

PAPER DETAILS

TITLE: Japonya`nin Yumusak Gücü

AUTHORS: Büsra SIRKECI

PAGES: 44-64

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2548310>

Japonya'nın Yumuşak Gücü

Büşra SİRKECİ*

Öz: Uluslararası ilişkileri son yıllarda sıkça meşgul eden ulus markalama, imaj ve bunları uygulamada kullanılan yumuşak güç, iki dünya savaşı ve Soğuk Savaş'ın ardından insanların şiddete ve baskıya karşı geliştirdiği refleksler nedeniyle devletlerin emellerini gerçekleştirmek için daha çok tercih ettikleri bir dış politika aracına dönüşmüştür. Yumuşak gücün uygulanması, ölçülmesi ve başarısının değerlendirilmesi konusunda bir uzlaşa sağlanmamış olsa da varlığı konusunda şüphe kalmamıştır. Yumuşak güç *"başkalarına cazip gelerek ve onları ikna ederek, hedeflerinizi benimsemelerini sağlayarak istediğinizi elde etme hüneri"* olarak tanımlanmaktadır. Ticaret, ekonomi, yönetim, uluslararası ilişkiler, kültür, medya ve iletişim, eğitim ve bilim, nüfus, değerler yumuşak gücün en önemli unsurlarından sayılmaktadır. Öte yandan dünyanın en gelişmiş ülkeleri arasında bulunan ve Asya kalkınmasına öncülük eden Japonya ise savaş sonrası konumundan ötürü askeri kurum ve amaçlarını bir kenara koyarak dünyada var olmanın başka yollarına yönelmiştir. Yumuşak güç politikasının iyi uygulayıcılarından biri olarak kültürel öğelere ağırlık vermiş ve çoğu devlet destekli kurulan markalarını uluslararası pazarda iyi tanıtarak tüm bu öğelerin arasında Japonya markasına hizmet etmeleri için koordinasyon sağlamıştır. Bu çalışmada manga, anime, J-Pop, J-Brands gibi yumuşak güç öğelerinin yanı sıra dış yardımlarla siyasi veya sosyal problemleri satın alma yoluna giden Japonya'nın yumuşak gücü ele alınmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde güç anlayışları arasında yumuşak güç kavramının yeri ve öğeleri hakkında görüşlere ilaveten yumuşak gücün kullanımına dair örneklerle yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci kısmında ise Japonya ve Japonya'nın yumuşak gücünün öğeleri, kullanım amaçları ve alanları incelenmeye ve tüm bunların ulusal görünüme etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır. İncelenen öğelerin ulusal görünüme etkileri göz önüne alındığında Japonya'nın yumuşak gücünün artı ve eksi yönleri ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yumuşak güç, Japonya, manga, anime, J-pop, ulus markalama

* Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Yenimahalle/ Ankara. E-posta: sirkeci.busra@hbv.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-8744-0823.

Soft Power of Japan

Abstract: Nation-branding, image and soft power used to implement them, which have frequently occupied international relations in recent years, have turned into a foreign policy tool that states prefer to realize their ambitions due to the reflexes developed by people against violence and oppression after the two world wars and the cold war. Although there is no consensus on the implementation, measurement and evaluation of soft power, there is no doubt about its existence. Soft power is defined as “the ability to get what you want by attracting and persuading others and getting them to adopt your goals”. Trade, economy, management, international relations, culture, media and communication, education and science, population, and values are considered as the most important elements of soft power. On the other hand, Japan, which is among the most developed countries in the world and pioneering the development of Asia, has turned to other ways of being in the world by putting aside its military institutions and purposes due to its post-war position. As one of the best practitioners of soft power policy, it focused on cultural elements and promoted its brands, most of which were established with government support, in the international market, and coordinated all these elements to serve the Japanese brand. In this study, besides soft power elements such as manga, anime, J-Pop, J-Brands, the soft power of Japan, which goes to buy political or social problems with foreign aid, is discussed. In the first part of the study, in addition to the opinions about the place and elements of the concept of soft power among the power understandings, examples of the use of soft power are included. In the second part of the study, Japan and its soft power elements, purposes and areas of use were examined and the effects of all these on the national outlook were tried to be determined. Considering the effects of the examined elements on the national outlook, the pros and cons of Japan's soft power emerge.

Keywords: *Soft power, Japan, manga, anime, J-pop, nation-branding*

Giriş

Güç Türkçe sözlükte “bir etki yapabilme veya bir etkiye direnebilme yeteneği, kuvvet” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2022). Davydov’a göre devletlerden önce insanların ırklar, kabileler ve topluluklara bölündüğü dönemden bu yana var olan güç kavramı devletlerin ortaya çıkmasının ardından sonra meşrulaşmaya başlamıştır (Anlamassova, 2017: 11). Uluslararası ilişkiler disiplinde güç farklı

şekillerde tanımlanmaktadır. Bu tanımlamalar siyasi tarih içinde evrimleşerek farklılaşmıştır. Weberyen yaklaşıma göre güç bir oyuncunun sosyal bir ilişki içerisinde, karşı çıkışlara rağmen maddi veya manevi bir temele dayanarak isteğini gerçekleştirme olasılığıdır. Burada güç çıkar çatışması içinde anlam kazanmaktadır. Diğer yandan Lukes'a göre güç diğer oyuncuların istek, algı ve çıkarlarının şekillendirilmesi şeklinde tezahür etmektedir. Foucault ise gücün söylemler aracılığıyla dünyayı algılamamızı etkileyerek gerçekliği var ettiğini ileri sürmektedir. E.H.Carr uluslararası arenada gücü askeri, ekonomik ve fikrî olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

Gücün farklı anlamları alanyazında özel adlandırmalar ile ilgi görmektedir. Bunlardan ilki olarak potansiyel güç, Morgenthau tarafından bir devletin elinde bulundurduğu somut ve soyut kaynakların özel bir birleşimi olarak görülmüştür. Russel ve Dahl'ın da dâhil olduğu bir grup ise ilişkisel gücü bir oyuncunun kendi isteği doğrultusunda diğerlerini rızaları olup olmadığına bakmaksızın etkileme yeteneği olarak görmektedirler. Disiplinde küreselleşme ile öne çıkan kavramlardan biri olan kurumsal güç uluslararası kurumların işleyiş ve hiyerarşisinin sağladığı güç olarak tanımlanmaktadır. Küreselleşme ile birlikte önem kazanan bir diğer kavram olan yapısal güç ise oyuncuların yapı içerisinde sahip oldukları kimlik ve rolleri kendi istekleri ile kabul etmesini ve uygun davranış kalıplarını gönüllü olarak yerine getirmesini ifade etmektedir. Son olarak Foucault felsefesinden türetilen söylemsel güç kavramında söylemler sadece iletişim araçları değil, aynı zamanda onları ve etraflarındaki dünyayı anlamlandırarak var eden güç pratikleri olarak kabul görmektedirler (Sarı, 2020). Tüm bu tanımlamalara rağmen güç Uluslararası İlişkiler'in hem en önemli hem de en tartışılır konularından biri olmaya devam etmektedir. Joseph Nye bunu şu sözlerle ifade etmektedir: *"Güç aşka benzer. Onu yaşamayı, tanımlaması ya da ölçümlemesinden daha kolaydır"* (Akoğuz, 2018: 56).

