsuz ve aşağılayıcı olup, başka kültürlerin değersizleştirilmesine veya küçümsenmesine hizmet ettiği, son çözümlemede

⁴ Etnosantrizm genel olarak, bir halk, kavim ya da bir grup insanın, kendi halk ya da kavimlerinin din, ırk, kültür ya da dillerinin diğerlerinden daha üstün olduğu inancı; başka grupların karakteristik özelliklerini ve kültürlerini gözlemcinin kendi etnik grubu tarafından tanınan, kabul gören veya olumlanan standartlarla yargılama veya değerlendirme eğitimidir. Felsefe Sözlüğü, ed. Ahmet Cevizci, (İstanbul: Paradigma Yayınları, 2005), s.v. “Etnosantrizm”, s.660.

⁵ Kültürel Görecelik genel olarak, ilkel ve modern kültürlerle ilişkin araştırmalardan ve antropolojiden hareketle, a)geleneklerin, yaşam biçimlerinin, tabuların, dinlerin, değerlerin, ahlak kurallarının, gündelik alışkanlık ve tavırların bir kültürden diğerine farklılık gösterdiklerini, b)insan varlıklarının ahlaki inanç, tavır ve değerlerini temelde kültür çevrelerinden kazandıklarını, insanların kendi kültürlerinde toplumsal olarak kabul gören ya da kutsanan değerleri içselleştirdiklerini, c)farklı kültürlerdeki insanların, yalnızca tek bir ahlakın var olduğuna değil, fakat aynı zamanda tek doğru ahlakın kendi ahlakları olmadığını savunan anlayıştır. Farklı kültürlerde farklı ahlaklılık standartlarının, pratiklerle inanç sistemlerinin var olduğunu, bütün bunların değer ve geçerliliklerinin kendilerine dışsal bir bakış açısı veya ortak noktadan yargılanamayacağını, farklı kültürlerin değer sistemleri arasında mutlak bir mukayese edilemezlik bulunduğunu öne süren yaklaşımdır. Felsefe Sözlüğü, ed. Ahmet Cevizci (İstanbul: Paradigma Yayınları, 2005), s.v. “Kültürel Görecelik”, s.1052.

ırkçılığa götürdüğü kabul edilir” (Cevizci, 2005, s. 660). Etnosantrik görüşler uç noktalarda siyasi uyumsuzluklar, savaş ve soykırımlarla sonuçlanabilmektedir.

Etnosantrizm, Sosyolog William Graham Sumner’in⁶ tanımladığı gibi, bir kişinin kendi kültürünün diğer insanların sahip olduğu kültürden daha iyi olduğu inancı veya tutumunu içermektedir. Neredeyse herkes biraz etnosantriktir. Etnosantrizm’in ortaya çıkmasıyla, Avrupa’nın 16. yüzyılda başlattığı sömürgecilik sürecine, şiddetli bir kültürel emperyalizm, eşlik etmiştir. Kuşkusuz bu şekildeki dar görüşlü yaklaşımlar sağlıksız oluşumlara, iletişim kopukluklarına ve ciddi sorunlara neden olmuştur.

Lavenda & Schultz tarafından aktarılan “17. yüzyıl filozofu Thomas Hobbes’un⁷ deyişiyle Batılı olmayan kavim veya toplumlar “çirkin, kaba saba ve kısa süren” hayatlar yaşayan akılsız “vahşiler veya barbarlar” olarak tasvir edilmektedir” (Lavenda & Schultz, 2018, s. 51). Batılı gözlemcilerin, kabile toplumlarını bu şekilde betimlemeleri, kendi yaşam biçimlerini standart kabul etmeleri, diğer yaşam tarzlarından kendi yaşamlarını daha iyi görmeleri etnosantrizm’e dayanmaktadır. Bir toplumun sembolleri ve dili, kültürü geliştirmek ve insanlara iletmek için kullanılan bir anahtardır.

Etnosantrizm kavramına karşı farklı bir bakış açısı, Lavenda ve Schultz (2018) tarafından şu şekilde açıklanmıştır:

“Etnomerkezci Avrupalı ve Kuzey Amerikalılar “uygar” ve “kültürlü” olmanın, zarafet ve uyum ile bezenmiş, düzenli bir yaşam sürmek anlamına geldiğine inanıyorlardı. Ancak, erken dönem antropologları kültür kavramını bu tarz etnomerkezci inanışların etkisini azaltmak için kullanabileceklerini fark etmişlerdir. Her toplumun sosyal pratikleri kendi içinde düzen, uyum ve zarafet barındırdığı için tüm toplumların eşit derecede “kültürlü” olduğunu göstermişlerdir. Kişinin takip ettiği belirli gelenek kalıpları, bireyin içine doğduğu ve üyelerinden bu gelenekleri öğrendiği, sosyal gruba bağlıdır. Başka bir toplumun gelenekleri, bizimkilerden farklı olabilmektedir, ancak her grup eşit derecede zarif ve düzenli gelenek kalıplarına sahiptir. Dolayısıyla, aristokrat bir Avrupalı ailenin çocuğu, eğer; avcı toplayıcı toplumun içinde büyür ve yetişirse, doğal olarak onların dilini, kültürünü kolaylıkla öğrenecektir. Avcı toplayıcı toplumda doğan ama aristokratlar tarafından evlat edinilen bir çocuk da aynı şekilde aristokrat

⁶ William Graham Sumner (1840-1910) Amerikanlı bir düşünürdür. Toplumu bir kurumlar yığından ibaret sayan bilim dışı toplum bilimcilerindendir. Kurumculuk (enstitüsyonalizm) adı verilen bu akımın anlayışına göre, toplumbilimin görevi sadece kurumları incelemektir. Orhan Hançerlioğlu, “William Graham Sumner”, *Felsefe Ansiklopedisi Düşünürler Bölümü* (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2012), 2:299.

⁷ Thomas Hobbes, 1588-1679 yılları arasında yaşamış ve daha çok siyaset felsefesi alanındaki görüşleriyle ün kazanmış olan bir İngiliz düşünürdür. Hobbes’in hepsi de kendi içinde çığır açıcı bir nitelik taşıyan temel eserleri De Corpore Politico (Politika Toplum Üzerine), De Cive (Yurttaşlık Üzerine) gibi önemli eserleri bulunmaktadır. Felsefe Sözlüğü, ed. Ahmet Cevizci (İstanbul: Paradigma Yayınları, 2005), s.v. “Thomas Hobbes”, s.843.

Avrupalılara özgü kültürü ve dili öğrenecektir. Her toplumun (yalnızca Batılı Avrupa toplumunun değil) kendi entegre kültürünün olduğunu göstermek, her toplumun kendi içinde insani özelliklere sahip olduğunu ve tüm toplumların eşit derece de insani olduklarını göstermek demektir” (s.51-52).

Kültür kavramı, toplumların sahip olduğu inançlar ve gelenekler serisi olarak tasvir edilmeye başlanmıştır. Bu bakış açısı dahilinde, başkasının kültürüne yabancı olan birinin, kültürel farklılıkları düşünmeden küçümseyerek “aşağılayıcı sözlerle” nitelendirmekten çekinmesi gerektirmektedir. Bu konuda antropologlar, bir kültürün anlaşılması için o kültüre ait inanış ve uygulamalara uygun biçimde yaşamış birinin, bakış açısı çerçevesinden bakılana kadar tamamen anlayamayacağını iddia etmişlerdir (Lavenda & Schultz, 2018, s. 52).

Diğer kültürlerle ilgili bu bakış açısı, daha sonra kültürel görecelilik olarak şekillenmiştir. Özetle kültürel görecelilik, bir kültürü, kendi kültürünün merceğinden görmek yerine, diğer kültürün kendi standartlarına göre değerlendirme uygulamasıdır.

“Kültürel görecelilik kavramına göre, belirli inanç ve pratikler ait oldukları kültürün bağlamı içinde yorumlanmalıdır. Genel anlamda antropologlar, diğer toplumlara ait kültürlerin değer ve önemi hakkında ani yargılarda bulunmadan önce, bu geleneklerin buldukları kültürde oynadıkları rolleri düşünmenin gerekliliğini vurgulamışlardır” (Lavenda & Schultz, 2018, ss. 52-53).

1.3. Uluslararası Ticaret Kültürü

Günümüzde küresel bir boyutta gelişim gösteren teknolojilerin ilerlemesi ile ülkeler arasındaki iletişim ağı ve mal-hizmet alışverişleri günden güne artmaktadır. Küreselleşme sürecinin geniş bir çerçeveye yayılması, uluslararası ticaret hacimlerini yükselterek, uluslararası ticaret faaliyetlerinin güçlenerek ilerlemesini sağlamıştır. Bu durum küresel ekonominin daha bütünleşmiş bir hal almasına neden olmuştur. Sürekli dönüşüm ve etkileşim içerisinde olan küresel ekonomik dünya yapısı ülkelerin ekonomik çıkarlarını koruma eyleminin yanında iktisadi amaçlarını gerçekleştirme istekleri için büyük önem atfetmektedir.

Uluslararası ticaret kavramını, ülkeler arasındaki ithalat-ihracat⁸ uygulamaları ile gerçekleştirilen mal alım-satımları olarak ifade etmek mümkündür. “Ülkelerin ülke

⁸ Karşı ülkelere gerçekleştirilen mal ve hizmet alımları ithalat olarak isimlendirilirken, ülkelerin karşı ülkelere gerçekleştirdiği mal ve hizmet satışları ihracat olarak adlandırılmaktadır. Karşı ülkelere gerçekleştirilen mal ve hizmet satışlarında, yani ihracat gerçekleştirilirken ülkeye döviz girişi

içerisinde üretimini gerçekleştiremediği veya başka ülkeler ile kıyaslandığında üretimi daha pahalı olan mal ve hizmetleri diğer ülkelerden temin etmeleri ya da bu durumun tersine kendi ülkelerinden talep edilen mal ve hizmetlerin diğer ülkelere satışını gerçekleştirmeleri uluslararası ticaret olarak tanımlanmaktadır” (Şeker, 2020, s. 1).

Uluslararası ticaret faaliyetleriyle, ithalat ve ihracat işlemleri doğrultusunda iki ekonomik hedef ortaya çıkmaktadır. “Birincisi, ülkede üretimi gerçekleştirilmeyen ya da ülke içerisinde üretim maliyetleri yüksek olan mal ve hizmetleri diğer ülkelerden tedarik etmektir. İkincisi ise ülke içinde üretilen ve talep fazlası olan mal ve hizmetlerin yurt dışına satılarak ülkenin ekonomik olarak kalkınmasını sağlamaktır” (Şeker, 2020, s. 2).

Ülkeleri dış ticaret pazarına iten bazı nedenler vardır. “Bunlar; ülkelerin coğrafi farklılıkları, iklim çeşitlilikleri, sahip oldukları teknoloji düzeylerindeki farklılıklar ile kalifiye iş gücü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlar ile beraber, ülkelerin ürettikleri ürünlere ilişkin fiyat farklılıkları ve tüketici tercihleri de uluslararası ticaretin kaçınılmaz olmasını sağlamaktadır” (Şeker, 2020, s. 21). Ülkelerin uluslararası ticaret hacimlerinin yükselmesiyle birlikte, ekonomik büyüme seviyeleri de doğru orantılı şekilde artmaktadır.

Bulduğumuz iletişim çağı içerisinde yaşanan ekonomik gelişmelerle ülkelerin uluslararası ticaret olanağı artmıştır. Gün geçtikçe yükselerek devam etmekte olan küreselleşme olgusu iş dünyasını sararak uluslararası ilişkileri arttırmakta ve iş birlikleri sonucunda çok uluslu şirketler ortaya çıkmaktadır. Toplumların iş ahlakları kendi değerleri olan kültürlerinden aktif bir şekilde etkilenecek ticaret kültürlerini oluşturmaktadır. Uluslararası ticari faaliyetlerde bulunan kişi veya kuruluşlar, ülkelerin nüfus, coğrafya ve kültürel özelliklerini barındıran ticari kültürel yapısını göz önünde bulundurmanın hem ekonomik işlerini olumlu etkilediklerini hem de büyümelerinde kolaylık sağladığını fark etmişlerdir. Ancak toplumların ve ülkelerin aynı ekonomik faaliyetler içine girmeye çalışması, yani dünya toplumlarının bu ticari uygulamada etkin bir yer kazanmak istemesi uluslararası ekonomik rekabeti körüklemektedir. Dolayısıyla,

meydana gelmektedir. Bunun aksine, ülkeye karşı ülkelerden mal ve hizmet alımı gerçekleştirildiğinde, yani ithalat yapıldığında ülkeden döviz çıkışı söz konusudur. Ayberk Şeker, *Uluslararası Ticaret*, (Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2020), 3.

bu durum toplum ve ülkelerin ticari kültürel yapısının daha iyi incelenip analiz edilmesi gerekliliğini doğurmaktadır.

Uluslararası ticaret görüşmelerinde, tarafların kültürel değerlerinin yerine daha çok iş konuları ön plana çıkmaktadır. Başarılı bir görüşme yapılabilmesi için, taraflar önce birbirlerinin kültürel değerleri hakkında az da olsa bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Birbirleriyle ticaret yapacak olan kişi veya firmalar, birbirlerinin kültürel değerlerini sevmeyebilir fakat saygı duymak zorundadırlar (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 75).

Uluslararası ticaret pazarına ilk defa açılan bir firma mallarını uluslararası piyasalara ihraç etmek isterken ilk aşamada birçok sorunla karşı karşıya gelecektir. İhracat (dış satım) uygulamasına yeni başlayan bir firma ya da yeni bir pazara giriş yapmaya çalışan deneyimli ihracat firmasının da pazar arayışında karşısına çıkan sorunları aşmaya çalışırken kültür faktörü etkili olmaktadır. Bu evrede kültür faktörünün etkisi, Melemen (2017) tarafından şu şekilde açıklanmıştır:

“İhracata yeni başlayan bir firma ya da yeni bir pazara girmeye çalışan tecrübeli bir ihracatçı firma pazarda veri olarak karşısına çıkan şartları aşmaya çalışırken alıcı ülke pazar şartlarını, örf ve adetlerini, toplantı düzenini, yeme içme alışkanlıklarını, müzakere yöntemlerini, tarihi ve ulusal değerlerini, tatil ve bayram günlerini bilip ona göre ziyarete gelen misafirini ağırlama programı yaparsa diğer firmalara göre oldukça avantajlı konuma gelecek, potansiyel alıcılara kendisinin detaylara dikkat eden, alıcı isteklerini ve hassasiyetlerine önem veren bir satıcı olduğunu gösterecektir. Birçok alıcı kendisi ve ülkesi hakkında araştırma yapmış örf-adetlerine göre toplantı ve yemek hazırlığı yapmış, kendilerinin hoşlanmadığı konulara girmeden konuşan bir alıcıya daha farklı bakacaklar, teklifini önemseyeceklerdir. Kendi ağız tadı ile alışkanlıklarına uygun yapılan bir organizasyon taraflar açısından daha pozitif ve sonuca çabuk giden bir toplantı olacaktır. Kültürel farklılıklar, firmaların ürünlerini her ülke için ayrı ayrı uyarlamasını gerektirmeyebilir. Burada önerilen, ihracata başlayacak firmaların ülkeler arasındaki kültürel benzerlikleri de araştırarak ihracatta başarı stratejisinde kültürel farklılıkları göz önüne alan bazı değişikliklere gitmesidir”(s.76-77).

“Ülkelerin bulunduğu coğrafya, tarihi geçmişleriyle bağlarının derecesi, örf ve adetlere bağlılık, yeni neslin örf ve adetlere sahip çıkma derecesi, komşu ülkelerle kültürel bağların derecesi bir ülkenin ya da toplumun sahip olduğu kültür araçlarının çeşidi üzerinde etkilidir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 77). Kültür kavramının bir kolu olan, ülkelerin sahip olduğu uluslararası ticaret kültürünü oluşturan araçlarının bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz.

Samimiyet ve Görgü Kuralları

Bazı toplumlarda, iş görüşmeleri sırasında hemen konuya girmek yerine çeşitli konularda ortamı ısıtmak amaçlı konuşmaların yapılması tercih edilmektedir. Bu duruma, Orta Doğu ve Latin Amerika ülkelerindeki iş görüşmeleri örnek verilebilir. Fakat, Amerika ve benzeri ülkelerde zaman kaybetmeden ana konudan söz açılması istenmektedir. Bir Amerika firması ve Brezilya firması iş görüşmesi sırasında Amerikalı iş insanının hemen iş konusunda konuşmaya başlaması Brezilyalı iş insanları tarafından garip ve kaba bir davranış olarak karşılanacaktır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s.78).

Kültür kavramının insanlara yansıtmış olduğu değerleri, Melemen (2017) şu biçimde açıklamaktadır:

“Her kültürün insanlara yansıttığı değer, norm ve gelenekleri bulunmaktadır. Değerler; hangi davranışların iyi, kötü, doğru ya da yanlış olduğunu belirten genel fikirler kavramlardır. Örneğin, çevreyi koruma bilinci yüksek olan bir toplumda yeniden dönüştürülebilir ambalajlar kullanmak uygun olacaktır. Normlar ise yaptırım gücü bulunan kurallar bütünüdür. Örneğin, Yahudiler arasında et ve süt ürünlerini birbirine karıştırmak haram sayıldığı için, kaşar peynirli ve salamlı pizzaların başarı şansı bu pazarda oldukça sınırlı kalacaktır. Gelenekler ise, farklı kültürel ortamlarda bireylerin sözel olmayan davranışlarıyla ilgilidir. Fransa’da erkeklerin, kadınların kullandığı kozmetik miktarından daha fazlasını kullanmaları, sevgililer gününde, tüm dünyadaki geleneğin aksine, Japon kadınlarının erkeklere çikolata vermesi gelenekleriyle ilgilidir”(s.78).

Estetik Anlayışı

Estetik anlayışı, bir kültürdeki güzel sanatlar zihniyeti hakkında bilgi vermektedir. Kültürlerarası çeşitli estetik anlayışları, cisimlerin ve renklerin farklı anlamlarda anlaşılmasına neden olabilmektedir. Yanlış anlaşılması önlemek amacıyla farklı kültürlerdeki cisim ve renk anlamlarına daha fazla dikkat edilmesi gerekmektedir.

“Zamanın kazandırmış olduğu bazı değerlerden dolayı her toplum kendini bazı renklerle özdeşleştirmiş veya kendine ait bazı özelliklerle renkler arasında uyum keşfetmiştir. Bu uyum o toplumların giyimlerinden, yaşamlarında kullandıkları maddelere kadar yansımıştır” (Bardakçı, 2012, s. 81).

“Mavi ambalaj içinde piyasaya sunulan bir ürün, Hong Kong’da hiç ilgi görmemiştir; çünkü mavi, Çin kültüründe ölümü temsil etmektedir. Buna karşılık, ABD

ve çeşitli Avrupa ülkelerinde siyah, Japonya’da ise beyaz renk ölümle ilişkilendirilmektedir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 79).

Mavi rengin Çin kültüründe ölümü temsil ettiği anlayış ile ilgili bir başka görüş ise; “Mavi renk, Çin kültüründe cenneti ve ölümsüzlüğü sembolize eder” şeklindedir (Mazlum, 2011, s. 133). Olaya açıklık getirmek gerekirse, geleneksel Çin cenazelerinde kadın aile üyeleri mavi renkte cenaze kıyafetleri giydiği için mavi renk ile ölüm arasında bağlantı kurulmaktadır. Bu nedenle, uluslararası iş yapmakta olan firmalar, toplumların benimsemiş oldukları geleneksel yapılarını ve batıl inançlarını da dikkate almak ve araştırmak zorundadırlar.

“Bütün dünya toplumlarında kırmızı renkler daha çok iştah açıcı olarak bilinmektedir. Bu yüzden dünyaca tanınmış restoran ve fastfood firmaları bu rengi kullanmaya özen göstermektedirler. Mc Donald’s ve Burger King bunlardan sadece ikisidir” (Bardakçı, 2012, s. 82).

Din

Din, kültürel oluşumlarda önemli bir yere sahiptir. Din kavramının toplumu şekillendirmede ve hayatı anlamlandırmada büyük etkisi bulunmaktadır. İnsanların davranış şekillerinde inanç ve din etkileri büyük ölçüde görülmektedir. Dinler, toplumsal yapıları etkileyip değiştirmektedir. Tabii ki, dinin toplumu biçimlendirmesi toplumun kültürüne de yansımaktadır. Toplumların birbirleriyle etkileşim süreçlerinden, dini alışkanlıklar belirli ölçüde etkilenmektedir. Ama unutulmamalıdır ki, dinler topluma yeni bir bakış açısı getirirken aynı zamanda kendileri de içinden çıktıkları toplumsal çevrenin etkisi altında kalmaktadır.

Tarih boyunca dini inançlara sahip olmayan bir topluma rastlanmamıştır. Gelişmiş veya gelişmemiş bütün ülkeler ve toplumlar din kavramına sahiptirler. Dinler toplumların ticari faaliyetlerini büyük ölçüde etkilemektedir. Örneğin; bazı Arap ülkelerinde perşembe ve cuma günleri, İsrail’de cuma ve cumartesi günleri tatil olduğu için bu ülkelerle ticaret yapacak firmaların programlarını bu günlere uygun şekilde ayarlamaları gerekmektedir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 80).

İslam ülkelerinde domuz ve domuz yağı içeren ürünler, alkollü içecek ve yiyecekler, Hindistan’da ise sığır eti ürünlerini pazarlamak, toplumların dini inanç esasları nedeniyle satılması uygun olmayan ürünlerdir.

“Büyük bir alkollü içecek üreticisi olan Efes Pilsen, Müslüman toplumlarda satışlarını arttırmak için alkolsüz bira üretmiştir, böylelikle Efes Pilsen İran gibi alkol satışının yasak olduğu ülkelerde bile raflara girmeyi başarmıştır” (Bardakçı, 2012, s. 55).

“Mc Donald’s, Hindistan’da soya fasulyesinden yapılan “vege-burger⁹” adında bir ürünü piyasaya sunmuş ve başarılı olmuştur. Ayrıca Mc Donald’s yine aynı nedenle Hindistan pazarında “Big Mac” yerine “Mihrace Mac” adında koyun etinden yapılmış bir ürünü piyasa sürmüştür” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 80).

“Türkiye’de Coca Cola, reklamlarını daha çok ramazan aylarında artırır ve içecek olarak dini bir ritüel olan oruç ayının iftar vaktinin vazgeçilmezi haline gelmiştir. Bu özelliği ile Coca Cola, dinin o uluslararası etkileşime olan karşı durumundan pozitif şekilde faydalanmaktadır” (Bardakçı, 2012, s. 55).

Dil

İnsanlığın yüzyıllardan beri kaçırdığı şey, dil ve kültür arasındaki ilişkidir. Diller, aslında kültürlerin deposu ve vericisi konumundadır. Diller, kültürlerin özünü, tonunu, lezzetini, ruhunu içermektedirler ve onları anlamak için giriş kapısı görevi görmektedirler (Lafayette & Mente, 2009, s. 23).

Kültürün en önemli parçası olan dil, kültürü kuşaktan kuşağa taşıyan en etkili iletişim aracıdır. Dil, uluslararası ticaret kültürünün etkili bir ögesidir. Dış ticaret yapan bir Çinlinin, normal bir konuyu anlatırken dil alışkanlığından dolayı yüz hareketleri ve yüksek ses tonu ile konuşması bu durumun, onun dil alışkanlığından kaynaklı olduğunu bilmeyen karşı taraf iş insanını zor durumda bırakabilmektedir.

Bazı kültürlerdeki insanlar “hayır” kelimesini kolay bir şekilde kullanamazlar. Bu durum, iletişim kopukluklarına neden olabilmektedir. Örneğin; Çinli bireyler iş görüşmelerinde “hayır” kelimesini kolay kolay ifade edemezler. Görüşmeler sırasında düşüncelerini açık bir şekilde dile getiren bir Amerikalı birey için “hayır” demek zor sayılmazken, Uzak Doğu kültüründe olumsuz cevaplar verilmekten kaçınılmaktadır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 82). Bu iki farklı kültür karşı karşıya geldiğinde bu kültürel özellik fark edilmediği takdirde sorunların yaşanması

⁹ Vege-burger, içerisinde et içermeyen bir vejetaryen hamburgerdir.

kaçınılmazdır. Dillerin iyi bir şekilde analiz edilmesi sonucunda, uluslararası pazarların kontrolü kolaylaşarak pazar hakimiyeti artacaktır.

“Bir milletin dili ordusu; ninnileri, türküleri, masalları, hikayeleri, bir ordunun kara, hava, deniz kuvvetleri gibidir. Ordu bir milleti sadece savaş zamanında korur fakat dil ve kültür bir milleti hem barış hem de esaret zamanında korur ve onun tarihten silinmesine engel olur” (Ungan, 2020, ss. 35-36). Dil ve kültür kavramları, birbirinden ayrılmaz bir bütünü oluşturmaktadır. Kültürü inceleyerek dili, dili inceleyerek kültürün insan davranışları üzerindeki etkilerini ve sonuçlarını anlamak mümkündür.

Hediyeleşme

Hediye vermek, dikkatli bir araştırma yapılmasını gerektiren bir eylemdir. Çünkü, kültürler arasında hediyeler farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Masumane verilen bir hediye, incitici bir davranış ve yanlış anlaşılmalara neden olabilmektedir.

Uluslararası ticarete, hediye verme davranışının özel bir yeri ve kültürden kültüre değişen bir dili vardır. Doğru zamanda ve doğru şekilde verilen hediye, firmanın izlenimini olumlu yönde etkilemektedir. “Asya ve Pasifik kuşağı ülkelerinde, hediyelerin parlak renklerde (kırmızı ve altın rengi gibi) paketlenmesi tercih edilmektedir. Paketlemenin özenilerek yapılması önemlidir. İslami kültürde, hediye alıp verirken sağ el kullanılmalı, Çin ve Japonya’da hediye alana uğursuzluk getireceğine inanıldığından hediyeler dörtlü gruplar halinde verilmemektedir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 86).

Hediyelerin dikkatle ve özenle seçilmesi gerekir. Bu konudaki küçük hatalar yanlış anlaşılmalara sebep olabilmektedir. Verilmesi düşünülen hediye alıcının ülkesi kültüründe ne anlama geldiği mutlaka araştırılmalı ve incelenmelidir. Verilen ülkenin kültüründe kaba ve yanlış anlamlar içermeyen hediye türü, rengi, ambalajı, sayısı gibi birçok özelliği, alan ülkenin kültüründe çok farklı anlamlar içerebilmektedir.

Değerler ve Normlar

Ticaret kültürü kavramından bahsedilirken dikkat edilmesi gereken unsurlardan birisi de, değerler ve normlardır. Toplum içerisinde yer alan değerler ve normlar toplumdaki yanlış ve doğru davranışları ortaya çıkarmaktadır. Çünkü, her toplum kendine özgü bazı değerlere sahiptir.

Toplumlarda yer alan değer ve norm unsurları Melemen (2017) tarafından şu şekilde tanımlanmıştır:

“Değerleri görmek ve tanımlamak oldukça zordur. Kültürün önemli bir parçasını oluşturan normlar, yaptırımı olan kurallar sistemini ifade eder. Her kültürde toplumsal düzeni sağlayan, bireylere yol gösteren, doğru ile yanlış, iyiyle kötüyü belirleyen kurallar, standartlar ve fikirler mevcuttur. Bireylerin tutum ve davranışlarını belirleyen bu kural, standart ve fikirlere norm denilmektedir. Normlar, ödüllendirme ve cezalandırma mekanizmalarıyla korunur. Ödüllendirme normlara uygun hareket edilmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkarken, cezalandırma çoğu kez norm dışı hareketin bir sonucudur. Söz konusu ödül ve cezalar biçimsel veya biçimsel olmayan şekilde ortaya çıkabilir. Kültürün anlaşılmasında değerlerin ve bu değerlerin bir sonucu olarak ortaya çıkan normların belirlenmesi konusu son derece önemlidir”(s.88).

Eğitim Anlayışı

Eğitim, her konunun başında yer alması gereken önemli bir etkidir. Okur yazar oranı ülkenin eğitim kalitesi hakkında az çok fikir versede, uluslararası çalışan firmalar ülkelerin okur yazarlık oranını önemle dikkate almaktadırlar.

Okur-yazar oranı az ve eğitim seviyesi düşük olan toplumlarla ticari işler yapan uluslararası işletmeler birçok elemanı kendi ülkelerinden ya da çevre ülkelerden sağlamak zorunda kalmaktadırlar. Eğitim seviyesi ve okuryazarlık oranının yükselmesiyle birlikte ihracat (dış satım) faaliyetleri kolaylaşarak, işletme şirketlerinin yeni pazarlara girmesinde kazanç sağlamaktadır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 89).

Yeme İçme Alışkanlıkları

Uluslararası ticaret yapan şirketlerin, zorlandıkları konulardan biride farklı kültürlere sahip olan misafirlerinin yeme içme alışkanlıklarıdır. Ülkelerin yemek çeşitleri, ikram türleri tarihsel evrede gelişim ve değişim gösterebilir, her ülkenin kendine özgü damak zevki vardır. Ticaret yapılan ülkenin yemek kültürü bilinmeden, yapılan bir ikram bazen olumsuz şekilde sonuçlanabilmektedir.

“Karşı ülkenin mutfağına, örfüne ve adetine, dini inançlarına geleneklerine ve en önemlisi ağız tadına uygun yapılan bir ikram bazı olumsuzlukları ortadan kaldırıp tercih edilen bir firma durumuna getirebilir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 92).

Zaman Kullanımı

Uluslararası ticaret kültüründe ülkelerin zamana bakış açısı, iş ilişkilerinin şekillenmesinde etkin rol oynamaktadır. “Uluslararası ticaretin düzenli işleminde, üretimin aksamamasında, firmaların finansal dengelerinin düzenli bir şekilde devamında, üretimi yapılan malların zamanında yüklenmesinde tarafların zaman kavramına verdikleri önem belirleyicidir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 93).

Kültürler arasında zaman kavramına farklı değerler yüklenebilmektedir. Özellikle, müzakere evreleri sırasında yanlış anlaşılmaları engellemek için karşı kültürün zamana bakışı özenle değerlendirilmelidir. Almanlar için, bir görüşmeye vaktinden geç gitmek son derece saygısız ve nezaketsiz bir davranış olarak görülmektedir.

“Amerikalılar, İsviçreliler, Almanlar ve Avusturyalılar hızlı adımlar atarlar ve zaman konusunda çok titizdirler. Mesleki ve kişisel yaşamları sıkı sıkıya ayarlanmıştır. Salı günü saat 09:30’a programlanmış bir müzakere oturumunun Salı günü saat 09:30’da başlanması beklenir” (Acuff, 2005, s. 34).

Globalleşen dünyada, ülkeler ticaret kültürleri hakkındaki bilgileri, daha kolay ve hızlı bir şekilde elde edebilmektedirler. Özellikle ticari görüşmelerde, tarafların birbirlerinin kültürlerini çözümü aşamasında karşı ülkenin kültürü hakkında bilgi kaynağının artması yeri doldurulamaz biçimde kazanç sağladığı görülmektedir.

Dünyanın birçok yerinde meydana gelen politik, sosyal ve ekonomik dönüşümler küreselleşme artış hızını etkilemektedir. Uluslararası ticari faaliyetlerin büyük artış gösterdiği günümüz coğrafyasında uluslararası şirketlerin sayısı giderek artmaktadır. Bu nedenle özellikle şirket yönetiminde farklı kültürleri öğrenme mecburiyeti doğmaktadır. Bunun nedeni, işletmelerin uluslararası ticaret yaparken karşılaştıkları en büyük sorunun kültürel farklılıklar olmasıdır. Kültürel farklılıklar, uluslararası ticaret faktörünü doğrudan etkilemektedirler. Ev sahibi ile uluslararası düzeyde ticaret yapılan işletmenin kültürel özellikleri her zaman farklı olacak diye bir durum söz konusu değildir. Ama, uluslararası düzeyde ticaret yapan işletmeler, birbirinden ne kadar çok farklıysa sorunlar o kadar çok artmaktadır.

1.4. Uluslararası Ticaret Kültüründe Müzakere Kavramı

Günümüz dünya milletlerinin ekonomi, siyaset ve iletişim unsurlarınca birbirine yaklaşmaya ve bir bütün olmaya çalıştığı bu küresel çağda, bilişim teknolojileri aracılığıyla iletişim imkanlarının arttığı yeni ekonomik platformda kurum ve şirketler kendi içlerinde sınırlı kalmayarak dışa açılım eylemi gütmetedirler. Hızla gelişen ve değişen dünyada farklı kültürel yapılaraya sahip bireylerin etkileşimleri artmakta ve zenginlik olarak sayılabilecek “kültürel çeşitlilikler” bazı durumlarda aşılması gereken bir engel olarak görülebilmektedir. Esasen, kültürel farklılıklar iyi bir şekilde yönetildiği takdirde, farklılıklar avantaj sağlayacaktır. Farklı kültürlerle ilişkiler söz konusu olduğunda toplumlar veya şirketler birbirlerini anlama konusunda sorunlar yaşayarak iletişim kurmakta zorlanmaktadır. Böylece, dinlemenin önemi daha çok artmaktadır. Diğer tarafın söylediklerini ön yargılı olmadan dinleyerek değerlendirilmelidir. Taraflar, anlaşılmaq için birbirine zaman vermeli ve sessizlik boşlukları hemen doldurulmayarak karşı kültür hakkında bilgi edinilmelidir. Çoğu zaman anlaşmazlıkların kültürel farklılıklardan meydana geldiği fark edilmeyerek, sorunların kişisel çatışmalardan kaynaklandığı düşünölmektedir. Bilhassa, kültürlerarası farklılıklar müzakereye olan ihtiyacı belirgin kılmaktadır (Sığrı & Varoğlu, 2013, s. 197).

Değişim ve gelişim süreci içerisindeki modern çağda küreselleşmenin sıradanlaştıran ve amiyane olumsuz etkilerinden korunmaq için tarafların birbirlerini iyi analiz ederek karşı kültürü anlamaları gerekmektedir. Bu evrede taraflara yarar sağlayacak olan yaklaşım, belirlenimci modellerden daha çok “müzakere edebilme” yetisidir.

Müzakere kavramı, insanların ekonomi ve diplomasi gibi birçok faaliyette kullandığı bir araç olması dışında, sosyal yaşamımızda sıklıkla başvurduğumuz bir kavramdır. İnsanlar farkında olarak veya olmayarak pek çok müzakereye katılmışlardır. Müzakereler, ortaya çıkan anlaşmazlıkların, çözüm yollarının tabanını oluşturmaktadır.

“Müzakere, farklı ihtiyaçlar ya da fikirler konusunda ortak bir anlaşmaya varmaq amacıyla ileri geri iletişim sürecidir. Müzakere, iletişim, satış, pazarlama, psikoloji, sosyoloji, kendine güven, uyuşmazlıkların çözümünü de içeren davranışlar toplamıdır” (Acuff, 2005, s. 16)

Müzakerenin yapılabilmesi için, tarafların belirli bir ortamda karşılıklı olarak görüşmeleri gerekmektedir. Fakat, günümüzde iletişim olanaklarının gelişmesiyle yazılı veya görsel olarak ya da aracısız iletişime geçerek müzakereler yapılabilir. Mühim olan, müzakere edilebilecek bir konunun ya da ortak bir faydanın olmasıdır.

“Müzakere, uluslararası ticaretin en önemli başlıklarından birisi olup diğer başlıkların alt yapısını oluşturmakta, ticari faaliyetlerin başlamasına ilk adım teşkil etmektedir. Müzakerede başarılı olan satıcı siparişi alır ve yeni bir müşteri kazanmada ilk aşamayı geçmiş olur” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 19).

Görüldüğü üzere müzakere, ticaretin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Yaşamın çeşitli alanlarında kullandığımız müzakereye olan bağımlılığımızın sebebi farklılıklarımızdan kaynaklanmaktadır. İnsanların olaylara farklı tepkiler vermesi, farklı düşünmesi ve farklı hareket etmeleri, farklı kültürel yapılara sahip olması gibi sıralanabilir. Benzer şekilde kurum ve kuruluşlar, toplumlar, devletler de farklı çıkarlar, istek ve amaçlar doğrultusunda birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Esasında müzakereler bu farklılıkların giderilmesi veya ortak bir noktada birleşmek amacıyla yapılmaktadır. Farklı bir perspektiften bakıldığında müzakereler, anlaşmazlıkların çözümü ve farklılıkların giderilmesinin yanında ortak karar alma uygulamasında en etkili süreçtir.