Sert güç: Sert güç, silahlı kuvvetler veya ekonomik araçlar gibi somut güç kaynaklarına dayanmaktadır. Sert güç uygulamaları çeşitli şekillerde görülmektedir. Irak işgali veya Kırım'ın ilhâkında görüldüğü gibi askeri müdahale olarak veya Kardak krizi örneğinde olduğu gibi zorlayıcı diplomasi/güç kullanma tehdidi şeklinde sert güç uygulamaları görülmektedir. Ekonomik yaptırımlar veya yaptırım tehdidi (İran'a yönelik küresel yaptırımlar örneği) veya caydırıcılık için kurulan askeri ittifaklar veya ortak savunma

sistemleri (Kolektif Güvenlik Antlaşması Örgütü örneği) sık görülen diğer uygulamalardır. Sert güç kullanımı ilk olarak yeterli sert güç kaynaklarına sahip olma, sert güç kullanma tehdidinde bulunma, sert gücü çıkarlar doğrultusunda kullanma ve son olarak söz konusu sert gücün kullanımını meşru sebebe bağlama aşamalarından oluşmaktadır (Şener, 2019; Işık, 2020; Alemdar, 2020).

Yumuşak güç: Nye'a göre yumuşak güç *"başkalarına cazip gelerek ve onları ikna ederek, hedeflerinizi benimsemelerini sağlayarak istediğinizi elde etme hüneri"* olarak tanımlanmaktadır. Yaşam tarzı, evrensel ve kültürel değerler, siyasal-demokratik normlar, kurumlar ve kurallar gibi soyut kaynaklara dayanmaktadır. Ticaret, ekonomi, yönetim, uluslararası ilişkiler, kültür, medya ve iletişim, eğitim ve bilim, nüfus, değerler yumuşak güç unsurlarından yalnızca bir kısmını oluşturmaktadır. Yumuşak güç uygulamaları çeşitli şekillerde görülebilmektedir (Özel, 2018: 5-6). Yumuşak güç hemen her devlet tarafından kullanılmak istense de bunu etkili kullanan devletler sınırlıdır. Örneğin "Amerikan Rüyası" özgürlük vaadi, ABD'nin dünyanın polisi rolü ve Amerikan kültürel hegemonyası ile en etkili yumuşak güç uygulamalarından birini oluşturmaktadır (Güzelipek, 2018). Son zamanlarda başkan Bolsonaro'nun aşırı sağ uygulamaları ile zedelenmiş olsa da Brezilya da dünyaca ünlü eğlence sektörü (festival, film ve dizi sektörleri) ile öne çıkmış, ulus markalaşması konusunda ilerleme kaydetmiştir (Mevzu, 2020).

Okyanusun diğer yakasında ise demokratik ve özgürlükçü değerler, insan hakları, dünya düzeninin kurucusu olma ve bilimsel öncülük imajı ile Avrupalılık kimliği dünyada en etkili yumuşak güç örneği olma niteliğini sürdürmektedir (Ermağan-Karcı, 2018). Kıtanın kuzeyinde İskandinav devletleri sosyal refah devleti imajı ile öne çıkmaktadır. Daha kurumsal bir yumuşak güç göstergesi olarak Russotrudniçestvo (Rus bilim ve kültür merkezleri) Rusya'nın Bağımsız Devletler Topluluğu ile bağları korumasını sağlayacak bir unsur olarak son yıllarda yükselişe geçmiştir. Putin ve Medvedev'in yumuşak gücü ön plana alması ve gerek eski Çarlık gerekse eski Sovyet sahasında kültürel hegemonyasını sürdürme isteği yumuşak bir güç unsuru ile gerçekleştirilmeye çalışılırken SSCB sonrası Rus imajını da değiştirecek bir araç olarak görülmektedir (Halidov, 2014). Rusya'nın hemen yanında 21.yüzyılın büyük gücü olarak gösterilen Çin ise mütevazı davranmamakta ve her kıtada varlığını hissettirmek için yumuşak güç unsurlarını etkili kullanmaya özen göstermektedir. İç politikasında ayrımcılık, baskı ve zulmün eksik olmamasına karşın

uluslararası politikada barışçıl ilişkiler, barışçıl ve eşit yollarla kalkınma söylemi (Konfüçyüsçülük) ile üçüncü dünya ülkelerine sosyalist bir gelişim örneği sunmak isteyen Çin bir yandan da enstitüler vasıtasıyla özellikle Asya ve Afrika'daki dış müdahaleye daha açık durumdaki ekonomik anlamda yetersiz bölgelerde dil ve kültür yayılımı hedeflemektedir (Kurban, 2021; Ozan, 2021; Kibaroglu, 2012). Eski kıtanın Çin kadar eski bir başka yerlisi İran, Fars dili ve kültürünün hâkim olduğu bölgelerde kendisine Şia mezhebinin hamisi rolünü biçerek Batı ve emperyalizm karşıtı söylemleri ile emperyalizmin kurbanı az gelişmiş ülkeleri etki alanına almaya çalışmaktadır (Öçal, 2018; Üstüntaş, 2016). Dünyanın başka bir ucunda Jacinda Arden Yeni Zelanda'nın yumuşak gücünü hızla artırmaktadır. Dürüst, adil ve şeffaf bir yönetim, cinsiyet ve azınlık politikalarındaki hatalarla yüzleşme ve toplumsal uyuma yapılan vurgular ve kapitalizme karşı cesur söylemler ile dikkat çeken başkan ülkesini 2020 ulus marka sıralamasında en hızlı yükselen ülke yapmayı başarmıştır (The Guardian, 2020; Newshub, 2021). Hemen yanı başındaki Avustralya'da sığınmacılara yönelik politikalar dikkat toplasa da koala diplomasinin eski yükseliş hızı salgın tedbirleri ile yavaşlamaya başlamıştır (İlgüner, 2021). Tüm bu örnekler farklı alanlarda farklı şekillerde uygulanan yumuşak güç uygulamaları ve sonucunda ortaya çıkan ulusal imajlardan yalnızca birkaç tanesidir.

Akıllı güç: Sert ve yumuşak gücün dengeli bir birleşim şeklinde kullanılmasına akıllı güç adı verilmektedir. Theodore Roosevelt'in deyimiyile her zaman yumuşakça konuşulmalı ve büyük bir sopa taşınmalıdır. Akıllı güç hem sert hem de yumuşak güç kaynaklarına sahip olmalı ve bunları gerektiği gibi denge içinde bir araya getirebilmelidir. Nye'in danışmanlığını yaptığı Clinton'dan beri ABD dış politikasının ana eksenini akıllı güç haline gelmek olarak görülse de Bush dönemi bu politikadan bir sapma olarak değerlendirilmektedir.