Müzakere bir bilgi alışveriş süreci olarak da tanımlanabilir. “Müzakereler, sadece tarafların karşılıklı teklifler ve ödünler alıp-vermesi süreci değil, aynı zamanda tarafların birbirleri hakkında hazırlık sürecinden anlaşmaya varana kadar bilgi topladıkları, değerlendirdikleri ve bu bilgileri kullandıkları bir iletişim sürecidir” (Sığırı & Varoğlu, 2013, s. 181).

Müzakerelerde en önemli aşamalardan birisi de hazırlık aşamasıdır. Müzakerede uygulanacak olan taktik ne olursa olsun geniş ve sağlam bir hazırlık yapılması gerekir. Müzakere konularını iyi bir şekilde çözümlenerek hazırlanan taraf, konulara hakimiyetinin yanında karşı taraf mahiyetinde saygınlığının artmasına ve gereksiz gecikmeleri engelleyerek başarı şansını artıracaktır (Sığırı & Varoğlu, 2013, s. 87).

Müzakere yapacak bireyin yani müzakerecinin, karşısındaki muhatabını iyi bir şekilde tanıyıp analiz etmesi gerekir. İleri süreceği teklif ve düşüncelere karşı vereceği cevapların tatmin edici olması gerekmektedir. İki tarafında baskın bir şekilde uzayan müzakere sürelerine karşı sabırlı olmaları ve müzakere yaptıkları ülke ya da toplumun

ticaret kültürünü, alışkanlıklarını iyi bilmeleri, onlara müzakereyi bir adım ileride sonuçlandırmalarını sağlamaktadır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 21).

Kültürlerin birbirlerini tanıma ve anlama çabaları devam ettiği sürece karşılıklı olarak anlaşılabilirliği kolaylaşacaktır. Kültürler birbirlerini anladığı takdirde müzakerelerden muhtemelen olumlu sonuçlar elde edilecektir. Kuşkusuz müzakerelerdeki başarısızlıkların tek nedeni kültürel yapılar değildir. Bireylerin ve kurumların değer yönelimleri, sosyal, politik ve ekonomik amaçları müzakerelere etki eden etmenlerdir.

Müzakere süreçlerinde “ister al ister alma sen bilirsin” gibi düşünce usulleri asla geçerli değildir. “Girilen kapılar çıkılırken mutlaka yavaşça ve usulüne göre kapatılmalı, hatta bazen açık bırakılmalıdır. Müzakere anlık ve kısa süreli bir yetenek ve beceriden öte uzun süreli iyi yönetilmesi gereken dinamik bir süreçtir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 22).

“Müzakerelerde “kültürel bilinç-farkındalık oluşturulmasını” müteakip “kültürel farklılıklara saygı göstermek” de ikinci adımı oluşturmaktadır. Gerek kültürel bilinç oluşturma gerekse kültürel farklılıklara saygı gösterme “kültürler ötesi anlayış” geliştirmek için yeterli adımlardır. Bundan sonraki adım ise sinerjii yaratacak olan, “kültürel farklılıkları bağdaştırma ve yönetme” sürecidir” (Sığırı & Varoğlu, 2013, ss.219-220). Kültürel farklılıklar, uluslararası müzakereleri ve müzakere yöntemlerini yakından etkilemektedir. Bir anlamda uluslararası ekonomik oluşumlarda kültürler arasında bir köprü kurulması gereklidir. Bu şartlarda, uluslararası kültür ile kendi kültürüne ait yapılar uygun bir şekilde harmanlanarak eylemlere yansıtılmalıdır. Uluslararası bir müzakerecinin bunu yapabilmesi için kendi kültürünü iyi anlamalı ve uluslararası bir kültürel perspektife sahip olmalıdır. Küresel kültür bakış açısını şekillendirmenin yolu farklı kültürleri anlamaktan ve çeşitliliklere saygı duymaktan geçmektedir.

Sonuç olarak, kültürel farklılıklardan dolayı yaşanan uyuşmazlıkları kesin olarak ortadan kaldıran bir çözüm yolu yoktur. Farklı iş ahlaklarına sahip bireylerin beraberce yapacakları oluşumlarda farklı bakış açılarının ve algılamaların olması kaçınılmazdır. Uyuşmazlıklara kesin bir çözüm oluşturmak yerine, bu süreçlerde kurumların ve

toplumların zarar görmeden ortaklaşa çalışarak üretebilecekleri ortamlar oluşturulmaya çalışılmalıdır (Sığırı & Varoğlu, 2013, s. 220).

Beden Dilinin Müzakereye Etkileri

Kültür kavramı, ülkeden ülkeye farklılık gösterdiği gibi beden dilleri de ülke kültürlerine göre şekillenerek farklı anlamlar ifade etmektedir. Bilindik bir beden dili davranışı müzakere esnasında yapıldığında olumsuz anlamlar ifade edebilir veya yanlış anlaşılmalara sebep olabilmektedir.

Müzakerelerde, iletilerin büyük bir kısmı sözel iletişime ek olarak beden diliyle karşı tarafa aktarılmaktadır. Usta müzakereciler, beden dillerindeki mesajları bir yere kadar durdurabilirler. Beden dilinde, yeterli bir şekilde eğitim alan bir müzakereci karşı taraftan iletilen mesajları gayet kolay bir şekilde anlayabilmektedir. Bu şekilde konuşmasını, teklifini ve önerisini belirlemektedir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, ss. 23-24).

“Albert Mehrabian¹⁰ bir mesajın toplam etkisinin yaklaşık %7’sinin sözel (sadece sözcükler), %38’nin sesli (ses tonu, sesin yükselip alçalması ve diğer sesler) ve %55’inin sözel olmayan öğelerden oluştuğunu ortaya koymuştur” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 24).

İnsanlar, gerçek düşüncelerini yazı dilinde ve konuşma sırasında gizleyebilmektedirler. Beden dili ise, yalan söyleyerek net bir şekilde düşünceleri açığa vurmaktadır. İnsan etkilendiği saklamaya çalıştığı düşüncelerini ve hislerini beden dili ile açık bir şekilde belli etmektedir. Ancak beden dilini anlayabilmek için işaretleri bilmek ve doğru yorumlamak gerekmektedir.

Amerikalı ve birçok Avrupa ülkesinde yaşayan bireyler başparmaklarını yukarı kaldırıp diğer parmaklarını kapalı tuttuğu takdirde “sorun yok, tamam” anlamlarında kullanmaktadır. İtalya ve Yunanistan’da bu işaret nezaketsiz kötü bir anlama gelmektedir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 83). Bu yüzden, uluslararası müzakerelerde yanlış anlaşılmalara engel olmak amacıyla konuşma ve

¹⁰ Albert Mehrabian (1939-İran), mühendislik ve doğa bilimindeki geçmişi, psikoloji alanındaki çalışmalarında ayrı bir yaklaşım getirerek büyük katkı sağlamıştır. Mehrabian, sözsüz iletişim şekli olan beden dili alanındaki öncü çalışmalarıyla bilinmektedir.

toplantılar sırasında jest kullanımlarına dikkat edilmeli hatta jestlere yer verilmemesi daha etkili olacaktır.

Bu bölümde yer alan; ticaret, kültür ve kültürün ticaretteki önemi doğrultusunda ortaya çıkan ticaret kültürü ile alakalı detaylı bilgiler, çalışmanın konusu olan Çin ticaret kültürüne dair verilecek bilgilerin temelini oluşturmaktadır. Uluslararası pazardaki konumu yadsınamayacak kadar büyük bir ülke olan Çin'in ticari kültürüne değinilmeden önce bugünkü duruma gelene kadar Çin ticaretinin tarihinden bahsetmek uluslararası ticarete kültürüyle farklılığını ortaya koyan Çin'i anlamak için önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.



İKİNCİ BÖLÜM

ÇİN TİCARET TARİHİ

Günümüzdeki bu baş döndürücü hızla gerçekleşmekte olan gelişim ve değişime rağmen insanlık, çağlar boyu devam eden kültür köklerine sınıksız bağlı kalmışlardır. Ulusal zenginliklerini, milli kimliklerinde yer alan gelenek ve göreneklerinde saklamışlardır. Unutulmamalıdır ki, bir ülke biriktirebildiği ve bağlı kalabildiği kültür sayesinde tarihe kök salmaktadır.

Ünlü kaşif Marco Polo¹¹ Çin'e geldiğinde, gördükleri karşısında afallayarak şaşkınlığa kapılmıştır. Çin'den bahsederken de "Altını kağıtla değiştirmeyi başaran Moğollar, gerçek filozof taşıma bulmuşlardır" şeklinde bahsetmiştir (Öztürk, 2013, s. 46).

"Çinli bilginler; "Yabancı malı gözünde büyütme... Malımı alan yabancı, bundan hoşnut demektir... Müşterinin zevkine dikkat et... Hiçbir şeyde aşırıya kaçma... Alışverişin durgunlaşmasından sakın..." gibi öğütlerle tüccar ve müşterilere yol gösterici olmuşlardır" (Öztürk, 2013, s. 46).

Büyük uygarlıklara ev sahipliği yapmış olan Asya Medeniyetleri ve Doğu Medeniyetleri, büyüleyici yapısıyla kültür ve ticaret ilminin çıkış noktasını oluşturarak, bu iki ilimi uzun yıllar geliştirmiş ve korumuşlardır. "Bu durum genellikle tarih içerisinde bayrak değişimi şeklinde tezahür etti. Bu değişim bazen yakın coğrafya ve

¹¹ Marco Polo (马可波罗 Mākēbōluó), 15 Eylül 1254-8 Ocak 1324 tarihleri arasında yaşayan İtalyan bir gezgin ve iş adamıdır. Venedik'teki zengin bir tüccar ailesinde doğdu ve temsilci çalışmaları "Marco Polo's Seyahatleri" eserinde yer almaktadır. "Marco Polo'nun Seyahatleri" eseri, "Marco Polo" olarak da bilinmektedir. Marco Polo'nun doğudaki en zengin ülke olan Çin'deki manzaralarını ve deneyimlerini açıklamıştır ve daha sonra Avrupa'da yaygın bir şekilde dolaşır, Avrupalıların Doğu ve gelecekte yeni rotalar geliştirilmesi üzerinde büyük etkisi olmuştur. Aynı zamanda Batılı coğrafyacılar da kitaptaki açıklamaya dayanarak erken bir "dünya haritası" çizmişlerdir. "Marco Polo", (Erişim Tarihi 04.05.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%8F%AF%C2%B7%E6%B3%A2%E7%BD%97/66250?fromtitle=%E9%A9%AC%E5%8F%AF%E6%B3%A2%E7%BD%97&fromid=818398&fr=aladdin>

kültürler içerisinde gerçekleşirken, bazen de farklı coğrafya ve bambaşka kültürel ortamlarda vücut bulmuştur” (Öztürk, 2013, s. 47).

Dil gibi ticaret de değişim ve etkileşimin hem göstergesi hem de itici gücü olmuştur. Bir anlamda ticaret, devletlerin kültür ve kaderlerinde söz sahibi olmaktadır. Ekonomi alanında hızlı ve büyük değişimler yaşayan Çin, buna bir örnektir. Ticari gelişimler ve uygulanan doğru stratejiler, bir tarım toplumu olan Çin’in, dünyanın ikinci büyük ekonomisine dönüşmesini sağlamıştır. Günümüzde Çin Halk Cumhuriyeti, dünyanın en kalabalık pazarı olması ve hızla büyüyen ekonomisi ile ülkelerin ilgi odağı haline gelmiştir. Belli zamanlarda kendini kapılar ardına saklayan Çin’in bu mucizevi gelişimini anlamak için ticaret tarihine bakılması gerekmektedir. Bu nedenle dünyanın en eski kültürlerinden birine ev sahipliği yapan Çin’in ticaret tarihini genel olarak incelemek gerekir. Tarihe bakacak olursak Çin, tek bir hanedanlık tarafından yönetilmemiştir. “Çin tarihi aynı zamanda birçok iç savaş, başsız geçen ara dönemler ve kargaşanın hüküm sürdüğü dönemleri içerir. Her çöküşten sonra Çin devleti doğanın değişmez bir kanunu gibi kendini yeniden oluşturmuştur. Dönemsel felaketlerle sınanan Çin kültürünün temel öğretileri ise varlığını sürdürmüştür” (Kissinger, 2015, s. 27).

“Tarih boyunca değişen hanedanlıklar nedeniyle birden fazla isim sahibi olan Çin için Çinliler tarafından kullanılan en son isim ‘Zhongguo’dur¹² (Orta Ülke), bugünkü Çin Halk Cumhuriyeti’nin de resmi isminin kısaltması olarak kullanılır. (Uzun hali, Zhonghua Renmin Gongheguo’dur¹³)” (Yolaç, 2016, s. 24).

Çin tarihinde her hanedanlık ticaret konusunda kendine has özelliklere ve kurallara sahip olmuştur. Çalışmanın bu bölümünde MÖ. 1046 yılı Qin Hanedanlığı öncesi dönem ticari faaliyetlerinden başlayıp günümüze kadar olan ticari faaliyetler ele alınacaktır.

2.1. Qin Öncesi Dönemde Ticari Faaliyetler (MÖ. 1046–MÖ. 221)

Çin’de MÖ. 2100-MÖ. 1600 yıllarında hakimiyet sürdüğü düşünülen Xia Hanedanlığı (夏朝 Xià cháo) hakkında efsanevi olmakla birlikte kesin net bilgiler bulunmamaktadır. Xia Hanedanlığının varlığı konusunda Çinli ve Batılı bilim insanları

¹² (Çin 中国 Zhōngguó).

¹³ (Çin Halk Cumhuriyeti 中华人民共和国 Zhōnghuá rénmín gònghéguó).

fikir ayrılığına düşmektedirler. Batılı bilim insanları Xia Hanedanlığının tarihte var olduğuna şüpheyle yaklaşmaktadırlar. Çinli bilim insanları Xia Hanedanlığının var olduğu hakkındaki düşüncelerini bugünkü ismiyle Henan Eyaletinin Yanshi Bölgesindeki Erlitou köyünde 1959 yılında keşfedilen kalıntılarla desteklemektedirler (Yolaç, 2016, s. 29). Tarihçilerin hem fikir oldukları ve varlığı arkeolojik buluntularla netleştirilmiş olan MÖ. 1600-MÖ. 1050 yılları arasında hüküm süren Shang Hanedanlığı (商朝 Shāng cháo) Çin'in ilk hanedanlığı olarak kabul edilmektedir.

Para, Shang Hanedanlığı döneminde bir işlem aracı olarak ortaya çıkmıştır ve deniz kabukları para birimi olarak kullanılmıştır. Ayrıca, hayvan kemikleri, yeşim, inciler, atlar ve bakırdan ticari mal olarak istifade edilmiştir. Bu boyut ticari aktivitelerin varlığına işaret etmektedir. Shanglar ticarete önem kazandırdığı için Çin'de iş adamları veya tüccarlar hala Shanglılar (商人 Shāngrén) olarak bilinmektedir (Liu H. , 2018, s. 35).

Shang Hanedanlığından sonra bir başka dönüm noktası olan, Çin medeniyetinin kökenlerinin ve birçok ilkelerinin atfedilebileceği MÖ. 1046-MÖ. 256 yılları arasında hüküm süren Zhou Hanedanlığı (周朝 Zhōu cháo) dönemidir. Zhou Hanedanlığı, Batı Zhou Hanedanlığı (MÖ. 1046- MÖ. 771) ve Doğu Zhou Hanedanlığı (MÖ. 771-MÖ. 256) olarak yönetilmiştir. Doğu Zhou Hanedanlığı Dönemi de kendi içinde “İlkbahar ve Sonbahar Dönemi 春秋时代 Chūnqiū shídài” (MÖ. 770- MÖ. 476) ve “Savaşan Devletler Dönemi 战国时代 Zhànguó shídài” (MÖ. 475-MÖ. 221) olarak iki döneme ayrılmıştır. Zhou Hanedanlığı yıkıldıktan sonra, MÖ. 256-MÖ. 221 yılları arasındaki süreç bölgesel yönetimler şeklinde devam etmiştir.

Zhou Hanedanlığı yönetiminde, Shang Hanedanlığı tarafından oluşturulan feodal ve kademeli devlet sistemi sürdürülmüştür. Sosyal yapılar korunarak daha iyi hale getirilmeye çalışılmıştır. Bu sayede, gelecekteki Çin İmparatorluğunun kurumları pekiştirilmiştir (Roberts, 2017, s. 79).

Zhou Hanedanlığı bronz işleme teknolojisindeki gelişimin yanı sıra çanak çömlek endüstrisinde gözle görülür bir büyüme göstermiştir. Kalitesi porselene yakın sırlı çömlek yapımı yaygınlaşmıştır. Zhou Hanedanlığı döneminde bronz eşyaların üzerine yazı yazma alışkanlığı başlamıştır. Tarihçiler Shanglarla ilgili birçok bilgiyi de

bu dönem eserlerinden elde etmişlerdir. Günümüzde, bronz eşyalar yaşanan dönemle ilgili en güvenilir kaynaklar olarak kabul edilmektedirler Atlı savaş arabalarının dönemde var olduğu bilinmektedir. Bu bilgi, yapıtların yapımında gereken metal işçiliği, deri işleme ve boyama gibi zanaatlarda da gelişmiş olduklarına işaret etmektedir. Pazarlar fazlasıyla gelişmiştir ve pazarlarda yeşim taşı, mücevherat, silah, büyükbaş hayvan, at, ipek ve köle satımı da vardır (Liu H. , 2018, s. 36).

Xia, Shang ve Batı Zhou Hanedanlıklarının hüküm sürdüğü 1300 yılda Çin’de köle sistemi gelişmiştir. Bu dönemin Çin tarihinde köklü bir etkisi olmuştur. Birincisi, büyüyen ekonomik ve askeri güç sayesinde, Çin’in bölgesel sınırları genişletilmiş ve sağlamlaştırılmıştır. Bu durum birçok milletten oluşan birleşik bir Çin’in kurulmasının temellerini atmış, bu hedefe ise Qin Hanedanlığı döneminde ulaşılmıştır. İkincisi, ekonomik alanda üretim araçları kademeli olarak kemik, kabuk ve taş aletlerinden kaliteli bronz eşyalara yükseltilmiştir. Büyük ölçekli sulama çözümleriyle tarım önemli ölçüde gelişmiştir, tahıl ve diğer mahsullerin fazla üretimleri, büyük miktarlarda depolanmıştır. Yollar ve kanalların inşa edilmesinin sonucunda daha akıcı şekilde iletişim sağlanarak ticaret kısa sürede daha hızlı gelişim göstermiştir. Üretim ve gelişen pazarlardan dolayı şehirlerin ekonomisi gelişmiştir. Para birimi ise bir noktaya kadar tek tip olmuştur. Üçüncüsü, siyasal alanda, otokratik monarşi sistemi¹⁴ sıkı bir şekilde kurulmuştur. Dönemde derebeylik siyasi bir güç yapısı vardır. Bu yapı, ağırlıklı olarak yakın ve uzak ilişki esaslı ataerkil bir klan sistemidir. Antik Çin’in karakterize edilen hiyerarşik klan sisteminde köle efendileri nesilden nesle aktarılan gücü miras almıştır. Kalıcı etkinin dördüncü alanı ideolojiktir. Çünkü, Gök’ün (cennetin) doğaya ve topluma hükmettiğini varsayan bir teolojik sistem şekillenmiştir. Böylece, Gök adına, güçlerini kullanan derebeylere karşı gelinememiştir. Dini kurban ayinlerinden türetilen tescilli ritüeller gitgide insanların ideoloji ve davranışlarını tanımlar olmuş, bu durum ataerkil klan sistemini korumaya yaramış ve antik toplumun gelişiminde büyük bir etkisi olmuştur (Liu H. , 2018, s. 36).

Bölgesel derebeylikler kendi bağımsızlıklarını ilan ederek Zhou egemenliğini reddetmişlerdir. Bu durum, Zhou Hanedanlığının yok oluş sürecini getirmiştir.

¹⁴ Otokrasi, Anayasal sınırlamaları olmayan monarşik yönetim tarzıdır. İktidarın siyasi yetkileri tek bir bireyde toplandığı rejim biçimidir. Fakat monarşinin aksine yönetim miras yoluyla kalmamış, kişi tarafından ele geçirilmiştir. Felsefe Sözlüğü, ed. Ahmet Cevizci (İstanbul: Paradigma Yayınları, 2005), s.v. “Otokrasi”, s.1279.

Hanedanlığın sembolik iktidarı sürecinde birbiriyle rekabet halinde olan sayısız devletler ortaya çıkmıştır. Bu sebeplerden dolayı, hükümdarlar otoritelerini ve devlet yapılarını güçlendirecek yeni yöntemler aramışlardır.

İlkbahar ve Sonbahar dönemlerinin başlangıcında bölgesel yönetimlerin sayısı 140'tan fazladır. (Dönem adını Beş Klasikten¹⁵ birisi olan İlkbahar-Sonbahar Kayıtları isimli kitaptan almıştır). Fakat Savaşan Beylikler Dönemi (MÖ. 476-MÖ. 221) başladığında beyliklerin sayısı 20'den azdır. Esasen yedi tane güçlü beylik vardır. Bunlar; Qin, Wei, Zhao, Han, Qi, Chu, Yan'dır (Liu H. , 2018, s. 37).

Şaşırtıcı gelebilir, ama bu dönemler Çin kültürel tarihinin en canlı, zengin ve üretken dönemlerindedir. Zhou Hanedanlığının Çin kültürü açısından en önemli özelliği, Çin felsefi yapısının temellerinin atılmış olmasıdır. Bu dönemde birçok düşünürün ilgilendiği konular; insan yaşamı, ahlaki kurallar, toplumsal barış ve toplum huzuru olmuştur. Düşünürler farklı bakış açılarından yola çıkarak mevcut toplum sorunlarına farklı şekillerde çözüm bulmaya çalışmışlardır. Bu nedenle düşünce ekollerini¹⁶ oluşturmuşlardır. Ortaya çıkan düşünce ekollerinin çatışmasıyla geriye önemli on tanesi kalmıştır.

Çin tarihinin en meşhur filozoflarından birisi olan Konfüçyüs (MÖ 551-479)¹⁷ bu geçiş evresinde yaşamıştır ve muhtemelen dünyanın içinde bulunduğu büyük değişimin kaygılarına karşı “amacı geleneksel uygulamaların temelinde yattığına inandığı gerçeklerin saflaştırılmış ve daha soyut bir versiyonunu sunmak ve bu şekilde

¹⁵ Beş Klasik (五经 Wǔjīng): “Değişimler Klasığı” (易经 Yì jīng), “Belgeler Klasığı” (书经 Shū jīng), “Şiirler Klasığı” (诗经 Shījīng), “Törenler Klasığı” (礼经 Lǐ jīng), “İlkbahar-Sonbahar Kayıtları” (春秋). Konfüçyüs, önceden yazılmış bazı kitapları elden geçirmiş ve yeni baştan derlemiştir. Böylece, çok sayıda kitabın, devlet arşivindeki bilginin, eski geleneklerin kaybolmasını önlemiş, günümüze kadar ulaşmasını sağlamıştır. Eski dönemlerle ilgili felsefe, politika, tarih, edebiyat gibi konularda kaynak kitap olarak kullanılmıştır. Hatta bu kitapların, çok geniş bir coğrafyada ders kitabı olarak okutulduğu anlaşılmaktadır. Bülent Okay, *Konfüçyüs ve Çin Felsefesinin Temelleri* (İstanbul: Bilge Kültür Sanat, 2017), 43.

¹⁶ Ru Jia (儒家), Dao Jia (道家), Mo Jia (墨家), Fa Jia (法家), Ming Jia (名家), Nong Jia (农家), Zong Heng Jia (纵横家), Yin-Yang Jia (阴阳家), Za Jia (杂家) ve Xiao Shuo Jia (小说家). Bazı bilim adamlarınca “Xiao Shuo Jia” önemsiz sayıldığından, düşünce sistemleri sıralamasında yer verilmez. Bülent Okay, *Konfüçyüs ve Çin Felsefesinin Temelleri* (İstanbul: Bilge Kültür Sanat, 2017), 14.

¹⁷ Konfüçyüs, resmi soy ismi Kong, sosyal ismi Zhong Ni, ön ismi ise Qiu idi. Ancak öğrencileri için o 孔夫子 (Kǒng fūzǐ) yani ‘Bilge-Filozof Kong’ olmuştur. Latince ise, Confucius, denilmekte ve “Üstad Kong” anlamına gelmektedir. Konfüçyüs, günümüz Çincesinde 孔子 (Kǒngzǐ) olarak kullanılmaktadır. Konfüçyüs’ün, MÖ 551-MÖ 479 yılları arasında yaşadığı Lu Beyliği’nde (鲁国 Lǔ guó) dünyaya geldiği sanılmaktadır. Çinli bir filozof, eğitimci ve yazardır. Konfüçyüs’ün düşünceleri Çin ve dünya üzerinde geniş kapsamlı bir etkiye sahip olmuştur. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 50.

yönetici sınıflardaki kişisel dürüstlüğü ve tarafsız hizmeti canlandırmaktır” (Roberts, 2017, s. 83).

Konfüçyüs’ün Xiao (孝 Xiào), Li (礼 Lǐ), Ren (仁 Rén) temel ilkeleri¹⁸, felsefi düşüncesinin saç ayağını oluşturmaktadır. Konfüçyüs’ün fikrinde kültürel ve ahlaki mükemmeliyet birbirine sıkıca bağlıydı. Bu nedenle ünlü düşünür amaç olarak, sadece kültürel geleneğin korunmasını değil, aynı zamanda ahlaki mükemmeliyetçiliği de hedeflemiştir (Yolaç, 2016, s. 55).

Yönetimin el işi endüstrisi ve ticari aktiviteler üzerindeki tekelinin sona ermesi de bu dönemde gerçekleşmiştir. Böylece özel işletmeler ortaya çıkmaya başlayacaktır. Metalurjik teknoloji (demir ve çelik döküm) gelişmeye başlamıştır. Savaşan Devletler Dönemi’nin başlarında dökme demirin yumuşatılması teknolojik olarak mümkün kılınmış ve dövülebilir dökme demir üretilmiştir. Dönemin sonlarına doğru daha az kırılabilir ve daha yüksek dayanıklılığıyla galvanizli demir, üretilmeye başlanmıştır. Antik Çin’deki pik demir üretim teknolojisine, Batı’nın ulaşması yaklaşık 1900 yıl sürmüştür. Maden endüstrisi, döküm işlemlerinin tedarik zincirinin bir parçası olarak fazlasıyla gelişmiştir. Aynı zamanda aktif ticarete bu dönem de tanıklık edilmiştir. Devletin ticari aktiviteler üzerindeki tekelinin ortadan kalkmasıyla pek çok pazar ve çeşitli büyüklükteki işletmeler hızla belirmişlerdir. Önceden deniz kabukları, bronz aletler para birimi olarak kullanılırken, İlkbahar ve Sonbahar Dönemi sonlarına doğru altın ve gümüş dahil döküm metal paralar bunların yerini almıştır. Ticari aktivitelerdeki büyüme hızlı şehirleşmeye, kara ve su taşımacılığının gelişmesine yol açmıştır (Liu H. , 2018, s. 37).

¹⁸ Konfüçyüs’ün düşünce yapısını oluşturan bazı temel ilkeler bulunmaktadır. Konfüçyüs’ten önce de var olan bu kavramlar, Çin felsefesinin temelini oluşturur. Ancak Konfüçyüs bazı kavramları ön plana çıkarmıştır. Bu temel ilkeler; Jun Zi (君子 Jūnzi) İdeal insan, erdemli insan, Dao De (道德 Dàodé) Erdem, ahlak, ahlaklı olmak, Ren (仁 Rén) İnsanları sevmek, Xiao (孝 Xiào) Örnek hayırlı evlat olmak, Li (礼 Lǐ) Törelere, adetlere uymak, Zhong Yong (中庸 Zhōngyōng) Aşırıktan kaçınmak, herşeyi kararında yapmak, Zheng Ming (正名 Zhèngmíng) Adına yakışır davranışlar içinde olmak, Yi (义 Yì) Dürüst, adil olmak, Zhi (智 Zhì) Bilgi, bilgili olmak, Li Zhi (理智 Lǐzhì) Akılcılık, akılcı olmak, Zhong (忠 Zhōng) Bağlılık, sadakat, Shu (恕 Shù) Bağışlayıcı olmak, Yong (勇 Yǒng) Cesaret, cesur olmak, Tian (天 Tiān) Gök, yönetici güç, Tian Ming (天命 Tiānmíng) Göğün emri, göğün belirlediği kader, Tian Dao (天道 Tiāndào) Göğün düzeni, izlenmesi gereken yol. Bülent Okay, *Konfüçyüs ve Çin Felsefesinin Temelleri* (İstanbul: Bilge Kültür Sanat, 2017), 29-42.

2.2.Hanedanlıklar Döneminde Ticari Faaliyetler (MÖ. 221–1644)

Qin Hanedanlığı (秦朝 Qín cháo), MÖ. 221 yılında diğer rakip devletleri fethederek Çin'i tek bir çatı altında birleştirmiştir. Qin Hanedanlığı'nın Çin'i tek bir çatı altında birleştirerek imparatorluk evresine gelmesindeki önemli etkenlerden birisi de benimsemiş olduğu Kanuncu (Fajia)¹⁹ yönetim şeklidir. Halkın ağır cezalandırmalardan korkması ve birbirini ihbar etmesi nedeniyle son derecede güvensiz bir ortam oluşmuştur. Qin Hanedanlığı, Çin tarihindeki en kısa hanedanlıklardan birisi olmasına karşın, yaşanan gelişmeler neticesinde en önemli hanedanlıklardan birisi olmuştur.

Antik Çin tarihinin en önemli figürlerinden birisi olan İmparator Qin Shi Huang Di (MÖ. 259-MÖ. 210),²⁰ başlattığı birleştirme çalışmasıyla on yıl gibi kısa bir süre içerisinde diğer altı güçlü devleti fethederek Çin'i imparatorluk düzeyine getirmiştir. Qin Shi Huang Di'nin imparatorluk ömrü kısa sürse de yaptığı reformlarla Çin'in siyasi hayatını düzenlemiş ve kısıtlayan bir yapı oluşturarak, devlet yapısını tamamen değiştirip adından bahsettirmiştir.

Qin Shi Huang Di'nin reformları, etkileyici ve ses getiren reformlar olmuştur. Feodalizmi kaldırılarak, merkezi bürokratik sistemine geçiş uygulaması en etkili reformlardan birisi olmuştur. Ülkenin farklı bölgelerinin soylular tarafından yönetileceği feodal bir devlet yapısı oluşturma fikrini reddeden İmparator, ülkeyi 36 valiliğe, her birini de yaklaşık 40 bölgeye bölmüştür. Her bölgenin merkezi yönetimi imparatora bağlı, kendi yerel idaresi vardı. Bölgesel güçlenmelerin önüne geçmek amacıyla metal silahlar eritilmiş ve özel silah mülkiyeti yasaklanmıştır. Ayrıcalıklı işlemlerin yapılmasına son verilmiştir. Böylece, Çin'deki ilk bürokratik ve merkezi idari sistem hayata geçirilmiştir. Qin, Han Feizi'nin kanunculuk (Fajia) teorilerini pratikte bir noktaya kadar başarıyla uygulamıştır. Qin Hanedanlığı kısa süre hüküm sürse de tarih,

¹⁹ Kanuncu siyasi felsefe, Konfüçyusculuğun yanı sıra, geleneksel Çin siyasi kültürünü şekillendirmiş bir sistemdir. Kanuncular, insanların hayatlarını ve hareketlerini kanunlar ve cezalar ile kontrol etmeye yönelik detaylı kurallar yaratıyorlardı. Bu sayede halk tarlalarda sıkı bir şekilde çalışacak ve savaş alanlarında ölümüne savaşıyorlardı düşüncesine sahiptirler. Kanunculara göre en basit suç bile (küçük hatalar dahil) çok şiddetli bir biçimde cezalandırılmıyordu ki, bu sayede insanlar daha büyük suçlar işlemekten kaçınıyorlardı. En sık uygulanan cezalar kötürüm bırakmak veya idamdı. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 68.

²⁰ Qin Shi Huang Di (秦始皇帝 Qínshǐhuáng dì), MÖ 259-MÖ 210 yılları arasında yaşamış ilk Çin İmparatorudur. Acımasızlığıyla bilinse de yapmış olduğu reform ve yapıtlarla tarihte isminden söz ettirmiştir. Çin Seddinin inşa edilmesinde büyük katkıları olmuştur.

İmparator Qin Shi Huang Di'yi dil, ölçüm ve mühendislikle alakalı büyük başarılarıyla hatırlamaktadır (Liu H. , 2018, s. 38).

İmparator Qin Shi Huang Di, Çin'in yazı sistemini standartlaştırmıştır. Savaşan Devletler döneminde bölgeden bölgeye farklılık gösteren bir dil kullanımı vardır. Zhou yazısını temel alan yeni bir yazı sistemi geliştirilmiştir. Standartlaşmanın maksadı, hem farklı bölgelerdeki insanlar arasındaki iletişimin gerekliliği hem de kültürel birliğin sağlanması amaçlanmıştır. Dilde standartlaşma, Çin medeniyet ve kültürünün payidar doğasının önemli bir faktörü olmuştur. Dildeki düzenleme sayesinde değerler nesilden nesile büyük kolaylıkla aktarılabilmiş, böylesine geniş bir coğrafi bölgede insanların ortak bir kimliğe bürünmesini sağlamıştır (Liu H. , 2018, s. 38).

“Qin'in ilk İmparatoru, bütün fethedilmiş krallıkların yazı sistemlerini, kanunları, paraları, ağırlık ve uzunluk ölçülerini, tek bir birleşmiş emperyal kültürü inşa etmek çabasıyla standartlaştırmıştır” (Holcombe, 2016, s. 68). Bu dönemde, dairesel bakır paralar ortasında kare bir delik ile basılmaktadır. Bu sayede ulusal bir standarta erişilerek üretilen ve satılan mallar imparatorluğun her bölgesinde tek şekilde vergilendirilebilecektir. Tüm tedbirler, ticari ve ekonomik aktivitelerin önünü açmıştır (Liu H. , 2018, s. 38).

Tüm dünyada Çin denilince ilk akla gelen kültür miraslarından biri olan Çin Seddi ²¹ de yine Qin Shi Huang Di döneminde önceki bağımsız duvarların birleştirilmesi neticesinde şekillenmeye başlamıştır. Çin Seddi'nin yapılma amaçlarından biri sınırları ayırmaktır. Yapılan etkili ekonomik reformlar ve yollar sayesinde bir zamanlar “Dünyanın Ejderhası” diye tasvir edilen Çin Seddi'nin çevresindeki devletler ve beylikler arasında yapılmış ticari temasların olduğu da bilinmektedir.

Çin Seddi dışında İmparator Qin Shi Huang Di tarafından hayata geçirilen iki muazzam proje vardır. Bunlar Qin Shi Huang Di'nin Anıt Mezarı ve mezarı korumaları

²¹ Çin Seddi (长城 Chángchéng), Doğu-batı yönünde tek bir hat olarak incelenirse Ming dönemi Seddi'nin yaklaşık 2.400 km uzunluğunda olduğu düşünülmektedir. Çin Kültürel Miras İdaresi'nin 2012 yılında yaptığı açıklamaya göre, hesaplanan kesin uzunluk 21.196, km'dir. Çin Seddi'nin kime karşı yapıldığı da popüler bir sorudur ve birbirinden farklı popüler yanıtları vardır. Çin Seddi yaklaşık 2200 yıldan fazla bir süre içinde farklı hanedanlıklar tarafından farklı tehditlerin bertaraf edilmesi amacıyla yapılmıştır. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 183.

için yapılan Yer Altı Heykel Ordusu'dur. Yapım ve gelişim süreçlerinde Qin Shi Huang Di'nin büyük etkisi olan Çin Seddi, Anıt Mezar ve Yeraltı Heykel Ordusu²² günümüz, Çin denilince ilk akla gelenler arasındadır. Bu mimari yapılara insanların ilgi ve merakı büyük olduğundan her yıl çok sayıda turistti ağırlamaktadır. “Çin Seddi, çok büyük tarihi ve kültürel önem taşımaktadır. Ayrıca, yüksek turizm değerine sahiptir. Çin'de şöyle bir söz vardır: “Çin Seddi'ne çıkmayanlar, gerçek kahraman sayılmaz” (Çin Ansiklopedisi, 2017, s. 24).