Yumuşak Güç Öğeleri

Güç kaynakları bağlamına göre yumuşak veya sert güç ögesi olarak kullanılabilecektir (Yapıcı, 2015: 9). Yumuşak gücün ölçülmesi teoride üzerine uzlaşılmamış bir durum olsa da uygulamada farklı fakat benzer ölçekler kullanılmaktadır. Örneğin yumuşak güç analizi yapan kurumlardan biri aşağıdaki ölçütü hazırlamıştır (<https://softpower30.com/what-is-soft-power/>):

"1. Dijital: Ülkenin dijital altyapısı ve dijital diplomasideki yetenekleri,

2. **Kültür:** Milletin, hem kültürel hem de yüksek nitelikli kültürel çıktılarına küresel erişim ve çekicilik boyutu,

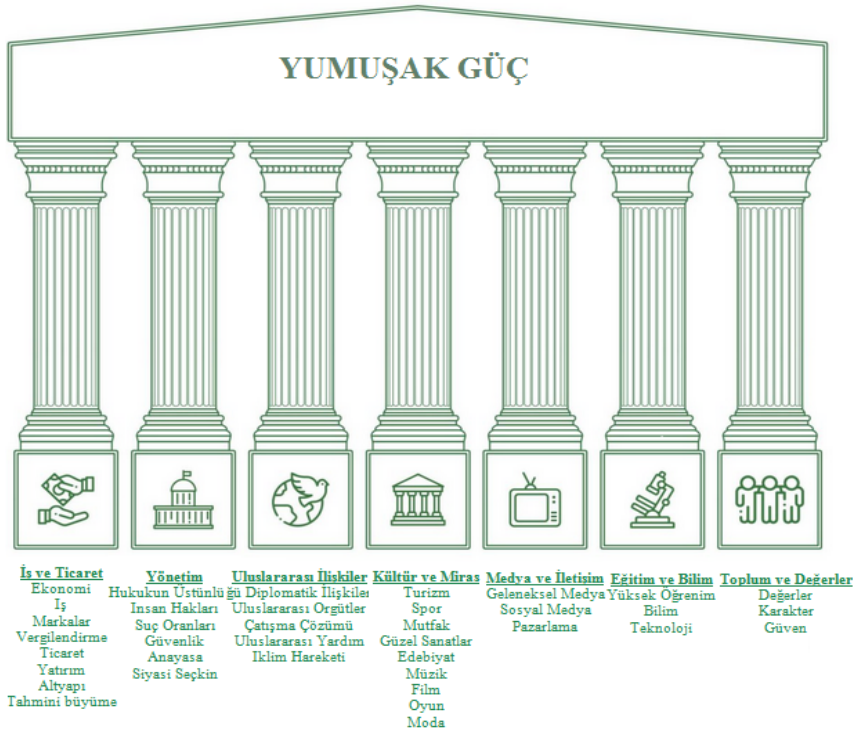
3. **Girişim:** Ülkenin ekonomik modelinin çekiciliği, iş dostu olması ve yenilenme kapasitesi,

4. **Eğitim:** Ülkedeki beşeri sermayenin seviyesi, burs programları ve uluslararası öğrenciler için çekiciliği,

5. **Katılım:** Ülkenin diplomatik ağının gücü ve küresel katılım ve kalkınmaya katkısı,

6. **Hükümet:** Özgürlük, insan hakları ve demokrasiye bağlılık ve siyasi kurumların kalitesi."

Şekil 1. Yumuşak gücün unsurları



Kaynak: (<https://brandfinance.com/insights/soft-power-why-it-matters#measuring-soft-power>)

Genellikle yumuşak güç yaşam tarzı, evrensel ve kültürel değerler, siyasal-demokratik normlar, kurumlar ve kurallar, ticaret, ekonomi, uluslararası ilişkiler, medya ve iletişim, eğitim ve bilim,

nüfus gibi farklı ögelerin bir veya birkaçı ile ölçülmeye çalışılmaktadır. Bir ülkenin yumuşak gücü uluslararası ilişkilerde kendine özgü konumuna uygun ögelerden oluşabilecektir. Nye'a göre politikadan kaynaklı çekicilik, diğerleri tarafından meşru şekilde algılanma ve hedefin eylemlerinde değişiklik yumuşak gücün varlığını göstermektedir (Yapıcı, 2015: 10).

Japonya

Büyük Okyanus'un batı yakasında Asya kıtasının kıyılarına paralel uzanan dördü büyük olmak üzere altı bini geçkin adadan oluşan Japonya, adaların konumlarından ötürü birbirinden farklı iklim ve yer yapısına sahiptir. Coğrafyası Japonya'nın yer sarsıntılarının muzdarip olmasının yanı sıra yer altı kaynaklarının da kısıtlı olmasına neden olmuştur. Öte yandan ada konumunun yanında yerleşik bir kültüre de sahip olması Japon kültürünün yayılmasının önünü modern döneme kadar kapatmıştır. Daha çok çevre kültürlerden denizcilik yoluyla etkilenen Japonya, kendi iç kültürel çeşitliliği fazla olmasına rağmen siyasi saiklerin de etkisiyle nispeten izole bir toplum olagelmıştır (Eberhard, 2019: 12-15). Çin etkisiyle erken dönemde yazılı kültürü benimsemesi ve bürokratik yapısını oluşturması ile 8.yüzyılda birleşik bir imparatorluğa dönüşen Japonya iç karışıklıklar dönemine ise 16.yüzyılda Batı'dan gelen ateşli silahlar yardımıyla son verirken Batılı teknoloji ile birlikte kültürel öğeleri de Japon kültürüne katmıştır.

Ortaya çıkan bu kültür Tokugawa Şogunluğu döneminde yabancı etkisinin sınırlanmaya çalışılmasıyla toplumda Japon kimliği olarak sentezlenmiştir. Yabancı etkisini sınırlandırma fiziksel olarak yürütülürken Batı bilimi Japonya'da hızla kabul edilmiş ve üzerine çalışılmıştır. Böylece henüz ABD müdahalesi ile birlikte dünyaya açılmadan önce Japonya Batılı kalkınma anlayışı gelmeden Batı'nın düşünce dünyasını tanıma fırsatını değerlendirmiştir. Tokugawa Şogunluğu döneminde 1624'te İspanyollara, 1639'da Portekizlilere ve 1641'de Hollandalılara getirilen yasaklarla başlayan dışa kapalılık dönemi kültürel kimlik üzerinde farklı sonuçlar doğurmuştur. Yeni kaynaklara erişimin olmadığı bu dönemde eski Çin metinlerine dönülmüş Konfüçyüsçü değerler samuraylık kurumu ile özdeşleştirilmiştir. Dış dünya ile etkileşimi kesilen Japon toplumunda sınıflar arası etkileşim başlamıştır. Şogunluğun kısıtlamalarına rağmen seçkin ve avam sınıf arasında kültürel geçişkenlik yaşanmıştır. Yine bu dönem yabancı kaynakların ülkeye girişinin

zorlaşmasıyla Japonca kitap basımı hızla artmıştır. İçe kapanmanın bir diğer sonucu olarak sanatın konusu *Fuji'den 36 Manzara* gibi milli ve yerel meselelere yönelmiştir. Ukiyo adı verilen *uçan dünyalar* ortaya çıkmış ardından bu eğlence merkezlerine atfen ukiyo-e sanatı doğmuştur (Holcombe, 2021). Tokugawa döneminde tüm dünyada coğrafi keşifler, okyanus ötesi ticari ilişkiler artarken Japonya'nın kapalılığı dolayısıyla, coğrafyanın da katkılarıyla, Japon kültürünün uluslararası alanda tanınmasının önü kesilmiştir. Ayrıca Japon kültürünün Batı'da hâlihazırda egzotik ve bilinmez görülen Doğu kültürü algısıyla etiketlenmesine neden olmuştur.