Çin'in sembolü haline gelen Çin Seddi, Qin Shi Huang Di'nin Anıt Mezarı ve Yer Altı Heykel Ordusu, 1987 yılında Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından Dünya Mirasları Listesi'ne alınmıştır (Çin Ansiklopedisi, 2017, s. 34).

Çin Seddi, insanlık tarihinin en fazla emek ve zaman harcanan projesi olmuştur. “Dağlarda böylesi devasa bir yapı inşa etmek için, nasıl saha araştırması yürütüldüğünü, duvarların ve diğer bölümlerin nasıl tasarlanıp inşa edildiğini, malzemelerin nereden bulunduğunu, bu malzemelerin inşaat alanlarına nasıl taşındığını ve işçilerin çalışma koşullarının nasıl sağlandığını hayal bile etmek çok zordur” (Yinke, 2016, s. 133). Qin Hanedanlığının çökmesini hızlandıran Çin Seddi, Anıt Mezar ve Yer Altı Heykel Ordusu gibi projeler ile yıllardır süren yıkıcı ve acımasız yönetimden yılan halk Qin Hanedanlığı'nın yıkılmasında etkili olmuştur.

MÖ. 206 yılında Qin Hanedanlığı sona ermiş ve imparatorluk 18 krallığa bölünmüştür. Bu evrede dört yıllık bir fetret dönemi yaşanmıştır. Fetret dönemine imparatorluğa hakim olmak isteyen iki büyük güç Chu-Han Savaşı neden olmuştur. Dört yıl süren fetret dönemi Han Hanedanlığının galip gelmesiyle sonuçlanmıştır (Yolaç, 2016, s. 79).

²² Anıt Mezar ve Yer Altı Heykel Ordusu (兵马俑 Bīngmǎyǒng), Qin Shi Huang Di Mezarı, Çin'in Shaanxi eyaletinin Xi'an kenti civarındaki Lishan Bölgesi'nde bulunmaktadır. 56 kilometrekareyi kapsayan mezarın temeli, dörtgen şeklindedir. Temeli güneyden kuzeye 350, doğudan batıya 345, yüksekliği ise 76 metreye ulaşır. Mezar, genel olarak bakıldığında piramit şeklinde görünür. Çinli arkeologların yaptığı kazılara göre, Qin Shi Huang Di'nin mezarı etrafında 500'den fazla mezar daha vardır. Bu mezarlar arasında, Qin Shi Huang Di'nin bakırdan yapılan at arabasına binmesini gösteren çukur, sarayda atların korunduğu ahırları anlatan çukur ve Qin Hanedanı Dönemi'nde milyonlarca asker bulunduğunu simgeleyen heykel ordusu çukurları bulunmaktadır. Tang Jiankun, Yin Tingting, *Çin Ansiklopedisi* (İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 2017), 33.

Qin Hanedanlığının yerini 400 yıl hüküm süren Han Hanedanlığı (MÖ 202-MS 220 “汉朝 Hàncáo”) almıştır ve genelde iki başlıkta incelenmektedir. Batı Han (MÖ 202-MS 9) ve Doğu Han (MS 25-220) olarak iki döneme ayrılır. Batı Han ve Doğu Han Hanedanlıkları arasındaki 16 yıllık süre zarfında imparatorun naibi olarak atanan Wang Mang (王莽 Wángmǎng), imparatora darbe yapıp kendini imparator ilan ederek Xin Hanedanlığını kurmuştur. Genel olarak, zaman dizinlerinde kısa süren bu hanedanlıktan söz edilmemektedir (Liu H. , 2018, s. 39).

“İlk dört Han İmparatoru yönetiminde ticari serbest dönem yaşanmıştır. Devlet piyasa üzerindeki etkisini azaltmış. Halkın refahına yönelik değişiklikler arasında vergilerin düşürülmesi ve özel teşebbüse müsaade edilmesi vardı. Artan refahla birlikte nüfus da hızlı artıyordu” (Yolaç, 2016, s. 86). İmparatorluğun sınırları gözle görülür bir şekilde genişlemiş ve Çin, ekonomik, kültürel zenginlik dönemine girmiştir.

Han Hanedanlığının, çözülemeyen sorunu haline gelen Xiongnu²³ yenilgileri değiştirilemeyince “He Qin Politikası (和亲政策 Héqīn zhèngcè)”²⁴ ile Xiongnulara Han prensesler gelin verilerek akrabalık bağı kurulmuştur. He Qin Politikası ile barış ortamı sağlanmıştır. Han Hanedanlığı tarihinin en uzun süre hüküm süren ve en hırslı, savaşçı İmparatoru Wudi²⁵, MÖ. 121 yılında Konfüçyüscülüğü devlet felsefesi olarak ilan etmiştir. Bu değişiklik sonrasında Konfüçyüscü düşünce sistemi, uzun süre en yaygın düşünce sistemi olmuştur. Bu durum otokratik hükümdar tarafından ulusun kontrolünü kolaylaştırmıştır. Ama yapılan değişiklik sonrasında Konfüçyüscü düşünce sistemi (Ru Jia), otokratik ve kanuncu devlet yapısıyla bütünleşerek ciddi bir değişime

²³ Xiongnu: Çin’in kuzeyinde göçebe tarzda yaşayan ve Altay dilleri konuşan milletlere verilen addır. İlk defa MÖ 200’lü yıllarda Çin tarihi kayıtlarına geçmişlerdir. Bazı dönemlerde Çin için büyük tehdit oluşturmaktadırlar. Tarihçiler tarafından Hunlar olarak da kabul edilir. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 87.

²⁴ Hun-Çin devletleri arasında gerçekleştirilen barış evlilikleri olarak tanımlanan He Qin Politikası Hunlarla ilk kez Çin’in ekonomik, sosyal ve siyasi alanda güçsüz durumda olduğu dönemde, Han Hanedanlığının isteğiyle uygulanmıştır. Bundan sonraki tüm He Qin anlaşmaları Hunlar tarafından talep edilmiştir. Anlaşmaya göre, Çin İmparatoru Hun liderine bir eş ve beraberinde değerli hediyeler göndermiş, karşılığında Hun lideri, Çin’in kuzey sınırlarını koruyacağına dair güvence vermiştir. Nurcan Kalkır, “He Qin Politikası Çerçevesinde Hun-Çin İlişkileri ve Wang Zhao Jun”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2/2 (2013): 215.

²⁵ İmparator Wudi 漢武帝 Hànwūdì, (MÖ 156-MÖ 87) Han Hanedanlığından gelen Çin İmparatorluğu’nun yedinci imparatorudur. İmparator olmadan önceki adı Liu Che olan, İmparator olduktan sonra aldığı isim Han Wudi’nin anlamı “Savaşçı İmparator” olup, ülkenin genişleten fetihçi yönünü vurguluyordu. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 88.

uğramıştır. Toplumsal istikrarlılık el işi endüstrisinin, ticaretin, bilimin, edebiyatın ve sanatın Han İmparatorluğu boyunca gelişmesine yardımcı olmuştur. Yaşanan ekonomik başarılar imparatorluğun siyasi ve kültürel etkisini Kore, Moğolistan, Vietnam ve Orta Asya ülkeleri üzerinde arttırmıştır (Liu H. , 2018, s. 39).

İmparator Wudi'nin, saltanatı boyunca imparatorluk elçisi olarak hizmet eden Zhang Qian'in (張騫 Zhāng qiān) öncüsü olduğu İpek Yolu günümüzde Xi'an'dan başlayıp, Xinjiang'dan ve Orta Asya içerisinden Akdenizin doğu kıyılarına kadar uzanmaktadır. İpek ticareti ile birlikte, Çin ve Batı arasındaki ticaret geliştikçe, barut ve Çin kağıdı gibi pek çok ürün, Batı'ya İpek Yolu aracılığı aktarılmıştır (Liu H. , 2018, s. 39).

Ticaretin gelişmesiyle birlikte, ürünlerin üretildikleri yerlerden, satılacakları yerlere götürmek için ticaret yolları oluşturulmuştur. Belli başlı bölgelerde bulunan ve ilgi gören ürünler, ticaret yollarının oluşmasında etkili olmuştur. Bu yollar sayesinde insanlar birbirleriyle etkileşim içerisine girerek kültürlerini ve daha birçok konuda paylaşımında bulunarak bugünkü modern dünyayı oluşturmuşlardır.

İpek Yolu (丝绸之路 Sīchóu zhī lù)

Ticaret yolları, toplumların tarihi gelişimlerinin yanı sıra, ekonomik ve kültürel gelişimlerinde de önemli bir faktör oluşturmaktadır. İpek Yolu, yüz yıllardır Doğudan Batıya, Kuzeyden Güneye birbirinden farklı kültür ve medeniyetlere sahip birçok insanın buluşma noktası olmuştur. Bu şekilde, Doğu kültürünün Batı toplumu tarafından tanınmasını da sağlayarak toplumlar arasında bir kültür köprüsü oluşturulmuştur.

“İpek Yolu” nitelemesi ilk kez Alman coğrafyacı Baron Ferdinand Von Richthofen²⁶ tarafından 1877 yılında Çin adlı eserinde kullanmıştır (Toprak, 2008, s.1).

Başlangıçta Çin'de büyük önem arz eden ipek, zaman içerisinde hem Anadolu'da hem de Avrupa'da ticareti yapılan önemli bir ürün haline gelmiştir. İpek Yolu, Asya ve Avrupa kıtalarındaki şehirleri, insanları birbirine bağlayan en önemli kültür ve ticaret yoludur. Ayrıca bu yol, seyyahların seyahatleri, dini ziyaretler, askeri ve siyasi ilişkiler, iletişimin daha kolay sağlanması gibi birçok amaç içinde kullanılmıştır. Yolun kullanımındaki öncelikli amaç çeşitli ürünlerin ticari olarak

²⁶ Baron Ferdinand Von Richthofen (1833-1905), Alman coğrafyacı ve bilim insanıdır.

taşınması olmuştur. Aslında bir yolun değil, birçok yolun ismi “İpek Yolu” olarak ifade edilmiştir.

Kuzey ve Güney İpek Yolu Güzergahları, Yılmaz (2017) tarafından şu biçimde açıklanmıştır:

“Asya ile Avrupa arasındaki yaklaşık 8000 km’lik yol olan İpek Yolu yol ağı, oldukça kompleks bir yapıya sahiptir. Xian, Anxi, Urumçi, Almaata, Hoten, Kaşgar, Semerkant, Merv, Kabil, Tahran, Bağdat, Halep, Şam ve Anadolu şehirlerinin bulunduğu güzergâha Rusya, Hindistan, Arap Yarımadası, Afrika ve Avrupa’ya ulaşan alternatif yollar da eklenince İpek Yolu devasa boyutlara ulaşmaktadır. İpek Yolu, genel olarak Kuzey ve Güney İpek Yolu şeklinde adlandırılan iki güzergaha sahiptir. Kuzey İpek Yolu Güzergahı, Güney İpek Yolu ile aynı rotada, Çin’in Xian şehrinde başlamaktadır. Xian, İpek Yolu’nun başlangıç noktası olmasının yanında, özellikle Tang Hanedanlığı döneminin başkentliğini yapması ve kültürlerarası iletişimin sağlandığı büyük bir merkez olması bakımından da önemlidir. Kentsel planlama dikkat çekicidir. Geniş caddeleri Arap, Pers, İbrani, Japon, Koreli, Vietnam, Türk, Hintli ve Tibetli çok sayıda sanatçı, gezgin, zanaatkar ve tüccar ile dolmuştur. Güney İpek Yolu ise, Dunhuang’a kadar Kuzey İpek Yolu ile aynı rotayı izlemektedir. Dunhuang’dan sonra güneye yönelerek, Taklamakan Çölü’nün güney kıyısı ve Tibet’in kuzey duvarı boyunca ilerleyerek, Baş Kurgan, Çarkılık, Wash Shahari, Çerçen, Endere Langar, Niya, Keriya, Chira Bazar, Hotan, Guma Bazar’ı geçer ve Yarkent’e ulaşırdı. Buradan, kuzeye doğru devam eder ve Taklamakan Çölü’nün bitiş noktasında yer alan Kaşgar’da İpek Yolu’nun Kuzey Güzergâhına katılırdı” (s.675-678).

İpek ne kadar gösterişli ve değerli bir ürün olsa da zahmetli, uğraştırıcı bir üründür. İpek böcekçiliği yetiştiriciliği büyük bir özen ve yoğun bir emek gerektirir. Önceleri ipek böcekçiliği ve ipeğin kullanımı sadece Çin’in ipek üretimi yapılan bölgelerindeki yönetici ailelerinin bir ayrıcalığı haline gelmiştir. Buna müteakiben, üretim hakkı Çin hükümdarlarına geçmiştir. Hükümdarlar kısa zamanda ipeğin ticari değerlerinin farkına vararak, ipek böceği yumurtalarının ülke dışına çıkartılmasını ölüm cezasıyla engellemeye çalışmışlardır. Böylece, MS 3. yüzyıla kadar Çin saf ipeğin tek üreticisi olarak kalmıştır. İpeğin yasaklanmasından yaklaşık altı yüzyıl önce Kore’ye giden Çinli muhacirler dut ağacı tohumu ve ipek böceği yumurtalarını götürmüşlerdir. Hatta, Hindistan’da eskiden beri kozasından iplik elde edilen bir tırtılın olduğu bilinmekteydi, fakat Çin ipeğinin parlaklığına ve beyazlığına sahip değildi. Hinduizm’e göre, hayvanların öldürülmesi yasaklanmıştır. Kelebek, kozadan çıktıktan sonra zedelenmiş kozalardan toplanan kısa iplikler çırıktan geçirilerek işlenmekteydi. Böylece, ipek üretimi 2000 yıldan uzun bir süre Çinlilerin bir ayrıcalığı olarak kalmıştır (Uhlig, 2000, ss. 25-26).

İpek, zenginlik ve gücün simgesi haline gelerek, herkeste hayranlık uyandıran bir ürün olmuştur. “İpek ipliğinin bulunması ve onun sanatsal bir biçimde işlenmesi

elbette ki insan doğasının temel ihtiyacı olan süslenmek ve diğer insanların beğenisini kazanarak dikkat çekmek ihtiyacından doğmaktadır” (Uhlig, 2000, s. 26). Han Hanedanlığı döneminde önemli ölçüde yararlanılmaya başlanılan bir ürün olan ipek, Çin uygarlığının simgesel öğelerinden birisi haline gelmiştir. Zamanla ipek kullanımı, Doğu Asya ve Roma arasındaki, tüm antik dünyada toplumsal konumun ve ait olunan sınıfın statüsünü belirten en eski sembollerden biri olmuştur.

İpek üretimin amacı, üreticiler tarafından tüketilen bir ürün olmayıp, zamanla ünü yayılarak pazar için üretilen ürün halini almıştır. Antik Çağın dünyaca tanınmış ürünü ipeğin arz-talep ilişkisi, Toprak (2008) tarafından şu şekilde bahsedilmiştir:

“İpek dokumacılığını, IV. yüzyılda Çin’de var olan feodal devletçikler yüklenmişlerdir. Burada dokunan ipekliler sadece o bölgede bulunan hükümdarların kullanmaları amacıyla değil, soylu hanımların ve ruhbanların, şahların ve İmparatorların, yerleşik ve göçebe toplumların yöneticilerinin resmi giysileri içinde ipekli kumaşlar dokutulmaktaydı. İpek, diplomatik heyetlere hediye olarak verilmekteydi. MÖ. II. yüzyılda Hunların güçlü kağanı Mete²⁷, “İpek Diplomasisi” ile Çin’den zengin ipekli hediyeler almıştır. İpek, sadece resmî armağanlar şeklinde değil, hediye, satın alma veya vergi ödeme yollarıyla da ülke içerisine girmekteydi. Soylu kişiler ise, ipek ihtiyaçlarını özel pazarlardan tedarik etmekteydiler. Çin’in artan ipek talebi karşısında, üretim miktarı devamlı artış kaydediyordu. Dokumacılığın gelişme göstermesiyle, atölyeler birer resmî devlet kuruluşu haline gelmişlerdi. Bunun yanında ipekçiliğin çeşitli evrelerini kontrol altında tutmakla ilgilenecek memurlar görevlendirilmiştir” (s.40).

Batı için yaşamsal önem taşıyan, Doğu’nun baharatı, ipeği ve daha birçok ticari ürünü İpek Yolu’yla Doğu’dan Batı’ya aktarılmıştır. Kuşkusuz İpek Yolu, sadece ticari malları taşıyan bir yol olarak tanımlanamaz. Aynı zamanda din, kültür ve sanat, Doğu–Batı Medeniyetleri arasındaki bu uzun yolculuklarda taşınmıştır. Bu yol üzerindeki topraklarda kurulan her devlet, dönemin dünyaca etkin olan ticaret kültürü senteziyle beslenmiştir.

İpek Yolu’nda Doğu ve Batı’nın Ticareti

“Çin ticaret yolunda ilk kervanların ne zaman ve nereden Batı’ya mal taşımaya başlanıldığı bilinmemektedir. Mutlaka eskiden beri, uzun bir süre boyunca takas ticareti için mallar alım gücü olan ve onlarla ilgilenen alıcılar buluncaya kadar pazardan pazara, bölgeden bölgeye taşınmışlardır” (Uhlig, 2000, s. 56).

²⁷ Mete Han (冒頓單于 Mào dùn chán yú), MÖ 234-MÖ 174 arasındaki Türk-Hun (Hiung-nu veya Xiongnu) hükümdarıdır. İlk kez, Kuzey otlaklarını birleştirdi ve büyük ve güçlü bir Xiongnu İmparatorluğu kurdu. “Mete Han”, (Erişim Tarihi 06.05.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E5%86%92%E9%A1%BF%E5%8D%95%E4%BA%8E>

İpek Yolu'nun Asya'dan Avrupa'ya taşıdıkları, Özkeçeci (2014) tarafından şu şekilde açıklanmıştır:

“Başlangıcı efsanelere karışmış, binlerce yıl aktif olmuş ve önemini korumuş İpek Yolu Çin'den başlayarak Anadolu ve Akdeniz aracılığıyla Avrupa'ya kadar uzanan dünyaca ünlü ticaret yoludur. Bilhassa, parlak dönemlerinde bilinen tüm dünyanın ekonomik can damarı olan İpek Yolu'nun heyecan veren tarihi serencamı, ticari ilişkiler ve iktisadi yönden rolü tartışılmazdır. Asya'da üretilen muhteşem ipekler, altınla gümüşle işlenen, inci ve mücevherlerle süslenen dokumalar, kâğıt, baharat, değerli taşlar, Türk halıları, Çin porselenleri, seramik kaplar, cam eşyalar, madeni objeler vb. pek çok meta uzun süre Avrupa pazarlarına taşınmıştır. Köklü yönetim anlayışlarıyla sıradan eşyaları bile birer sanat eserine dönüştüren çok incelmış bir zevk ve zengin bir kent kültürü oluşan Asya'nın ürünleri Avrupa'da büyük rağbet görmüştür. Çoğu zor taşınan ve kırılğan ürünler olmasına rağmen, bu eşyaların deniz aşırı Avrupa ülkelerine ulaşmasında coğrafi uzaklık hiç engel teşkil etmemiştir. Avrupalı hükümdarlar ve din adamları birbirlerine doğu ipeklisi hediye ettiler ve bunlarla gömülmüşlerdir. Kutsal kitaptaki ruhani kişiler, bu değerli kumaşlarla resmedilmiştir. Bu eşyalara sahip olmak bir itibar vesilesi haline gelmiştir, sahipleri onları nadir ve özel günlerde kullanırdı veya gururla sergilenirdi. Dolayısıyla İpek Yolu, Doğu'dan Batı'ya muhteşem bir medeniyet taşıdı. Taşınan değerli malların başında -özellikle Batı'nın Aydınlanma Çağı'nda- eşsiz el yazması eserler geliyordu. İngiliz Hükümeti adına Aurel Stein²⁸, Fransız Hükümeti adına Fransız arkeolog, sinolog ve aynı zamanda Türkolog Paul Pelliot²⁹ gibi pek çok araştırmacı seyyah çeşitli dönemlerde Asya'ya gelmiş İpek Yolu bölgesinden çok sayıda Sanskritçe, Uygurca, Türkçe, Toharca, Çince ve diğer dillerde yazma eser bulup ülkelerine götürmüşlerdir. Başta kutsal kitaplar olmak üzere çok çeşitli konularda yazılmış bu değerli hazineler estetik mükemmelliklerinin yanı sıra muhtevaları ile doğunun medeniyetlerinin kudretini, ilmini, teknolojisini, kısaca insanlık tarihinin tüm birikimini Batı'ya aktarmış oldular.” (s.191-192).

“Doğu'nun ipeği, barut ve kâğıdı gibi malları Batı'ya tanıtılırken ceviz, nar, incir vs. gibi birçok Batı malları da Doğu'ya tanıtılmıştır. Her mal, üretildiği toplumun bilgi ve teknoloji akışını taşımaktadır. Ayrıca, İpek Yolu'nun birbirine bağladığı havzaların, iktisadi gelişmesi hızlı olmuştur” (Ersoy, 2014, s. 21).

Yeni topraklar kazanmak amacıyla diplomatlar, memurlar ve askerler gönderen çevredeki imparatorlukların, ticari ve yayılcı planları da İpek Yolu üzerinde etkili olmuştur. İpek Yolu güzergahının üzerindeki şehirlerin boyutları ve zenginlikleri yapılan büyük ticari eğilimden kaynaklanmaktadır. Hakikaten de İpek Yolu hem ticaret hem de kültür alışverişi yönünden o zamanların dünya merkezi olmuştur (Whitfield,

²⁸ Aurel Stein (1862-1943), Orta Asya'daki keşifleri ile tanınan doğu bilimci bir İngiliz arkeologdur. Çin, Tibet, Türkistan, Afganistan, İran, Hindistan gibi ülkelerde kazı bilimsel ve Doğu bilimsel araştırmalarıyla ünlüdür. Böyle bir araştırma gezisi sırasında Kabil'de ölmüştür. Orhan Hançerlioğlu, “Aurel Stein”, *Felsefe Ansiklopedisi Düşünürler Bölümü* (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2012), 1:287.

²⁹ Paul Pelliot (1878-1945), dünyaca ünlü bir Fransız sinolog ve kaşiftir. Pelliot, Orta Asya'da kazı bilimsel araştırmalar yapmıştır. 1908'de Çin'deki Dunhuang Mağaralarını keşfetti, çok sayıda Dunhuang kültürel kalıntısı satın aldı ve onları Fransa'ya götürmüştür. “Paul Pelliot”, (Erişim Tarihi 07.05.2020),

<https://baike.baidu.com/item/%E4%BF%9D%E7%BD%97%C2%B7%E4%BC%AF%E5%B8%8C%E5%92%8C/8969790?fromtitle=Paul%20Pelliot&fromid=11258352&fr=aladdin>

2005, s. 44). Güzergahında birçok ülkeyi birleştiren İpek Yolu, çeşitli dil, din ve inanca sahip farklı kültürlerin arasında köprü görevi üstlenerek ekonomik zenginleşmeyi sağlamıştır.

“İpek Yolu, yalnızca ticari malların değil, aynı zamanda ilimde, kültürde ve sanatta ulaşılan fikirlerin yani bir nevi insanlığın değiş-tokuşunu içermektedir” (Toprak, 2008, s. 7). İpek Yolu üzerinde etkileşime girilerek taşınan öğelerden biri de dinler olmuştur. Örnek vermek gerekirse, Budizm³⁰ İpek Yolu kuzey güzergahıyla Hindistan’dan Çin ve Japonya’ya gelmiştir. Hristiyanlık³¹, İslamiyet³², Zerdüştlük³³ gibi dinler de İpek Yolu üzerinden yayılmıştır. İpek Yolu kültürlerin etkileşime girmesi için aracı olurken hastalıkların yayılmasına da neden olmuştur. İnsanların yapmış oldukları seyahatlerle, virüslerin geniş alanlara yayılmasına yol açarak felaketlerle sonuçlanan salgınlara neden olmuşlardır (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, s. 23).

Efsanevi olmayan ve içerisinde çelişkiler barındırmayan yazılı olan tarihi kaynaklar yalnız başına belirli ölçüde etkilidir. “Bilgilerin yetersiz kaldığı durumlarda, kazılardan çıkan eserlerin, bu boşluğu doldurmada büyük önemi olduğu aşıkardır. Fakat çıkarılan bu eserlerin miktarı, ticari faaliyetin canlılığına bağlıdır. Çünkü eşyaların toprak altında korunması, bu şekilde günümüze kadar ulaşabilmesi, iklim özelliklerine de bağlıdır” (Haussig, 2001, s. 42).

³⁰ Budizm, Güney Asya’dan doğmuştur. Tarihi Buda (“Aydınlanmış Olan”), ayrıca “Saksa kabilesinin Bilgesi” olarak da anılan Siddhartha Gautama MÖ 6. yüzyılda günümüz Nepal havalisinde doğmuştur. Buda’nın çığır açan tasavvuruna göre maddi varlık alemi sonsuz şekilde devam ederken (Hintlilerin samsara dedikleri, doğum, ölüm ve yeniden doğum döngüsü) içindeki hiçbir şey sonsuz değildir. Her şey sadece, önceki sebeplerin sonucudur. Bu sonuçlar da başka etkenlere yol açarlar ve bu böyle sonsuza kadar devam eder. Varlık nihayetinde boş ve anlamsızdır. Sadece gerçekten aydınlanma hedefi bu sonsuz sefalet döngüsünden bir kaçış olabilir. Charles Holcombe, *Doğu Asya Tarihi Çin Japonya Medeniyetin Köklerinden 21. Yüzyıla Kadar* (İstanbul: Dergâh Yayıncılık, 2016), 96.

³¹ Hristiyanlık, Nâsıra’la İsa’nın getirdiği dindir. Hristiyanlık, Yahudiliğin bir reformu ve bir mezhebi olarak doğmuştur. Kutsal kitap olarak İsa’nın söylediklerini ve yaptıklarını anlatan İncil tanınmıştır. İncil, Yahudi şeriatını kapsayan Eski Ahid kitabının sonuna eklenmiş ve Yeni Ahid adıyla anılmıştır. Hristiyanlığın başlıca üç büyük mezhebi vardır. Katoliklik, Ortodoksluk, Protestanlık. Dünya İnançları Sözlüğü, ed. Orhan Hançerlioğlu (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2013), s.v. “Hristiyanlık”, 193-194.

³² İslamiyet, Peygamber Hz. Muhammet’in getirdiği İslam dinidir. Din, tanrısal bir yasadır ki ona uyanlar gerek bu dünyada ve gerek ölümlerinden sonra yaşayacakları öte dünyada mutlu olurlar. Dünya İnançları Sözlüğü, ed. Orhan Hançerlioğlu (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2013), s.v. “İslamiyet”, 350.

³³ Zerdüştlük, Zerdüş’tün kurduğu dindir. Mazdeizm ve Zoroastrizm de denilmektedir. Zerdüş, iyilik ve kötülüğün aynı kaynaktan çıkamayacağını düşünmektedir. Bu yüzden iyiliği Ahura Mazda (Hürmüz)’ya ve kötülüğü Ahriman (Ehrimen, Angra Mainyu)’a bağladı ve bunlar arasında sürekli bir savaş olması gerektiğini tasarlamıştır. Bu savaş, elbette iyiliğin yengisiyle sonuçlanacaktı. Erdemli insan olmak isteyen insan iyilikten, ışıktan, gökyüzünden yana olmalıydı. Zerdüş böylelikle toplumsal düzenin sağlanacağına, üretimin artacağına inanıyordu. Dünya İnançları Sözlüğü, ed. Orhan Hançerlioğlu (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2013), “Zerdüştlük”, 570-571.

İpek Yolu'ndaki arkeolojik izler, Uhlig (2000) tarafından şu biçimde anlatılmıştır:

“Kralların cenaze törenlerinde -yapılan yeni kazılar Çin'de de kullanıldığını görülmektedir- eskiden beri mezarın dekorasyonunda olduğu kadar mumya giysilerinde de ipekten yararlanılmaktaydı. Bu açıdan en heyecan verici buluntu 1972 yılında Çin'in Hunan eyaletinde ortaya çıkmıştır. Bölgenin başkenti Changsha şehrinin yakınlarındaki Mawangdui köyünde Han Dönemi'nin ilk zamanlarına ait bir mezardan elli yaşlarında, yaklaşık MÖ 200-150 yılları arasında yaşamış kadın cesedi çıkartılmıştır. Ceset, yirmi kat ipek ve keten kumaşlara sarılmıştır. Ayrıca tabutu, üzerine resimler boyanmış ipek örtülerle kaplanmıştı. Resimlerde o zamanın günlük yaşamını anlatan sahneler, ayrıca bir çeşit yeraltı ve gökyüzü dünyası tasvirleri yer almaktadır. Çin'de ipeğin gömü geleneğinde oynadığı rolün büyüklüğü, bu yeni keşifle bir kez daha kanıtlanmıştır. Bu açıdan ipek, o zaman bilinen dünyanın her yerinde -Çin'den bakıldığında- en uzak bölgesinde bile aynı anlamı taşımıştır” (s.72-73).

Görüldüğü üzere, İpek Yolu adeta dünya çapındaki etkileşimiyle, yeni devirler açarak tarihe yön vermiştir. Kültürler köprüsü olan İpek Yoluna hâkimiyet kuran devletler değişse de ticaret faktörü hiçbir zaman tam olarak durmamıştır.

Günümüz toplumlarının temelini atılmasında büyük rol oynayan İpek Yolu, Bir Kuşak, Bir Yol (一帶一路 Yīdài yīlù) projesiyle yeniden canlandırılmak istenmektedir. Yeni İpek Yolu Projesi (Bir Kuşak Bir Yol Projesi), Akçay (2017) tarafından şu biçimde anlatılmaktadır:

“Çin Devlet Başkanı Xi Jinping'in³⁴ 2013 yılında ilan ettiği Tek Kuşak Tek Yol (One Belt One Road) projesi ile, İpek Yolu Ekonomik Kuşağı (Silk Road Economic Belt) ve 21. Yüzyıl Deniz İpek Yolu (The 21st Century Maritime Silk Road) programları oluşturularak; Doğu ve Güneydoğu Asya'yı, Orta Asya, Orta Doğu, Avrupa ve Afrika ile bağlayan bir koridor yaratılması hedeflenmektedir. Projenin finansmanı için Asya Altyapı Yatırım Bankası³⁵ ve Şanghay merkezli BRICS³⁶ kurularak Yeni İpek Yolu

³⁴ Xi Jinping 习近平 Xījìnpíng (1 Haziran 1953, Pekin), Çinli siyasetçi Ocak 1974'te Çin Komünist Partisine katılmıştır. Halen Çin Komünist Partisi Merkez Komitesi Genel Sekreteri, Çin Komünist Partisi Merkez Askeri Komisyonu Başkanı, Çin Halk Cumhuriyeti Başkanı ve Çin Halk Cumhuriyeti Merkez Askeri Komisyonu Başkanıdır. “Xi Jinping”, (Erişim Tarihi 08.05.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E4%B9%A0%E8%BF%91%E5%B9%B3>

³⁵ Asya Altyapı Yatırım Bankası (Asian Infrastructure Investment Bank “AIIB”), Asya-Pasifik bölgesinde altyapı inşasını desteklemeyi amaçlayan uluslararası bir finans kuruluşudur. Altyapı inşaatını desteklemeye odaklanan kuruluşun amacı, Asya bölgesinde ara bağlantı ve ekonomik entegrasyon sürecini teşvik etmek ve Çin ile diğer Asya ülkeleri ve bölgeleri arasındaki iş birliğini güçlendirmektir. Çin tarafından başlatılan ilk çok taraflı finans kurumudur. Pekin merkezli, AIIB'nin 13 Temmuz 2019 itibarıyla 100 üye ülkesi vardır. “Asya Altyapı Yatırım Bankası (Asian Infrastructure Investment Bank “AIIB””, (Erişim Tarihi 08.05.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%9A%E6%B4%B2%E5%9F%BA%E7%A1%80%E8%AE%BE%E6%96%BD%E6%8A%95%E8%B5%84%E9%93%B6%E8%A1%8C/12007022?fromtitle=AIIB&fromid=16963883&fr=aladdin>

³⁶ BRICS terimi, Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika'nın baş harflerini aktarıyor. Kelime İngilizce Brick kelimesine benzediği için buna "BRICS" denmektedir. 2001 yılında, ABD Goldman Sachs, BRICS kavramını ilk önce, kısaltma oluşturmak için Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin'in gelişmekte olan dört pazar ülkesinin İngilizce adlarının baş harflerini kullanarak önerdi."BRIC" yazım ve telaffuz İngilizce "tuğla" kelimesine benzediğinden, Çinli medya ve akademisyenler bunu BRICS

Fonu oluşturulmuş ve projeye 40 milyar dolar kaynak ayrılmıştır. Proje kapsamında oluşturulacak hattın 65 ülkeden geçmesi planlanıyor ve bu ülkelerin toplam ekonomi büyüklüğü 21 trilyon doları buluyor. Proje, Çin'i geçmişte Orta Asya, Orta Doğu ve Avrupa'ya bağlayan kadim İpek Yolu'nu ihya etmeyi ve dünya nüfusunun yaklaşık %60 kısmını teşkil eden bu 65 ülkeyle ticaret yapmayı daha da kolaylaştırmayı amaçlamaktadır. Öte yandan, Yeni İpek Yolu Projesi'ne katılan ülkeler ile Çin'in 2015 yılındaki ticari cirosu bir trilyon dolara ulaşmıştır. Bu rakam Çin'in toplam dış ticaretinin yüzde 25'ini oluşturuyor. Rakamlara baktığımızda Çin açısından son derece önemli olan ve Çin'i deniz yoluna bağımlılıktan kurtarması düşünülen proje, Çin'i hem siyasi hem de ekonomik olarak, hat üzerinde bulunan ülkelere yaklaştıracaktır. Çelikten, çimentoya kadar pek çok sektörde kapasite fazlası bulunan Çin, proje sayesinde bu fazlalığı daha rahat pazarlama fırsatı bulacakken, enerji alımı konusunda da çeşitliliği de arttıracak ve Çin ekonomisini daha sağlıklı bir seyirde tutacaktır” (s.77-79).

Bir Özbek atasözü ile özetleyecek olursak, “Evrende iki büyük yol vardır; gökyüzünde Samanyolu, yeryüzünde İpek Yolu” diyerek İpek Yolu'nun insanlık tarihinde ve geleceğinde birçok unsura etki edecek önemli bir yol olduğundan bahsedilmektedir.

Han Hanedanlığının çöküşünden sonra gelen, “6 Hanedanlık Dönemi³⁷ de, denilen uzun dağılma dönemi, Han Hanedanlığı'nın sona ermesinden, Kuzeyli Sui Hanedanlığı'nın tüm güneyi fethederek Çin'i tekrar birleştirmesine kadar süren oldukça karışık bir dönemdir” (Yolaç, 2016, s. 101). Dönemin Çin tarihine en önemli etkisi, Çin'in güney kısmının ilk defa merkez edinilmesi olmuştur.

“3 Krallık, Jin Hanedanlığı, Kuzey ve Güney Hanedanlıkları dönemlerini de içine alan uzun dağılma dönemi, güneye göç eden Çinli hanedanlıklarının devamlılığı bağlamında toparlayıcı bir tanımdır. Bu döneme bir anlamda, ülkenin Kuzey ve Güney Çin olarak ikiye bölündüğü dönem denilebilir” (Yolaç, 2016, s. 101).

“Tarihçiler Kuzey Çin'de 304 ile 439 yılları arasında tam yirmi bir farklı hanedanlık belirlemişlerdir. Geleneksel “On Altı Krallık” etiketine rağmen bu hanedanlıklar, Çince “imparator” unvanını alan kişilerce yönetilen nispeten geniş, çok uluslu, fethedilerek dayalı yönetimler olması hasebiyle gerçekten imparatorluk mesabesindeydiler” (Holcombe, 2016, s. 82).