Kanagawa Antlaşması ile yabancı etkisine açılan Japonya'da yükselen milliyetçilik dalgası ve şogunluğun geri kalmışlığı birleşince güçlü bir merkezi yapı için halkın desteğini bulan imparatorluk Japonya'yı modern ulus-devlet formuna dönüştürme fırsatı yakalamıştır. Meiji oligarşisi olarak bilinen bir grup devlet görevlisi 1868'de yayınlanan tüzük ile birlikte Çin'e benzer bir son yaşamamak için güçlü, modern ve merkezi bir Japonya inşa etmenin peşine düşmüştür. Meiji restorasyonu ile başlayan bu dönem devlet eliyle gelişen sanayileşme ve modernleşme 20.yüzyılın başında Japonya'yı önce Çin'i sonra Rusya'yı yenen ve İngiltere ile müzakere edebilecek bir konuma getirmiştir. Modern dönemin karakterini Tokugawa şogunluğunun yabancılara yenilgisine olan kızgınlık oluşturmuştur. Bu kızgınlık imparatorluk halkında zenginleşme ve güçlenme isteğini uyandırmış ve isteklerin gerçekleştirilmesi için hızlı bir sanayileşme aracılığıyla batılılaşma sürecine girilmiştir. Fukuzawa Yukiçi önderliğinde bir grup Japonya'nın kültürel olarak Asya'dan ayrılması fikrini ortaya atmış, aynı dönemde Japon ulusu fikri yoğun bir destek görmüştür. Çağdaşlaşma deseni olarak sanayileşmiş Batı örnek alındığı için 20.yüzyıl başında Batılı popüler kültür ülkeye hızlı giriş yapmıştır (Holcombe, 2021). Bu iki dönemin -Tokugawa ve Meiji- kimliğe olan etkisi hem birbirlerine tezatlık oluşturmuş hem de birbirlerini neden-sonuç ilişkisiyle bağlamıştır. Tokugawa döneminde kendi içine kapanan ve milli kimliği inşa etmeye başlayan Japon toplumu Meiji restorasyonu ile başlayan çağdaşlaşma sürecinde kimliğini bir daha yenilmeyecek bir devlet için Batı'da iyi olan her şeyi ihraç eden ve daha iyisini yapmayı ulusal bir görev addeden bir kimlik olarak inşa etmiştir. I. Dünya Savaşı'nda askeri sanayisini büyüten ülke, iki savaş arası dönemin ekonomik sıkıntıları ve Çan Kay Şek'i tehdit algılaması nedeniyle aniden yükselen bir militarizmle karşılaşmıştır. Öz yeterlilik için milli bir savunma devleti olma ideali Japonya'da ordunun etkisinin siyasete taşmasına neden olmuştur.

1936'da Meiji dönemi gibi bir restorasyon isteği ile isyan eden ordu bastırılrsa da imparatorun müdahalesine rağmen Taişo demokrasisinin sonuna gelinmiştir. 1905'te Rusya'dan alınan topraklarla başlayan Mançuko macerası ise İşiwara Kanji liderliğindeki bir grubun Batı ile nihaî savaşına hazırlık olarak Japonya'nın sahip olması gereken kaynaklara ulaşım için hayati görülmüştür. Göçer geçmişi olmayan Japonların isteksizliği ve Çin'in geleneksel nüfus politikası ile Mançurya'da nüfus dengesini lehine çeviremeyen Japonya bölgenin modernleşmesine katkı sağlasa da hayal ettiği Yen bloğunu kuramamıştır. 1939'da yaşanan Sovyet-Japon çatışmasının etkisiyle beklenen Rus saldırısına karşın yalnızca askeri sanayiye yatırım yapan hükümet her türlü ekonomik faaliyeti savunmaya kullanma isteği ile enflasyona ve büyüyen ithalat bağımlılığına yol açmıştır. Vietnam'ı işgal etmesiyle ciddi ambargoya maruz kalan Japonya her geçen gün azalacak gücünü hızlı bir şekilde kullanmak için Pearl Harbor baskını yapmış ardından Malezya, Hong Kong, Filipinler, Singapur ve Cava gibi Batı sömürgelerini ele geçirmeye başlamıştır (Holcombe, 2021). Savaşın sonunda Batı'ya yenilse de Japonya önemli bir ders çıkarmıştır: sürdürülebilir bir sanayi ordulardan daha etkilidir. Bu ders ile Japonya yeniden kalkınmasını birkaç on yılda tamamlayabilmiştir.

1952'ye kadar süren işgal dönemini Amerikalılar'ın Japonya hakkındaki kısıtlılıklarından da faydalanarak görece başarılı atlatan Japonya'da duran ekonomi yalnızca 1968'e gelindiğinde dünyada üçüncü sıraya yerleşecek kadar hızlı büyümüştür. Savaş öncesi *zaibatsular* müttefikler tarafından dağıtılınca banka sistemi etrafında *keiretsular* ortaya çıkmıştır. Amerikan ordusu ve pazarından yararlanırken kendi pazarında ona yer vermeyen Japon politikası Japon kültürünün ana hatlarını yansıtmaktadır. Japonya'nın bir numara olmaya oynadığı ve ticaret savaşlarının yaşandığı 1980'lerin ardından Japon milli kimliğine yönelik ilgi ve uygulamalarda artış görülmüştür. Japon tüketim ürünlerinin kalitesi ile dünya çapında saygınlık kazanan ulusal kimlik, imajın yükselişi ve bilinmezlikten güvenilirliğe dönüşen algının oluşmasına yardımcı olmuştur. Ancak özgüvenin getirdiği balon ekonomisi önlenememiş ve soğuk savaş ile birlikte Japon ekonomik mucizesinin de sonu gelmiştir. İhtiyacından ve ihraç edebileceğinden fazla üretim, artan yaşam süresi ve hızla yaşlanan nüfus, göçe uygun olmama gibi faktörler yeniden yükselişin önünü kapatmıştır. Büyümesi yavaşlamış olsa da Japonya bugün dünyanın en gelişmiş sayılı ülkelerinden biri konumundadır (Holcombe, 2021). Üstelik tüm bu modernleşme sürecinde kendine

özgü olanı da koruyabilmek ona günümüzde ihracat engeline takılmayan yeni bir alan açmıştır. Tıpkı judo felsefesinde olduğu gibi *sert olanı yumuşak olanla yenmek* Japonya'nın ulus markalaşmasında kullandığı yumuşak güç öğeleri üzerinden yürüttüğü politikaları için açıklayıcı olacaktır.

Japonya'nın Yumuşak Gücü

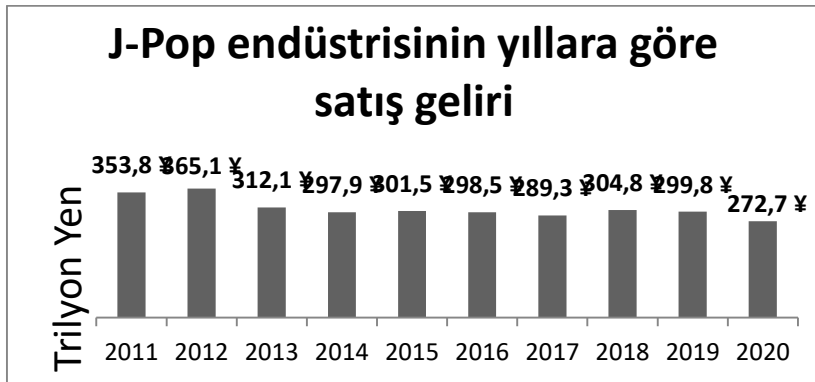
Japon kültürüne uluslararası ilgi 1970'lerde hızla gelişen Japon ekonomisine karşı duyulan endişeleri giderebilmek için 1972 Fukuda Doktrini ile kurulan Japon Vakfı aracılığıyla imaj iyileştirme çalışmalarına dayanmaktadır. Vakıf deniz ötesinde Japon kültürünü tanıtmak ile görevlendirilmiştir. Bu ilk dönem kabuki, çay seremonisi ve JET (Japon değişim ve öğretim programı-1987) öne çıkarılan öğeler olurken 1980'lerin sonuyla birlikte imaj iyileştirme amacına hizmet etmek üzere medya devreye girmiştir. *Oshin* adlı pembe dizi 1983-84 arası çalışkanlık, aileye bağlılık ve Batılı olmayan modernleşme deneyimi gibi ortak özellikleri nedeniyle Doğu ve Güneydoğu Asya'da beklenmeyen bir ilgiyle karşılanmış ardından 46 ülkeye satılmıştır. Dizinin kültürel öğeler açısından inceltilmemiş olduğu halde Japonya'nın kötü imajına rağmen çevre ülkelerde sevilmesi dönüm noktası olmuş, böylece 1991'de hükümet TV programları pazarlanması için Japonya Medya İletişim Merkezi'ni (JAMCO) kurmuştur (İwabuchi, 2015: 420-421).

İlerleyen yıllarda Japonya'nın yumuşak güç uygulaması kültür, bilim-teknoloji, değerler ve medya üzerinden yürütüldüğü için manga, anime, J-Pop, video oyunları, cosplay zirveleri, mutfak, markalar, azim ve çalışkanlık gibi karakter özellikleri, barış ülküsü, uluslararası yardım ve yatırımlar, medya öğeleri ilk etapta göze çarpmaktadır (Yaylar, 2020: 154-159). 2020 yılında 612,6 milyar yen basılı 342 milyar yen dijital pazar değerine ulaşan manga Japon tarzı çizgilere sahip çizgi romanların genel adıdır ([Anime](#) News Network, 2021). Manga tarzı çizgilerle yapılan Japon tarzı animasyon/çizgi filmler olan anime ise genellikle çok satılan mangaların canlandırılması şeklinde olsa da orijinal animeler de bulunmaktadır. Japon kültürünün temsili olan anime Japonya Dış Ticaret Örgütü'nün bildirdiğine göre yıllık 250 trilyon gelir ile ülkenin üçüncü büyük endüstrisi olarak 70 ülkede TV'de yayınlanmaktadır. Japonya şu anda dünya pazarının neredeyse yüzde 60'ını oluşturan en büyük ve en kârlı animasyon ihracatçısı olarak Avrupa ve Amerika pazarının tamamına hâkimdir (<https://www.ecoeducate.org/post/anime-s-contribution-to-japan-s-economy>). Ayrıca 2021 yılında ilk kez Japonya

dışındaki anime pazarının değeri Japonya'dakini geçmiştir ([Anime News Network](#), 2021).

AKB48, Arashi, HiGEDAN gibi gruplar ve Kyary Pamyu Pamyu gibi moda anlayışı ile Batı'da ilgi gören solo sanatçıların ön plana çıktığı J-Pop endüstrisi Japonya markasını oluşturan önemli etkenlerden birisidir ([MasterClass](#), 2022). J-Pop genellikle kawaii kültürü ile birlikte gelmektedir. Kawaii "küçük, saf, güçsüz, olgunlaşmamış, tamamlanmamış, kısa ömürlü, korumak istediğiniz bir şey veya kimse" olma isteğiyle taklit etme anlamına gelmekle birlikte toplumdaki geleneksel kalıplarla mücadele etme amacıyla radikalleştikçe garipliğin sevimliliğini temsil eder hale gelmiştir ([Japonoloji](#), 2018). J-Pop'un popülerliğinde, özellikle kadınların arzu nesnesi haline getirilmesinin katkısı büyüktür.

Grafik 1. J-Pop endüstrisinin yıllara göre trilyon yen cinsinden satış geliri

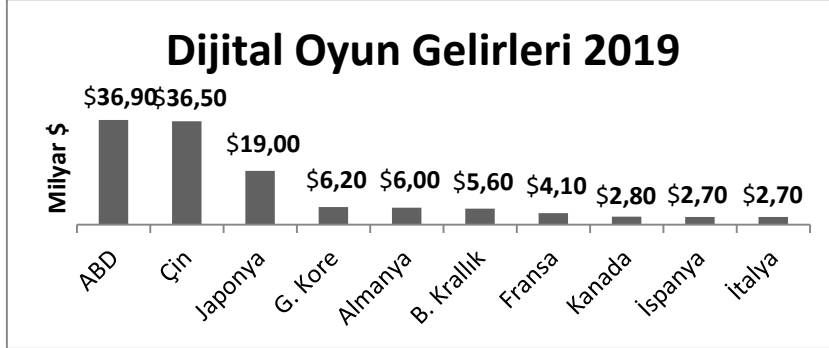


Kaynak: <https://www.statista.com/statistics/297902/music-industry-revenue-japan/>

1.3164 trilyon yen değerindeki Japon oyun pazarı 2020'de dünyada 3. sırayı alırken ([Insight Freakout](#), 2021) ayrıca Nintendo gibi dev şirketlerin etkisiyle teknolojik yenilik ile küresel pazarı da yönlendirme kapasitesi bulunmaktadır. Manga, anime, J-Pop ve video oyunları gibi kültür temelli ürünler dil kullanımı içerdikleri için dil öğrenimi teşvik etmenin yanında endüstriyel ürünlerin tüketimini de beraberinde getirmektedir (Yaylar, 2020: 159). Moda sektörü bunlardan biridir. Kawaii kültürünün etkisiyle 2009'da Dışişleri Bakanlığı üç genç kadın modacıyı *Kawaii (Sevimlilik) Elçileri* olarak tüm dünyada görevli ilan etmiştir (İwabuchi, 2015: 424). Her ne kadar ilk zamanlarda genellikle popüler Japon kültürü ile uygulamalar yapıldığı için eleştiriler gelse de 2005'te başbakan Koizumi *popüler*

kültürün açacağı yolun geleneksel kültürün önünü açacağını açıklamıştır (Yaylar, 2020: 155). Öte yandan bu kültürel ürünlerin çoğunun dijitalleşmesi büyük Japon markalarının teknoloji pazarındaki payını da etkilemektedir.

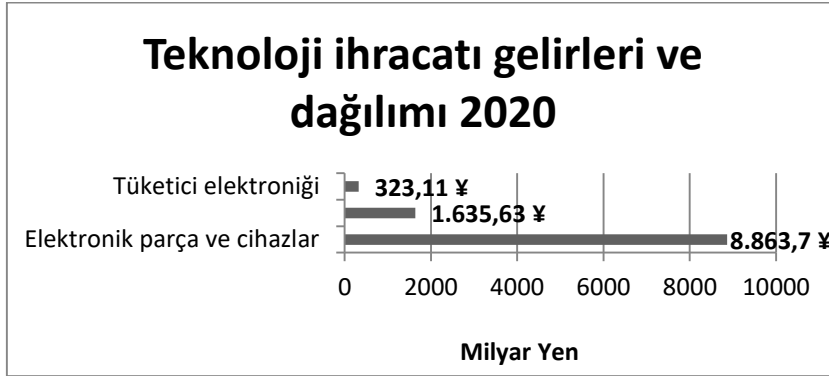
Grafik 2. Küresel oyun pazarında Japonya



Kaynak: www.digitalmarketingforasia.com/what-you-should-know-about-the-japanese-game-industry/

Kültürel öğeler dışında Japonya'nın yumuşak gücünü oluşturan diğer unsurlardan Sony, Toyota, Mitsubishi, Nissan, Hitachi, Toshiba, Fujitsu ve daha birçok marka yalnızca dayanıklılık ve saygınlık gibi faktörler dolayısıyla değil faaliyet gösterdikleri alanda yenilikçi yaklaşımları sayesinde küresel pazarda hatırı sayılır bir yer edinmişlerdir.