ülkesi olarak tercüme ettiler. BRICS ülkeleri arasındaki ikili ilişkiler eşitlik, karşılıklı olarak devlet işlerine karışmama ve ortak fayda ilkeleri üzerine kuruludur. “BRICS”, (Erişim Tarihi: 08.05.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E9%87%91%E7%A0%96%E5%9B%BD%E5%AE%B6/1111920?fromtitle=%E9%87%91%E7%A0%96%E5%9B%9B%E5%9B%BD&fromid=232714>

³⁷ Altı Hanedanlık Dönemi (MS.220-589), adını, başkent olarak güney Çin'deki bugünkü Nanjing (eski Jianye/Jiakang) şehrini kullanmış ve ‘ardı ardına’ gücü ele geçirmiş olan 6 hanedanlıktan alır. Bu hanedanlıklar; Wu (222-280), Doğu Jin (317-420), Song (420-479), Güney Qi (479-502), Güney Liang (502-557), Güney Chen (557-589). S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 101.

Bu dönemlerde, kuzeyde Han Çinlisi ayrımı ortadan kalkmıştır. “Han milliyetinden olmayanlar Çinlilerle evlendi. Çince öğrendi, yemek ve kıyafet tarzlarını Çinlileştirdi. Han Çinlileri ise yemek, kıyafet, müzik ve sanat gibi konularda bazı farklı kültürleri benimsedi. Böylelikle kültürel bir kaynaşma yaşanarak ‘Çinli’ kavramı genişlemiş oldu” (Yolaç, 2016, s.106).

“Bölünme Çağı boyunca Güney Çin’de sadece tarım değil, Güney hanedanlığının ekonomisi de artarak özelleşip ticarileşmiştir. Ekonominin ticarileşmesi, uluslararası deniz ticaretinin artış göstermesiyle daha da hayat bulmuştur. Bu ticari canlılık sayesinde Güney hanedanlığının başkenti (günümüz Nanjing) 500’lerin başına kadar 1,4 milyonluk muhtemel nüfusuyla dünyanın en büyük şehri olmuştur” (Holcombe, 2016, ss. 88-89).

4. yüzyılda ticaret Çin’in kuzeyde durgun bir şekilde geçmiştir. “İki yüzyıl boyunca kuzey Çin’de hiçbir yeni para tedavüle çıkarılmadı. Birçok tarım arazisi otlak olarak kullanıldı (veya boş bırakıldı). Hayvancılık ekonomisi kuzey Çin’de derinden yaygınlık kazandı” (Holcombe, 2016, s. 83).

Dağılma dönemi Çin’in karanlık çağı olarak anılsa da bu dönemde, sanat ve teknolojide önemli gelişmeler de olmuştur. “El arabası ve uçurtma bu dönemde icat edilmiştir. Astronomi, kimya ve tıp alanlarında pek çok yenilikler oldu. Budist yazıtların Çinceye çevrilmesinin kaligrafi sanatına ve edebiyatına katkıları oldu. Budist sanat Çin’e girdi ve Yungang, Longmen, Dunhuang mağaralarındaki etkileyici heykeller kayalara oyulmuştur” (Yolaç, 2016, s. 108). Yaşanan çok ulusluluk çağında hem Kuzey hem de Güney Çin’de mağaralar yapılmasına rağmen, kuzeydeki mağaralar ticaret yollarına daha yakın olduğu için daha çok ilgi çekmektedir. Mağaralardan turizme açılmış olanları her yıl yüzlerce yerli yabancı turisttin geldiği ve günümüzde Çin’de Çin Seddi, Yasak Şehirden sonra en çok ziyaret edilen mekanlardan biridir.

Sui Hanedanlığı (隋朝 Suí cháo), 589 yılında Kuzey ve Güney Çin’i birleştirerek 3000 yıldan uzun süren dağılma dönemine son vermiştir. 37 yıl süren Sui Hanedanlığı (MS 581-618), takiben gelen güçlü ve refah içindeki Tang Hanedanlığı’nı idari sistemler konusunda fazlasıyla etkilemiştir.

Sui Hanedanlığı, önceki hanedanlıkların oluşturduğu merkezileştirilmiş sistemi ve beraberinde tüm devlet işlerinin yönetildiği “Üç Bölüm ve Altı Bakanlık” sistemini geri getirmiştir. Bu yapı içerisinde, karar verme işlevi, değerlendirme ve müzakere işlevinden ayrılmıştır. Bu üç işlevin her biri başka birimler tarafından uygulanmıştır. Yerel yönetim bölgelerinde, mevcut üçlü yönetim biçimi iki katmanlı bir sisteme indirgenmiştir. Bu da merkezi yönetim tarafından yerel işlerin daha etkin bir şekilde kontrol edilmesini sağlamıştır (Liu H. , 2018, s. 39).

Çin’in ticaret ve haberleşmesinin can damarı olarak iç su yolları da sayılabilmektedir. 605-611 yılları arasında yapılan çalışmalarla Sarı Nehir ve Yangzi Nehirlerini birbirine bağlayan Büyük Kanal Projesini tamamlayan Sui Hanedanlığı, toplam uzunluğu 2500 mili aşan beş ana nehri birbirine bağlamış oldu. Kanal yerel yönetim birimleri üzerindeki merkezi idareyi sağlamlaştırmıştır. Kuzey ve Güney Çin arasındaki atardamar görevi görmüş ve günümüz Çin ekonomisinde kilit bir rol oynamaktadır. Sui Hanedanlığında tekstil, porselen, gemi yapımı ve inşaa endüstrileri fazlasıyla gelişmiştir. Gemi yapımı teknolojisi ayrıca gelişmiş, büyük gemilerin yapımının önü açılmıştır (Liu H. , 2018, s. 40).

“Büyük Kanal; kuzey batıda Hangzhou’dan Luoyang yakınlarında Sarı Irmak’a kadar ve oradan da şu anda Pekin’in bulunduğu kuzey doğuya kadar uzanıyordu. Aslında kuzey ile güneyi, doğu ile merkezi bağlıyordu. Yeniden birleşen bir imparatorluk için ana arterdi. Şüphesiz modern öncesi tarihte tek bir hükümdar döneminde yapılmamış en büyük su yolu sistemiydi” (Keay, 2011, s. 229).

Sui Hanedanlığı döneminde Çin büyük gelişim göstermiştir. Günümüz Vietnam’a kadar güney bölge fethedilmiştir. Orta Asya ülkeleri Çin’e bağlı devletler haline gelmişlerdir. Çinliler Tayvan’a ilk defa bu dönemde yerleşmeye başlamış ve Japonlarla ilk diplomatik ilişkiler kurulmuştur. Bu dönemde kuzeyde Çinliler için en tehlikeli düşman olarak görülen Göktürk Devleti³⁸ bulunmaktaydı. Büyük finansman

³⁸ Göktürkler, 552-744 yılları arasında Orta Asya’da hükümdarlık sürdürmüş ve ilk Türk adıyla kurulmuş Türk devletidir. Göktürklerin kökeni kaynaklarda efsanelerle karışık anlatılmıştır. Arkeolojik ve bazı kesin tarihi bilgiler söz konusu noktalara ilave edildiği zaman ortaya çıkan sonuç, Göktürklerin, 542 yılı öncesinde Altay Dağları’nın güney eteklerinde yaşıyor olmaları ve Hunların kuzey boylarından gelmeleridir. Kendilerinin ve bütün komşularının kaynaklarında Türk(ler) adıyla kaydedilen bu yeni siyasi yapı Orhun Yazıtlarında bir defa Kök Türk adıyla anılmıştır. Hunların devamı oldukları açıkça bildirilen Türklerin yaklaşık iki yüzyıl sürecek tarihleri boyunca ortaya model bir devlet çıkmıştır. Türk kültür ve edebiyat tarihi açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Ahmet

gerektiren projeler nedeniyle Sui Hanedanlığı zayıflamış ve zaman içerisinde Orta Asya Devletleri üzerindeki hakimiyetini Türklere kaptırmıştır. Türk grupları Sui Hanedanlığının yıkılışında da etkili olmuşlardır (Yolaç, 2016, s. 133).

Sui Hanedanlığının yıkılmasından sonra Çin tarihindeki önemli yeri ve süregelen etkisi abartılamayacak kadar fazla olan Tang Hanedanlığı (MS 618-907) kurulmuştur. Tang Hanedanlığı (唐朝 Táng cháo) 289 yıl hüküm sürmüştür ve Çin'in politik, ekonomik ve kültürel olarak en gelişmiş dönemi diyebiliriz. “Şunu hatırlamak lazım ki Tang Hanedanlığı, Çin'i, dünyanın en güçlü imparatorluğu yapacak her türlü mirası Sui Hanedanlığından devralmıştır. Yönetim sistemi, Han Dönemi'ndeki gibi, 'Konfüçyuscu devlet ideolojisi ile Kanuncu devlet yapısını' bir araya getiriyordu” (Yolaç, 2016, s. 134).

Tang Hanedanlığı döneminde, Çin'de refah, kültürel zenginlik, aristokratik entelektüellik, askeri güç ve dış ilişkilerde üstünlük birleşerek Han Hanedanlığı zamanından beri yanından geçilememiş bir asr-ı saadet dönemi yaşanmıştır. Tang Hanedanlığı'nın başkenti ayrıca İpek Yolunun başlangıç şehri olan Xi'an, dünyanın en büyük ve en renkli kozmopolit şehri olmuş; tüccarların, diplomatların ve kültür arayışı içinde ki Japonya, Kore, Orta Asya, Vietnam ve Güney Çin Denizi'nden gelenlerin merkezi ve Arapların, Perslerin, Yahudilerin ve Akdeniz havzasındaki Hristiyanların memnuniyetle karşılandığı bir yer olmuştur (Liu H. , 2018, ss. 40-41).

“Tanglar vergi tahsilatını çok sıkı tutmuşlardır. Mülkiyeti devlete ait olmak kaydıyla halka toprak dağıttılar ve hasadın belli bir bölümünü vergi olarak aldılar. Genel olarak üç tür vergi vardı: Hasat, zorunlu hizmet ve ipek kumaş” (Yolaç, 2016, s. 134).

“Tang İmparatorluğu, Çin'i tüm dünyanın fabrikası haline getirdi. Uluslararası ticaret, başkent Changan'a (bugünkü Xi'an kenti) yalnızca servet yığmakla kalmadı; dünyanın her yerinden düşünürler, sanatçılar da burada toplanmaya başladı. Changan, Asya kültürel birikimini kendine çeken ve yeniden dağıtan bir merkez haline gelmişti” (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, s. 23).

Taşagıl, *Kök Tengri'nin Çocukları Avrasya Bozkırlarında İslam Öncesi Türk Tarihi* (İstanbul: Bilge Kültür Sanat, 2017), 123-124.

Tang Hanedanlığını bu kadar etkili kılan şey nedir? Başkent Xi'an neden bu kadar ilgi çekici bir şehir haline gelmiştir? Bu soruların birçok cevabı vardır. Belkide en önemli neden, Tang Hanedanlığı'nın uyguladığı hoşgörülü yönetim anlayışı idi. İpek Yolu'nun güvenliğinin sağlanmasıyla, seyyahlar, tüccarlar, Budist rahipler, hacılar, Yahudi ve Hristiyanlar şehre akın ettiler ve buraya yerleştiler. Her birinin kendi dinini yaşama özgürlüğü bulunmaktaydı. Ayrıca, kendi ibadethanelerini kurmalarına müsaade ediliyor ve hakları kanunlarla korunuyordu. Gelen yabancılar yanlarında getirdikleri malları satabiliyorlardı. Yaşanan gelişmeler sonucunda Xi'an 1 milyon nüfusuyla dünyanın en kalabalık şehri olmuştu (Yolaç, 2016, s. 137).

Tang İmparatorluğunda meydana gelen ilklerden biri de kâğıt paranın kullanımınıdır. Kâğıt paranın tarih sahnesine çıkışı ise, Eğilmez (2018) tarafından şu biçimde anlatılmıştır:

“Kâğıt para ilk kez 7. Yüzyılda Tang Hanedanı'nın hükümrânlığı sırasında Çin'de kullanıldı. Madeni paralarını sürekli yanlarında taşımak zahmet ve riskinden kurtulmak isteyen tüccarlar, paralarını güvenilir kişilere emanet olarak bırakıyorlar ve karşılığında yazılı bir senet alıyorlardı. Zaman içinde bu senetler arkalarına devir kayıtları ve mühürleri konularak yani bir anlamda ciro edilerek, başkalarına devredildi. Böylece malı alan kişi bunun karşılığında satıcıya bu emanet senedini devrettiğinde para el değiştirmiş oluyordu” (s.63).

Çin öylesine etkili bir dönem yaşıyordu ki, komşu ülkeler başkent Xi'an'da elçilik kurmuşlardı. Çin'in komşu ülkeleri olan Japonlar, Vietnamlılar, Koreliler bu dönemde birçok şeyi Çin'den öğrenmişlerdir. Çin yazı sistemi bu dönemde komşu ülkelere öğrenilmiştir. Hindistan'dan ticaret dolayısıyla öğrenilen Budizm'i, Japonlar Çin'den Tang döneminde öğrenmişlerdir (Yolaç, 2016, s. 138).

Tang Hanedanlığı dönemindeki üretim; tekstil, seramik, kâğıt yapımı, demir eritme ve dökümünü içeren gelişmeler, Sui Hanedanlığındaki endüstrisinin temelleri üzerine inşa edilmiştir. İpek ürünler yüksek kalitelerinden dolayı nam salmışlardır. Boyama, renklendirme ve pamuk ürünlerinin üretiminde gelişmeler sağlanmıştır. Beyaz ve yeşil Tang porselenleri, eşsiz teknik mükemmelliği ile biliniyordu ve üç renkli porselen parçaları üstün sanat eserleri olarak tanınmaktaydı. Matbaa teknolojisi geliştirilmeye başlanmış ve bazı Konfüçyüsçü eserler basılmış ve yayımlanmıştır. Matbaanın ortaya çıkışı, kültür ve bilginin muhafazası, genişletilmesini büyük ölçüde kolaylaştırmıştır. Tang Hanedanlığı döneminde Çin'in, dünya çapındaki etkisi nedeniyle

denizaşırı yerlerdeki Çinlilere genellikle Tang İnsanı (唐人 Táng rén) ve yaşadıkları ya da işletmelerinin bulunduğu yerlere ‘Tang Sokağı’ denilmiştir (Liu H. , 2018, s. 41).

Tang Hanedanlığında Çin, o zamanki dünyanın en zengin ve en gelişmiş devletlerinden biridir. “Hanedan müthiş bir kültürel canlılık devrinde saltanat sürmüştür ve o devrin şiiirinin ve porselen işçiliğinin kalitesi bir daha hiç aşılmayacaktır. Tang Hanedanlığının etkisi Asya’nın çoğu yerine, hatta Avrupa ve Afrika’ya kadar uzanacak ölçüde geniş ve uzun menzillidir” (Gelber, 2010, s. 59).

İmparatorluk sınırları büyük oranda genişlemiştir. Han Hanedanlığından daha büyük bir alanı kaplamıştır. İmparatorluğun sınırlarının genişlemesinin ve uluslararası ticaretteki gelişmelerin sonucu olarak çeşitli dinler, özellikle Budizm, Çin’e yayılmıştır. Budizm bunun ardından bir adaptasyon sürecinden geçmiş ve geleneksel Çin kültürünün bir parçası olmuştur. Tang Hanedanlığının bir başka özelliği ise bütünlüğü olan ilk Çin suç yasası çıkarılmıştır. Sui Hanedanlığına kıyasla Tang yasasının ceza ağırlığı fazlasıyla hafifletilmiştir (Liu H. , 2018, s. 41).

Tang Hanedanlığı’nın çöküş döneminin başlangıcı olarak kabul edilen iki önemli olay vardır. Bunlar; Talas Savaşı³⁹ ve An Lushan İsyanı⁴⁰’dır. An Lushan isyanından sonra Tang Hanedanlığının tekrardan gücünü ele geçirmesi on yıl sürmüştür. Artık, Çin müttefiklerine karşı güvensiz ve temkinli bir şekilde yaklaşacaktır. Bu nedenle, Tang Hanedanlığının hoşgürüsü yok olacaktır (Yolaç, 2016, s. 144).

³⁹ Talas Savaşı, 751 yılında bugünkü Kırgızistan sınırları içindeki Talas Nehri civarında, Abbasiler ve müttefiki olan Karluklar ile Çinliler arasında yapılan bir savaştır. Talas Savaşı, Tang Hanedanlığı ile Arap Abbasi halifeliği arasında Siri Derya (Seyhun Nehri) havzası üzerinde egemenlik mücadelesi nedeniyle gerçekleştirilmiştir. Çin ordusunun yenilgisi ile sonuçlanan muharebe gerek Çin gerekse Türk ve İslam tarihi açısından önemlidir. Talas Savaşı’nın, Arap-Türk düşmanlığının azalmasına ve Türklerin Müslümanlığı tanınması ve kabul etmesini hızlandırmasına neden olduğu düşünülür. Savaş sonunda esir alınan Çinliler sayesinde kâğıt yapım teknikleri Araplar tarafından öğrenilmiştir. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 144-145.

⁴⁰ An Lushan İsyanı (安史之乱 Ānshǐzhīluàn), Çin’de Tang Hanedanı döneminde, 755-763 yılları arasında yaşanmış, büyük toplumsal kargaşa ve huzursuzluk ortamına neden olan ayaklanmadır. Melez bir komutan olan General An Lushan’ın Kuzey Çin’de kendi imparatorluğunu ilan etmesiyle başlamıştır. Tang Hanedanına sadık aileler ve onların karşısında yer alan aileler, ile isyan büyümüştür. Uygur Türkleri An Lushan İsyanının bastırılması için Tang Hanedanlığına destek vermiştir. Uygurların Tang Hanedanı’na verdiği destek, iki devlet arasındaki ilişkilerin gelişmesinde çok etkili olmuştur. An Lushan’ın bu denli büyük bir isyan çıkartabilmesinin sebebi Tang Hanedanlığının askeri sisteminde aksaklık bulunması ve An Lushan’ın bu aksaklıkların farkında olmasıdır. İsyanın bastırılmasındaki başarı büyük ölçüde Uygur Türklerinin iş birliği sayesinde gerçekleşmiştir. İsyan sonrası büyük bir kargaşaya, dev kayıplara ve geniş bir sahada yıkıma neden oldu. Tang Hanedanlığı zayıflamıştır. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 143-144.

907 yılında çocuk olan son Tang imparatorunun öldürülmesi ile Tang Hanedanlığı fiilen sona ermiş ve Xi'an başkent statüsünü kaybetmiştir. İmparatorluk tekrardan parçalara bölünmüştür. Bu yeni dağılma dönemi, "Beş Hanedanlık ve On Krallık Dönemi" olarak adlandırılmaktadır. 907-960 yılları arasında 53 yıl Çin'in kuzeyinde beş hanedanlık dönemi yaşanırken, güneyinde ise on krallık dönemi yaşanmıştır (Yolaç, 2016, s. 147).

Beş Hanedanlık ve On Krallık Dönemi olarak adlandırılan kısa dağılma döneminden sonra, 960-1279 yılları arasında hüküm süren Song Hanedanlığı (宋朝 Sòng cháo) yeniden Çin'i bir çatı altında birleştirmiştir. 319 yıl süren Song Hanedanlığı, Kuzey Song Hanedanlığı (MS 960-1127) ve Güney Song Hanedanlığı (MS 1127-1279) olarak iki döneme ayrılmıştır.

Song Hanedanlığı, kendisinden önceki hanedanlıklara göre ordu ve güç yönünden daha zayıftır ama bu döneme "Çin Rönesans'ı" da denilebilir. Kültür ile teknolojide büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Özellikle sanat ve edebiyatta yeni boyutlara ulaşılmıştır. Song Hanedanlığının etkisi Tang Hanedanlığı kadar kuvvetli olmasa da, ekonomide bir diriliş yaşanmıştır (Liu H. , 2018, s. 42). Song Hanedanlığının yenileşim çağı, Tang Hanedanlığının ithalat (dış satım) çağından çok farklıdır. Bu durum, Keay (2011) tarafından şu şekilde anlatılmıştır:

"Basılı kitap, cehaleti süpüren bir yel gibiydi, pusula yön bulmaya yarayan bir aletti ve dinamit ise, havai fişekten, savaşa terfi etmişti (özellikle maden takviyelerinde ve itici fişek yerine patlayıcı olarak kullanılıyordu). Fırınlarda odun kömürünün yerini maden kömürü almış, kuzeyde ağaç işleyen demirhane ve ocaklar kapatılmıştı, silahlarda, uygulamalar ve inşaatlarda demir yerini artık çeliğe bırakmıştı. Kadastro ve harita çalışmaları çok büyük hassasiyetle çiziliyordu. Dünyanın çevresini neredeyse metre farklı ile doğru hesaplamış, Büyük Kanal'ın 420 km olan uzunluğunu milimetresine kadar ölçmüşlerdi" (s.320).

"Çin İmparatorluğu Song Hanedanı döneminde (MS 960-1279), denizcilik teknolojisi konusunda dünya lideriydi; sahip olduğu filolar, imparatorluğu fetihler ve keşifler dönemine taşıyabilirdi. Ne var ki Çin denizaşırı sömürgeler edinmemiş ve kendi kıyılarının ötesindeki ülkelere pek fazla ilgi göstermemiştir" (Kissinger, 2015, s. 28). Uluslararası deniz ticareti yapılmaya başlanıldığı ilk dönemlerde Çin limanlarına başta Güneydoğu Asya, sonra Arap ve İran gemileri gibi yabancı gemiler gelmektedir. Ama Song Döneminde gemilerden büyük ve en ihtişamlı olanları Çin gemileri sayılmaktadır. Bu dönemde Çin gemilerindeki su almaz kamaralar, yön değiştirebilen yelken, derinlik

ölçme cihazları, manyetik pusulalar gibi gelişimlerle denizcilik konusunda Song Hanedanlığı ileri seviyededir (Holcombe, 2016, s. 162).

Kâğıt paranın ortaya çıkışı, Çin dönem koşullarında metalin kısıtlı olmasından hem de bakır paranın uzun mesafe taşımada ağırlık yapmasından gerekli olmuştur. 1120 yılında Song Hanedanlığı tarafından dünyanın ilk devlet kaynaklı kâğıt para basımını gerçekleştirilmiştir. Jiaozi denilen kâğıt paralar resimli, şifre kodlu, imzalı ve damgalıydı. Kullanımları ticarete ve pazar büyümelerine ciddi ölçüde fayda sağlamıştır (Liu H. , 2018, s. 42). “Song Döneminde, önceden uzun mesafeli dünya ticaretinin ana mental olan yükte hafif pahada ağır lüks eşyalar; dokuma, porselen, biber, pirinç, şeker ve hatta kereste gibi yükte ağır pahada hafif mallar karşısında geri çekilmiştir. Çünkü artık bu ikinci grup mallar sürümden kazanıp kar etmek için uzun mesafelere nakledilebiliyordu” (Holcombe, 2016, s. 162).

Yaşanan ekonomik hayat ve sosyal değişim ile Song Hanedanlığını refah ve yenilikler dönemi olarak adlandırmak mümkündür. Song Hanedanlığında yaşanan refah ve yenilikler dönemi, Yolaç (2016) tarafından şu biçimde tanımlanmaktadır:

“Çiftçiler Song Dönemi’nde, sadece hayatlarını sürdürmek için çalışmadılar. Hasadın artan kısmını yakın şehirlerdeki pazar yerlerinde satabiliyor ve kazançlarıyla, yağ, kömür, çay ve içki gibi ürünleri satın alabiliyorlardı. Bu sayede çiftçilerin hayat standartları oldukça yükselmiştir. Tüccarlar, gelişme göstererek daha organize bir yapıya geçmişlerdir. Büyük şehirlerde esnaf loncaları kurulmaya başladı. Loncalar, ürün bazında fiyat tayini ve devletle vergi meselelerinin müzakere edilmesi gibi işlevler üstleniyorlardı. 11. yy.’da Çin’de yaklaşık 125 bin ton demir üretiliyordu. Üretim, ok ucu, zırhlar ve yüksek ısı gerektiren çelik kılıçlardan; çivi, metal aletler, heykel yapımına uzanan, çok çeşitli amaçlarla kullanılıyordu. Seramik eşyalar ve sanatı, Song Dönemi’nde mükemmelleşti. Dünyanın en pahalı kumaşı olan, ipek kumaş, halen Çin’in tekelindeydi ve Song Dönemi’nde üretim ve ihracatı artarak devletin en önemli gelir kalemi olamaya devam etti. Bu müreffeh imparatorluk ve artan nüfus, doğal olarak büyük şehirler oluşmasına neden oldu. 50 binin üzerinde nüfusu olan düzinelerce şehir ortaya çıkmıştı. Fakirler ve düşkünler için sosyal hizmetler veriliyordu. Devlet destekli hastaneler, huzur evleri ve mezarlıklar vardı. Porselen yemek ve çay takımlarının sanat düzeyine ulaşan tekniklerle üretilmeye başlanmıştır. O zamana kadar sadece saray için üretim yapan porselenciler, artık şehir hayatının gerektirdiği lüks tüketime yönelik olarak da porselen yemek ve çay takımları üretiyorlardı. Bu bağlamda seramik üretimi, Çin’in ticarileşen ilk sanayi kolu sayılır.” (s.152-153).

Song Hanedanlığı ticari refah seviyesine erişmiş ve teknoloji, kültür, sanat dallarında gelişmiş olmasına rağmen, askerî açıdan zayıf durumda olması gerilemesine neden olmuştur. Güçlenen Moğollar 1279 yılında Song Hanedanlığı’nı fethederek tüm Çin’i ele geçirmişlerdir. Moğolların kurduğu Yuan Hanedanlığı (1279-1368 元朝 Yuáncháo), 89 yıl boyunca Çin tarihinde ilk defa Han olmayan bir millet tarafından Çin

coğrafyasına hükmetmiştir. Moğolların Çin'e girişi Cengiz Han⁴¹ tarafından başlatılsa da Yuan Hanedanlığını kuran torunu Kubilay Han olmuştur. Moğollar Çin'i fethetmekle kalmamış; üstün askeri becerilerini kullanarak Batı Asya, Orta Doğu (İran ve Irak) ve Avrupa'nın çeşitli bölgelerine (Rusya, Ukrayna, Polonya, Macaristan) de yayılmışlardır (Liu H. , 2018, s.42).

“Moğolların fetihleri nedeniyle Çin, Tang Hanedanlığı'ndan sonra ilk defa ticaret yollarına hakim olmuştu. Hem kara, hem de deniz ticareti, yanı sıra Büyük Kanal'ın bakım görmesiyle, iç ticaret de hızla artmaya başladı. Kağıt para ilk defa imparatorluk sathında geçerli tek para birimi olmuştur” (Yolaç, 2016, s. 165).

Döneminin en büyük ve en zengini olan Yuan İmparatorluğu, Çin'in daimi sınırlarını kısmen çizmiştir. Batılı diplomat elçiler, tüccarlar, turistler ve rahipler Çin'e akın etmişlerdir. Kubilay Han döneminde, Venedikli tacir Marco Polo Çin'deki büyük şehirleri gezmiş ve resmi bir yerel idari görev almıştır. Gezi tecrübeleri üzerine yazdığı *II Milione* (Marco Polo'nun Seyahatleri) kitabında refah ve bolluk içindeki kalabalık nüfuslu imparatorluğu anlatmıştır. Avrupa'da geniş kitlelerce okunan kitapta denildiği üzere, Hint Adaları için farklı bir yol bulmak isteyen Kristof Kolomb gibi pek çok kaşifi etkilemiştir. Aynı zamanda Avrupa'nın Çin medeniyetine ilgi duymasını sağlamıştır. Bu dönemde Araplar aracılığıyla pusula, kağıt ve matbaa gibi Çin icatları Avrupa'ya getirilirken, Arap astronomisi, tıp ve matematik Çin'e aktarılmıştır. Bu arada, Asya'nın orta, batı ve güney bölgelerine önemli ölçüde Çin göçü yaşanmıştır (Liu H. , 2018, ss.42-43).

Kızıl Sarıklılar İsyanının⁴² büyümesiyle 1368 yılında Pekin işgal edilmiştir. Yuan Hanedanlığı yıkılmış ve Moğollar ata topraklarına kuzeye çekilmişlerdir. Yuan Hanedanlığının yıkılıp yerine Ming Hanedanlığının (明朝 Míng cháo 1368-1644)

⁴¹ Cengiz Han (成吉思汗 Chéngjísīhán 1162–1227), doğum adıyla Temuçin'dir. Moğol komutanı, hükümdar ve Moğol İmparatorluğu'nun kurucusudur. Cengiz Han, dünya tarihinde seçkin bir politikacı ve askeri stratejistir. “Cengiz Han”, (Erişim Tarihi 11.05.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%9B%E5%84%BF%E5%8F%AA%E6%96%A4%C2%B7%E9%93%81%E6%9C%A8%E7%9C%9F/8180423?fromtitle=%E6%88%90%E5%90%89%E6%80%9D%E6%B1%97&fromid=7526>

⁴² Kızıl Sarıklılar veya Kızıl Türbanlar isminde dini kaynaklı bir isyan grubudur. Kızıl Sarıklılar, Manicilik, Budizm, Konfüçyuscu ve Daoçu değer ve semboller kullanan Beyaz Nilüfer Topluluğu isimli tarikatın güçlü bir koludur. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 170.

kurulmasıyla Çin'in kontrolü bir kez daha etnik Hanların eline geçmiştir (Yolaç, 2016, s.167).

Ming Hanedanlığı, büyük bir ekonomik refah dönemiyle dünya tarihine damga vurmuştur. Tarımın gelişmişlik düzeyi önceki hanedanlık dönemine kıyasla çok daha üstündür. Bu durum ticaret ve endüstride büyük bir ilerlemeye yol açmıştır. Beyaz ve Mavi Ming porselen objeler ve Xuande tütsü kapları (ilk pirinç eserler) o zamandan beri paha biçilemez sanat eserleri olarak görülmüştür. Yeni ekonomik yönetim anlayışında yetenekli bürokratlar seçme amacıyla, eğitim ve sınav sistemlerinin geliştirilmesine önem verilmiştir. Okul ve öğrencilerin sayısı, Tang ve Song Hanedanlıkları dönemindeki sayıyı, büyük bir farkla aşmıştır. Eğitime gösterilen ülke çapındaki ilgi, toplumsal statüyü arttırmıştır (Liu H. , 2018, s. 43).

1500 yılına gelindiğinde Ming ekonomisi yeni bir zirveye ulaşmıştır. Demirden yapılan üstün kalitedeki tarım aletlerinin kullanımı yaygınlaşmış ve tarımsal teknoloji inanılmaz derecede geliştirilmiştir. Demir eritme ve demir dökümü, porselen yapımı endüstrilerinde üretilen birim boyutu ve sayısında büyük başarılarla imza atılmıştır. Özellikle, tekstil endüstrisindeki teknolojik gelişmelerin sonucu olarak ipek dokuma ve pamuk eğirmede büyük adımlar atılmış, renk renk ve çeşit çeşit tekstil ürünleri üretilmektedir. Zanaat endüstrilerindeki ve tarımdaki büyüme birleşerek bankacılık sektöründe hızlı bir gelişme yaşanmıştır. Bu gelişim, kasaba ile şehir merkezleri ve ticari merkezlerin büyümesine yol açmıştır. Bölgesel bir güç olarak Ming Hanedanlığının, Asya ülkelerine siyasi, kültürel ve ekonomik etkisi olmuştur. Ming yönetiminin komşu ülkelerle dostane ilişkiler gütmeye siyaseti ile birlikte 12 çevre ülkeye 30 elçi gönderilmiş, 17 devlet ise Çin'e toplamda 135 elçi yollamıştır. Kore, Vietnam, Japonya, Burma, Kamboçya ve Hindistan başta olmak üzere Asya ülkeleriyle ticaret gelişmiştir. Fakat, Ming yönetimi dış ülkelerden gelen ticari heyetlere kısıtlamalar koymuş, kalma vakitlerini, insan ve gemi sayılarını sınırlamıştır (Liu H. , 2018, s.44).

Ming Hanedanlığının ilk imparatoru olan Zhu Yuanzhang'nın (Hongwu 洪武) gayesi, Han ve Tang dönemlerinde olduğu gibi Çin'in merkezi konumunu tekrar kazandırmaktır. Bu amaçla haraç sistemini tekrardan canlandırmayı seçmişlerdir. Zhu

Yuanzhang, her türlü alışverişin haraç sistemi⁴³ ile gerçekleşmesi maksadıyla bireysel dış ticareti yasaklamıştır. Üçüncü Ming imparatoru olan Yongle⁴⁴ Çin'in teknolojik üstünlüğünün ve zenginliğinin haraç sistemiyle ortaya çıkartılması gerektiği düşüncesindedir. Bu amaçla potansiyel ülkelere deniz seyahatleri düzenlemeyi planlamışlardır. Yongle, seferleri komuta etmesi maksadıyla çok güvendiği Müslüman hadım olan Zheng He'yi⁴⁵ seçmiştir (Yolaç, 2016,s.174).

Haraç sistemi, Ming Hanedanlığından daha öncesi dönemlerden itibaren devam eden bir uygulamadır. “Bu politikayla Çin dışındaki birçok ülke ile güçlü ilişkiler ve karşılıklı fayda sağlayan ticari ilişkiler kurulmuştur. İmparator Yongle'nın Zheng He'nin seyahatleri ile Güneydoğu Asya ülkeleri arasında haraç sistemi politikasını uyguladığı aşikardır” (Ceylan, 2017, s. 118).

Zheng He'nin Batı'ya yedi seyahati ise, Yolaç (2016) tarafından şu şekilde açıklanmaktadır:

“1405-1433 tarihleri arasında toplam 7 sefer düzenlenmiştir. Seferler için oluşturulan filo dünyanın o güne kadar gördüğü en görkemli olanıydı ve Birinci Dünya Savaşı'na kadar böylesine büyük bir filo daha bir araya gelmeyecekti. İlk sefer için en büyüğü 134 metre uzunluğunda olan 62 büyük 225 küçük gemiden oluşan filo, tam 27.000 kişiyi taşıyacak kapasiteye sahipti. En büyük gemilere 'Hazine Gemisi' (Bao Chuan) deniyordu ve yaklaşık modern bir futbol sahası uzunluğundaydı. İlk üç seyahat Hindistan'a, dördüncüsü Pers körfezindeki Hürmüz ve son üç tanesi Afrika'nın doğu sahillerine kadar uzandı. Gemilerde haraç sistemine dahil olabilecek 'potansiyel' bağlı

⁴³ Haraç Sistemi, Çin liderliğinde barışı koruma ve ticareti sürdürme sistemi olarak açıklanabilir. İki taraflı fayda sağlar. Çin, kendisine biat eden ülkelere ticaret izni ve vergi muafiyeti vererek onları biat etmeye teşvik ederken, Çin'le imtiyazlı ticaret hakkına sahip olan ülkeler de bu ticaret nedeniyle zenginleşirler. Biat eden ülke belli aralıklarla Çin'e hediyeler getirir. Bu hediyeler maddi hediyeler değildir. Aksine Çin'de bulunmayan egzotik meyveler ya da hayvan türleridir. Çin'de buna karşılık olarak üstünlüğünü temsilen karşı tarafa maddi hediyeler sunar. Böylece barış ve huzur ortamı sağlanmış olur. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 173.