Grafik 3. Milyar yen cinsinden 2020 yılında Japonya'nın ihraç ettiği teknoloji gelirleri ve dağılımı



Kaynak: www.statista.com/statistics/617034/japan-electronics-export-value-category/

J-Brands olarak da adlandırılan Japon markaları *Soğuk Savaş döneminde kültürel girdilere karşı hassas olan toplumlara* teknolojik kolaylıklar sağlayarak girmeyi başarmışlardır (Yaylar, 2020: 155). Ancak bu markaların 2010'lu yıllara gelindiğinde merkezi donanımdan yazılıma kayan teknolojik gelişimi takip edemeyerek tüketici ürünleri kategorisinden çekildiği görülmektedir (CNET, 2012). Yine de tüketici arasında Japon markaları bugün rekabetçi fiyatlarla pazara hâkim olan Çin ve Kore markalarından daha dayanıklı olmakla anılmaktadırlar (<https://www.quora.com/How-do-Chinese-products-compare-with-Japanese-ones>).

Bir başka öge ise önceleri Japonya içindeki çoğulculuğa hitaben ortaya çıkan NHK World kanalı fikri uygulamada Japonya'yı dünyaya ve dünyayı Japonya'nın gözünden anlatan bir kanala dönüşmüştür. Medya ve pazarlama Japon yumuşak gücünün uygulanmasında en önemli araç olarak öne çıkmaktadır (İwabuchi, 2015: 427). Medya ve pazarlama yoluyla tanıtılan Japon kültürü kendine has seremonileri, coğrafyası ve yaşam tarzı ile turizm sektöründe de oldukça başarılıdır. 2020 yılında küresel salgında kapılarını kapatmasına rağmen uluslararası turist sayısı 41.157.998'e ulaşmıştır (Dünya Bankası). 2021 yılında ise seyahat ve turizm gelişimini sağlayan ekonomiler arasında ilk sırada yer almıştır (World Economic Forum, 2021). Böylece medya aracılığıyla tanıtılan kültürün yakından görülmesi sağlanarak bağlar kuvvetlendirilmektedir. Diğer yandan Japonya dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleşen çatışma ve uzlaşmazlıklarda arabulucu rolü oynayarak uluslararası imajını geliştirmeye çalışmaktadır (Sputnik, 2019; AA, 2019).

Ayrıca iklim değişikliği konusunda Cornwall'daki 2021 G7 Zirvesi'nde Başbakan Suga, Japonya tarafından önümüzdeki 5 yıl boyunca gelişmekte olan ülkelere toplam 6,5 trilyon yen tutarındaki kamu ve özel finansman yardımını yapılacağını belirtmiştir (https://www.mofa.go.jp/ic/ch/page23e_000446.html). Bu yardımlar eğitim ve ortak çalışma yoluyla Japonya'yı dünyanın her yerine ulaştıran ekstra bir araç olarak görülebilecektir. Benzer şekilde diğer konularda da resmî kalkınma yardımı (ODA: Official Development Assistance) yoluyla nüfuz ettiği birçok bölge bulunmaktadır. Kalkınma yardımları ile Japonya'nın bu bölgelerdeki kredisinin artırılmasının yanı sıra kültürel etki yayma politikasının da sürdürüldüğü tespit edilmiştir (https://www.mofa.go.jp/policy/oda/page22_001470.html). Son olarak genellikle sert güç unsuru olarak değerlendirilen askeri

unsurlardan olan Japonya Öz Savunma Birlikleri Afganistan ve Irak'ta olduğu gibi özgürlük harekâtlarında Batı'ya karşı bir yumuşak güç ögesi olarak görev almıştır (Yapıcı, 2015: 9).

Resim 1. 2020'de Japon şirketleri ve Dışişleri Bakanlığı'nın salgın önlemleri ve karantina süreci hakkında bilgi vermek için hazırladığı projelerde kullandığı afişlerden biri



Kaynak: <https://www.un.org/en/coronavirus/children-keeping-active-hello-kitty-and-friends>

Japonya'nın yumuşak güç kullanım amaçları

Japonya'nın imaj gelişimi için kültürün ve günün şartlarına göre iletişim araçlarının kullanılması fikri 1920 ve 1930'lu yıllarda tartışılmış fakat iki savaş arası dönemde başlayan militarizmle birlikte tartışmalar yarıda kesilmiştir. 1970'lerde ise konu Japon karşıtı kamuoyunu değiştirerek ihracatı ve diplomasiyi aktif olarak kullanabilmek için Japonya adına hayati öneme ulaşmıştır. (İwabuchi, 2015: 420). Üstelik eskiden beri süregelen "dönemin hegemonyası ile çatışma yerine işbirliğine gitme" şeklindeki ana stratejisi de savaş sonrası bulunduğu konum da Japonya'nın sert güç yerine yumuşak güç ile hayatta kalmasını gerektirmiştir (Kösebalaban, 1998: 58). Japon popüler kültürünün en çok ilgi gördüğü yıllar 1990'lar olsa da 2000 sonrası her türlü yumuşak güç ögesinin *Cool Japan* olarak tabir edilen çatı söylem altında kurumsallaştırıldığı görülmektedir. Koizumi hükümeti 2001-2006 yılları arasında yumuşak gücün kullanımı için Japon imajına yönelik Fikri Mülkiyet Stratejisi Genel Müdürlüğü, Turizm Ulusu Komitesi, Bilgi İletişim Yazılımı Komitesi, J-Brand Girişimi ve Uluslararası Değişimi Teşvik Konseyi gibi kurumlar

oluşturmuştur. Bu ilk dönemde Ekonomi, Ticaret ve Sanayi Bakanlığı öncülük etse de kısa sürede Dışişleri Bakanlığı ile yük paylaşımı yapılmıştır (İwabuchi, 2015: 422-423).

2006 yılında Dışişleri Bakanlığı resmi olarak pop kültür diplomasisini Japonya'yı anlayan ve ona güvenen bir kamuoyu yaratmak için başlattığını duyurmuştur. Bu yolla Japon markalaşmasını benimseyen bakanlık her yıl manga, anime ve oyun karakterlerinin taklit edildiği Dünya Cosplay Zirvesi'ne ev sahipliği yapmaktadır (İwabuchi, 2015: 420-424). Bakan Taro Aso mangayı "yüreklere birbirine bağlayan sınır tanımaz bir güç" olarak tanımlamıştır. 2009'da yayınlanan mavi kitapta popüler kültürün Japonya adına kamuoyu oluşturma işlevine destek verileceği belirtilmiştir (Yaylar, 2020: 159-160). Ulus markalama kavramının Doğu Asya'da yükselmesi ve yumuşak gücün etkileşimsel inşasının sonucu olarak genel geçerlikten uzak durma zorunluluğu ile popüler olanla başlayan bu kültürel etkinin gittikçe Japon kültürünün derinliğine inmesi beklenmektedir (Yapıcı, 2015: 11).

Hızlı büyüyen ve tarihi nedeniyle tehdit olarak algılanan Japonya olumsuz imajını düzeltmek, yumuşak güç öğeleri ile Japonya'nın tanınması, anlaşılması ve güvenilmesi yoluyla dış politikada başarılı olmak amaçlarıyla yola çıkmıştır. Taro Aro 2006'daki konuşmasında "İnsanların aklında Japonya hakkında bu şekilde olumlu imaj oluştukça, uzun vadede Japonya görüşlerini daha iyi ifade edebilecektir. Böylece adım adım daha iyi sonuçlar alabileceğiz" sözleriyle amaçlarını ifade etmiştir (Yaylar, 2020: 156). Öte yandan yumuşak güç aracılığıyla oluşturulan Japon imajı içerde ulusal kimliğin yeniden inşa edilmesi yoluyla azınlıkların veya çeşitliliğin dışlanarak var olduğu iddia edilen homojenliğe ulaşma amacına da hizmet etmektedir (İwabuchi, 2015: 428).