⁴⁴ İmparator Yongle (永樂帝 Yǒnglè di 1360-1424), Ming Hanedanlığının üçüncü imparatoru (Saltanat süresi 22 yıl sürmüştür 1402-1424). Ming Hanedanlığının gücünü doruk noktasına çıkarmıştır. “İmparator Yongle”, (Erişim Tarihi 11.05.2020),<https://baike.baidu.com/item/%E6%9C%B1%E6%A3%A3/183597?fromtitle=%E6%B0%B8%E4%B9%90%E5%B8%9D&fromid=6789284>

⁴⁵ Zheng He (郑和 Zhèng hé), 1371 yılında doğan Zheng He, 1433 yılında vefat etmiştir. Hui etnik ulusuna mensuptur. Zheng He, soyu Hz. Muhammed'e dayanan, Buhara'dan Çin'e göç eden bir ailenin oğludur. Küçüklüğünden beri Yan Prensine hizmet etmektedir. Böylelikle küçüklüğünden itibaren Yan Prensi'nin hizmetkârı, kölesi ve sırdaşı olan Zheng He, geleceğin imparatorunun güvenini kazanmış ve ona daima sadık olmuştur. Bu sadakat onun yüksek mevkilere çıkmasını sağlamıştır. Fatma Ecem Ceylan, “Zheng He'nin Yaptığı Seyahatlerin Çin Tarihindeki Yeri Ve Önemi” (Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, 2017), 89-91.

devletlere götürülen ipek kumaş, sırma kumaş, porselen gibi hediyelerle yola çıkılıyor, dönüşte ise elmas, mücevher, ilaç, egzotik bitki, sebze, meyve ve hayvanlarla yüklenmiş olarak geliniyordu. Bu yüklerin ticari bir amacı yoktu. Özellikle imparatorun ilgisini çekecek Çin'de bulunmayan farklı şeyler getiriliyordu. İmparator Yongle'nun ölümünden sonra düzenlenen yedinci ve son seferin 1433'teki dönüş yolculuğu sırasında Zheng He öldü ve cenazesi denize gömüldü. Anıt mezarı, seferlerinin başlangıç noktası olan Nanjing şehrindeydi” (s.174-176).

Zheng He'nin yapmış olduğu bu seyahatlerde fetih hareketleri yahut sömürgecilik anlayışı güdülmemiştir. Çin, 15. yüzyılda Güneydoğu Asya ülkeleri ve Hint Okyanusu üzerinde belirli bir hakimiyet ile deniz üsleri kurabilecek durumda iken bu bölgelerde sömürgecilik faktöründen uzak durmuştur. Buradan da anlaşılacağı üzere, Zheng He'nin seyahatlerindeki amaç kesinlikle sömürgecilik anlayışıyla bağlantılı değil, ekonomik ve siyasi hedefler üzerine kurulmuştur. Geleneksel Çin ritüellerine göre hareket eden Çin'in barışçıl politikası çok açık bir şekilde görülmektedir (Ceylan, 2017, ss. 229-230).

“Diplomatik ve ticari ilişkiler çerçevesinde ilerleyen seyahatler ile Ming Hanedanlığı'nın tek amacı diğer ülkelere üstünlüğünü kabul ettirmek ve ticareti geliştirmek olmuştur. Bu amaca ise, Güney ve Güneydoğu Asya ülkelerinin güvenini kazanarak ulaşmıştır” (Ceylan F. E., 2017, s. 233). Yapılan deniz seyahatleri, Ming Hanedanlığı'nın dış dünyaya açılmasını ve dış dünyanın da Çin'i tanımada önemli rol oynayarak Çin tarihinin farklı bir boyut kazanmasını sağlamıştır.

Seyahatler sırasında Çin-Güney Asya ve Güneydoğu Asya ülkeleri arasında ticari anlaşmalar yapılmıştır. Her iki tarafında kazançlı çıktığı “kazan-kazan” mantığıyla ilerleyen anlayış ile Çin'in, ekonomik, sosyo-kültürel, diplomatik birçok alanda gelişim ve etkileşim sağlamasında etkili olmuştur. Zheng He seyahatleri ile, Güney Asya ve Güneydoğu Asya ülkelerine Çin kültürünü, bazı dinlerin (İslam, Budizm, Daoizm)⁴⁶ gibi) yayılmasını sağlamıştır. Seyahatlerin yapıldığı ülkelerde birçoğu Zheng He'nin ölümünden sonra mimari ve kültürel alanda inşa edilmiş 17 tane mabet bulunmaktadır (Ceylan, 2017, s. 228).

⁴⁶ Daoizm, Çin'de, Savaşan Devletler Dönemi'nde ortaya çıkan bir dindir. Kurucusu Lao Zi hakkında çok şey bilinmemektedir. Dao'nun karşısında eylemsizlik ya da hiçbir şey yapmama durumu bir amaç olarak takdim edilir ve buna Wu Wei denir. Wu Wei, uyumu getirir ve bazen “kontROLSÜZLÜK” olarak tercüme edilmektedir. Dao'ya uydurulmuş bir hayat doğaldır, değişkendir ve içten gelendir. Asife Ünal, *Kutsal Metinlerine Göre Çin Dinlerinde Kadın* (Ankara: Gece Kitaplığı, 2017), 135.

İmparator Yongle'nın emriyle Zheng He önderliğindeki donanması tarafından Güney ve Güneydoğu Asya ülkelerine toplam altı kez (1405, 1407, 1409, 1413, 1417 ve 1421 yıllarında) deniz seyahatleri düzenlenmiştir. 1431-1433 yıllarında Batı seyahatlerine ilgisi olan İmparator Xuande'nin⁴⁷ (İmparator Yongle'nin torunu) emriyle yedinci son deniz seyahati gerçekleşmiştir. Yapılan deniz seyahatleri önemli reformlara öncülük etsede büyük harcamalara neden olduğu için eleştiri konusu olmuştur (Ceylan F. E., 2017, s. 76). “Seferler masraflıydı ve imparatorluk kaynaklarına büyük bir yük yüklemişti. Vergilerin düşmesi ve “halka nefes aldirmayı” kafalarına takmış Konfüçyüsçü memurlar denge politikasından çıkılarak seferlerin masraflarına değmediğine ikna olmuşlardır. 1433'ten sonra seferler tamamen durmuştur” (Holcombe, 2016, s. 174). Zheng He'nın ölümünden sonra bir daha benzer seferler yapılmamıştır. Devasa filolar bakımsızlıktan ötürü çürümeye terk edilmiştir. Dönemin savaş veziri, Zheng He'nın sefer notlarını ve seferlerde kullanılan haritaları yaktırıştır. Gemilerin sayısı iki adet ile kısıtlanmıştır. 1525 yılında hükümet, Çinlilerin dış ticaret yapmasını yasaklayarak okyanusa açılabilen gemileri yaktırıştır. Bu imha operasyonunun nedenleri hala bir bilinmezlik taşımaktadır. Düşünülen nedenlerden biri, seferlerin sağlamış olduğu ekonomik ve kültürel faydaların yanı sıra sebep olduğu yüklü masraflar nedeniyle vazgeçilmiş olabileceğidir. Diğer yandan, bu dönem de Moğollar Çin için büyük tehdit oluşturmaktadır. Çin Seddi yapımı ve sınır savunma faaliyetleri için büyük bir kaynak ayrılması gerekmektedir (Yolaç, 2016, s. 176).

Ming Hanedanlığının önemli özelliklerinden birisi de, Çin Seddi ve savunma boşluğu olan bölgelerde duvarların yükselmeye başlamasıdır. “16. yy.'ın ortalarından itibaren Ming Hanedanlığı'nın çöküşüne kadar örülen surlar ile takip eden yüzyıllar boyunca Çin'i ziyaret eden batılıların büyük hayranlık ve övgüsünü kazanmış olan ve bugün de turistlerin ziyaret ettiği meşhur Çin Seddi kısımları ortaya çıkmıştır” (Yolaç, 2016, s. 182).

“İktidarını korumak isteyen imparator, kapalı bir 'kendine yeten tarım toplumu' sosyal ideali benimsemiş ve Çin halkına, özel deniz ticaretini yasaklamıştır. Sadece

⁴⁷ İmparator Xuande (宣德 Xuāndé), 1426-1436 yılları arasında hüküm sürmüştür. İmparator Xuande döneminde hanedanlık içindeki istikrar korunmaya çalışılmıştır. Böylelikle İmparator Xuande dönemi Ming döneminin altın çağının yaşanıldığı dönem olmuştur. Fatma Ecem Ceylan, “Zheng He'nın Yaptığı Seyahatlerin Çin Tarihindeki Yeri Ve Önemi” (Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, 2017), 85.

belirli limanlar (Ningbo-Fuzhou-Guangzhou) yabancı tüccarların Çin'den mal almasına imkan vermek için kullanılıyordu” (Yolaç, 2016, s. 184).

“Çin'in denizcilik tarihi bu nedenle kanatları olup da uçamayan bir kuş misali başarısızlıkla sonlanmıştır. Teknik üstünlüğüne rağmen, Çin'in deniz yoluyla keşif alanından kendi isteğiyle çekildiği demlerde, Batı'nın bu alanı ele geçirmeye yönelik ilgisi yeni yeni mayalanıyordu” (Kissinger, 2015, s. 31).

1644 yılına gelindiğinde Çin yönetimi el değiştirmiş ve yeniden yabancı bir hanedanlığın idaresi altına girmiştir. Tarihçiler, Ming Hanedanlığı'nın çöküş nedeninin maliye sisteminin çöküşü olarak değerlendirmektedirler. Ming Hanedanlığı'ndan sonra Çin İmparatorluğu'nun son hanedanlığı olan Qing Hanedanlığı (清朝 Qīngcháo 1644-1911) kurulmuştur. Qing Hanedanlığı, imparatorluğu tarihinin en geniş sınırlarına ulaştırmış ve rakipsiz bir bölgesel güç oluşturmuştur.

2.3.Son İmparatorluktan Günümüze Çin Ticaret Tarihi (1644-...)

Qing Hanedanlığı döneminde Çin, 11,2 milyon kilometrekare ile tarihinin en büyük sınırlarına ulaşmıştır. 18. Yüzyılın sonuna kadar Qing İmparatorluğu dünyanın en zengini olarak kalmıştır. Hanedanlık dönemin ilk yarısında çoğu şehir önceki dönemlerdeki refahını kazanmıştır. Pekin (北京 Běijīng) Çin'in ticari merkezi oldu ve her alanda tüccarlar toptan ürün alıp satmak için orada toplanıyordu. Dış ticaret, Ming Hanedanlığına kıyasla ilerlemiştir. Bu dönem içerisinde Qing İmparatorluğunun, Rusya, Kore, Vietnam, diğer Güneydoğu Asya ülkeleri ve birkaç Avrupa ülkesi ile yakın ticari ilişkileri bulunmaktadır (Liu H. , 2018, ss. 45-46).

“Qing Hanedanlığı'nın 'başlangıçtaki' idari başarısının sırrı, etkili bir vergi reformu ve yeni bir tahsilat sistemi geliştirmek suretiyle devlet gelirlerini arttırıp, hazineyi güçlendirmektir. Qing hükümeti yaptığı reformlarla yerel yönetimlerin vergi tahsilatlarını sıkı kontrol altına almıştır” (Yolaç, 2016, s. 202).

19. Yüzyılın Çin'e etkisi, Holcombe (2016) tarafından şu şekilde aktarılmıştır:

“18. yüzyılda Çin, neredeyse Batı Avrupa'ya benzer bir hayat standardına sahiptir. Bazı tahminler Çin'in gerçekte kişi başına daha fazla şeker tükettiğini ve Avrupa'yla kıyaslanabilecek derecede tekstil ürünü imal ettiğini göstermektedir. Batı Avrupa'daki toprak, emek ve imalat pazarları Çin'dekilerle kıyaslanamayacak kadar gerilerdeydi. Bir bütün olarak, Çin muhtemelen 1800'lere kadar dünyanın en zengin ülkesiydi ve dünyanın toplam üretiminin üçte birini kendisi yapmaktaydı. 1900 yılına gelindiğinde

Çin'in dünya üretimindeki hissesi sadece %6 oranında düşmüştür. Bu Çin'de vuku bulan herhangi bir düşüşten ötürü değil, yeni çıkan sanayi ekonomilerinin aşırı büyümesindedir. Çin'deki birçok insan için, Çin yalnızlaşıp, yoksullaşıyordu; ayrıca etrafi hızla yayılan imparatorluklar tarafından sarılıyordu. Daha önceden Çin İmparatorluğu'na vergi veren komşu ülkeler birer birer yeni yabancı imparatorluk yapılarının içine katılmıştır. Tayvan dışında Çin anayurdu hiçbir zaman bu modern imparatorluklar tarafından doğrudan sömürgeleştirilmedi ancak birçok insan Çin'in liman sistemi antlaşmasının maddeleri ile "yarı-sömürge" konumuna geldiğini düşünmektedir. Bu liman antlaşması, resmi diplomatik antlaşmalarla açılan limanlara atıfta bulunuyordu. Bu antlaşma 1842'deki İlk Afyon Savaşı'nı sona erdirmiştir" (s.232-233).

Ama unutulmamalıdır ki, "Çin, Hind⁴⁸ gibi işgal edilmemiş ve onun gibi sömürge bir ülke haline getirilmemiştir. Fakat, Çin ülkesi zorlanmış, talan edilmiş, düzenli bir şekilde pay edilmiştir. Bütün büyük devletler bunlardan paylarını almışlardır. Çin bu cehennemden ancak 1949'da Çin Halk Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla çıkabilmiştir" (Braudel, 2017, s. 235).

Çin, 19. yüzyılın ikinci yarısına geldiği evrede, ardı ardına kaybedilen savaşlar, adil olmayan antlaşmalar, ödenen yüklü tazminatlar, zorunda kalınan imtiyazlar ile yarı sömürge ve çökmekte olan bir devlet haline gelmiştir. Bu dönemde Osmanlı İmparatorluğu "Avrupa'nın hasta adamı", Çin İmparatorluğu ise "Asya'nın hasta adamı" olarak nitelendirilmektedir. Çin bir ihtimal bu olumsuz şartlarla mücadele edebilirdi fakat, çıkan isyanlar, hızlı nüfus artışları, kıtlık olayları ve yaşanan ihtilalci faaliyetler karşısında Çin İmparatorluğu'nun çöküşü gerçekleşmiştir (Yolaç, 2016, s. 194).

Bakıldığında Avrupa'dan Çin'e ihracat (dış satım) çok sınırlıydı. Çinliler Avrupalıların ürettiği saat, at arabası gibi mekanik ürünlerle pek ilgilenmiyorlardı. Bunun aksine Avrupa, Çin ürünlerine tam ters yönde çok ilgili olmuştur. "Çin'e göre egemen devletler ve onların eşitliği diye bir şey yoktur. Çin'e göre devletlerin hiyerarşik bir düzen içerisinde bulunduğu ve hiyerarşinin tepesinde de Çin'in bulunduğu bir sistem bulunmaktadır" (Adıbelli, 2016, s. 17).

Qing İmparatorluğu, uluslararası politikada önemli bir yere sahip olmasına rağmen, kendisini dış dünyadan soyutlaması onun çağın gerisinde kalmasına neden olmuştur. Batının hızla göstermiş olduğu ilerlemeler karşısında Qing İmparatorluğu modernleşme ve Batılılaşma kavramlarına sıcak bakmamıştır. Batılılaşma kavramı,

⁴⁸ Hindistan olarak anılan Hindistan Cumhuriyeti, Güney Asya'da yer almaktadır. Kuzeydoğu Bangladeş, Nepal, Butan ve Çin doğu sınırları Myanmar, güneydoğu sınırı Sri Lanka ve kuzeybatı Pakistan ile sınır komşusudur. Aynı zamanda 100'den fazla etnik gruptan oluşan birleşik çok etnik bir ülkedir. "Hindistan", (Erişim Tarihi 12.05.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E5%8D%B0%E5%BA%A6>

yetki ve statü olarak kendilerine eşit olmayan halkların değer yargılarını benimsemek olarak nitelendirilmekteydi. Çinli Konfüçyüsçü alimler için batılaşmak, üstün görülen Çin kültürüne ve Konfüçyüsçü anlayışa uygun bir durum sayılmamaktadır (Adıbelli, 2016, s. 17).

Çin, günümüzde olduğu gibi yıllar önce de, dünyanın fabrikası olma eğilimini sürdürmüştür. 18. yüzyılda Çin ve Avrupalı devletler arasındaki ticari faaliyetler Çin'den porselen, ipek, baharat ve çay ihracatı ile sağlanmaktadır Çin, dış dünyanın herhangi bir ürününe ilgi duymadan halkın gereksinimlerini kendi içerisinde karşılayabilen bir imparatorluktur. Aynı zamanda, dönem içerisinde birçok Çin limanı yabancı gemilere kapalı bir şekilde ekonomi politikası uygulanmaktadır. Çin'i müşteri kaynağı ve pazar olarak gören Batılı Devletler bu durumdan pek hoşnut değillerdir. Qing İmparatorluğunun uygulamış olduğu “kapalı kapılar politikası (Bì guān suǒ guó 闭关锁国)” ile emekçi Çin işçisinin ürettiği ürüne karşılık olarak pazar elde etmek amacıyla, ürünlerinin fiyatını büyük ölçüde düşürerek satacak olan Batı ülkelerine karşı korumacı bir politika oluşturulmuştur (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, ss. 28-29).

“Avrupalı devletler, ekonomik hedef ve beklentileri ile uyumlu olarak yeni hammadde kaynakları ve pazarlar bulmak amacıyla dünya üzerinde yeni sömürge arayışlarına başlamışlardır. İmparatorluk Çin'i dışa kapalılık politikasını sürdürürken dış ticaretini Kanton Limanı⁴⁹ üzerinden yürütmektedir” (Arıboğan, 2001, s. 19). Çin, en yoğun dış ticareti ise İngiltere ile yapmaktadır.

İngilizler, Çin ürünü olan çaya büyük oranda talep göstermişlerdir. Karşılığında Çine satacak bir şeyleri olmadığından ticaret karşılığında gümüş vermek zorunda kalmışlardır. Bu durum, Avrupa ekonomisini zorlamaktadır. İngilizler çözüm yolu olarak, kolonisi olan Hindistan'da yetişen ana maddesi haşhaş olan afyonu Çin'de pazarlamaya başlamışlardır. Çayın İngilizler üzerinde yarattığı bağımlı etki gibi afyonunda Çinliler üzerinde bir etki yaratması amaçlanmıştır. Qing Hanedanlığı, afyon satımı ve kullanımını yasaklayan katı kurallarla afyon satışını durduramamıştır. Afyon

⁴⁹ Guangzhou Limanı (广州港 Guǎngzhōu gǎng), Guangzhou şehrinde (广州市 Guǎngzhōu shì) Çin'de bir limandır. Qin ve Han Hanedanlarında antik Guangzhou limanı, Çin'in dış ticareti için bir limandı.1978 yılından bu yana, Guangzhou Limanı Çin'in kapsamlı ulaşım sisteminin önemli bir merkezi ve Güney Çin'de önemli bir dış ticaret limanı haline gelmiştir. Şehrin eski adı Kanton'dur. “Guangzhou Limanı”, (Erişim Tarihi 12.05.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E5%B9%BF%E5%B7%9E%E6%B8%AF/5264768?fr=aladdin>

kullanımı özellikle gençlerin arasında gün geçtikçe artmaya başlamıştır. Zamanla Çin halkı arasında afyona olan bağımlılık geniş bir kesime yayılmıştır (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019,s.30). “1830’larda, Amerikalılar, Türkiye’den aldıkları afyonu Çin’de satıyorlardı. Türk afyonu, Çinliler arasında oldukça revaçtaydı. Bu nedenle, uzun yıllar Çin halkı, Türkiye’nin ABD’nin bir eyaleti olduğunu zannetmişlerdir” (Adıbelli, 2016, s. 18).

Qing Hanedanlığının uygulamış olduğu afyon yasağına karşı Batılılar, ticaretin özgür bir hak olduğunu ve serbest bırakılması gerektiği düşüncesini savunmuşlardır. Çin limanları yabancı devletlerin kullanıma açıldığı takdirde, afyon dışında ürünlerini satabilecekleri pazarlar bulabileceklerini ileri sürmüşlerdir. Bu iddiaya karşılık Qing Hanedanlığı, Batılı devletlerin mevcut Çin kurallarını ihlal ederek ülkeyi tehlikeli bir duruma sürüklemekle suçlamaktadır. Katlanarak gelişen olaylar sonucunda 1839 yılında Afyon Savaşı (鸦片战争 Yāpiàn zhànzhēng) başlamıştır (Wasserstrom, 2011, s. 55).

1839-1842 yılları arasında yaşanan Afyon Savaşlarının etkisi Çin için yıkıcı olmuştur. Batılı savaş gemileri Çin başkentine doğru ilerlemesini durdurmak için Qing hükümeti yabancıların lehine olan bir antlaşma imzalamak mecburiyetinde kalmıştır. Afyon Savaşı sonucunda imzalanan Nanjing Antlaşması (Nánjīng tiáoyüē 南京条约), Çin üzerinde ekonomik ve siyasi açıdan ağır yaptırımlara neden olmuştur. Antlaşma ile İngiltere, Guangzhou (广州 Guǎngzhōu), Fuzhou (福州 Fúzhōu), Xiamen (厦门市 Xiàmén shì), Ningbo (宁波 Níngbō) ve Şangay (上海 Shànghǎi) olmak üzere beş ticari liman kentinde “serbest ticaret” politikası imtiyazı elde etmiştir. 1997 yılına kadar geçen 55 yıl süresince İngilizler Hong Kong’a sahip olmuştur. Buna ek olarak, İngilizlere 21 milyon gümüş ödenmiştir (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, s. 37).

“Nanjing Antlaşması, modern Çin tarihindeki ilk ‘eşit olmayan anlaşma (Bu-pingdeng-tiaoyüē 不平等条约) olarak kabul edilmektedir. Nanjing Antlaşması’yla birlikte Amerikalılarla Wangsha ve Fransızlarla Huangbu Antlaşmaları imzalanıyor, bu devletlere de imtiyazlar veriliyordu” (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, s. 38). Nanjing Antlaşması’nın can alıcı maddesi ise, İngiltere dışında farklı bir devlete ayrıcalık verilirse, bu durum aynı şekilde İngiltere içinde geçerli olabilecekti. Gümrük işlemleri konsolosluklar dahilinde yapılacaktı. Bu antlaşma kapitülasyonların başlangıcı olmuştur.

Küçük bir Çin şehri olan Şanghay, 1843 yılında Avrupalı devletlerin kullanımına açılarak kısa zaman içerisinde uluslararası liman kenti haline gelmiştir (Çandarlıoğlu, 2018, s. 22).

Verilen kapitülasyonların etkisiyle Çin giderek fakirleşmiş ve mali sıkıntılarla ekonominin hızlı çöküşü ile yabancı devletlere borçlanmıştır. Borçlar katlanarak artınca da yabancı devletlere verilen imtiyazlar artmıştır. Afyon Savaşları sonrasında da, önde gelen Qing yetkililerinin çoğu, teknolojik boşluğa karşı kayıtsızlıklarını sürdürmüşlerdir. Afyon Savaşı, Qing Hanedanlığı için bir dönüm noktası olmuştur ve yaklaşan sonlarının açık bir işaretidir.

Afyon Savaşı'nın Çin'i yarı-sömürgeleşme yoluna itmesinin yanı sıra yurt dışına göç sonucunda bulunmaktadır. Kaybedilen savaş sonrası ağır koşullar içeren Nanjing Antlaşması maddelerinden biri olan Qing hükümetinin 21 milyon dolar savaş tazminatı ödemek zorunda bırakılması fakir olan halkı ağır vergilerle karşı karşıya getirmiştir. Daha sonraki dönemlerde, yaşanan iç huzursuzluklar ve ekonomik sorunların etkisi ve uluslararası ticaret kolunun açılmasıyla yurt dışında yeni bir yaşam kurma fikri Çinlilere daha elverişli gelmiştir. Çin'in sahil kesimlerinde yaşayan bilhassa da Guangdong eyaletinden insanlar kitleler halinde ABD, Avusturalya ve Avrupa ülkelerine göç etmiştir (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, s. 41).

“Göçmenlere Huaqiao 华侨, ‘Çin köprüsü’ adı veriliyor, bugün de ABD, Avusturalya, İngiltere, Malezya vatandaşları olan Huaqiao’lar çoktur ve Singapur gibi bölgelerde nüfusun çoğunluğunu oluştururlar. Dönem dönem, gerçekten de Çin ile buldukları ülke arasında ‘köprü’ olduklarını görülmektedir” (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, s. 41).

19. yüzyılın ikinci yarısında Çin'in durumu yarı sömürge bir hal almıştır. Ağır şartları bulunan antlaşmalar, yabancı devletlere verilen geniş kapsamlı imtiyazlar sonucundaki ani değişim Çinliler üzerinde batı emperyalizmine karşı kin ve nefret biriktirmelerine sebep olmuştur. Bu birikimde halk isyanlarını beraberinde getirmiştir. Nian (1851-1868), Taiping (1850-1864), Du Wenxiu (1856-1872), Dungan (1862-1877), Boksör İsyanı (1899-1901) halk isyanlarının başlıcalarıdır (Yolaç, 2016, s. 223).

“1880-1900 arasında Çin'in sahil kesimindeki ekonomik gelişme bugünkünün neredeyse tam tersidir, yabancı firmaların ürünleri limanlardan Çin'e giriyor, üretim

değil komisyonculuk yapan bir sermaye sınıfının işbirliğiyle tüketim ürünleri Çin'e pazarlanıyordu. Çin toprakları Batılı kapitalist ülkelerin en büyük pazarıydı” (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, s. 54). “Yarı-sömürge koşullarının olumsuzluklarına rağmen, XIX. yüzyılın son çeyreğinde Çin'in büyük bir aşama kaydettiğini söylemek mümkündür. Demir-çelik tesislerinin, makine ve silah fabrikalarının, tersanelerin kurulması Çin'in atılım boyutlarını gösteriyordu” (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, s. 55).

Yabancı devletler, verilen geniş ayrıcalıklar sayesinde Çin'in iç işlerine karışarak gün geçtikçe baskılarını arttırmışlardır. Çin, zayıf ordusu ve reforma karşı bilginleriyle kendisini dış güçlere karşı koruyamaz hale gelmiştir. Bu yüzden, tarihi ve kültürel bağlara zarar verilmeden çeşitli reformların yapılmasına karar verilmiştir. 11 Temmuz 1898 tarihinde başlayan reform hareketi yüz gün sürmüştür ve “100 gün reformları” olarak da anılmaktadır. İlk olarak eğitim, bilim, ordu ve bazı devlet kurumlarında reform sürecine başlanmıştır (Adıbelli, 2016, s. 33). Çin kendini yeniden inşa ederken, büsbütün kendisine ait olan düşünce ve hassasiyet yargılarına sadık kalacaktır.

Çin, tek başına kendine yeterek başarılı bir şekilde ilerlerken, değişen dünya ticaret algısı ve dünya siyasetinde ünlü olan sömürgecilik ve pazar arayışı hırsındaki devletler arasında kendini farklı bir ortamda bulmuştur. 19. yüzyıl da yaşanan olaylar neticesinde çalkantılı ve ekonomik açıdan zor bir dönem olmuştur. Afyon ticareti ile güç sarf etmeden Çin ulusu ele geçirilmiş, ardı ardına alınan yenilgiler ve bu yenilgilerin sonucunda yabancılara verilen özel ayrıcalıklar, adaletli olmayan antlaşmalar, toprak kayıpları ve ağır savaş tazminatları, Çin ulusunun iç isyanları neticesinde, Çin halkı yabancılara nefret beslemektedir. Bu evre, ırkçılığın yaygın ve eşitsizliğin fazla olduğu bir dönemdir. 1899-1901 yılları arasında yaşanan Boksör Ayaklanması, çok kanlı ve karmaşık bir süreç olmuştur.

Olay Çin tarihinde “Adalet ve Uyum Birliği Hareketi (义和团运动 Yihétuán yùndòng) olarak anılmaktadır. Ancak, batı kaynaklarında bu hadise “Boksör Ayaklanması”⁵⁰ olarak tarihe geçmiştir (Yolaç, 2016, ss. 235-238).

⁵⁰ Batılıların isyancılara “Boksör Ayaklanması” ismini vermesinin nedeni, olayın kendini Yihequan (Adalet ve Uyum Yumruğu) adlı dövüş ve savaş sanatları stiliyle geliştiren ve kırsalda yaşayan bir

Boksör İsyanı, Çin dışındaki dünyada genellikle yanlış şekilde bilinmektedir. Ayaklanma, Çin'in kuzeyinde yaşayan Hristiyan Çinlilere ve yabancı misyonerlere saldırılarla başlamıştır. Daha sonra, 1900 yılının yazında isyancıların Pekin'de Batılıların ve Japonların 55 gün rehin tutulmasıyla farklı boyutlara ulaşmıştır. Boksör İsyanı, 1900 yılının Haziran ayında sekiz ülkenin (İngiltere, Fransa, ABD, Almanya, Japonya, Rusya, İtalya ve Avusturya) birliklerinden oluşan ordu tarafından bastırılmıştır. Boksör İsyanı tam olarak 7 Eylül 1901 tarihinde "Boksör Protokolü'nün" imzalanmasıyla son bulmuştur (Wasserstrom, 2011, s. 60). İmzalanan Boksör Protokolüne göre "Mançu hükümeti işgalci ülkelere 450 milyon altın liang⁵¹ savaş tazminatı ödeyecekti. Tazminatın 39 yılda ödenmesi öngörülüyordu, dolayısıyla ödenecek miktar faiziyle birlikte 980 milyona çıkıyordu. Yine aynı antlaşmayla Çinlilerin herhangi bir örgüte üye olmaları yasaklanmıştır" (Kavala, Doğu Uyanıyor , 2019, s. 70). Bu zor durum, Afyon Savaşından sonra Çin'in ödemek zorunda bırakıldığı en büyük savaş tazminatıdır. Fakat, işgal ordularının Çinlilere verdiği zararlar için benzer karar çıkartılmamıştır.

Qing Hanedanlığı, Boksör İsyanından sonra köklü ıslahatlar yapma kararı almıştır. Fakat, bu geç kalınmış bir karardır. Qing Hanedanlığı çıkan isyanlar ve ordunun topluca ayaklanarak isyan etmesi sonucunda 1912 yılında son bulmuştur. Yeni cumhuriyetin geçici başkanı olarak atanan Sun Yat-sen (1866-1925)⁵² 1 Ocak 1912 tarihinde güneyin başkenti olarak sayılan Nanjing (南京 Nánjīng) şehrinde Çin Cumhuriyeti'ni ilan etmiştir (Wasserstrom, 2011, s. 63).

Yaşanılan durum itibariyle kuzeyde Pekin hükümeti, güneyde ise Nanjing hükümeti bulunarak çift başlılık bulunmaktaydı. Bu durum 12 Şubat 1912 yılında Çin'in 6 yaşındaki son imparatorunun mevkisinden vazgeçmesi üzerine Sun Yat-sen

grup tarafından gerçekleştirilmiş olmasıdır. Üyeleri çoğunlukla kırsalda yaşayan genç çiftçiler, mevsimlik işçiler ve işsizlerden oluşuyordu. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 238.

⁵¹ Liang, Çin'in o dönemki para birimi.

⁵² Sun Yat-sen (孫中山 Sūnzhōngshān 12 Kasım 1866–12 Mart 1925), Asıl adı Sun Wen'dır. Memleketi Guangdong eyaletinin Xiangshan kenti olan Sun Yat-sen, Çin'in modern demokratik devriminin öncüsü, Çin Cumhuriyeti'nin ve Çin Milliyetçi Partisi'nin kurucusu ve Halkın Üç İlkesinin savunucusudur. çev. Tang Jiankun, Yin Tingting, *Çin Ansiklopedisi* (İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 2015), 277.

istifa ederek yerine geçici başkan olarak Yuan Shikai⁵³ atanmıştır. Sun Yat-sen başkanlık görevinde 45 gün geçirdikten sonra Yuan Shikai'ya devretmiştir. “Yuan yeni anayasanın koşulları dahilinde bir meclis ve meclisten sorumlu bir kabine ile çalışacaktı. Çin’de 2133 yıldır devam etmekte olan bir siyasi kurum olan ‘İmparatorluk’ ve 268 yıllık Mançu hakimiyeti bu olayla sona ermiş, Çin Cumhuriyeti resmi olarak kurulmuştur” (Yolaç, 2016, s. 265). 1914 yılında I. Dünya Savaşı’nın⁵⁴ çıkmasıyla batılı devletlerin ilgisi Doğu Asya bölgesinden uzaklaşmıştır. Bu aşamada Yuan Shikai tarafından tekrardan canlandırılmak istenen monarşi politikasını uygulama isteği üzerine ortaya çıkan düzensiz ve karmaşık durumda, halkın mevcut zor yaşamı dayanılmaz boyutlara ulaşmış, ticari faaliyetlerin sürekli sekteye uğradığı ülkenin alt üst olduğu bir dönem yaşanmıştır. Yaşanan bu zor dönem “4 Mayıs Hareketi”⁵⁵ olarak adlandırılan entelektüel halk eylemine neden olmuştur (Holcombe, 2016, ss. 279-281).

1 Ekim 1949 yılında Mao Zedong⁵⁶ Tiananmen Meydanında yeni bir ülke olan Çin Halk Cumhuriyeti’nin kuruluşunu ilan etmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti’nin

⁵³ Yuan Shikai (袁世凯 Yuánshìkǎi 1859-1916), ünlü bir politikacı, askeri stratejist ve modern Çin tarihinde beiyang savaş ağasının lideridir. “Yuan Shikai”, (Erişim Tarihi 13.01.2021), <https://baike.baidu.com/item/%E8%A2%81%E4%B8%96%E5%87%AF/225928?fr=aladdin>

⁵⁴ I. Dünya Savaşı (第一次世界大战 Dì yī cì shìjiè dàzhàn), 1914-1918 yılları arasında gerçekleşen ve daha çok Avrupa merkezli olan küresel savaştır. 20. yüzyılın başında, kapitalist ülkeler nihai aşamalarına, yani emperyalizmden geçişleri sırasında ortaya çıkan geniş uzlaşmazlıklar ayrılıklara neden olmuştur; Asya, Afrika, Latin Amerika ve Okyanusya'nın kolonileri ve yarı kolonileri temelde büyük güçler tarafından kendi isteklerince bölünmüştür; eski ve yeni sömürge uyumsuzlukları, çeşitli emperyalistlerin eşit olmayan ekonomik gelişiminin ve eşit olmayan düzenin bölünmesinin arka planında dünyayı yeniden dağıtmak ve küresel hegemonya amacıyla savaşmak için dünya standartlarında bir emperyalist savaş çıkmasına sebep olmuştur. “I. Dünya Savaşı”, (Erişim Tarihi 13.01.2021), <https://baike.baidu.com/item/%E7%AC%AC%E4%B8%80%E6%AC%A1%E4%B8%96%E7%95%8C%E5%A4%A7%E6%88%98/68516?fr=aladdin>

⁵⁵ 4 Mayıs Hareketi (五四运动 Wūsi yùndòng) Yeni Kültür Hareketi mensubu olan genç öğrencilerin önderlik ettiği ve entelektüel bir uyanış niteliğindeki 4 Mayıs hareketi, adını 4 Mayıs 1919’da gerçekleştirilen büyük protesto eylemlerinden almaktadır. Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra düzenlenen Paris Barış Konferansı’nda, imzalanması planlanan Versailles Antlaşması’nın maddelerinin açıklanmasıyla, Almanlara ait olan toprak haklarının Çin’e geri verilmeyerek, Japonya’ya teslim edileceği ortaya çıktı. Bu haber üzerine halkın patlayan öfkesi, yeni bir kültür yaratma mücadelesi veren yeni milliyetçilik akımı ile birleşerek büyük protestolar şeklinde kendini göstermiştir. Mayıs ayında başlayan protestolar milliyetçi işçi ve iş adamları tarafından da desteklenerek katlanarak büyümüştür. Olaylar ancak Paris’teki Çin hükümeti temsilcilerinin Versailles Antlaşması’nı imzalamayacaklarını açıklamalarıyla yatışmıştır. 4 Mayıs olayları Çin halkının farklı sınıflarının artık daha önce görülmemiş bir şekilde bir araya gelebilme kabiliyet ve azmi olduğunu göstermesi açısından çok önemli bir dönüm noktası olmuştur. S. Can Yolaç, *Herkes İçin Çin Tarihi Siyaset, Kültür ve Medeniyet* (İstanbul: Olasılık Yayınları, 2016), 271-272.

⁵⁶ Mao Zedong (毛泽东 Máozédōng), 26 Aralık 1893-9 Eylül 1976 tarihleri arasında yaşamıştır. Çin Komünist Partisi, Çin Halk Kurtuluş ordusu ve Çin Halk Cumhuriyeti’nin kurucusu ve lideridir. 1949-1976 yılları arasında Çin Halk Cumhuriyeti’nin en üst düzey liderliğini yapmıştır.

kuruluşundan sonra, yeni hükümet önceki hükümetin sahibi olduğu ve işlettiği çok sayıda endüstriyel mal üreticisinin ve büyük stratejik işletmelerin kontrolünü ele geçirmiştir. 1949 yılının sonunda devlete ait büyük şirketler toplam sanayi üretiminin %40'ını oluşturmaktadır. 1952 yılının başlangıcında Çin'de önde gelen üç ekonomik grup vardı: Birincisi, önemli sanayi kuruluşlarını kontrol eden ve ulusal ekonominin %19,1'ini oluşturan devlete ait büyük şirketler, İkincisi, kırsal ekonomiye hâkim olan ve ekonomik faaliyetlerin %71,8'inden sorumlu olan çiftçiler, esnaf ve küçük perakendeciler; Üçüncüsü, kentsel alanlarda ağırlıklı olarak imalat sanayisi ve dağıtım kanallarında faaliyet gösteren ve %6,9 yer alan özel endüstriyel ve ticari işletmelerdir (Liu H. , 2018,s.47).

1950'lerin başlarında Çin'in gelişimi merkezileştirilmiş Sovyet modelini izlemekteydi; üretim, ikmal, taşıma, işçi gücü ile istihkak ve kamusal inşaat sektörleri; ikmal, üretim ve dağıtım planlamaları da buna dahildi. Sovyet uzmanları, bu dönemde Çin'in ekonomik kalkınmasında önemli rol oynayan 156 büyük proje inşa etmesine yardımcı olmuşlardır (Liu H. , 2018, s. 47).

1956 yılında merkezi olarak planlanmış bir ekonomik sistem kurulmuştur. Merkezi hükümetin kontrolü altındaki işletme sayısı 1957 yılında 9300'e kadar ulaştı ve toplam devlet sektörünün %50'sini oluşturmaktaydı. 1953 yılında, bireysel tarım, el sanatları işletmeleri ve fabrikalar gibi özel sektör kuruluşlarının üretimi toplamın üçte ikisini oluşturuyordu. Ancak 1957 yılında çoğu özel işletme kooperatif olarak yeniden düzenlendiğinden %3'ün altına düşmüştür (Liu H. , 2018, s. 47).

1950'lerin ortasından itibaren, hükümet hızlı sonuçlar için aşırı derecede titiz davranmaya başlamıştır. İki kurumsal reform tedbiri alınmıştır: (1) Kırsal bölgede, köylülerin kırsal nüfusun yaklaşık %99'unu kapsayan komünlere organize edilmesiyle kamu mülkiyeti kapsamı arttırılmıştır. (2) Merkeziyetin gerçekleştiği kentsel alanlarda, sermaye inşaatı ve planlaması, mali gelir ve devlete ait büyük şirketlerin denetimi ile merkezi yönetimlerin bölgesel yönetimlere (il, valilik ve belediye) yetkilerinin transferi olmuştur. Örneğin, doğrudan merkezi hükümetin kontrolü altındaki devlete ait büyük

Marksizim-Leninizm'i askeri ve ideolojik açıdan zenginleştirmiştir. Mao Zedong görev yaptığı tüm kurumlarda başkanlık yaptığında halk tarafından "Başkan Mao" olarak anılmaktadır. Mao Zedong modern dünya tarihinin en önemli isimlerinden biri olarak kabul edilmiştir. Time dergisi tarafından 20. Yüzyılın en etkili 100 insanından biri olarak seçilmiştir. çev. Tang Jiankun, Yin Tingting, *Çin Ansiklopedisi* (İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 2015), 279.

şirketlerin sayısı 1957'de 9300'den 1958'de 1200'e düşerken, bu işletmelerden sanayi üretimi içindeki payı da ulusal toplamın yüzde 40'ından 14'üne düşmüştür. Sermaye inşaatı ile ilgili kararların çoğu yerel yetkililer tarafından alınmış ve merkezi hükümetin mali gelir payı %75'ten %50'ye düşürülmüştür. Bu merkezîyetçilik, bölgesel hükümetler sermaye inşasını aktif bir şekilde ve körü körüne takip ederek ve ekonomik performansla ilgili yanlış iddialarda bulunarak merkezi hükümeti etkilemeye çalıştıkça, İleriye Doğru Büyük Atılım'ın⁵⁷ 1958'deki olumsuz sonuçlarını artırmıştır. Hem Halk Komünleri hem de İleriye Doğru Büyük Atılım ekonomik başarısızlıkların kaynağı oldu. Ekonomik yapı, gerçekçi olmayan büyüme hedefleri, abartılı istatistik raporlar ve idari komuta yoluyla birlikte kör yatırımlarla ciddi ölçüde dengesizdi. 1958'den 1962'ye kadar tarımsal üretimin net değeri yüzde 5,9 azalırken, hafif sanayinin net değeri yıllık yüzde 2 ve milli gelir ortalama yüzde 3,1 azalmıştır (Liu H. , 2018, ss.47-48).

Ekonomik reformdan önce sanayi sektöründe ekonomik sistemin temel özellikleri şu şekilde açıklanmaktadır:

Değer yasalarının ve pazar mekanizmasının rollerini oynaması için bir yeri yoktu ve mal ekonomisinin tamamen gelişmesini engelledi. Tüm işletmeler “devletin büyük kazanından” besleniyor ve tüm işçiler de işletmelerin coşkusu, girişimlerini ve yaratıcılığını büyük ölçüde baskı altına alan “işletmenin büyük kazanlarından” besleniyordu. Bu durum istekliliği, inisiyatifleri ve işletmeler ile işçilerin yaratıcılığını fazlasıyla sarsmaktaydı. Böylece büyük bir güçle taşması gereken sosyalist ekonomiyi canlılığından mahrum bırakılmıştır (Liu H. , 2018, s. 48).

Aralık 1978'de düzenlenen 11. Çin Komünist Partisi Kongresi'nin Üçüncü Genel Kurulu, ulusal ekonomik reformu başlatmıştır. Toplantıda Çin Komünist Partisi⁵⁸ ilk

⁵⁷ İleriye Doğru Büyük Atılım (大跃进 Dà yuèjìn), 1958'den 1960'a kadar Çin Komünist Partisi tarafından ülke çapında yürütülen son derece ekonomik ve sosyal bir kampanyadır. Bu proje ışığında Mao Zedong, Çin'in ekonomik yapısını değiştirerek tarım ekonomisinin yerine sosyalist bir toplum ekonomisi anlayışı amaçlamıştır. Fakat proje verimsiz bir şekilde sonuçlanmıştır. “İleriye Doğru Büyük Atılım”, (Erişim Tarihi 17.06.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E5%A4%A7%E8%B7%83%E8%BF%9B/228533>

⁵⁸ Çin Komünist Partisi (中国共产党 Zhōngguó gòngchǎndǎng kısaltılmış ÇKP) 23 Temmuz 1921 tarihinde kurulmuştur. Çin Komünist Partisi, Çin işçi sınıfının öncüsü ve Çin halkının ve Çin ulusunun öncüsüdür. Çin özellikleri ile sosyalizmin nedeninin önde gelen çekirdeğidir. Partinin en yüksek ideali ve nihai hedefi komünizmi gerçekleştirmektir. 1949 Ekim 1949'dan bugüne, Çin Halk Cumhuriyeti'nde işçi sınıfını temsil eden ve işçi ve köylülerin ittifakına ve birleşik cephesine önderlik eden ve halkın anakara Çin'deki demokratik diktatörlüğünü uygulayan tek iktidar partisidir. “Çin Komünist Partisi”, (Erişim Tarihi 11.01.2021),

kez politika önceliğini ekonomik kalkınma olarak belirlemiş ve piyasa odaklı bir ekonomiye geçiş yapmak amacıyla ekonomik reformların başlamasını işaret etmiştir. Son dönemlerde önde gelen lider Deng Xiaoping,⁵⁹ tarım reformu ile başlayan bu girişimin baş tasarımcısı ve dümencisi olarak kabul edilmektedir. Bu reformun başarısı tarımsal verimliliği büyük ölçüde değiştirmiş ve sanayi sektöründe reformu teşvik etmiştir (Liu H. , 2018, s. 48).

“Deng Xiaoping ile birlikte tam anlamıyla bir yapısal dönüşüme giren Çin, sosyalizmden taviz vermeden piyasa ekonomisine geçmeyi deneyen ikinci ülke olmuştur. Yugoslavya’nın aksine Çin bu denemede büyük bir başarı sağlamış ve büyüme hızını arttırmıştır” (Eğilmez, 2018, s. 163). Deng Xioping iktidarda bulunduğu (1978-1989) dönemlerde piyasa ekonomisi prensiplerini hayata geçirmeye ve Çin’i dışarı açma faaliyetlerine yönelmiştir. Böylelikle 500 yıla yakın bir süreyle kapılarını dünyaya kapatan Çin, yeniden kapılarını dünyaya açmış olmuştur.

Devlete ait büyük şirketlerin reformu, bir bölgedeki küçük ölçekli bir deneyden ülke çapında ortak bir uygulamaya kadar kurumsal özerkliğin ve kârın elde tutulması ile başlamıştır. Bu reform önlemleri belirli bir başarı seviyesine ulaşmıştır, ancak bazı ciddi sorunlar vardı: birçok devlete ait büyük şirketlerin aynı alana çok fazla yatırım yapması, devlet planlamasının uygunsuzluğu, aşırı ücret ve koordinesiz reform önlemleri gibi sorunlara neden olmuştur (Liu H. , 2018, ss. 48-49).

1984’ten 1993’e kadar ekonomik reformlar yeni bir safhaya girmiş ve önemli adımlar atılmıştır. Tarımsal reformdaki büyük başarı endüstriyel sektör için bir teşvik olmuştur. İki önlem alınmıştır: ‘iki aşamalı plan/pazar sistemi’ (İPPS) ve ‘sözleşme sorumluluk sistemi’ (SSS). 1985’ten itibaren uygulanan İPPS’de, planlama ve pazar denetleme görevleri yan yana var olmuştur. Sözleşme sorumluluk sistemlerine zorunlu tedarik ve girdi kotaları için çıktı hedefi sabit planlanmış fiyatlarla verilmiştir. Girdinin parçası, üretim ve planlanan hedefin üzerinde çıktının çıktı fiyatları dahil pazar üzerinden halledilebiliyordu. Genelde, çıktının market fiyatları planlananın çok çok

<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%85%B1%E4%BA%A7%E5%85%9A/117227?fr=aladdin>

⁵⁹ Deng Xiaoping (邓小平 Dèngxiǎopíng), 1904-1997 yılları arasında yaşamıştır. Çin Komünist Partisi, Çin Halk Kurtuluş Ordusu ve Çin Halk Cumhuriyeti’nin en önemli liderlerindedir. Mao sonrası Çin’de reform ve açılım politikalarının mimarıdır. çev. Tang Jiankun, Yin Tingting, *Çin Ansiklopedisi* (İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi, 2015), 288-289.

üzerindeydi. İki aşamalı plan/pazar sistemi planlı ekonomik sistemden pazar odaklı bir sisteme efektif bir geçiş mekanizması görevi görmüş, zira ‘plan dışı büyüme’ sağlamıştır (Liu H. , 2018, s. 49).

1981’den 1984’e kadar, reformsal önlemler kayda değer bir atılım sağlayamasa da, devletin malı olmayan ekonomik sektör hızlanmıştır. Kentsel bölgelerde iki tane devlete ait olmayan güç vardı: kolektif ve özel işletmeler. 1980’lerin başında 20 milyon iş arayan genç vardı, bu ise devletin tüm kademelerine büyük baskı uygulamaktaydı. Böylece, kolektif işletmelerin ve bireylerin atılım yapmalarına izin verilmiş ve bu eylem teşvik edilmiştir. 1984 yılı devlet malı olmayan işletmelerin gelişimi için bir dönüm noktası olmuştur. Kentsel bölgelerde özel işletmeler artık 80’den fazla çalışan alabiliyordu ve böylece inanılmaz bir büyüme yaşanmıştır. Kırsal bölgelerde merkezi hükümet ‘ilçe ve köy işletmeleri’ adıyla bilinen kırsal kolektif işletmelerin gelişimini onaylaması ve desteklemesi ile bu işletmeler kırsal ekonominin mihenk taşı olmuştur (Liu H. , 2018, s. 49).

1990 yılının Aralık ayında Şangay (上海 Shànghǎi) Borsası kurulmuş, Nisan 1991’de onu Shenzhen (深圳 Shēnzhèn) Borsası takip etmiştir. Ekim 1992 yılında toplanan Çin Komünist Partisi’nin 14. Ulusal Kongresi Çin’in ekonomik reformunda bir dönüm noktası olmuş ve Çin’in reformsal hedefi olarak ‘sosyalist pazar ekonomisinin’ kurulması desteklenmiştir. 1993 yılının Kasım ayında, 14. Parti Kongresi’nin Üçüncü Genel Kurulu tarafından “Sosyalist Pazar Ekonomisinin Kurulması” hususundaki karar, benimsenerek, Çin’in pazar odaklı ekonomiye geçişi açısından ekonomik reformunun bir dönüm noktası olmuştur. Çin Halk Cumhuriyeti Şirketler Yasası⁶⁰ 1993 yılında onaylanmış ve 1994’te yürürlüğe girmiştir. 1994 yılının başlangıcından itibaren hükümet tarafından beş kilit bölgede reformları uygulamak üzere mühim önlemler alınmıştır: ekonomi ile vergi, bankacılık, döviz kontrolü, işletme ve sosyal güvenlik. Bu

⁶⁰ Çin Halk Cumhuriyeti Şirketler Yasası (中华人民共和国公司法 Zhōnghuá rénmín gònghéguó gōngsī fǎ), Çin Halk Cumhuriyeti Şirketler Yasası, şirketlerin organizasyonunu ve davranışını düzenlemek, şirketlerin, hissedarların, alacaklıların meşru haklarını ve çıkarlarını korumak, sosyal-ekonomik düzeni sağlamak ve sosyalist piyasa ekonomisinin gelişimini desteklemek için formüle edilmiş bir yasadır. Sekizinci Ulusal Halk Kongresi Daimî Komitesinin Beşinci Toplantısında 29 Aralık 1993’te kabul edilen yasa, 1999, 2004, 2005, 2013 ve 2018’de birkaç kez yenilenmiştir. “Çin Halk Cumhuriyeti Şirketler Yasası”, (Erişim Tarihi 11.01.2021), <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E5%85%AC%E5%8F%B8%E6%B3%95?fromtitle=%E5%85%AC%E5%8F%B8%E6%B3%95&fromid=620962>

sırada, hükümet Şirket Yasası tabanlı modern bir işletme sistemi kurmak üzere deneysel reformlara başlamıştır (Liu H. , 2018, ss. 49-50).

1997 yılında toplanan 15. Ulusal Parti Kongresi ile Çin'in ekonomisinde önemli bir adım atılmıştır, ilk kez devlete ait sektör olan sosyalist ekonominin büyük bir bölümünün yönetilmesi öngörülen geleneksel ideoloji sona erdirilmiştir. Kamu sahipliğinin ekonominin temeli olarak kalmasına fakat temel ekonomik sistemin bir parçası olarak farklı sahiplik şekillerine izin verilmesi gerektiğine karar kılınmıştır. Bu ekonomik reform, beraberinde Çin'in pazar odaklı ekonomisinde temel bir değişim getirmiştir (Liu H. , 2018, s. 50).

Çin Halk Cumhuriyeti'nin Çin-Yabancı Eşit Ortak Girişimleri Yasası⁶¹ 1 Temmuz 1979 tarihinde, ardından 1988'in Nisan ayında Çin Halk Cumhuriyeti'nin Tamamen Dışa Ait Şirketler Yasası yayınlanmıştır. O zamandan beri, Çin hükümeti dış ticareti geliştirme ve doğrudan dış yatırımı (DDY) artırma üzerine açık kapı politikası uygulamıştır. Bu tutum, Çin'in ekonomik reformlarının en önemli unsuru olarak kabul edilebilir. Tarihi önem taşıyan bir adım ile Çin, Ming Hanedanlığı döneminden beri süren içe dönük ve otarşik yapı (dış kaynaklara bağlı olmadan kendi kendine yetebilme durumu) ekonomik gelişim politikasını tersine çevirerek dış ticarete sağlam bir büyüme ve içe dönük doğrudan dışa yatırım ile bu politikanın meyvelerini toplamıştır. Bunlar beraberinde gelişmiş teknoloji de getirmiş, Çin'in hızlı sanayileşmesine ve modernleşmesine ön ayak olmuştur (Liu H. , 2018, s. 51).

Çin'in dış dünyaya açılması adım adım gelişen bir süreç olmuştur. 1980 yılının Mayıs ayında Guangdong (广东省 guǎngdōng shěng) ve Fujian (福建省 Fújiàn shěng) bölgelerinin dış ticaret faaliyetleri için 'özel politikalar' ve 'esnek önlemler' uygulamalarına izin verilmesine karar verilmiştir. 1980 yılının Ağustos ayında

⁶¹ Çin Halk Cumhuriyeti'nin Çin-Yabancı Ortak Girişimleri Yasası (中华人民共和国中外合资经营企业法 Zhōnghuá rénmín gònghéguó zhōngwài hézī jīngyíng qǐyè fǎ) Çin Halk Cumhuriyeti Çin-Yabancı Ortak Girişim Yasası, uluslararası ekonomik iş birliğini ve teknolojik alışverişi genişletmek için Çin Halk Cumhuriyeti tarafından kabul edilen bir yasadır. Eşitlik ve karşılıklı fayda ilkesine uygun olarak yabancı şirketlere ve diğer ekonomik kuruluşlara ya da bireylere izin verir. Bir Çinli şirket veya başka bir ekonomik kuruluş tarafından ortaklaşa bir ortak girişimi organize etmek için oluşturulan bir yasadır. "Çin Halk Cumhuriyeti'nin Çin-Yabancı Ortak Girişimleri Yasası", (Erişim Tarihi 11.01.2021),

<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E4%B8%AD%E5%A4%96%E5%90%88%E8%B5%84%E7%BB%8F%E8%90%A5%E4%BC%81%E4%B8%9A%E6%B3%95?fromtitle=%E4%B8%AD%E5%A4%96%E5%90%88%E8%B5%84%E7%BB%8F%E8%90%A5%E6%B3%95&fromid=16918811>

Shenzhen, Zhuhai (珠海 Zhūhǎi), Shantou (汕头市 Shàntóu shì) ve Xiamen (厦门市 Xiàmén shì) şehirlerine ‘özel ekonomik alan’ kurulmuştur. Özel ekonomik alan kurulan işletmelerin ihraç, üretim, tarım, ticaret, konut ve turizmle uğraşmalarına müsaade ediliyor, nasıl yatırım alacakları konusu çoğunlukla onlara bırakılmaktadır. Özel ekonomik alanlardan ihraç edilen mallar gümrük vergisinden, endüstriyel ve ticari vergiden muaf sayılmaktaydı. 1984 Mayıs ayında merkezi hükümet doğrudan dış yatırımları çekmek için özel ekonomik alan oluşturarak özerkliğe sahip 14 tane ‘kıyasal açık şehir’ tasarlamıştır. 2000’in sonunda altı bölgeyi, beş özerk bölgeyi ve bir belediyeyi içeren Batı’ya açılış programı başlatılmıştır. 2006 yılının Mart ayında uygulanan şehir planında Tianjin (天津 Tiānjīn) şehrinin uluslararası bir liman kenti ve Kuzey Çin’in ekonomi merkezi olması ön görülmüştür. Binhai Yeni Bölgesi’nin⁶² açılarak Çin’in bu bölgeyi özel ekonomik bölgelerinden biri olarak atama stratejisi hayata geçmiştir. Görülebileceği üzere hükümetin ülkeyi dış dünyaya açma planı özel ekonomik bölgeler, kıyasal açık şehirler, kıyasal açık bölgeler ve iç bölgeler politikalarıdır (Liu H. , 2018, ss. 51-52).

Bu reformsal önlemler ekonomiyi daha da büyütmeyle beraber ulusal ve bölgesel ekonomik gelişimi fazlasıyla teşvik etmiştir. 1980 yılının Nisan ayında Beijing ve Hong Kong şehirleri arasında Çin’in ilk ortak girişiminin ardından, Coca Cola şirketi 1981 yılında ilk şişeleme tesisini Shenzhen şehrinde açarak Çin’e giriş yapan ilk şirketlerden birisi olmuştur. 1990’ın sonlarında, 14 kıyasal açık şehirdeki doğrudan dış yatırım (DDY) 10 milyar doları aşmış, 2000’den fazla dış yatırımlı şirket açılmıştır (Liu H. , 2018, s. 52).

Günümüz Çin siyasi politikasının bütünleyici tutumu haline gelen çok taraflılık algısı, Çin’in yalnızca Asya bölgesindeki temaslarında siyasi faaliyetlerinin gelişmesini sağlamamıştır. Bununla birlikte, Çin’in uluslararası düzende imajını kuvvetlendirmesinde destekleyici güç olmuştur. Çin çoğunlukla çok taraflı kuruluş ve

⁶² Binhai Yeni Bölgesi (滨海新区 Bīnhǎi xīnqū), Tianjin Şehrinin belediye bölgesi ve ulusal kapsamlı reform pilot bölgesidir. Devlet Konseyi tarafından onaylanan ilk ulusal kapsamlı reform ve yenilik bölgesidir. Kuzey Çin’in açılmasına, üst düzey bir modern üretim ve Ar-Ge dönüşüm üssüne ve kuzeyde uluslararası bir nakliye merkezine açılan bir kapıdır. Çin ekonomisinin üçüncü büyüme kutbu olarak bilinen, yaşanabilir, ekolojik yeni bir şehir olan uluslararası bir lojistik merkezidir. 12 Aralık 2014’te, Binhai yeni Bölgesi serbest ticaret bölgesi olarak onaylandı ve kuzeydeki ilk serbest ticaret bölgesi olmuştur. “Binhai Yeni Bölgesi”, (Erişim Tarihi 11.01.2021), <https://baike.baidu.com/item/%E6%BB%A8%E6%B5%B7%E6%96%B0%E5%8C%BA/1752>

organizasyonlara şüpheli yaklaşarak çevresinde yer alan komşuları ve diğer güçlerle iki taraflı ilişkiler geliştirmeyi seçmiştir. Fakat bu seçim 1990'lı yıllarda değişerek Çin çok taraflı örgüt ve kuruluşlara aktif olarak katılmaya başlamıştır (Tüter, 2018, s. 108).

1 Ocak 1994 tarihinde Çin, döviz sisteminde dövizin planlı paylaşımını kaldırarak resmi oran ve market oranının bir arada bulunduğu çift hat sistemini birleştirerek değiştirmiştir. Yaklaşık 7 yıl boyunca Çin'in dış rezervleri 21 milyar dolardan 200 milyar dolara yükselmiştir. Bu evrede Japonya ve Çin arasında teknoloji ve ekonomi rekabeti oluşmuştur. 2001 yılının Kasım ayında Çin, Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ)⁶³ katılmıştır. Çin'in DTÖ üyeliği, dünyadaki ekonomik rekabette eşit koşullarda yer almasını sağlamıştır. Doğrudan dış yatırımlarının ve ihracat (dış satım) faaliyetlerinin daha geniş bir çerçevede büyümesine tanıklık etmiştir (Liu H. , 2018, s. 52). “Dünya Ticaret Örgütüne üye olması yabancı yatırımcılar için güven yaratacak, bunun yanında Çin ekonomisi daha rahat büyüyebilecektir. Çin yönetimi, Dünya Ticaret Örgütü ile rehaf ve zenginlik seviyesini artırarak askeri gücünde atılım gerçekleştirmeyi sağlayıp, bölgesel güç olmayı planlamaktadır” (Karaca R. K., 2004, s. 81).

Gerçekleştirilen reformlar ile kapalı bir ekonomiden adım adım pazar odaklı ve açık bir ekonomiye geçiş evrilmiş; rekabet artmış ve Çin'in satıcı pazarı alıcı pazarına dönmüştür. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne katılmasından ardından gittikçe global pazarla daha çok birleşmiştir (Liu H. , 2018, s. 52).

Çin'in hızlı adımlarla gerçekleştirmiş olduğu ekonomik değişim muhteşemdir. Çin ekonomisi, 1978 yılından başlayarak yıllık ortalama %10 büyüme göstermiştir. Liderliği elinde bulunduran Amerika'yı geçerek dünyanın en çok ticaret faaliyetinde bulunan ülke olmuştur. 1900'lü yılların sonlarında Çin yardım alan bir ülkeyken, 2013 yılına gelindiğinde durum değişerek yardım yapan ülke haline gelmiştir. Daha önce

⁶³ Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), Birleşmiş Milletler 'den bağımsız, kalıcı bir uluslararası kuruluştur. Dünya Ticaret Merkezi'nin merkezi İsviçre'nin Cenevre şehrinde olup, şu anda Genel Konseyin başkanı Büyükelçi David Walker'dır. Dünya Ticaret Örgütü'nün işlevi anlaşmazlıklara aracılık etmektir ve DTÖ'ye katılmak çok taraflı bir ticaret anlaşması imzalamak olarak sayılmaz. Ticaret sisteminin örgütsel ve yasal temelini yanı sıra sayısız ticaret anlaşmasının yöneticileri, üyelerin ticaret mevzuatının amirleri olup, anlaşmazlıkları çözmek ve müzakere etmek için ticaret için bir yer sağlar. Bu kurum, çağdaş çağın en önemli uluslararası ekonomik kuruluşlarından biridir ve üyeleri arasındaki ticaret hacmi dünyanın büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır, bu nedenle “Ekonomik Birleşmiş Milletler” olarak adlandırılmaktadır. “Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)”, (Erişim Tarihi 17.06.2020), <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%96%E7%95%8C%E8%B4%B8%E6%98%93%E7%BB%84%E7%BB%87/150837?fr=aladdin>

dışarıdan borç alan bir ülke iken günümüzde kredi veren bir ülke haline gelmiştir. Önceleri ülkesine yatırımcı çekme uğraşında olan Çin, şimdilerde merak ve ilgi odağı haline gelen yatırımcı bir ülke olmuştur (Tüter, 2018, ss. 156-157).

Çin'in bir tarım toplumundan, dünyanın en büyük ikinci ekonomisine dönüşmesi bir mucizedir. İhracat (dış satım) faktöründe en etkin iki bölüm, elektronik ve tekstil olmuştur. Bu iki bölüm birbirinden oldukça farklıdır. Küreselleşmiş elektronik piyasası dışardan alınan yatırımlarla (ithalat) desteklenmektedir. Tekstil piyasasındaki dış satım ise, üretimin büyük kısmını oluşturmaktadır. Çinli şirketler tekstil piyasasındaki imal ve ihracata hakimdir (Tüter, 2018, ss. 167-168).

Çin, tarihi boyunca dış dünyaya hem kara yoluyla hem de deniz yoluyla etkileşim kuran bir uygarlık olmuştur. “Çin'in bugünkü uluslararası tutumunu belirleyen temel faktör diplomatik etkinliği ve üstlendiği düzen inşa edici roldür. Bununla beraber Çin'in uluslararası sistemin değişiminde içeriden ve tedrici bir dönüşümü öngören yaklaşımı, barış içinde bir arada yaşama stratejisini anlamlı hale getirmektedir. Barış içinde bir arada yaşama, Çin'in diplomatik stratejisinin temelini oluşturan anayasal bir kavramdır” (Tüter, 2018, s. 341).

Her devlet gibi Çin'de dış politikasında kendi çıkarlarına göre bağımsızlığını önemseyerek hareket etmektedir. Dünya devletleri arasında yer alan güçlü üstünlük anlayışına karşı Çin, barışçıl bir politika izlemektedir. Eşitlikçi ve akılcı ilkelerini içeren uluslararası ekonomi ve siyasi sistemle hareket etme yolundadır. “Çok taraflılık” algısı ve dünya barışını sürdürmek, Çin'in siyasi politikasının bütünleyici tutumu haline gelmiştir. Çin diğer devletlerin toprak bütünlüğüne saygı duymaktadır. Mütekabiliyet anlayışına uygun olarak kendi toprak bütünlüğüne saygı duyulmasını ve iç işlerine karışılmamasını istemektedir. Yaşanan sorunların ve uyuşmazlıkların müzakere yöntemiyle çözme yoluna giderek dünyada barışçıl bir yol izlenmesini savunmaktadır. Dış politikada dikkat çeken değerlerden birisi de milliyetçiliktir. Son asra bakıldığında Çin devlet politikasının şekillenmesindeki en etkili kavram milliyetçiliktir (Sayın, 2013, ss. 229-230).

“Çin'in yürüttüğü dış politikada önceliği hep güvenlik ve egemenlik kaygıları oluşturmuştur. Bundan dolayı her zaman stratejik yönden bağımsızlık, ekonomide kendi kendine yetebilme hep ön planda tutulmuştur” (Karaca R. K., 2004, s. 112).

“Tarih tekerrür etmiyor olabilir ama biriktirmektedir ve geçmişin yükünden sıyrılmak mümkün değildir. Bu yüzden Çin’de küreselleşme basit bir Amerikanlaşma veya Batılaşma şeklinde değil, çok daha karmaşık çok yönlü bir etki tepki süreciyle, hem varolan kurumlar hem de değişen uluslararası trendlerle şekil almıştır” (Holcombe, 2016, s. 392). “Çin’in olağanüstü gelişimini ölçebilmek için, bunun sarsılmaz bir iradenin, dünya ölçeğinde bir araya getirilen en büyük insan kitlesi çabasının sayesinde olduğunu da hesaba katmak gerekir” (Braudel, 2017, s. 242).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÇİN TİCARET KÜLTÜRÜ VE ULUSLARARASI PAZARA YANSIMALARI

Uzun ve köklü Çin tarihi ile harmanlanmış Çin ticaret tarihinden bahsettikten sonra, birinci bölümde ortaya koyduğumuz kültür, ticaret ve ticaret kültürü kavramlarıyla Çin ticaret kültürünü açıklayabiliriz.

Çin kültürünün, Batı kültüründen farklı olmasını sağlayan temel özelliklerinden birisi de kolektif yapısıdır. Toplumsal yapılarının merkezine bireysel özgürlüğü ve kendini ifade etmeyi yerleştiren Batılı bireyci kültürlerin aksine, Çin'de birey daima aile, şirket veya toplum gibi daha büyük bir bütünün parçası olarak görülür. Uzun lafın kısası, çoğu Batı toplumları birey odaklı iken, Çin toplumu grup odaklıdır. Çin kültürünün bu özelliğini anlamak, Çin'de ticaret yapmak isteyen herhangi bir Batılı iş insanı için elzemdir. Çünkü, Çin kültüründe alışkanlık haline gelen bu hususun, iş ilişkilerinde ve örgütlenmesinde etkisi çok büyüktür (Gilardoni, 2017, ss. 59-60).

Bireysellik mantalitesinde kişisel çıkarlar daha önce gelmektedir. Bireyseller daha çok otonomi (özgür, bağımsız) bakış açısıyla ilgilidirler. Düşüncelerini çoğunlukla doğrudan net bir şekilde ifade etmektedirler. Kolektif düşünce sisteminde grupların ve toplumların çıkarları bireysel çıkarlardan önce tutulmaktadır ve dolaylı iletişim şeklini daha sık kullanmaktadırlar. Gruplar veya toplum tarafından beraberce alınan kararların tüm bireylerce uygulanması beklenir. Bireyler, kendi kişisel çıkarlarını toplum çıkarları ve iyiliği için feda edebilmektedirler (Çetin & Arslan, 2014, s. 119).

Çin'de insanlar genellikle kişisel özgürlük ve hakları vurgulayan Batılılardan farklı olarak, kişisel sorumluluklar ve yükümlülükler konusunu toplum bilinciyle düşünerek kollektifleşmektedirler. Çin halkının geleneği haline gelen kolektivistik yapı, bir işletmenin personelinin sadakatini geliştirmeye yardımcı olur (Yang & Gu, 2005, s. 39).

Çin'in bu kolektivistik özelliği, geleneksel kültürünün, özellikle de iş kültürünün bir parçası olan, iki anahtar kavramı yansıtmaktadır: Guanxi (关系 Guānxi)⁶⁴ ve Mianzi (面子 Miànzi)⁶⁵. Göreceğimiz üzere, Çin sosyal yapısının anlaşılması için sosyo-kültürel bu iki kavram sıkıca birbirine bağlıdır ve Çinlilerin sosyal ilişkilerinin yapı taşlarını yansıtır. Çin pazarıyla ilk kez tanışan veya iş tecrübesi olan çoğu Batılı iş insanı için bu kavramların sürekli tekrarı tuhaf gelebilir, fakat değildir. Kişi Çin pazarında kendisine yer edinmek istiyorsa, Guanxi ve Mianzi kavramlarını küçümsemenin ciddi ve masraflı bir hata olacağını anlamalıdır (Gilardoni, 2017, s. 60).

Guanxi (关系 Guānxi)

Çin'de çalışırken veya iş yaparken daima aklınızda bulundurmanız gereken bir şey varsa, o da Çin'in ilişki temelli bir toplum olmasıdır. Bu nedenle, iş faktörü ilişkilerden önce değil, ilişkiler iş faktöründen önce gelir. Bu özellik, iş dünyasına ya da eldeki alım-satım işlemine odaklanan fazlasıyla bireysel kültür yapısına sahip iş insanları için anlaşılması zor bir durumdur. Onlar için iş, her türlü değerlendirmeden önce gelmektedir. Bireysel kültür anlayışından bakıldığında anlaşma imzalanırsa, devamında iş ortağı ile kişisel bir ilişki kurmak olağandır. Fakat şu kesindir ki, birçok Batılı iş insanı için, olası ortakla insancıl bir ilişki kurmanın, iş yapmanın öncül bir koşulu olması, saçmalıkla eş değerdir (Gilardoni, 2017, s. 60).

Batılı iş insanlarının çoğunluğu, iş ortağıyla kişisel ilişkinin anlaşma imzalandıktan sonra geliştiğine inanırken, Çinliler anlaşma imzalanmadan evvel ortada bir ilişkinin olması gerektiğine inanmaktadırlar. Onlara göre, kişisel ilişkiler güven oluşturmanın en iyi yolu olduğundan, herhangi bir yasal ve resmî belge imzalanmadan önce sağlanmalıdır. Çin'de, alım-satımın özü yasalarla değil ilişkilerle belirlenir, Çinli muadiliniz kişisel bağlantı kurmadığınız için size güvenmiyorsa, anlaşma imzalama konusundaki ısrarınız şüphelerini artırır. Bu noktada, Çin ve Batı iş kültürlerinin pratikteki farkları açıkça görülmektedir. Çinlilerin iş yapma yolu ilişkilerle (his ve duygular) başlama eğilimindedir, ardından mantık (ölçüp biçme) ve sonunda da formalite (anlaşmalar) gelirken, Batı yaklaşımı bunun tam anlamıyla tersidir (Gilardoni, 2017, s. 65).

⁶⁴ Guanxi (关系 Guānxi) kavramı, Türkçemizde “ilişki ve bağ” anlamlarına gelmektedir.

⁶⁵ Mianzi (面子 Miànzi) kelimesi, Türkçemizde “yüz, itibar, onur, haysiyet ve samimiyet kelimeleri ile tercüme edilmektedir.

Çin'de iş faktöründeki kişisel ilişkilerin önemi Guanxi kavramıyla simgelenir. Guanxi, "ağ" veya "bağlantı, ilişki" olarak Türkçe'ye tercüme edilir, fakat bundan çok daha öte bir anlamı vardır. Guanxi, kişinin hayatı boyunca kurduğu ilişkiler ağıdır ve basit iş ilişkilerinin yanında arkadaşlık hatta aile bağlarını da içerir. Guanxi'nin Çin'deki önemi, yüzyıllar boyunca sosyal yaşamı organize etmek ve yapılandırmak için kişisel ilişkilere güvenmeyi şart koşan, resmi kurum ve kanunların eksikliği olan geleneksel ve kırsal toplumun tarihi çerçevesinden bakıldığında anlaşılabilir (Gilardoni, 2017, s. 61).

Guanxi kavramı, en azından iki kişi veya iki kuruluş arasında gerçekleşmelidir. Bireyden aileye, sosyal, ekonomik ve politik çevrelere yayılan birçok ilişki (guanxi) türü vardır. Bunlar; baba-oğul ilişkisi (父子关系 Fùzǐ guānxi), karı-koca ilişkisi (夫妻关系 Fūqī guānxi), okul arkadaşı ilişkisi (同学关系 Tóngxué guānxi), arkadaş ilişkileri (朋友关系 Péngyǒu guānxi), sosyal ilişkiler (社会关系 Shèhuì guānxi), ekonomik ilişkiler (经济关系 Jīngjì guānxi), iş ilişkileri (商业关系 Shāngyè guānxi), siyasi ilişkiler (政治关系 Zhèngzhì guānxi) vb. Bu anlamda, Guanxi Çin halkının bireysel, aile, sosyal ve politik yaşamlarına nüfuz etmiştir. Kişisel yaşamın ve Çin sosyal yapısının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Ching-hwang, 2014, s. 145).

Kelimenin tam anlamıyla Guanxi, sırasıyla "kapalı" ve "bağlantı" anlamına gelen Guan (关 Guān) ve xi (系 xi) kelimelerinin birleşimidir; iki kişi arasında yakın bir ilişki olduğu kadar, kapalı bir ilişki anlamına da gelir. Yabancılar için Guanxi'nin bir parçası olmak kolay değildir. Var olan bir Guanxi'ye dahil olmak için kişi, üyelerin güvenini kazanılmalıdır ki; insanlar bu ağa bağlanabilsin. Güven kazanmak ise zaman ve somut adımlar gerektirir. Ama bunun da ötesinde, Guanxi ortak çıkarlar üzerine kurulu bir ağdan da fazlasıdır. Güçlü duygusal içeriği de olmalıdır. Ticaret ile iş ilişkileri dahil herhangi bir dost ilişkisinde, insani boyuttan asla kopulmaması gerektiği vurgulanmaktadır. Guanxi, insan ilişkilerinin, iş ve çalışma bağlantısından ayrılmamasının gerektiğini belirten “Renqing (人情 Rénqíng)”⁶⁶, kavramına bağlıdır. Guanxi kavramı, şirketlerin ortak çıkarlarının, bireysel ilişkilerin üstünde tutulduğu, Batı tarzı iş ağı oluşturmaya benzememektedir. Sonuçta hem Çin'de hem de Batı'da

⁶⁶ Renqing (人情 Rénqíng), beşeri duygular ve ikili ilişkiler anlamında kullanılmaktadır. Renqing kelimesi İnsan anlamına gelen (人 Rén) ve his, duygu anlamlarına gelen (情 qíng) kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuştur.

etkili bir ağ kurmak için güven şarttır. Fakat, güven kavramı iki bağlamda aynı değildir. Çin iş kültüründe güven kişiler arasında iken, Batı'da kurumlar arasındadır. Çin'de iş ilişkisi daima kişiseldir, Çinliler şirketinizle değil bireyle iş yapar. Değinilmesi gereken bir diğer önemli nokta ise Guanxi'nin tamamen kişisel olduğudur. Aktarılmaz ve miras bırakılamaz (Gilardoni, 2017, ss. 61-62).

Guanxi'nin diğer bir ilkesi, karşılıklı alıp vermedir, yani güçlü ve etkili bir iş ağının karşılıklı lütuflar olmadan mümkün olmadığıdır. Guanxi'nin bir üyesi başka bir üyesine herhangi bir şekilde yardım edecek olursa, bu üyenin er ya da geç karşılık vermesi beklenir. Guanxi kavramı alım-satım bazlı değil, ilişki bazlı olduğuna için yardımın illa işle alakalı olması gerekmez. Örneğin; Batılı bir iş adamı, Çinli zengin iş ortağının çocuğuna Avrupa'da güzel bir okul bulmasına yardımcı olursa, üstüne karşılık beklemeksizin gerekli tüm işlemleri yaparsa, Çinli ortak bir şekilde karşılık vermek isteyecektir (Gilardoni, 2017, s. 62).

“Şüphesiz ki, Çinli iş ortağıyla karşılıklı güvene dayalı iyi bir ilişki kurmak vakit alacaktır. Fakat, Guanxi kapıları açılır açılmaz başarılı bir iş girişimi kurma şansınız inanılmaz bir düzeyde artacaktır” (Gilardoni, 2017, ss. 64-65).

Sonuç olarak, Guanxi kültürel bir kavramdır ve kişisel bağdan ileri gelmektedir. Böylelikle iş ilişkisi ortaya çıkar. Yabancı bir şirket Çin'de anlaşma yapacağı zaman, yapması gereken ilk şey insanlarla tanışmak, ilişki ağını kurmak ve Guanxi ilişkisinin sonucu olan güven inşasını oluşturmaktır. Kişisel ilişkiler güçlü olduğunda, diğer tarafın söylediklerine güvenilebilmekte ve iş ilişkisi kurulabilmektedir. Buradaki mantık, gerçekten güvendiğiniz biriyle bir sözleşme imzalamanızdır. Eğer güvenmediğiniz biriyle sözleşme imzalarsanız, sözleşmenin gücü sınırlıdır. Güven olduğuna sürece, resmi iş toplantıları kolaylaşacak ve sözleşme kolaylıkla müzakere edilebilecektir. Sözleşmeyle ilgili bir sorun varsa, bu daha kolay bir şekilde çözülecektir.

Görüldüğü gibi, Guanxi, Çin iş kültürünün mühim bir ilkesidir. Guanxi olmadan, Çin'de etkili ve başarılı iş yapmak imkânsız değilse bile çok zordur. Çünkü Çin, kişisel unsurların etkili olduğuna, ilişki temelli bir toplumdur. Bu nedenle, Çin'de iş yapmayı planlayan her bir şirket için, daha geniş bir pazara giriş stratejisinde doğru ilişkiler (Guanxi) geliştirmesi gerekmektedir. Elbette, onu korumak ve sürdürmek zaman ve

çaba gerektirir. Ancak, sonunda önemli bir rekabet avantajı sağlayacak yatırımdır (Gilardoni, 2017, ss. 66-67).

Mianzi (面子 Miànzi)

Çin ticaret kültüründe Guanxi ile birbirine sıkıca bağlı olan ve etkisi çok büyük bir başka kilit taşı ise Mianzi (面子 Miànzi) 'dir.

Çin'deki hem sosyal hem de iş ilişkilerinde en önemli rolü oynayan bir diğer kültürel faktör, yüz veya kişisel onur olarak çevrilebilen Mianzi kelimesidir.

Mianzi, "yüzü kalmamak" manasındaki “yüz” anlamındadır. Ama bu anlam, Batı kültüründekinden çok farklıdır. Mianzi kelimesindeki yüz anlatımı, haysiyet ve güvenilirlik anlamı ifade edilmektedir. Hatta, Batı'da "yüz" suçlulukla ilişkilendirilirken, Çin'de (Asya'da) utançla alakalıdır. Bu fark konuyla fazlasıyla alakalıdır. Çünkü, suçluluk duygusu, birey ve kendi vicdanı arasındaki bireysel bir dinamiği yansıtırken, utanç bireyin içinde bulunduğu topluluğun kurallarını çiğnediği ve düzenini etkilediği için utandığı bir toplumsal bağlamla ilişkilidir. Suçluluk duygusu başkaları tarafından bilinip bilinmediğine bakılmaksızın hissedilir. Bu kültürel faktör Çin'in sosyal dokusunun merkezi ve hayati bir parçasıdır (Gilardoni, 2017, s. 67).

Yüz, bireyin sosyal statüsünün en önemli göstergesidir. Bir anlamda yüz, bir bireyin sosyal başarısının ve onun pratiğinin bir sonucu olarak saygı, gurur ve haysiyetidir. İnsanlar güven ve saygı kazanmak için yüzlerini korumaya çalışırlar. Bir kişinin sahip olduğu yüz (haysiyet) miktarı değişebilir. Sosyal etkileşim sırasında, kişinin yüzü artabilmekte veya azalabilmektedir. Bu tür yüz bilinçli toplumlarda hem yüz kazanma hem de yüz kaybetme hayatın tanımlanabilir hedeflerindedir (Tulipaer, 2015, s. 75).

Bu nedenle, kişinin yüzünü koruması kendi saygınlığı için önem arz etse de Çin kültürünün en mühim unsurlarından biri olan sosyal uyumu korumak için büyük bir öneme sahiptir. Bu düşünce tarzının temel sebebi ise, toplumsal düzeni koruma gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. Toplumun üyeleri arasında uyumlu ilişkiler kurarak sürdürmeyi ve çatışmayı önlemek amaçlanmıştır (Gilardoni, 2017, s. 67).

Basit bir şekilde anlatacak olursak Mianzi, Çin'de kişinin itibarını temsil eder. Aile, şirket, arkadaş çevresi veya toplum gibi sosyal bağlamlarda kişinin başkalarının

gözündeki prestij ve statüsünü gösteren sosyal değerlerin toplamıdır. Kolektivist bir toplum olan Çin'de, bazen bireyler için yüzünü korumak, gerçeği söylemekten daha önemlidir. Bu durum ise, kültürler arası ticaret ve iş ilişkilerinde pek çok soruna yol açabilmektedir. Örneğin; Çin'de birisinin yanlış bir şey yaptığını itiraf etmemesi davranışı yaygındır. Çünkü, bu itiraf onun yüzünü kaybetmesine neden olacaktır. Aynı nedenden ötürü, iş yerinde bir çalışan neredeyse işine mal olacak bir hata yaptığında kovularak yüzünü kaybetmek yerine istifa eden çalışan olabilir (Gilardoni, 2017, s. 68).

Mianzi kavramı birçok Batılıya garip gelse de Çin'de kişinin itibarını ve onurunu koruma eğiliminde önemini korumaktadır. Ünlü bir Çinli atasözünde, "Beni öldürebilirsin, ama bana hakaret edemezsin" denilmektedir. Çin'de bir insanın saygınlığı onurunu korumaktan geçmektedir. Birini yüz üstü bırakmak, -ister kasıtlı ister kasıtsız olsun- iş ilişkileri açısından felaket olabilir. Çin'de göz önünde bulundurulacak altın kurallardan birisi de bir toplantıda kişinin öfkesini kontrol edemeyerek çileden çıkması, agresif yahut kibirli bir tavır takınması; bu davranış şekilleri ev sahiplerine saygınlık kaybettirir ve kazançlı bir ilişkinin önünü kapatır. Kişinin kendisinin ve başka insanların yüzlerini koruması adına, insanlara saygılı, düşünceli davranması, bunu da düzgün, kibar davranışıyla taçlandırması gerekmektedir (Gilardoni, 2017, ss. 68-69).

3.1.Çin Ticaret Kültürünün Özellikleri

Günümüz uluslararası bütünleşmeyi sağlayan küreselleşme süreciyle birlikte, ülkeler birbirleriyle daha sık karşı karşıya gelmektedirler. Dolayısıyla, ticari görüşmelerde birbirlerini anlama konusunda sorunlar yaşayarak iletişim kurmakta zorlanmaktadırlar. Çoğu zaman anlaşmazlıkların kültürel farklılıklardan meydana geldiği fark edilmeyerek, sorunların kişisel çatışmalardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu sebeple, farklı bir ülke ile ticaret yapılırken o ülkenin kültürel yapısı da tüm yönleriyle incelenmelidir. Yapılan araştırmalar sadece ürün üzerine olmamalıdır. Ticaret yapılacak ülkenin kültür yapısı da derinlemesine araştırılmalıdır. Kültür farklılıkları ne kadar iyi bilinirse diğer süreçlere geçilmesi daha kolay ve etkili olacaktır.

“Köklü bir tarihi geçmişi olan Çin, geleneklerini günümüze kadar taşımayı büyük oranda başaran nadir ülkelerin başında gelmektedir. Ticaret kültürü açısından en

zengin ülkelerden biri olmasında geçmişiyle olan bağımlı devamlı ettirmesi önemli rol oynamaktadır” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 102).

Çin’in ticaret kültürü özelliklerini ve kültürüne yerleşmiş dikkat edilmesi gereken bazı davranış biçimlerini açıklayacak olursak: (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, ss. 103-120).

İngilizce, Ülke Genelinde Az Bilinmektedir

Çin’de iş dili olarak Çince kullanılmaktadır. Çeşitli düzey ve nitelikteki tercümanları ajanslar sayesinde bulmak mümkündür. Çinli yetkililerle yapılan görüşmelerde mutlaka tercüman bulundurulmalıdır. Başarılı ve etkili bir iletişim sağlamada tercümanların rolü büyüktür. İngilizce, iş dünyasında konuşulup yazılsa da, bu durum ülke genelinde yeterli düzeyde değildir. Genç nüfusun çoğunluğu, belirli bir seviyede İngilizce konuşabilmektedir. Yabancı firmalarla ticaret yapan yöneticilerin bir kısmı İngilizceyi anlamasına rağmen konuşamamaktadır. Bu nedenle, başarılı bir iletişim sağlamak için tercümanın bulunması önemlidir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 103).

Üstlere ve Yaşlılara İtaat, Çin İş Hayatının Yapısını Belirlemektedir

Çin halkının hala derin bir kişisel ilişki kavramı vardır. Çin toplumunda bireyler eşit olarak kabul edilse dahi, üstlere ve yaşlı insanlara itaat iş yaşantısını etkilemeyi sürdürmektedir. Yaş ve kıdeme saygı gösterilmektedir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 103). Çin kültüründe, yaşa ve deneyime çok değer verilir. Ayrıca, iş görüşmelerinin ve müzakerelerin ciddi bir şekilde olması gerekmektedir. Çinli ortaklarla iş dışındaki geliştirilen yakın ilişkiler, iş ortamına taşınmamalıdır.

Bu davranış şekli Çinli insanların kültürlerinde yer edinmiş olan Xiao 孝 (hayırlı, örnek evlat olmak), Li 禮 (görgü kuralları, adetlere uymak), Zhong 忠 (sadakat, bağlılık) temel ilkelerinden ve atalarına göstermiş oldukları ihtiyatlı, saygılı tutumlarından ileri gelmektedir.

Çinliler Doğrudan Doğruya Hayır Diyemedikleri İçin Üstü Kapalı Bir Dil Kullanmaktadırlar

Çin halkının sözlerinde kesinlik yoktur. Çin’de doğrudan “hayır” demek kaba bir davranış olarak görülmektedir. Çinliler, kolay kolay hayır diyememektedirler. Bu kişilik

özelliği, günlük yaşamlarında duygularının etkin olduğunun bir göstergesidir. Yüreğinizle düşündüğünüzde, zihninizle düşündüğünüz kadar kesin ve düzenli yargılara varamazsınız. Kültürel özellikleri nedeniyle net bir şekilde “hayır” diyemedikleri için, dolaylı dil kalıplarını kullanmaktadırlar (Hung- Ming, 2013, s. 45).

“Karşı tarafa olumsuz bir cevap vermemek, devam eden konuşmayı kesmemek için Çinli muhataplar onay anlamına gelecek şekilde “evet-yes” kelimelerini sıklıkla kullanabilmektedir. Bu durum, ticari görüşme yapan tarafa her şeyin onaylandığı şeklinde yansıyabilir. Bunu anlamamanın en iyi yolu konuşulanları ayrıca yazıya dökmektir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s.104).

Grup Kararına Bağlı Kalınması

Batı toplumlarının çoğu birey odaklı iken, Çin toplumu grup odaklıdır. “Çin kültürünün bu özelliğini anlamak, Çin'de ticaret yapmak isteyen herhangi bir Batılı iş insanı için elzemdir. Zira, iş ilişkilerinde ve örgütlenmede etkisi çok büyüktür. Bu özelliği küçümsemek veya daha kötüsü, umursamamak Çin pazarında başarıyla iş yapma şansını ciddi bir şekilde etkilemektedir” (Gilardoni, 2017, s. 59).

Çinliler ticarete pazarlık konusunda çok beceriklidirler. Müzakerelere katılan ekipler genellikle kalabalıktır. Bu yüzden bir karara varılması uzun zaman alabilmektedir. Gruplar arasında ortak bir karara varmak için oy çokluğu şarttır. Bu nedenle grupça alınan kararlar zaman alabilmektedir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 104).

Ticari Yazışma Stilindeki Farklılıklar

Ticari yazışmalar, uygun formatlarda resmi üslup kullanılarak yapılmalıdır. “Eğer biliniyorsa alıcının sıfatı ve unvanı kullanılmalı, bir mektuba veya elektronik postaya adres yazarken daima “Mr.” Veya “Ms.” eklenmeli, asla sadece ilk isim yazılmamalıdır. Tarihler önce yıl, sonra ay ve gün gelecek şekilde yazılmalıdır (10 Nisan 2009, “09.04.10” şeklinde yazılır)” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, ss. 104-105). Bu tür tanıtıcı yazışmalar, ticaretin başlatılması için büyük önem arz etmektedir.

“Devlet memurlarından veya yurt dışındaki üst düzey Çinli yöneticilerden alınan takdim mektubu, iş adamının itibarının yerinde ve Çin’de nasıl iş yapılacağını bilen bir kişi olduğunu gösterecektir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 105).

Unutulmamalıdır ki, Asyalıların güven kavramı, Batılıların güven kavramından daha farklı ve derindir. “Çinlilerin güveni kalptendir. Güven çemberi her bir proje ve her bir etkileşim için söz konusudur. Daima uzun dönemli bakış açısına sahip olunmalıdır. Sürekli ilişkilerin geliştirilmesi üzerine odaklanılmalıdır” (Melemen, Çin Uluslararası Ticarete Yükselen Pazar Ekonomisi, 2007, s. 107).

Ticari Randevulara Özen Gösterme ve Statü Etkisi

Zaman algısı, dünya çapında büyük farklılıklar gösteren kültürel bir değer olarak sayılmaktadır. Çinliler, zamanı iyi kullanmaya çalışan dakik insanlardır. Çin kültüründe dakiklik, bir erdem haline gelmiştir. Bir toplantıya geç kalırsanız, geciktiğiniz için kesinlikle özür dilemelisiniz. Çinliler hızlı bir şekilde karar verme ve aksaklıklarla karşılaşılınca planlarını kolayca değiştirme eğilimindedirler. Bu durum planlarda, esnekliğe ve uyulanabilirliğe değer verdiklerini gösterir (Meyer, 2015, s. 236).

Programınızı planlamadan önce, özellikle Çin Yeni Yılı (Ocak / Şubat sonu) ve Çin Ulusal Bayramı (Eylül / Ekim sonu) olmak üzere Çin'deki festivallerden, özel günlerden ve büyük tatillerden haberdar olunmalıdır.

Görüşmeler için, önceden randevu alınmalıdır. Randevularda, belirlenen zamanda ayarlanılan mekanda bulunulmalıdır. Karşı tarafın randevuya gecikmesi durumunda ise ev sahibi olduğunuzu unutmadan, kırgınlık ve aşırı heyecan göstermeden sabırla beklemeniz gerekmektedir. İş görüşmelerinde, toplantı salonuna giriş ve masaya oturuş düzeni mevki ve yetki sırasına göre hazırlanmalıdır. En kıdemli üye, odaya ilk girer (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 106).

“İş görüşmesine giderken yanınızda bol miktarda kartvizit götürmeniz faydalı olacaktır. Birisi size kartvizitini verirse, siz de ona kartvizitinizi vermelisiniz. Eğer kartvizitinizi ona vermezseniz onunla dostluk kurmak istemediğiniz veya onu kendi mevkinizde görmediğiniz gibi bir izlenim ortaya çıkabilir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 159).

Kartvizitlerin değişimi ve toplantı sırasında kullanımı son derece dikkat edilecek bir durumdur. Kartvizitlerin yeterli sayıda basılması ve Çinceye tercüme edilerek iki dilde hazırlanmış olması bir kibarlık göstergesi olarak sayılacaktır. Kartvizitinizi sunarken, Çince yazılı kısım alıcıya bakacak şekilde teslim edilmelidir. Kartvizitler iki elle sunulur ve iki el kullanarak geri alınması doğru bir davranış olacaktır. Birkaç kişiyle tanışırken kartvizitinizi ilk önce statüsü en yüksek olana sunmanız veya üst mevkilerden başlayarak alt mevkilere doğru hareket etmeniz en doğru yaklaşım olacaktır. Ayrıca karşı taraftan kartviziti alınca, kesinlikle kısa bir süre göz atmadan farklı bir yere konulmamalıdır. Eğer imkan dahilindeyse toplantı boyunca masada tutulmalıdır. Son yıllarda Çinliler de Çince isimlerinin dışında yazışma ve görüşmelerde isimlerin daha kolay hatırlanmasını aynı zamanda telaffuzu kolaylaştırmak adına Batılı tarzda isimler kullanmaktadırlar. Yinede, görüşme sonuna kadar kartvizitin masada kalması ve arada göz atılması hatalara engel olunarak, isimlerin ve ünvanların daha kolay hatırlanmasını sağlayacaktır. Bu şekilde hareket edilmesi karşı tarafa verilen inceliği ve önemi göstermektedir. Tam tersi olarak kartvizitlerin alındıktan sonra dikkatsiz ve özensizce cebe veya çantaya konulması konuşma esnasında karşı tarafa sıklıkla sorulan isim-unvan hatırlama sorunlarına yahut akılda kalan yanlış isimlerle hitap edilmesine yol açacaktır. Bu durum, Çinli bir firmayla yapılan ticari görüşmelerde olumsuz bir hareket olarak nitelendirilebilir. Çin kültüründe saygınlık ve zenginliğin sembolü olarak sayılan altın sarısı rengi kartvizitler için ideal bir etki yaratacaktır (Yang & Gu, 2005, s. 73).

Selamlama ve Hitap Şekilleri

Selamlama, iki kişi arasındaki mesafeyi kısaltarak onları birbirlerine yakınlaştırmaktadır. Bu nedenle, Çinlilerle olan temaslarınızda selamlama eylemine hakim olmak gerekir. Çinliler birbirini birçok yönden selamlamaktadırlar. Örneğin, iki tanıdık birbiriyle karşılaştıklarında genellikle başlarını sallar veya gülümserler. İki kişi yakın ilişkiler içindeyse selamlama şekilleri değişebilir. Karşılaştıklarında, aç mısın?, Yemek yedin mi?, Nereye gidiyorsun? gibi sorularla selamlaşmayı başlatabilirler. Ancak el sıkışmak, en yaygın kullanılan ve resmi durumlarda da seçilen ilk selamlama şeklidir. El sıkışmasının yanı sıra, Çin halkı genellikle vücut temaslarını sevmez ve sarılmalar ve öpücükler onları son derece rahatsız eder (Yang & Gu, 2005, s. 78).

Çin kültüründe soyad, addan önce gelmektedir. Çinlilerin soyadları kendilerine özgü özellikler taşımaktadır. Çinlilerin soyad ve ad kullanımı, Kavala (2016) tarafından şu biçimde açıklanmıştır:

“Herşeyden önce Çin geleneğinde önce soy ad, sonra ön ad yazılıyor; çok bilinen bir ismi örnek olarak verebiliriz: Mao Zedong 毛泽东’da Mao 毛, kişinin ismi değil, ailesinin ismidir. Soy addan sonra yazılan Zedong 泽东 ise kendi ismidir. Bu nedenle biz Mao dediğimizde Çin devriminin ünlü liderini hatırlıyoruz, Çinliler ise tek başına Mao, bir anlam ifade etmiyor; soy ve ön adlar birlikte söylenmektedir. Burdadadan birkaç çıkarıma ulaşabiliriz; birincisi aile, kişiden önce gelir; ailenin temelini oluşturduğu toplumsal yapı da bireyin önündedir. İkincisi, aileye verilen önem, bireyi tamamen gölgelemez; tek başına aile isminin bir anlamı yoktur. Birey ailesiyle, aile; bireyle anlam kazanır” (s.504).

Resmiyet saygının bir göstergesi sayılmaktadır. İlk tanışmalarda kişiye nasıl hitap edileceği önemlidir.

Görüşme Adabı ve Sunum

Toplantıların başlangıç safhasında karşılıklı kibar ve ince davranışlardan sonra iş görüşmelerine başlanılmalı sohbet konuları sosyal ortamlara saklanılmalıdır. Sessizlik tehlike olarak algılanmamalı karşı tarafa zaman tanınmalıdır. Çinliler bu davranışı nezaket ve ciddi niyet belirtisi olarak görmektedirler. Dikkat edilmesi gereken konulardan biriside konuşan kişinin sözünü bitirmesi beklenilmelidir. Ani tepkilerle konuşma kesilmemelidir. Ayrıca, her durumda Çin’i, Çinli liderleri eleştirmekten ve politik tartışmalara girmekten kaçınılmalıdır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 108).

Çin hakkında önce bilgi sahibi olmak görüşmelerde ve sunumlarda çok fayda sağlayacaktır. “Görsel yardımların sunuş yaparken kullanılması sunumun etkinliğini artıracaktır.Tercihen Çinceye tercüme edilmiş dökümanlar slaytlardan daha iyidir. Özellikle Çince basılmış renkli broşürler Çinlilerin daha çok ilgisini çekmektedir. Görsel yardımlar sunuşun etkinliğini artıracaktır. Eğer Çince konuşulamıyorsa dil sorun olabilir. Çin tarafı tercüman bulunduracaktır” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 109).

İş Ahlakı ve Gelenekleri

“Çinliler toplum önünde eleştirilme, suçlanma ve övülme gibi konularda çok hassastırlar. Batı toplumlarında çok yaygın olan en basit şakalaşmalardan, takılmalardan dolayı itibarlarını yitirdiklerini düşünerek alınganlık gösterebilirler. Bu tür davranışlar

Çin kültüründe kolaylıkla unutulmaz ve affedilmez bir durum arz eder” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 110). Bunun yanı sıra, kendisine iyilik yapılan bir Çinli bunu unutmayarak uygun bir şekilde karşılık vermek isteyecektir.

Hediye Verme

Çin’de hediye verme bir incelik ve zarafet göstergesidir. Çinliler birbirlerine hediye vermeyi severler. Genellikle Çinli bireyler akrabasını veya bir arkadaşını ziyarete gittiğinde, gelirlerine göre bir meyve sepeti veya bir kutu çikolata gibi küçük hediyeler vermektedirler. Bu uygulama ile her iki taraf arasındaki dostluğu geliştirmek hedeflenmektedir ve iş bağlantılarında da hediye verme faaliyetleri yaygındır (Yang & Gu, 2005, s. 114).

Hediye verme eylemi, ülkeden ülkeye çeşitlilik göstermektedir. Bu konudaki yanlış seçimler veya hatalar iletişim kopmalarına neden olabilmektedir. Hediyeler kartvizit sunumlarında olduğu gibi iki elle sunulmalı ve iki elle alınmalıdır. Ayrıca hiyerarşi tutumu hediye verilirken de dikkat edilmelidir. Çin gelenekleri, hediye paketini hediye verenin önünde açmayı doğru bulmamaktadır. Hediye verenin yanında açmak alıcının ne kadar sabırsız ve aç gözlü olduğu anlamına gelebilir ya da hediye kötü bir seçim olursa karşısındakinin bozulduğu yüzünden belli olabilir. Açgözlü görünmemek için hediyeyi hemen kabul etmeyebilirler. Bu tür durumla karşılaşıldığında yanlış anlaşılmalı ve hediye alınması için ısrar edilmelidir. İsrar sonucunu verecektir (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, ss. 111-112).

“Ayrıca 4 rakamının okunuşunun ölüm kelimesiyle aynı olmasından dolayı 4 rakamı içeren bir hediye yerine bereket, bolluk ifadesi olan 8 rakamını içeren bir hediye vermekte büyük fayda vardır. Çinli firmalar ile internet ortamındaki konuşmalarda İngilizce “güle güle (bye bye)” ifadesi yerine “8” veya “88” yazılması karşı taraf üzerinde olumlu bir etki yaratacaktır. “88” yazılması hem iyi günler hem de bereketli ve sağlıklı bir gün dileği anlamına gelmektedir” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 115).

Çin dilinde dört sayısının (四 Si) ve ölüm kelimesinin (死 Sǐ) telaffuzlarının benzerliği nedeniyle dört sayısı, çok tercih edilmeyen ve kaçınılan bir sayı haline gelmiştir. Asansörlerde, telefon numaralarının son hanelerinde, otellerde dördüncü kat

kullanımlarından kaçınılmaktadır. Dört sayısı yerine bolluk ve bereket anlamına gelmekte olan sekiz sayısı (八 Bā) tercih edilmektedir.

Dört sayısının yanı sıra, Çin halkı "250" sayısını da kullanmaktan hoşlanmaz hatta kaçınırlar. Bunu, çoğunlukla insanları lanetlemek için kullanılan, hoş olmayan bir sözcük olarak görürler. Zihinsel bozukluk anlamına gelir. Bu nedenle, insanlar genellikle bir malın fiyatı olarak bu sayıyı kullanmaktan kaçınır ve bunun yerine 248 veya 258'i seçmektedirler. Çinliler "bütün iyi şeylerin çift sayılarla ortaya çıktığına" inandıklarından çift sayıları severler. Bu yüzden, genellikle mutlu etkinlikler için çift sayıları olan tarihleri seçerler ve ayrıca çift sayılarda hediye gönderirler (Yang & Gu, 2005, s. 235).

Renklerin ve sayıların anlamları milletlerin kültürel zihniyetlerini yansıtmaktadır. Kırmızı renk, Çin'de insanların en sevdiği renktir ve özel çıkarımları vardır. Kırmızı rengin iyi şans getirdiği düşünülmektedir. İnsanlar kırmızı rengi düğün törenlerinde, festival ve kutlamalarda kırmızı rengi kullanmaktadırlar. Kırmızı renkte olan eşyalara yoğun talep olsa da Çinliler için kırmızı mürekkep bir tabudur. Kırmızı kalemle yazı yazılması şanssızlık ve ilişkiyi kesme, tehdit gibi olumsuz anlamlara gelmektedir. Binlerce yıl bu durum, alışılmış bir kural haline gelmiştir. İnsanlar tarafından bu tutum hala sürdürülmektedir. Efsanelere göre eski zamanlarda imparatorlar kırmızı mürekkepleri suç hükümlerinde ve idam cezasına çarptırılan kişilerin isimlerinin yazılması için kullanılırlardı. Modern Çin toplumunda kırmızı kalem sadece öğretmenlerin not puanlamalarında vb. yerlerde kullanılmaktadır (Yáng & Gù, 2005, ss. 225-226).

Ticaret güven gerektiren bir olgudur. İş yaparken karşı tarafa saygı göstermek ve güven duygusunu aşılama çok önemlidir. Mavi ve beyaz renk hediyeler ya da ambalajlar ölüm ve yası hatırlattığı için kullanılmamalıdır. Olaya açıklık getirmek gerekirse, geleneksel Çin cenazelerinde kadın aile üyeleri mavi renkte cenaze kıyafetleri giydiği için mavi renk ile ölüm arasında bağlantı kurmaktadır.

"Çin, her zaman "görgü kuralları ülkesi" olarak ün salmıştır. Çinliler, uzun zamandır pek çok katı görgü kuralını uygulamışlardır ve yeme içmeyle ilgili olanların Çin kültüründe özel bir yeri vardır" (Liu J. , 2018, s. 55).

Çin yemek çubuklarının (筷子Kuàizi) kullanımıyla ilgili bir görgü kuralı, Liu (2018) tarafından şu şekilde açıklanmıştır:

“Genelde sağ elle tutulur (eski adetlere göre yiyenler). Bir yemek davetinde yemeğe ara verildiğinde, yemek çubukları pirinç kasesinin yanına bırakılmalıdır; ancak kasedeki pirince saplanmamalıdır. Bu yapılmaz, çünkü eski çağlarda, Çinliler yiyecekleri atalarına sunu olarak kullanır ve yemek çubukları sadece sunuların koyulduğu kaselere ve çanaklara dik olarak koyulurdu. Yemek yerken, yemek çubukları başka birine doğru tutulmaz. Biriyle konuşurken, çubuklarla yemek karıştırılmaz ya da parçalanmaz. Birinin çubuklarıyla aldığı yiyecek alınmaz. Çinlilerin günlük olarak kullandıkları yemek çubukları çoğunlukla bambu ya da ahşaptır ancak altın, gümüş, bronz, demir, yeşim taşı, fildişi ve gergedan boynuzu gibi malzemelerden yapılmış yemek çubukları da vardır. Eski çağlarda Çin İmparatorları genelde gümüş yemek çubukları kullanırdı. Gümüş, zehir buluştığında siyaha döndüğü için bu güvenlik amacıyla yapılırdı”(s.43).

Toplantı Düzeni ve Yemek Davetleri

Çin iş insanlarıyla yapılan toplantılar, ev sahibi ve konuklar birbirlerini iyi tanımadıkları için genellikle küçük konuşmalarla başlamaktadır. Amaç, herhangi bir iş konuşulmadan önce birbirlerini tanımak ve ön değerlendirmeler yapmaktır. Çinliler, genel olarak iş ilişkilerinde Batılı meslektaşlarına göre daha sabırlıdır. Çinliler, güvenmedikleri insanlarla iş yapmak istemez. O halde, bir iş ilişkisinin temelini oluştururken sağlam bir şekilde yavaş yavaş inşa etmek önemlidir (Seligman, 1999, ss. 94-95).

Toplantı odasına giriş ve masaya oturuş şekli de statü ve yetki kullanım sırasına göre olmalıdır. Toplantı düzeni, Melemen (2017) tarafından şu biçimde açıklanmıştır:

“Odaya girecek ilk yabancı, delegasyonun başkanı olması gerekir. En kıdemli kişi, yüzü kapıya dönük olarak oturacaktır. Grup müzakerelerin lideri olarak hareket edecek ve sunumları yapacak bir sözcü bulundurmak faydalı olacaktır. Öncelikle, kısa bir konuşma yapılır. İş ancak insanlar birbirlerine ısındıktan sonra konuşulur. Ev sahibi takımın başkanı, kısa bir açılış konuşması yapar ve daha sonra sırayı ziyaretçilere verir. Konuşma esnasında sizin sözcünüz, içlerinde en kıdemli olan Çinli yetkiliye hitap etmelidir. Çinliler geniş bir açıklamayla teklif duymayı ve daha sonra spesifik konulara ve sorulara tek tek değinmeyi tercih ederler. Görsel yardımların sunum yaparken kullanılması sunumun etkinliğini artıracaktır. Özellikle, Çince basılmış renkli broşürler Çinlilerin daha çok ilgisini çekmektedir. Sunum yapılacaksa, sunumların siyah beyaz hazırlanması önerilir. Çünkü bu ülkede renklerin, çoğu olumsuz olan birçok özel anlamı vardır. Bir de kırmızı kalem asla kullanılmamalıdır. Siyah ya da mavi kalem kullanılmalıdır. Ticari görüşmelerde, yazışmalarda yapılan herhangi bir teklif kesinlikle cevapsız bırakılmamalıdır. Cevap vermemek güven kaybına neden olur ve daha sonraki tekliflerin dikkate alınmamasına neden olur. Malı almanız bile, olumlu-olumsuz, bir yanıt verir. Pazarlık, ticaretin değişmezlerindedir. Pazarlıksız yapılan alışverişin eksik olduğunu düşünürler”(s.119).

Müzakerelerin olumlu bir şekilde sonuçlanmasının ardından Çinli ev sahipleri yabancı ziyaretçilerine güzel bir akşam yemeği organize etmektedirler. Akşam yemekleri, iş toplantılarının en önemli zamanlarından biridir. Toplantılarda olduğu gibi

yemek davetlerinde de belirli bir protokol ve görgü kuralları bulunmaktadır. Eğer misafirler tarafından Çin gelenek ve kültürüne saygı gösterecek davranışlarda bulunulursa Çinli ev sahibi bu durumu memnuniyetle karşılar. Tüm misafirler yemek saatine dikkat etmeli yemeğe geç kalmamaya özen göstermelidirler. Yemek sırasında iş konuları konuşulmamalıdır. Yemek esnasında Çin çubuklarının kullanılması veya denenmesi Çinlilerin hoşuna gidecektir. Yemek çeşiti fazla olacağı için yemek tüketimi hızlı bir şekilde ilerleyecektir. Misafirler ikram edilen Çin yemeklerinden damak zevkine uygun olmayan yemekler varsa en azından tadılarak tabağının kenarına bırakılmalıdır. Yemek bittikten sonra yemek çubukları masaya özenli bir şekilde bırakılmalıdır tabakta yemek kaldıysa yemeğe saptanılmamalıdır. Çinli ev sahipleri içerisinde statüsü en yüksek olan birey ayağı kalkarak misafirlere geldikleri için kısa bir teşekkür konuşması yapar. Mümkünse Çin yemek davetine karşılık yemek organize edilmelidir. Çinliler, Batı tarzı yemekleri sevmediklerinden yemek seçimlerine ve Çin görgü kurallarına dikkat edilmeli yahut iyi bir Çin lokantasına davet etmek doğru karar olacaktır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 117).

Çinli müzakereciler, sabırlı ve açık gözlüdürler. Çeşitli pazarlık taktikleriyle karşı tarafı yıpratırlar. Çinliler, yabancıların dönüş zamanlarında baskı oluşturmaya çalışmaktadırlar. Uzun bir yoldan gelen yabancıların, ülkelerine eli boş dönmek istemediklerini çok iyi bilmektedirler. Bu yüzden, yabancıların dönüş zamanlarında Çin tarafından baskı oluşturulmaktadır. Bu eyleme “stratejik son dakika baskısı” denilmektedir. Stratejik son dakika baskıları Çin tarafına yarar sağlamaktadır (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 120).

İş Kıyafetleri

Giyim, özellikle Çin’de başarının anahtarı sayılmaktadır. İş kıyafetleri şık olmalıdır. Nispeten muhafazakar bir ülke olduğu için, Çinliler çok renkli boyalı saçlar, çok güçlü kokulara sahip parfümler veya ağır makyaj stillerine alışık değillerdir. Çinli iş adamları tipik olarak mavi, gri veya siyah renkte takım elbiseleri seçmektedirler. Yazın açık yakalı, kısa kollu gömlekler tercih edilen iş kıyafetleridir. Çinli iş adamlarının büyük çoğunluğu, Batılı tarzda kıyafetler giyinmeyi seçerken, bazı yöneticiler ve fabrika müdürleri “Mao” ceketlerini giymeye devam etmektedirler (Yang & Gu, 2005, s. 82).

“Kadınlar kendi ülkelerinde giyindikleri gibi giyinmelidirler. Şık ve derli toplu giyiniş tarzı tercih edilir. Kadınlar değişik renk, model ve stillerde pantolon ve etek giyebilirler. Kısa ve açık kıyafetlerden kaçınılmalıdır. Özellikle iş kadınları şık ve temiz giyinmeli, kıyafetleri ve mücevherleri moda uygun olmalıdır” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 120).

“Çin’de anlaşma imzalamak üç saniyelik bir iştir. Ancak, o işin bitene kadar günlerce müzakere edilmesi gerekir. Çinli muhatap, değişik yemekler ısmarlayabilir. Hatta, yaptıkları ikramın altında ezilebilirsiniz. Çinliler, bunu sizi tanımak için yaparlar. Tanıdığına emin olduğunda da bir anda anlaşmayı imzalar” (Melemen, Uluslararası Ticaret Kültürü, 2017, s. 125). Çinli bireyler için, güven unsuru çok önemlidir. Bu yüzden, kendinizi iyi bir şekilde tanıtip ve Çinlileri iyi anlamanız gerekmektedir. Buna ek olarak ürünlerinizin Çin kültürüne, Çin insanına uygun olmasına dikkat etmeli ve ürünlerin Çin’e uygun şekilde tanıtımının yapılması unutulmamalıdır. Çinliler, mutlaka alacağı ürünü görmek ve dokunmak incelemek ister. Bu yüzden Çin’de gerçekleştirilen fuarlara katılmak etkili olacaktır.

3.2.Çin Kültürünün Çin Ticaret Ahlakına Etkisi

Kültürler elbette zaman içerisinde coğrafya, iklim, hayatta kalma yöntemleri, manevi inançlar, sosyal seçimler ve son olarak sofistike felsefi inançların sentezleyici bir süreci yoluyla evrimleşmiştir. Daha modern zamanlarda bilim ve teknoloji, kültürler büyük katkıda bulunmuş, onları daha dinamik hale getirmiştir ve daha önceki zamanlarda hayal edilmeyecek şekillere dönüştürmüştür (Lafayette & Mente, 2009, s. 17).

Dünya tarihinde birçok farklı millet farklı kültürleriyle sahne almıştır. Sahnede en uzun kalanlardan biri ise, Çin kültürüdür. Bu yüzden Çin, keşfedilmesi gereken sınırlarla dolu bambaşka bir ülkedir. “Başka hiçbir ülke, bir uygarlığı ne bu kadar uzun süre kesintisiz ayakta tutabilmiş ne de geçmişi ile siyasetinin ve stratejisinin klasik ilkeleri arasında böylesine sıkı bağlar kurabilmiştir” (Kissinger, 2015, s. 23). Geleneksel Çin kültüründeki ahlaki anlayış, köklenecek çağımızda da Çinlilerin değer yargılarını ve davranış şekillerini etkilemektedir. Onlara göre derin bir kültüre sahip olmayan yönetim anlayışları başarısız bir yönetim olarak sayılmaktadır.

Konfuçyüs Çin düşünce yapısında büyük etkileri olan Antik Çağ'da yaşamış bir filozoftur. Onun düşünceleri bazı dönemlerde eleştirilmiş olsa da, bazı dönemlerde de yüceltilmiştir. Ama yine de günümüzde dahi Konfuçyüs'un düşünceleri hala etkisini sürdürerek milyonlarca kişi tarafından benimsenmektedir. 1966-1976 yılları arasında yaşanan Çin Kültür Devrimi döneminde Konfuçyüs'cü anlayış çok eleştirilmiş ve yok edilmeye çalışılmış olsa da Mao Zedong'un ölümüyle değişimler yaşanmıştır. 1985 yılında Pekin şehrinde kurulan bir enstitüde Konfuçyüsçü fikirler üzerine araştırmalar yapılmaya başlanmıştır (Hidayet, 2006, s. 44).

Konfuçyüs, savunduğu düşünceleri ve öğrencileri ile birlikte düzenlemiş olduğu eserlerle, Çin'in hatta Uzakdoğu'nun geleneksel kültür temelini oluşturmasını sağlamıştır. Konfuçyüs'ün asırlar önce dile getirdiği, erdemli ve ahlaklı olmak, hayırlı evlat olmak, bireyin bulunduğu mevkie uygun davranışlar içinde olması, adetlere ve kurallara uymak, dürüstlük, akılcılık, sadakat gibi temel ilkeleri, Modern Çin döneminde de insanlar için bir rehber konumundadır. Temel ilkelerin derin bir anlam ifade etmelerinin yanı sıra, aralarında kuvvetli bir bağ bulunmaktadır. Özetlemek gerekirse, “Ana babaya duyulan saygı sadece aile yaşantısı için geçerli bir durum değildir. Ana babasına saygı duyan kişi aynı zamanda hükümdara ve diğer yöneticilere de saygı duyacaktır. Toplum kurallarına göre hareket edecek ve toplumsal ve siyasi düzen bozulmayacak, karmaşa yaşanmayacaktır” (Kalkır, Konfuçyüs'ün Yönetim Anlayışı Üzerine Bir Analiz, 2018, s. 103). Geleneksel Çin kültüründeki bazı değerler hala devamlılığı sürdürülerek toplum düzenine etki etmektedir. İş hayatının yapısını belirlemede önemli bir unsur olan “üstlere ve yaşlılara (atalara) itaat” özelliği “hayırlı evlat olmak ile erdemli ve ahlaklı insan olmak” ilkelerinin etkisiyle Çin ticaret kültüründe yer edinmiştir.

Çinlilerin ve Batılıların kendilerine has farklı kültürel yapıları ve iş uygulamaları, birbirlerini yanlış anlamaları için büyük bir potansiyel oluşturmaktadır. Farklı kültür özellikleri, birlikte çalışmak durumunda olan bireyler arasında bazen yanlış anlamalara ve güvensizliğe neden olabilmektedir. Bunun neden olduğunu anlamak için, iki kültürdeki insanların nasıl düşündüğünü, kültürlerini ve temel farklılıklarını bilmek önemlidir.

Çin'de, insanlar genellikle, kişisel özgürlük ve hakları vurgulayan Batılılardan farklı olarak, kişisel sorumluluklar ve yükümlülükler konusunu toplum bilinciyle

düşünerek kolektifleşmektedirler. Kolektivistik yapı ile Çin, Batılıların bireyci yapısına karşın, insanların doğası gereği birbirine bağımlı bir yapıda bulduklarını ve grup amaçlarının bireyselliğin üzerinde olduğunu düşünmektedir. Çin halkının geleneği haline gelen kolektivistik yapı, bir işletmenin personelinin sadakatini geliştirmeye yardımcı olur (Yang & Gu, 2005, s. 39).

Batı'nın yönetim ve işletme anlayışında “rasyonel faydacılık” ön plana çıkmaktadır. Çinlilerin yönetim ve işletme anlayışlarını, Çin geleneksel kültürü oluşturmaktadır. Genel olarak şirket bünyelerinde aile tarzı yönetim anlayışı uygulanmaktadır. Çin kültüründe güçlü bir aile ilişkisi vardır. “Aile insan neslini üretme ve sosyalleştirmedeki birincil grup olma fonksiyonları ile hem insan neslinin üretilmesinde hem de toplumun devamlılığında ve şekillenmesinde vazgeçilmez bir sosyal kurum olarak varlığını sürdürmektedir. Çin toplumunda hala bu sosyal kurumun önemi sürmektedir” (Hidayet, 2006, s. 67). Çin’de aile, devletin gelişmiş bir yapısı olduğu düşünülmektedir.

Çin kültürünü tam olarak anlamak için toplum yapısının da anlaşılması gerekmektedir. Antik Çin’de toplum sistemine yerleşen hiyerarşik siyasi güç yapısı, günümüzde de etken bir sistemdir. Konfüçyüs’ün düşüncesine göre insanlar doğası gereğince birbirine benzemektedirler. Konfüçyüs’e göre resmi görevlere nitelikli ve kabiliyetli kişilerin atanması gereklidir. Ancak bu düşünce geleneksel Çin politika sistemine aykırı bir oluşumdur. Konfüçyüs, sosyal sınıf düzeninin nesilden nesile aktarılması fikrine katılmasa da, statüler hiyerarşisini savunmaktadır. O, erdemli ve kabiliyetli kişilerin iyi mevkilere gelmesini ve bu kişilerin toplumun alt sınıfında yer alsalar dahi yerlerinden mutlu olmalarını önermektedir. Ancak, resmi görevlerin babadan oğula geçen düzenine karşı çıkmamıştır. Konfüçyüs, herkesin bulunduğu mevkiden hoşnut olduğu bir sistemde düzenin oluşturabileceği kanısındadır. Konfüçyüs toplumun sosyal statülere ayrılmasının normal karşılanmasını sağlayarak toplumun genelinde ve aile içinde var olan katı hiyerarşik düzeni meşrulaştırılmasını sağlamıştır. Bu anlayışın izleri, Çin’de 1949 yılında yeni komünist yönetim döneminde oluşturulan özel hiyerarşik gruplarında görülebilmektedir (Hidayet, 2006, ss. 44-45).

Çin toplumunda günümüzde hala kolektif yapı ile statü hiyerarşi sistemi müzakereleri ve iş hayatını etkileyen bir faktördür. Bu durum ticaret kültürüne

yansıyarak müzakerelerde kolektif yapı ile grup kararına bağılı kalınmasını sağlamıştır. Çinli bireyler üzerinde statü hiyerarşi sistemi bir ahlak kuralı haline gelerek toplum düzenini sağlar ve Çinlilerin sosyal ilişkilerinin yapıtaşlarını yansıtmaktadır.

Çin iş ahlakına etki eden ve herkes tarafından farklı yorumlanan bir kavram olan muhafazakarlık, çoğu birey tarafından geleneklere bağılılık veya yeniliklere karşı çıkmak olarak algılanmaktadır. Geleneksel Çin kültüründe muhafazakarlık kavramı ciddi bir yere sahip olsa da, çağımızda birçok Çinli yönetici geri düşünceli olarak nitelenme endişesiyle muhafazakârlığın fazla önemli bir kavram olmadığını düşünerek yeniliklere açık olma davranışları sergilemektedirler. Çin'de günümüz iş insanları eski muhafazakâr kültür yapısından ayrılarak yenilikler karşısında kayıtsız kalmadan ilerlemelerini sürdürmektedirler.

Çin'in kısa bir zaman içerisinde ekonomide hızlı ilerleme göstermesinin önemli nedenlerinden birisi de kültürünü canlı tutarak devamlılığını sağlamasıdır. Çin'de iş yapmayı zorlaştıran durumlar farklılıklar değil, farklılıkların farkına varılmaması ve anlaşılmamasıdır. Yapılan yanlışlardan birisi Asya kültürlerinin birlikte gruplandırılması ve Çin çeşitliliğinin tanınmamasıdır.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Çalışmada Çin ticaret tarihi ve Çin kültürünün Çin ticaretine olan etkisi ele alınmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak kültür ve ticaret kavramları anlatılmaya çalışılmıştır. Kültürün toplumları birbirinden ayıran ve çeşitlilik kazandıran değer yönelimleri olduğu ve insanların kültürel bilgiyi elde etmesinin kolay olmadığı anlaşılmıştır. Başka kültürleri anlayabilmek için kişi öncelikle kendi kültürünün özüne erişmelidir. Birey, kültüründe bulunan gelenek ve göreneklerin uygulanışının, davranış şekillerinin bilinçaltında kanıksandığı kültürel değerlerle şekillendiğinin farkına varmalıdır. Bundan dolayı, düşünme şeklimiz ve davranış biçimlerimiz evrensel değildir. Kendine has olan kültürel bir çerçeveye dâhildir. Başka kültürlerden olan insanların, aynı durumları farklı bir yönden görmelerini sağlayan çeşitli değer yargıları vardır. Bu sebeple onların olayları nasıl gördüğünü anlamak kültürel bilgi kazanmaya yönelik ilk adımdır. Ticaret kavramı ise ihtiyaç olgusu ile birlikte ortaya çıkmıştır. İnsanların ihtiyaçlarını karşılama arzusu, zamanla insanlık tarihi kadar eski bir kavram olan ticareti de ortaya çıkarmıştır. Ticaret, tarafların birbirleriyle anlaşmaları üzerine, insanların hayatlarını kolaylaştırmak esasına dayanan bir alışveriştir. İnsanların gereksinimlerini karşılamak amacıyla var olan ticaret, takas yoluyla başlamış daha sonra paranın kullanılmasıyla yeni bir boyut kazanmıştır. Paranın icadından önce, insanlar kendi kültürlerinde değerli saydıkları ve yaşadıkları coğrafyada elde edebildikleri nesnelere (hayvan derileri, deniz kabukları, çeşitli madenler, yunus dişleri ve kakao çekirdeklerini) kullanmışlardır.

Karşılıklı etkileşim ile gerçekleşen ticari faaliyetler şüphesiz kültürü de içine almıştır ve ticaret kültürü kavramı ortaya çıkmıştır. İnsanlar ve toplumlar yaptıkları her işte, buldukları her bölgeye kendilerinden bir şeyler katmış ve alışkanlıklarını uyarlamışlardır. Bu durum ticarete de etkisini göstermiştir. Ticaret kurallarını ve ticaret ahlakını kendi kültürlerince belirlemiş ve ticaret esnasında belirli ölçütlerde kendi kültürlerinden karşı tarafa aktarmışlardır. Tüccarlar hem ticaret hem de kültür

taşıyıcılığı için önemlidirler. Gittikleri coğrafyalara kendi kültürlerini taşıırken ticaret yaptıkları bölgelerdeki kültürel yapıdan da etkilenmişlerdir.

Uzun tarihi geçmişi ile bilinen Çin'in ticaret tarihi de eş zamanlı sayılabilir. Çin ticaret kültürünün anlaşılabilmesi için çalışmamızda önemli bir nokta olan Çin ticaret tarihi ikinci bölümde detaylıca ele alınmıştır. Ticaretin ilk hanedanlıklardan itibaren başladığı, Çin Seddi sınır kapılarında göçebelerle takas usulü uluslararası ticaretin şekillendiği söylenebilir. Han Hanedanlığı döneminde açılan İpek Yolu rotaları ile artık Çin'i ve ticari mallarını hem yakın hem de uzak ülkeler tanımaya başlamıştır. Tang Hanedanlığı döneminde dünyanın önemli ticari ve sosyal merkezi haline gelmiş antik başkent Xian şehri birçok tüccara ev sahipliği yapmıştır. Ming Hanedanlığı döneminde Amiral Zheng He'nin donanmaları Çin ticaretini uluslararası boyutta çok önemli noktalara taşımıştır. Dünya tarihini etkilemiş önemli buluşlarıyla antik çağlardan beri çağdaşlarından önde olmayı başarmış olan Çin, 18. yüzyılın ortalarından itibaren batının ilgisini çekmiş ve yarı sömürge bir devlet haline gelmiştir. Bu dönemde de Çin'de ticari faaliyetler devam etmiş olsa da kazanılan kârlar çökmekte olan feodaliteye ayakta tutmaya yetmemiştir. Cumhuriyetin kurulması ile yıpranmış olan Çin uzun yıllar duvarlarının arkasında gizlenmiş ve milenyuma adeta küllerinden yeniden doğarak giriş yapmıştır.

Antik çağlardan beri uluslararası ticarete yer edinmiş olan Çin'in farklı kültürü şüphesiz onu ticaret kültürü bakımından en sıra dışı ülkelerden biri haline getirmiştir. Çalışmamızın üçüncü bölümünde Çin pazarında yer edinmek isteyen birinin hangi kültürel olgulara dikkat etmesi gerektiği açıklanmıştır. Guanxi ve Mianzi kavramları doğrultusunda ilişkilerin ve itibarın ön planda tutulması gerekliliği ortaya çıkmış bir ticaret kültürü tanımlanmıştır. Çin halkı dini inançların yanı sıra başta Konfüçyüs gibi önemli temsilcilerin ekolleri olmak üzere düşünce akımlarını da aktif şekilde benimseyerek günlük hayatlarını da bu ekollerin öğretileri doğrultusunda yaşamaya meyillidirler. Bu sebeple Çin ile ticaret yapmak isteyen bir yabancıнын dikkat etmesi gereken hususlar daha da artmıştır. Ticarete yapılacak bir hata çoğu zaman kişisel bir hakaret olarak değil Çin toplumunu küçük görmeye kadar uzanabilecektir. Kartvizit takdiminden yemek adabına, hediye seçiminden toplantılarda giyilecek kıyafete, toplantı saatlerinden selamlama ve hitap şekillerine kadar birçok konu özenle düşünülmesi ve kültürel özellikler dikkate alınarak planlanması gerekmektedir. Keza

yapılacak en ufak bir hata müzakerenin başarısızlıkla sonuçlanmasına sebep olabilmektedir.

Görüldüğü gibi, ticaret kültürünün bu denli yadsınamaz olduğu göz önünde bulundurulduğunda, uluslararası ticaret eylemlerinde giderek daha çok keskinleşen bir bıçak haline gelen kültür sorunları ile yarıda kesilen birçok müzakere olduğu ortaya çıkmıştır. İnsanların davranışlarının arkasında duran sebebi görebildiğimiz zaman, kültürleri ayıran çizgi de anlaşılabilir. İşte o zaman yanlış anlamalarla ortaya çıkan problemler engellenebilecek, daha aktif bir iletişim kurarak uluslararası ticari iş birlikleri için doğru adımlar atılabilecektir. Küreselleşme sürecinin geniş bir evreye yayılması, ulusların ticaret hacimlerini arttırmaya devam edecek bu da ülkelerin birbirlerine yakınlaşmalarını sağlayacaktır. Ekonomiler gelişmeye ve dünya küreselleşmeye devam ettiği sürece, ticaret kültürünün özümsemeye çalışılması dünya gündeminde yer almaya devam edecektir. Sonuç olarak görülmüştür ki, uluslararası ticaret platformunda yer alan Batı toplumlarındaki bireysellik anlayışına karşın Çin'deki kolektif yapı arasındaki farklılıklar yadsınamayacak derecededir. Uluslararası ticaret ilişkilerinde insanların yaşadığı birçok zorluklar kaçınılmazdır ancak kimseyi ayırtırmadan farklı kültürlere saygı duyularak ticari ilişkilerle yarını inşa etmek mümkündür.

KAYNAKÇA

Acuff, F. L. (2005). Uluslararası Müzakere (Çev. S. Demirci). Elma Yayınevi.

Adıbelli, B. (2016). *Osmanlı'dan Günümüze Türk - Çin İlişkileri*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Akçay, N. (2017, Aralık). Turkey-China Relations Within The Concept Of The New Silk Road Project (Yeni İpek Yolu Projesi Kapsamında Türkiye-Çin İlişkileri). *Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, 1(3), 73-96.

Arıboğan, D. Ü. (2001). *Çin'in Gölgesinde Uzakdoğu Asya*. Bağlam Yayınları.

Arkan, S. (2018). *Ticari İşletme Hukuku*. Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü Yayınları.

“Asya Altyapı Yatırım Bankası (Asian Infrastructure Investment Bank “AIIB”)”.

Erişim Tarihi 08.05.2020,
<https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%9A%E6%B4%B2-%E5%9F%BA%E7%A1%80%E8%AE%BE%E6%96%BD%E6%8A%95%E8%B5%84%E9%93%B6%E8%A1%8C/12007022?fromtitle=AIIB&fromid=16963883&fr=aladdin>

Bardakçı, H. (2012). *Kültür ve Ticaret*. Cinius Yayınları.

“Binhai Yeni Bölgesi”. Erişim Tarihi 11.01.2021,
<https://baike.baidu.com/item/%E6%BB%A8%E6%B5%B7%E6%96%B0%E5%8C%BA/1752>

“Birinci Dünya Savaşı”. Erişim Tarihi 13.01.2021,
<https://baike.baidu.com/item/%E7%AC%AC%E4%B8%80%E6%AC%A1%E4%B8%96%E7%95%8C%E5%A4%A7%E6%88%98/68516?fr=aladdin>

Braudel, F. (2017). *Uygarlıkların Grameri* (Çev. M. A. Kılıçbay). İmge Kitabevi.

“BRICS”. Erişim Tarihi 08.05.2020,
<https://baike.baidu.com/item/%E9%87%91%E7%A0%96%E5%9B%BD%E5%AE%B6/1111920?fromtitle=%E9%87%91%E7%A0%96%E5%9B%9B%E5%9B%BD&fromid=232714>

“Cengiz Han”. Erişim Tarihi 11.05.2020,
<https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%9B%E5%84%BF%E5%8F%AA%E6%96%A4%C2%B7%E9%93%81%E6%9C%A8%E7%9C%9F/8180423?fromtitle=%E6%88%90%E5%90%89%E6%80%9D%E6%B1%97&fromid=7526>

Cevizci, A. (2005). *Felsefe Sözlüğü*. Paradigma Yayınları.

Ceylan, F. E. (2017). *Zheng He'nin Yaptığı Seyahatlerin Çin Tarihindeki Yeri Ve Önemi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ching-hwang, Y. (2014). *Ethnic Chinese Business in Asia: History, Culture and Business Enterprise*. World Scientific.

Çandarlıoğlu, G. (2018). *Bozkurt'un Ejderha İle Dansı Türk - Çin İlişkilerinin Kısa Tarihi*. Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.

Çetin, C., & Arslan, M. L. (2014). *Müzakere Teknikleri, İlke, Süreç, Uygulama* (5. Baskı). Beta Basım.

Çin Ansiklopedisi. (2017). (Çev. J. Tang, & Y. Tingting). Kırmızı Kedi Yayınevi.

“Çin Halk Cumhuriyeti'nin Çin-Yabancı Ortak Girişimleri Yasası”. Erişim Tarihi 11.01.2021,

<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E4%B8%AD%E5%A4%96%E5%90%88%E8%B5%84%E7%BB%8F%E8%90%A5%E4%BC%81%E4%B8%9A%E6%B3%95?fromtitle=%E4%B8%AD%E5%A4%96%E5%90%88%E8%B5%84%E7%BB%8F%E8%90%A5%E6%B3%95&fromid=16918811>

“Çin Halk Cumhuriyeti Şirketler Yasası”. Erişim Tarihi 11.01.2021, <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E5%85%AC%E5%8F%B8%E6%B3%95?fromtitle=%E5%85%AC%E5%8F%B8%E6%B3%95&fromid=620962>

“Çin Komünist Partisi”. Erişim Tarihi 11.01.2021, <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%85%B1%E4%BA%A7%E5%85%9A/117227?fr=aladdin>

Ding, M., & Xu, J. (2015). *The Chinese Way*. Routledge.

“Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)”. Erişim Tarihi 17.06.2020, <https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%96%E7%95%8C%E8%B4%B8%E6%98%93%E7%BB%84%E7%BB%87/150837?fr=aladdin>

Eğilmez, M. (2018). *Tarihsel Süreç İçinde Dünya Ekonomisi*. Remzi Kitabevi.

Erkal, M. E. (1983). *Sosyoloji (Toplum Bilimi)* (2. Baskı). Filiz Kitabevi.

Ersoy, A. (2014). Avrasya'nın Barış Ve Refah Ekseni İpek yolunun İhyasına Yönelik Bir Yaklaşım: İpek Yolları Birliği (İYB). İçinde M. Bulut (Ed.), *Medeniyetler Güzergahı İpek Yolu* (ss. 17-36). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Yayınları.

Gannon, M. J., & Pillai, R. (2016). *Understanding Global Cultures: Metaphorical Journeys Through 34 Nations, Clusters of Nations, Continents, and Diversity*. Sage Publications.

Gelber, H. (2010). M.Ö. 1100'den Günümüze Çin ve Dünya Ejder ve Yabancı Deccallar (Çev. H. H. Kocaoluk). Yapı Kredi Yayınları.

Gilardoni, D. (2017). *Decoding China: Cross-cultural Strategies for Successful Business With the Chinese*. Createspace Independent Publishing Platform.

Giles, H. A. (2017). *Eski Çin'de Dinler* (Çev. D. Uludağ). Doğu Batı Yayınları.

“Guangzhou Limanı”. Erişim Tarihi 12.05.2020, <https://baike.baidu.com/item/%E5%B9%BF%E5%B7%9E%E6%B8%AF/5264768?fr=aladdin>

Güvenç, B. (1991). *İnsan ve Kültür* (5. Baskı). Remzi Kitabevi.

Hançerlioğlu, O. (2012). *Felsefe Ansiklopedisi Düşünürler Bölümü* (Cilt 2). Remzi Kitabevi.

Hançerlioğlu, O. (2013). *Dünya İnançları Sözlüğü* (6. Baskı). Remzi Kitabevi.

Haussig, H. W. (2001). *İpek Yolu Ve Orta Asya Kültür Tarihi* (Çev. M. Kayayerli). Ötüken.

Hidayet, D. N. (2006). *Çinli ve Türk Yöneticilerinin İşe Yönelik Tutumlarının Geleneksel Çin ve Türk Kültürleri Açısından Karşılaştırılması* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

“Hindistan”. Erişim Tarihi 12.05.2020, <https://baike.baidu.com/item/%E5%8D%B0%E5%BA%A6>

Holcombe, C. (2016). *Doğu Asya Tarihi Çin Japonya Kore Medeniyetin Köklerinden 21. Yüzyıla Kadar* (Çev. M. M. Özeren). Dergah Yayınları.

Hung - Ming, K. (2013). *Çin Halkının Zihniyeti* (Çev. H. Güven). Doğu Batı Yayınları.

“İleriye Doğru Büyük Atılım”. Erişim Tarihi 17.06.2020, <https://baike.baidu.com/item/%E5%A4%A7%E8%B7%83%E8%BF%9B/228533>

“İmparator Yongle”. Erişim Tarihi 11.05.2020, <https://baike.baidu.com/item/%E6%9C%B1%E6%A3%A3/183597?fromtitle=%E6%B0%B8%E4%B9%90%E5%B8%9D&fromid=6789284>

İslamoğlu, A. H. (2000). *Pazarlama Yönetimi*. Beta Yayınları.

Kalkır, N. (2013). He Qin Politikası Çerçevesinde Hun-Çin İlişkileri ve Wang Zhao Jun. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 215-229.

Kalkır, N. (2018). Konfüçyüs'ün Yönetim Anlayışı Üzerine Bir Analiz. *Current Research in Social Sciences*, 97-107.

Karaca, R. K. (2004). *Dünyadaki Yeni Güç Çin Tek Kutuptan, Çift Kutuba*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Kavala, Ç. F. (2016). *Çin Kitabı*. Resse Yayınları.

Kavala, Ç. F. (2019). *Doğu Uyaniyor*. Doğu Kitabevi.

Keay, J. (2011). Çin Tarihi (Çev. N. Kars Tayanç, & D. Tayanç). İnkılap Yayınevi.

Kılıçoğlu, S., Devrim, H., & Araz, N. (1992). Malinowski Bronislaw. İçinde *Meydan Larousse Büyük Lugat ve Ansiklopedisi* (s.80). Meydan Gazetecilik ve Neşriyat.

Kissinger, H. (2015). Çin Dünden Bugüne Yeni Çin (Çev. N. I. Çeper). Kaknüs Yayınları.

Kroeber, A. R. (2017). Çin Ekonomisi (Çev. M. Mazı). Buzdağı Yayınevi.

Lafayette, B., & Mente, D. (2009). *Chinese Mind: Understanding Traditional Chinese Beliefs and Their Influence on Contemporary Culture*. Tuttle Publishing.

Lavenda, R. H., & Schultz, E. A. (2018). Kültürel Antropoloji Temel Kavramlar (Çev. D. İ. Hayırlı). Doğu Batı Yayınları.

Liu, H. (2018). *Chinese Business*. Routledge.

Liu, J. (2018). Çin Mutfağı (Çev. H. Yurttaş). Kaynak Yayınları.

“Marco Polo”. Erişim Tarihi 04.05.2020, <https://baike.baidu.com/item/%E9%A9%AC%E5%8F%AF%C2%B7%E6%B3%A2%E7%BD%97/66250?fromtitle=%E9%A9%AC%E5%8F%AF%E6%B3%A2%E7%BD%97&fromid=818398&fr=aladdin>

Mazlum, Ö. (2011, Aralık). Rengin Kültürel Çağrışımları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (31), 125-138.

Melemen, M. (2007). *Çin Uluslararası Ticarete Yükselen Pazar Ekonomisi*. Türkmen Kitabevi.

Melemen, M. (2017). *Uluslararası Ticaret Kültürü*. Türkmen Kitabevi.

“Mete Han”. Erişim Tarihi 06.05.2020, <https://baike.baidu.com/item/%E5%86%92%E9%A1%BF%E5%8D%95%E4%BA%8E>

Meyer, E. (2015). *The Culture Map Decoding How People Think, Lead, and Get Things Done Across Cultures*. PublicAffairs.

Okay, B. (2017). *Konfüçyüs Ve Çin Felsefesinin Temelleri*. Bilge Kültür Sanat.

Ozankaya, Ö. (1979, Ocak). Türk Kültürünün Çağdaşlaşma Süreci. *Ulusal Kültür Üç Aylık Kültür Dergisi*, (ss. 1-16). Kültür Bakanlığı Yayınları.

Özcan, M. (2000). *Uluslararası Pazarlama*. Türkmen Kitabevi.

Özkeçeci, Ş. B. (2014). İpek Yolu'nun Geri Bildirimi: Modernleşme. İçinde M. Bulut (Ed.), *Medeniyetler Güzergahı İpek Yolu* (ss. 191-202). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Yayınları.

Öztürk, N. (2013). *Ticaret ve Perakende*. Hayat Yayın Grubu.

“Paul Pelliot”. Erişim Tarihi 07.05.2020, <https://baike.baidu.com/item/%E4%BF%9D%E7%BD%97%C2%B7%E4%BC%AF%E5%B8%8C%E5%92%8C/8969790?fromtitle=Paul%20Pelliot&fromid=11258352&fr=aladdin>

Rea, C., & Volland, N. (Ed). (2015). *The Business of Culture: Cultural Entrepreneurs in China and Southeast Asia, 1900-65*. UBC Press.

Roberts, J. M. (2017). Kısa Dünya Tarihi (Çev. M. T. Akad). İnkılap Yayınevi.

Sayın, Y. (2013). Konfüçyüs'ün Yeniden Keşfi ve Çin'in Dış Politikasında Dönüşüm. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29), 223-237.

Seligman, S. D. (1999). *Chinese Business Etiquette: A Guide to Protocol, Manners and Culture in the People's Republic of China*. Grand Central Publishing.

Sığırı, Ü., & Varoğlu, A. K. (2013). *Müzakere ve Arabuluculuk*. Siyasal Kitabevi.

Şeker, A. (2020). *Uluslararası Ticaret*. Nobel Akademik Yayıncılık.

Taşgılı, A. (2017). *Kök Tengri'nin Çocukları Avrasya Bozkırlarında İslam Öncesi Türk Tarihi*. Bilge Kültür Sanat.

“Thorstein Bunde Veblen”. Erişim Tarihi 06.04.2020, <https://www.investopedia.com/terms/t/thorstein-veblen.asp>

Toprak, A. (2008). Doğu - Batı Kültürel Etkileşiminde İpek Yolu (Başlangıçtan Göktürk Dönemi Sonuna Kadar) (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tulipaer, Y. (2015). Impact Of Chinese National Culture On Knowledge Sharing Behavior: China And Turkey Example (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tüter, M. (2018). *Çin Gücü Statükoya Karşı Yeni Güç Arayışları*. Kopernik Kitap.

Uhlig, H. (2000). İpek Yolu Çin ve Roma Arasında Eski Dünya Kültürü (Çev. A. Kırım). Okyanus Yayıncılık.

Ungan, S. (2020). *Kültürün İzinde*. Pegem Akademi.

Ünal, A. (2017). *Kutsal Metinlerine Göre Çin Dinlerinde Kadın*. Gece Kitaplığı.

Wasserstrom, J. N. (2011). 21. Yüzyılda Çin (Çin Hakkında Bilmek İstedığının Her Şey) (Çev. H. Güldü). İletişim Yayınları.

- Whitfield, S. (2005). İpek Yolunda Yaşam (Çev. S. Aydın). İnkılap Yayınevi.
“Xi Jinping”. Erişim Tarihi 08.05.2020,
<https://baike.baidu.com/item/%E4%B9%A0%E8%BF%91%E5%B9%B3>
- Yang, D., & Gu, W. (2005). Zhōngguó shāngwù wénhuà 中国商务文化 (Çin Ticari İşler Kültürü). (Çev. 顾文同 Gu Wentong). Běijīng yǔyán dàxué chūbǎn shè 北京语言大学出版社.
- Yılmaz , E. (2017, Kasım). İpek Yolu Hakkında Kısa Bir Değerlendirme. *e-Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi/Journal of Oriental Scientific Research (JOSR)*, 9(18), 672-683.
- Yinke, D. (2016). Antik Çin'de Buluşlar (Çev. E. Ergen). Kaynak Yayınları.
- Yolaç, S. (2016). *Herkes İçin Çin Tarihi*. Olasılık Yayınları.
- “Yuan Shikai”. Erişim Tarihi 13.01.2021,
<https://baike.baidu.com/item/%E8%A2%81%E4%B8%96%E5%87%AF/225928?fr=aladdin>

KRONOLOJİ

Xia Hanedanlığı	MÖ 2100-1600
Shang Hanedanlığı	MÖ 1600-1050
Zhou Hanedanlığı	MÖ 1046-256
Batı Zhou Hanedanlığı	MÖ 1046-771
Doğu Zhou Hanedanlığı	MÖ 771-256
İlkbahar ve Sonbahar Dönemi	MÖ 770-476
Savaşan Beylikler Dönemi	MÖ 476-221
Qin Hanedanlığı	MÖ 221-206
Han Hanedanlığı	MÖ 202-MS 220
Batı Han Hanedanlığı	MÖ 202- MS 9
Doğu Han Hanedanlığı	MS 25-220
Uzun Dağılma Dönemi: '6 Hanedanlık'	MS 220-589
Üç Krallık Dönemi	MS 220-280
Jin Hanedanlığı	MS 265-420
Kuzey ve Güney Hanedanlıkları	MS 386-589
Sui Hanedanlığı	MS 581-618
Tang Hanedanlığı	MS 618-907
Kısa Dağılma Dönemi: 'Beş Hanedanlık ve On Krallık'	MS 907-960
Song Hanedanlığı	MS 960-1279
Kuzey Song Hanedanlığı	MS 960-1127
Güney Song Hanedanlığı	MS 1127-1279
Yuan Hanedanlığı	MS 1279-1368
Ming Hanedanlığı	MS 1368-1644
Qing Hanedanlığı	MS 1644-1911
Cumhuriyet Dönemi	MS 1912-1949
Çin Halk Cumhuriyeti	MS 1949-Günümüz