Japonya'nın yumuşak gücünü kullanım alanları

Japonya'nın yumuşak güç unsurları fiziki bir alan sınırlamasına tabi olmamakla birlikte doğal bir coğrafi sonuç olarak ilk dönemde çevresinde etkili olmuştur. Ancak ilerleyen yıllarda Batı'ya ulaşan etkisinin siyasal ve ekonomik dönütlerinin daha fazla olduğu göze çarpmaktadır. Bu durumda komşularıyla olan ilişkisinin payı olduğu düşünülmektedir. Yayılmacı geçmişi, komşularıyla olan sınır anlaşmazlıkları ve 1937 ve 1945 yılları arasında Japon İmparatorluk Ordusu tarafından işgal edilen topraklarda işletilen genelevler sisteminin bir parçası olarak Japon askerleriyle cinsel ilişkiye girmeye

zorlanan kadınlar konusu oldukça ciddi bir sorundur. Japonya bu sorunları yaşadığı bölgelerde ayrı bir politika uygulamayı başaramadığı veya tercih etmediği için yumuşak güç öğeleri ile bu sorunların ayrı değerlendirildiği görülmüştür. Her ne kadar bölgedeki genç ve şehirli nüfus Japon istilasını dönemini hatırlamıyor olsa da yükselen siber milliyetçiliğin gençlerin Japon kültür ürünleri ile bu konuları ayrı ayrı değerlendirmesine katkısı olduğu düşünülmektedir (İwabuchi, 2015: 426). Özellikle uluslararası yardımlar nedeniyle az gelişmiş ve Japonya ile geçmişte bir ilişkisi bulunmayan Afrika ve Güney Amerika gibi bölgelerde ve Batı ittifakında daha etkili olduğu söylenebilecektir.

Yumuşak Gücün Japonya'nın Ulusal Görünümüne Etkileri

Savunma harcamaları yapmak zorunda olmayan Japonya diplomaside ekonomik ilişki kurmaya dayalı bir politika izleme şansını kullanmaktadır. Önemli tarihsel sorunların üstünü kapatma yoluna giderek tazminat, kredi, JICA yardımı, doğrudan dış yatırım gibi araçları kullanarak problem satın almayı tercih etmektedir (Yaylar, 2020: 173).

Grafik 4. Asya'da birinci, dünyada ikinci sıradaki yumuşak güç: Japonya



Kaynak: <https://brandfinance.com/press-releases/global-soft-power-index-2021-japan-is-top-performing-asian-nation-ranking-2nd-overall>

Sorunların olmadığı bölgelerde ise yaptığı yatırımların karşılığını almaya başlayan Japonya BBC 2012 anketine göre uluslararası ilişkilerde en olumlu etkiye sahip ülke olmuştur (Yaylar, 2020: 155).

2021 yılında küresel çalışmaya göre ise 4 sıra yükselerek dünyada ikinci en iyi yumuşak güç olmayı başarmıştır (The Diplomat, 2021). Ayrıca ülke 2015'den beri listede ilk 10'da yer almaktadır (<https://softpower30.com/country/japan/>).

II. Dünya Savaşı'ndan bu yana Japonya'nın ulusal görünümü Batı'da ve özellikle ABD'de korkunç ve gizemli düşmandan teknoloji üreticisine ve oradan da yaratıcı kurgu fabrikasına dönüşmüştür (Quartz, 2020). Çevre ülkelerde ise Batılı olmayan modernizmin ve Asyalılığın birleşimi olarak bir yandan ilgi gösterilse de öte yandan tarihi ve güncel sorunlar nedeniyle tehdit algılanmaya devam etmektedir. Özellikle son yıllarda Güney Kore ve Çin'in de yumuşak güç olarak sivrilmesi hatta Japonya'yı geride bırakmaya başladıkları alanlar elde etmesiyle kendilerini yumuşak gücün hedefi değil kaynağı haline getirmişlerdir (Yaylar, 2020: 160). Öte yandan ulusal görünüm yalnızca yumuşak güce göre belirlenmemektedir. Japonya kalkınmasını tamamlamış ve buna rağmen birçok yönden Japon kalmayı başarmış bir ülke olarak sorunlarına rağmen küresel sistemin önemli bir parçası olmayı başarmıştır. Bu açıdan birçok ülke için kararlı, güvenilir ve cömert bir ortak olarak algılanmaktadır.

Sonuç

Japon olan öğeleri pazar ürünü olana kadar seyrelterek yumuşak güç haline getiren ve Japonya markası için kullanan devlet bu alanda özellikle kültürel öğelere öncelik vermektedir. Manga, anime, video oyunları, J-Pop ve kawaii bunlardan ilk akla gelenlerdir. Diğer yandan ise hızlı teknolojik gelişmesinin, çalışkan ve mükemmeliyetçi karakterinin bir yansıması olarak dünyaya sunduğu teknoloji devi markaları yumuşak güç ögesi olarak işlev görmüştür. Yakın dönemde politikalarına devlet yardımları, uluslararası işbirliğine katkı çalışmaları gibi kamu diplomasisi araçlarını eklemiştir.

Öte yandan ülke içindeki çoğulculuğun görmezden gelinmesi, homojenliğe olan vurgu, toplumsal cinsiyet rollerindeki sorunlar ve bunlardan kaynaklanan cinsel kimlik veya eğilim sorunları, yaşlanan nüfus ve çalışan nüfusun isteksizliği, inanç üzerine tartışmalar, artan intihar ve suç oranları, meta-yumuşak güç olarak algılanan kendini eleştirme istekliliğinin görülmemesi aksine atalar kültü nedeniyle geçmişle yüzleşmekten kaçınılması ve hatta tüm bu sorunların para ile satın alınmak istenmesi de Japonya'nın ulusal görünümüne dâhildir. Ancak elde edilen sonuçlar bütün bu sorunlara rağmen yumuşak güç

sıralamasında hatırı sayılır süredir sağlam bir yer edinen Japonya'nın başarılı olduğu yönündedir.

İlerleyen yıllarda Japonya'dan beklenen kendi bölgesinde başlattığı bu yeni hareketin hedefi haline gelmekten ve elde ettiği bu gücü kaybetmekten sakınabilmek için bölgelerdeki algısını iyi ölçümlemek ve her bölgeye özgü politikalar uygulamak olacaktır. Aksi halde Güney Kore, Çin hatta Tayvan'ın yumuşak gücünün gerisinde kalması, bir müttefik olarak Batı'nın gözünden düşmesi veya eski düşman olarak Asya'da dışlanması olasılıklar dâhilinde olabilir. Japonya'nın kendi kültürünü yayan fakat başka kültürleri ülkesine kolay kabul etmeyen yapısı ve Japon kimliğine bağlılık olası bir dışlanmayı tehdit olarak algılamaya ve küresel politikada sertleşmeye yol açabilecektir. Tüm bu olasılıklar dışında işgücü hızla azalan ve doğal kaynakları kısıtlı olan Japonya'nın hem ekonomik hem de diplomatik olarak katma değeri yüksek ürünlerden azamî faydayı elde etmekten başka çaresi yok gibi görünmektedir. Japonya'nın yumuşak güç öğelerini tasarlama, üretme ve yayma yolu gelişmekte olan birçok zayıf oyuncu için örnek teşkil edebilecek önemdedir.

KAYNAKÇA

- AKOĞUZ, Nurettin O. (2018). Uluslararası İlişkilerde Hegemonya, Yumuşak Güç, Algı Yönetimi: Amerika Birleşik Devletleri Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- ALEMDAR, Ahmet. (2020). Uluslararası İlişkilerde "Güç" ve "Yumuşak Güç" Boyutu, <https://www.defenceturk.net/uluslararasi-iliskilerde-guc-ve-yumusak-guc-boyutu> , Erişim tarihi: 14.06.2022.
- ANLAMASSOVA, Makpal. (2017). Uluslararası İlişkilerde Yumuşak Gücün Kullanımı ve Rusya'nın Yumuşak Güç Araçları, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- EBERHARD, Wolfram. (2019). En Eski Devirlerden Zamanımıza Kadar Uzakdoğu Tarihi, TTK Yayınları, Ankara.
- ERMAĞAN, İsmail, Aybars KARCI, (2018). Avrupa Birliği'nin Yumuşak Güç Uygulamaları, Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler, Ankara, s.411-437.
- GÜZELİPEK, Yiğit A. (2018). The Implementation of USA's Soft Power via Hollywood: Looking Back to Cold War, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 32, s.228-240.

HALIDOV, İslam. (2014). Rusya'nın Yumuşak Güç Araçları, Avrasya İncelemeleri Dergisi, Cilt 3, Sayı 1, s. 37-75.

HOLCOMBE, Charles. (2021). Doğu Asya Tarihi, Dergah Yayınları, İstanbul.

<https://brandfinance.com/insights/soft-power-why-it-matters#measuring-soft-power> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://brandfinance.com/press-releases/global-soft-power-index-2021-japan-is-top-performing-asian-nation-ranking-2nd-overall> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://insight.freakout.net/the-latest-trends-of-japans-game-market-which-is-3rd-largest-in-the-world/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://japonoloji.com/kawaii-ne-anlama-gelir/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://poderygloria.net/avustralya-ilk-kez-en-etkili-yumusak-guce-sahip-ilk-on-ulke-arasindadir/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://qz.com/1806376/japans-image-has-changed-from-fierce-to-lovable-over-the-decades/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://softpower30.com/country/japan/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://softpower30.com/what-is-soft-power/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://sozluk.gov.tr/>

<https://thediplomat.com/2021/03/the-ups-and-downs-of-soft-power-in-the-asia-pacific/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://tr.sputniknews.com/20191210/japonya-tahran-ile-Washington-arasinda-arabuluculuk-yapmak-istiyor-1040800820.html> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/japonya-arakanli-muslumanlarin-donusuyle-ilgili-arabuluculuk-teklif-etti/1545509> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.animenewsnetwork.com/news/2021-02-26/manga-market-in-japan-hits-record-612.6-billion-yen-in-2020/.169987> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.animenewsnetwork.com/news/2021-11-07/aja-anime-industry-contracted-3.5-percent-in-2020/.179142> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.cnet.com/tech/tech-industry/the-era-of-japanese-consumer-electronics-giants-is-dead/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.ecoeduate.org/post/anime-s-contribution-to-japan-s-economy> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.masterclass.com/articles/j-pop-music-guide#a-brief-history-of-jpop> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.mevzu.tv/dunya/brezilyanin-yumusak-gucu-tehdit-altinda-mi-h766.html> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

https://www.mofa.go.jp/ic/ch/page23e_000446.html , Erişim tarihi: 14.06.2022.

https://www.mofa.go.jp/policy/oda/page22_001470.html , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.newshub.co.nz/home/new-zealand/2021/02/new-zealand-fastest-rising-soft-power-nation-in-new-rankings-as-hillary-clinton-praises-jacinda-ardern.html> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.quora.com/How-do-Chinese-products-compare-with-Japanese-ones> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.statista.com/statistics/297902/music-industry-revenue-japan/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.theguardian.com/world/2020/feb/21/a-new-kind-of-soft-power-jacinda-ardern-appears-on-cover-of-time-magazine> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.un.org/en/coronavirus/children-keeping-active-hello-kitty-and-friends> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

<https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/digest> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

İLGÜNER, Muhterem. (2021). Yumuşak Güç 2021, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/yumusak-guc-2021/612049> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

İŞİK, Mithat (2020). Türk Dış Politikasında Sert Güç, <https://www.sde.org.tr/mithat-isik/genel/turk-dis-politikasinda-sert-guc-kose-yazisi-16958> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

İWABUCHİ, Koichi. (2015). Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange', International Journal of Cultural Policy, Cilt 21, Sayı 4, s.419-432.

KİBAROĞLU, Mustafa. (2012). Çin artık "yumuşak güç" olarak sahnede, <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/dusunenlerin-dusuncesi/cin-artik-yumusak-guc-olarak-sahnedede-1642385> , Erişim tarihi: 14.06.2022.

KÖSEBALABAN, Hasan. (1998). Japon grand stratejisi: Yirminci yüzyıl Japon dış politikasında süreklilik ve değişim, Divan, Sayı 5, s.57-98.

- KURBAN, Ayşe. (2021). Çin'in Yumuşak Güç Unsurları, https://insamer.com/tr/cinin-yumusak-guc-unsurlari_3794.html , Erişim tarihi: 14.06.2022.
- ÖÇAL, Şamil. (2018). İran Dış Politikasında Yumuşak Güç Kullanımı: Kültür ve Dil Bölgesel Araştırmalar Dergisi, Cilt 2, Sayı 2, s. 46-68.
- OZAN, Emre. (2021). Covid-19 Salgınında ABD-Çin Yumuşak Güç Rekabeti, <https://www.ankasam.org/covid-19-salgininda-abd-cin-yumusak-guc-rekabeti/> , Erişim tarihi: 14.06.2022.
- ÖZEL, Cengiz. (2018). Yumuşak Güce Bütünsel Bakış, Güvenlik Bilimleri Dergisi, Cilt 7, Sayı 1, s.1-27.
- SARI, Buğra. (2020). Uluslararası ilişkiler disiplinde güç kavram(lar)ı, <https://kureselcalismalar.com/uluslararasi-iliskiler-disiplininde-guc-kavramlari/> , Erişim tarihi: 20.07.2022.
- ŞENER, Bülent. (2019). Savaş ile barış arasında bir kriz yönetim stratejisi olarak zorlayıcı diplomasi ve Türk dış politikasındaki örnekler, https://tasam.org/tr-TR/Icerik/51440/savas_ile_baris_arasinda_bir_kriz_yonetim_stratejisi_olarak_zorlayici_diplomasi_ve_turk_dis_politikasindaki_ornekleri , Erişim tarihi: 14.06.2022.
- ÜSTÜNTAŞ, Doğan. (2016). İran'ın Yumuşak Gücü: Unsurları, Zorlukları, Akademik Ortadoğu, Cilt 11, Sayı 1, s.59-84.
- www.digitalmarketingforasia.com/what-you-should-know-about-the-japanese-game-industry/ , Erişim tarihi: 14.06.2022.
- www.statista.com/statistics/617034/japan-electronics-export-value-category/ , Erişim tarihi: 14.06.2022.
- YAPICI, Umut. (2015). Yumuşak Güç Ölçülebilir mi?, Uluslararası İlişkiler Dergisi, Cilt 12, Sayı 47, s.5-25.
- YAYLAR, Yasin. (2020). Karşılaştırmalı Kamu Diplomasisi Analizi: Türkiye, ABD ve Japonya, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya