



Medyanın Yumuşak Güç Kaynağı Olarak Film Endüstrisi ve Turizminin Çin'deki Gelişimi (The Development of the Film Industry and Tourism in China as a Soft Power Source of the Media)

* **Özlem ÇAKAR ÇELİK** 

^a Firat University, Faculty of Education, Department of Social Sciences and Turkish Education, Elazığ/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 23.10.2021

Kabul Tarihi: 14.12.2021

Anahtar Kelimeler

Film endüstrisi

Film turizmi

Çin

Öz

Dünyanın en büyük ikinci film pazarı olarak nitelendirilen Çin'de film endüstrisinin ve turizminin gelişimi ülkede yaşanan siyasi, ekonomik, kültürel vb. faktörlerin etkisiyle şekillenmiştir. Çin sinema tarihi başlangıç (1896-1930), savaş dönemi (1930-1949), sosyalist sinema (1949-1978) ve çağdaş sinema (1979 ve sonrası) şeklinde dört dönemle karakterize edilirken Çin film turizmi ilk ithal film gösterisinin Şanghay'da gerçekleştiği 1896 yılından günümüze üç dönemle detaylandırılmaktadır. Literatürde dönemlerin başlangıç ve bitiş tarihleri arasında farklılık olsa da çalışmaların vardığı ortak sonuç Çin'de film turizminin gerçek varlığının 2000'li yılların başlangıcına uzanmasıdır. Ancak turizmin Çin'deki gelişimi de uzak bir tarihe denk gelmemektedir. Henüz yeni olan bu turizm türünün gelişim aşamaları ilginç özellikler taşımaktadır. Çalışmanın amacı, film turizmi araştırmalarına katkı sağlamak, film turizmi ile ilgili planlamalara örnekler sunabilmektir. Nitekim film turizminin sürdürülebilir bir varlık gösterebilmesinin en temel şartı doğru bir planlama dâhilinde gerçekleşiyor olmasıdır. Çalışma literatür taramasına dayalı olup, literatür eşliğinde film turizmi ile ilgili analizleri içermektedir.

Keywords

Film industry

Film tourism

China

Abstract

The development of the film industry and tourism in China, which is known as the second-largest film market in the world, has been shaped by political, economic, cultural, etc. factors in the country. While the history of Chinese cinema is characterized by four periods, namely the beginning (1896-1930), the war period (1930-1949), the socialist cinema (1949-1978), and the contemporary cinema (1979 and later), Chinese film tourism has been discussed within three periods from 1896, when the first imported film show took place in Shanghai. Although there is no consensus on the start and the end dates of the periods in the literature, the common conclusion of the studies is that the actual existence of film tourism in China dates back to the beginning of the 2000s. However, the development of tourism in China is not in distant past. The development stages of this new type of tourism have interesting characteristics. This study aims to contribute to film tourism studies and to present examples of planning about film tourism because the prerequisite for the sustainable existence of film tourism is that it takes place within the right planning. The study is a literature review and includes analyzes about film tourism within the literature.

Makalenin Türü

Derleme Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: ocahar@firat.edu.tr (Ö. Çakar Çelik)

DOI:10.21325/jotags.2021.922

GİRİŞ

Dünyanın en çok nüfusuna sahip (2017 yılı Dünya Bankası verilerine göre 1.379.000), yüzölçümü bakımından da en büyük ülkelerinden biri olan Çin, dünyanın ikinci ekonomik gücü konumundadır (Arısoy vd, 2004, aktaran Oğuş, 2021). Kapladığı alan bakımından Rusya Federasyonu ve Kanada'dan sonra üçüncü sırada yer alan Çin, Asya'nın doğusunda Muson Asya'sında yer alır. Doğusunda Güney Kore, kuzeydoğu ve kuzeybatısında Rusya, kuzeyde Moğolistan, güneybatıda Afganistan ve Pakistan, güneyde Hindistan, Nepal, Bhutan, Birmanya, Laos, Kuzey Vietnam doğusunda ise Büyük Okyanus ile çevrili, çok farklı yüzey şekillerine sahip, 9.572.900 km²'lik yüz ölçümü olan bir ülkedir (Atalay, 2001; Özey, 2003; 2013).

Çin, sahip olduğu doğal ve beşeri çekiciliklerle turizm açısından önemli bir ülkedir. Ancak geçirdiği ekonomik sorunlar, siyasal karışıklıklar ve savaşlar uzun yıllar turizm endüstrisinin gelişimini engellemiştir. 1978 yılına kadar Çin, dikkatle kontrol edilen koşullar dışında uluslararası ziyaretçilere açık olmayan bir ülke konumundadır. 1978 yılından itibaren ise durum önemli ölçüde değişmiştir. Belirtilen tarihten itibaren uyguladığı açık kapı politikasıyla gelen turist sayısı bakımından dünya sıralamalarında üstlere yerleşmiştir. Bir başka ifade ile yerli turizmin varlığının yanı sıra ulusları arenada önde gelen bir destinasyon olmuştur (Yan & Wall 2002; Özgüç, 2017). Gelişen ekonomisi ve artan siyasal etkisi ile küresel bir güç olarak ifade edilen Çin bu konumunu sadece sert güç kaynaklarıyla elde etmemiştir. Yumuşak güç kaynaklarını sistemli bir şekilde kullanarak küresel konuma ulaşmıştır (Esen, 2020; Demirtepe & Özertem, 2013).

Çin'in kullandığı yumuşak güç kaynaklarından biri genel anlamda medya, özel anlamda ise film ve TV yayınlarıdır. Bu açıdan ülkede film endüstrisinin gelişimi ve etkileri önemlidir. Açık kapı politikasıyla (1978) turizm açısından önemli gelişmeler kaydeden ülkede film turizmi de önemli bir olgu olarak belirmiştir. Film endüstrisine yapılan yatırımlar zaman içerisinde film turizmini doğurmuş, ülke film mekânları açısından dikkat çekmeye başlamıştır. Bu çalışmada Çin'in film endüstrisi ve turizmi literatür ışığında detaylandırılmıştır. Bilindiği üzere film turizmi, film veya televizyon programlarının lokasyonlarına, setlerine, bunlarla ilgili tema parklarına, kültürel miras sitelerine kısaca görsel-işitsel alanların tümüne yönelik ziyaretleri kapsayan (Beeton, 2005), önemi giderek artan popüler bir çalışma alanıdır.

TV yapımları ve sinema filmlerinin turizme etkilerinin yanı sıra yumuşak güç unsurlarının en önemli araçları arasında değerlendirilmesi ve uluslararası aktörler tarafından sıklıkla kullanılması (Medin ve Koyuncu, 2017), film endüstrisinin ülkeler düzeyinde incelenmesini gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda küresel bir güç olarak beliren Çin'in film endüstrisi ve turizmini incelemenin alana katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Konuyla ilgili yerli ve yabancı literatürün incelendiği bu çalışmada, Çin film endüstrisi ve turizmine yönelik analizler yapılmıştır.

Çin Film Endüstrisi

Çin'de film turizminin gelişiminden önce sinemanın tarihsel gelişiminden ve ülkedeki siyasal, sosyal ve ekonomik faktörlerin film endüstrisine etkilerinden söz edilmelidir. Nitekim filmlerin ülkeye girişi, turizm potansiyeli oluşturması tüm bu faktörlerden etkilenerek gerçekleşmiştir. Bu bağlamda hanedanlığın son dönemleri, Japon-Çin savaşı, Çin Halk Cumhuriyeti'nin kuruluşu, Kültür Devrimi, 1978 açılımı, Dünya Ticaret Örgütüne katılım (2001), film endüstrisiyle ilgili devletin açılım politikaları, nüfus vb. parametreler Çin'de film endüstrisinin kuruluşunu, gelişimini etkilemiş; aynı zamanda film turizminin ortaya çıkışını, gelişimini sağlayan başlıca faktörler olmuştur.

Weiyang'ın (2015) belirttiği gibi, Çin film endüstrisinin başarısı ve başarısızlıkları, hem medya emperyalizmi hem de Doğu Asya medya endüstrilerinin yükselişiyle birlikte değerlendirilmelidir.

Çin film endüstrisinin gelişimi 20. yüzyılın başından itibaren tarihlendirilse de 2000'li yılların başından itibaren, Çin film endüstrisi, çarpıcı bir büyüme ve derin yeni bir yapılanma yaşamıştır (Zhang & Li, 2018). 15 yıldan kısa bir sürede Çin, küçük bir film tüketicisinden dünyanın en büyük ikinci film pazarına dönüşmüştür (2015'te yaklaşık 7 milyar ABD doları gişe geliri ile) ve yakın gelecekte Amerika Birleşik Devletleri'ni geçmesi beklenmektedir (China Daily, 2016, aktaran Zhang vd., 2018).

Tablo 1. Çin film endüstrisine yönelik istatistikler (1978-2019)

Yıl	Stüdyo	Uzun Metrajlı Film	Yıl	Stüdyo	Uzun Metrajlı Film
1978	12	46	1999	31	99
1979	17	65	2000	31	91
1980	17	82	2001	27	88
1981	19	105	2002	31	100
1982	19	112	2003	31	140
1983	19	127	2004	31	212
1984	20	144	2005	32	260
1985	20	127	2006	32	330
1986	20	134	2007	32	402
1987	22	146	2008	33	406
1988	22	158	2009	31	456
1989	22	136	2010	31	526
1990	22	134	2011	31	558
1991	22	130	2012	31	745
1992	22	170	2013	31	638
1993	22	154	2014	31	618
1994	22	148	2015	31	686
1995	30	146	2016	31	772
1996	31	110	2017	31	798
1997	31	88	2018		902
1998	31	82	2019		850

Kaynak: China Film Yearbook Press, 2020

Tablo 1'de görüldüğü üzere 1978 yılında 12 olan film stüdyosu sayısı 2017 yılında 31'e ulaşarak 2,5 kat artış göstermiştir. 1978'den 2019 yılına kadar geçen 41 yıllık sürede üretilen film sayısı dalgalı bir seyir göstermekle birlikte genel anlamda artmıştır. 1978 yılında 46 olan film sayısı 2019 yılına gelindiğinde 850'yi bulmuş, yani 18 kat artmıştır.

Wei ve Li'ye göre (2019), Çin sinema tarihi, başlangıç (1896-1930), savaş dönemi (1930-1949), sosyalist sinema (1949-1978) ve çağdaş sinema (1979 ve sonrası) şeklinde dört dönemde incelenebilir. Belirtilen bu dört dönem yukarıda bahsedilen faktörlerin etkisi altında gelişmiş ve şekillenmiştir.

Sinemanın Çin'e Girişi (1896-1930)

Sinema filmlerinin Çin'e girişi 19. yüzyılın sonuna denk gelmektedir. Başlangıç evresi olarak ifade edilen bu dönemin Qing Hanedanlığı'nın son 15 yılı ve sessiz filmlerin altın çağı olmak üzere iki safhadan oluştuğu ifade edilmektedir (Zhang, 2004, aktaran Wei & Li, 2019).

Başlangıç dönemi Çin halkının Şangay'da¹ filmle tanışması (1896), ilk yerli filmin oluşturulması (1905-Pekin²), ilk gerçek sinema salonunun inşası (Pingan Tiyatrosu-1907), ilk film şirketinin kurulması (Asia Film Company-1909) gibi Çin sinema tarihi açısından önemli gelişmeleri içermektedir (Leyda 1972, s. 22, Zhang, 2005, aktaran Zhu, 2015). Dönemin önemli bir özelliği de Çin sinemasının gelişiminin büyük ölçüde ithalatın gölgesinde gelişmeye çalışmış olmasıdır (Zhang & Li, 2018).

Çin sinemasının ilk altın çağı, sessiz filmlerin hüküm sürdüğü 1920'li yılların ortasıdır. Lu ve Shu (1998), bu altın çağın uzun sürmediğini iddia etmektedir. Özel sermayenin yokluğu, film yapımcılarının henüz pazar tarafından kabul edilmeyen yeni temaları veya türleri keşfetme yeteneğini zayıflatmıştır. Sonuç olarak bu durum, 1926'dan 1930'a kadar pazarın gelişimini geriletmiştir. Film içerikleri hem film endüstrisinin çöküşünü hızlandırmış hem de toplumsal problemlere (ahlaki panik) sebep olmuştur. Örneğin ithal edilen Amerikan dedektif ve yerli dedektif filmleri nedeniyle suç oranlarının arttığı ifade edilmiştir. Hatta Çinli izleyiciler, Çinli imajını genellikle katiller, zihinsel engelliler, uyuşturucu bağımlıları veya diğer uygunsuz karakterlerle ilişkilendiren yabancı filmlerin yasaklanması için protestolar düzenlemiş, ilgililere gerekli düzenlemeler için çağrıda bulunmuştur. Dönem Şanghay Sinema Yönetmeliği (1911) gibi filmlerle ilgili ilk düzenlemeleri de içermektedir. 1912 yılında Çin Cumhuriyeti dönemine geçilmiş olması film endüstrisinin gelişimini etkilemiş ve Şangay'ın Çin sinemasının merkezi olmasını sağlamıştır (Wang, 2001, Li & Hu 1996; Cheng vd., 1998, Lu & Shu, 1998; aktaran Wei & Li, 2019).

Savaş Sineması Dönemi (1930-1949)

1930-1945'te Japonların Çin'i işgali ve hemen ardından gelen (1945-1949) iç savaş nedeniyle Çin, 1930'larda sessiz filmlerden sesli filmlere geçerken, 19 yıllık bir savaş sineması dönemine girmiştir. Bu dönemde toplumsal huzursuzluk ve ulusal kriz, Çin sinemasını politik ve ideolojik bir savaş alanına dönüştürmüştür (Zhang, 2004, Lu & Shu, 1998, aktaran Wei & Li, 2019). Dönem filmleri ulusal seferberlik ve propaganda faaliyetlerinde kullanılmış kitle iletişim araçlarıdır. Temel amaç propaganda filmleriyle kitleleri harekete geçirmektir (Çakı vd, 2019).

Dönemin önemli bir özelliği film sansür yasasının (1930) kabulüdür. Film Sansür Yasası'nın kabulünün ardından 1931'de Film Sansür Komitesi³ kurulmuştur (Wang, 2006, s.141). Film sansürü hem yerli hem de ithal filmlere uygulanmıştır. Yasaya göre Çin halkının aşağılayıcı tasvirlerini yapan, Halkın Üç İlkesine karşı çıkan, iyi gelenek ve göreneklere veya kamu düzenini bozan, hurafe ve sapkınlığı savunan filmler yasaklanacaktır (Wang, 1997, Wang, 2006, aktaran Wei & Li, 2019).

Dönem içerisinde film endüstrisinin iki altın çağ yaşadığı belirtilmektedir. İlk altın çağ, 1930'larda endüstri henüz olgunlaşmaktayken meydana gelmiş, bu süre zarfında, her yıl yaklaşık 60 film çekilmiştir. İkinci altın çağ ise endüstrinin büyüdüğü ve geliştiği 1940'larda gerçekleşmiştir (Wei & Li, 2019). Belirtilen bu iki dönemin özelliği

¹ Şangay, Çin'in en büyük şehri olup ülkenin ticaret ve iş hayatının merkezi konumundadır. 1980 sonrası ekonomik atılım döneminin nüfusunu büyük bir hızla artırdığı en önemli şehir olarak belirlemektedir. Şangay, aynı zamanda Çin'in güney kıyıları boyunca uzanan iki ana turizm merkezinden biridir (Özgüç, 2017).

² Başkent Pekin (ya da günümüzde kullanılan hâliyle: Beijing) aynı zamanda ülkenin idari, kültürel ve sanayi merkezi olarak ön plana çıkmaktadır (Atalay, 2001). Bunun yanı sıra Çin'de turizm göçünün en önemli destinasyonu olarak ifade edilmektedir. Tarihsel açıdan zengin ve çeşitli kaynaklara sahip olması turizm açısından önemli bir destinasyon olmasını sağlamıştır (Özgüç, 2017).

³ Amaç halkın üç ilkesi olarak ifade edilen milliyetçilik, demokrasi ve halkın geçimi ilkelerinin ideolojik egemenliğini pekiştirmektir (Wang, 2006, s.141).

film endüstrisinin, ülkedeki ekonomik atılımların yönlendirdiği ilerlemeleri yaşamış olmasıdır. Yani ülke çapında sanayi ve ticaret alanındaki patlamalar film endüstrisine de olumlu yansımış ve iki altın çağ yaşatmıştır. Ancak, film sektöründeki bu gelişme eğilimi Çin Halk Cumhuriyeti'nin (1949) kurulmasından sonra askıya alınmıştır (Zhang & Li, 2018).

Sosyalist Sinema (1949-1978)

Sosyalist sinema, 1949'da Çin Halk Cumhuriyeti'nin (ÇHC) kurulmasıyla başlamış ve 1978'de reform ve dışa açılmalarla sona ermiştir. Dönemin özelliği sinemanın, Çin Komünist Partisi (ÇKP) tarafından halk devriminin önemli bir parçası olarak seçilmiş olmasıdır. Erken dönem ve savaş dönemi sinemasına kıyasla sosyalist sinema, merkezi olarak planlanmış ve siyasete tabi kılınmıştır (Hu & Yao, 1989, aktaran Wei & Li, 2019). Bir başka ifade ile kültür devriminin de içinde yer aldığı bu dönemde devletin film endüstrisindeki ağırlığından söz edilmektedir. Yani Komünist Partinin iktidara geldiği 1949 yılından kültür devriminin sona erdiği 1976'ya kadar devletin ürettiği film ve belgeseller ağırlıktadır (Aranburu, 2017). Konuyu biraz daha açmak gerekirse özellikle Kültür devrimi döneminde (1966-1976), film kültürel bir ürün olmaktan çok, siyasi propaganda ve ideolojik kontrolün bir aracı hâline gelmiştir. Film üretimi çok düşük bir seviyede kalmakla birlikte Pekin, Şangay, Changchun, Xi'an, Wuhan, Huhehaote ve Wulumuqi gibi bir dizi büyük eyalette yer alan film stüdyoları tarafından tekelleştirilmiştir. Filmlerin dağıtımı ve sergilenmesi, kentsel alanda ve kırsal bölgelerde devlet tarafından sıkı bir şekilde kontrol edilmiştir (Shen, 2005, aktaran Zhang & Li, 2018).

Çağdaş Sinema (1979 ve Sonrası)

1970'lerin sonlarından 1980'lerin ortalarına kadar yaşanan gelişmeler Çin film endüstrisi için yeni bir altın çağı başlatmıştır. Merkezi hükümet tarafından gerçekleştirilen reformlar ve açık kapı siyaseti ile filmlerin üretimi ve sergilenmesi üzerindeki birçok kısıtlama ortadan kaldırılmıştır. Bu arada kültür devrimi sırasında yasaklanan yüzlerce filmin tekrar sinemada gösterilmesine izin verilmiştir. Prodüksiyon tarafında, Devlet Film İdaresi (SFM), 1970'lerin sonlarında birkaç büyük film şirketi kurmuştur. Aynı zamanda pek çok yerel yönetim daha küçük, bölgesel tabanlı film yapım şirketlerini veya yapım üslerini kurmuştur. Yeni oluşturulan bu kuruluşlar, ülkedeki film üretim kapasitesini artırmıştır. Bununla birlikte, film endüstrisinde devlet hâkimiyeti hala en belirleyici özellik olarak devam etmektedir (Deng, 2011, aktaran Zhang & Li, 2018).

1980'lerin sonlarından itibaren Çin'in film endüstrisi bir düşüş dönemine girmiştir. Sinema tesislerinin inşası ve yenilenmesi için sermaye yatırımının olmaması ve diğer eğlence ürünlerinin (özellikle TV) popülaritesi, sektörü ciddi şekilde etkilemiştir Öte yandan, Dünya Ticaret Örgütüne katılım, Çin'in yerli film endüstrisi açısından yeni bir dış tehdittir. Bu nedenle, Devlet Radyo Film ve Televizyon İdaresi (SARMT) ve Kültür Bakanlığı, 2002'de Çin film endüstrisinde köklü bir reform yapmaya karar vermiştir. Bu kapsamda prodüksiyon tarafında, devlete ait film yapım şirketlerine hissedarlık sistemi ile özel sektör film endüstrisine dahil edilmeye çalışılmıştır. Tüketim tarafında, eski, devlet kontrollü film yayımlama sisteminin yerine bir sinema zinciri sistemi oluşturulmuştur. Bu reform, Çin film tarihinde bir dönüm noktası hâline gelmiş, Çin film sektörünün hızla ticarileşmesini tetiklemiş, ülkede film şirketlerinin ve sinemaların sayısını arttırmıştır (Liu, 2009, Deng, 2011, aktaran Zhang & Li, 2018).

Çin’de Film Turizmi

Çin’de film turizminin tarihi, ilk ithal film gösterisinin Şanghai’da gerçekleştiği 1896 yılına kadar izlenebilse de gerçek varlığı son 20 yıla dayanmaktadır (Liu & Liu, 2004, aktaran Wen vd., 2018). Bu durum üzerinde siyasi, sosyal ve ekonomik birçok faktör etkilidir. Ülkenin uzun yıllar uyguladığı dışa kapalı politikalar, iç karışıklıklar vb. nedenlerle turizm endüstrisinin gelişimi oldukça geç bir zamandadır (Zhang & Ryan, 2018a).

Çin Halk Cumhuriyeti’nin kuruluşunu takip eden 30 yıl içerisinde turizm siyasetin ve diplomasinin ihtiyaçlarına hizmet etmiştir. 1949 yılının sonunda Fujian eyaleti Xiamen’de Denizaşırı Çin Seyahat Acentesi (Overseas Chinese Travel Agency) kurulmuştur. 1952’de Çin’de Asya Pasifik Barış Konferansı düzenlenmiş ve bundan sonra daha fazla yabancı Çin’i ziyaret etmiştir. Ayrıca 1954’te Çin Uluslararası Seyahat Acentesi kurulmuştur. Ancak 1960’larda turizm “kültür devrimi” ile sektöre uğramıştır (Zhang & Ryan, 2018a). 1966-1976 arası dönemi kapsayan kültür devrimi, Çin’in eski yönetimlerini hatırlatan her şeye karşı açılan bir savaş olarak literatürde yer edinmiştir. Kültür devrimi, Çin geçmişinin üstüne bir sünger çekme, “Dört Eski” olarak ifade edilen eski kültür, eski töre, eski alışkanlıklar, eski düşüncelerin ortadan kaldırılmasını hedefleyen eylemleri içeren, 1976’da Mao’nun ölümüne kadar devam eden ve Çin’i her açıdan olumsuz etkileyen bir dönemdir. Belirtilen bu dönemde Çin’in diğer devletlerle ilişkileri minimum düzeye inmiştir (Bulut & Vural, 2001, aktaran Kafkasyalı, 2012; Deniz, 2014). Doğal olarak turizm sektörü de derin bir şekilde etkilenmiştir.

1978 yılında uygulanan açık kapı politikası modern turizm endüstrisinin Çin’de başlangıcı kabul edilir (Zhang & Ryan, 2018a). Bu tarihte Çin’e gelen turist sayısı yalnızca 230.000’dir. Bunun nedeni açık kapı politikasına rağmen hâlâ ülkeyi kaç kişinin ve kimlerin ziyaret edebileceğine dair kararı devletin vermesidir (Lew, 1987, aktaran Timor & Kapan, 2017). Sonraki süreçte ise bütün alt-yapı eksikliklerine ve sıkıntılara rağmen durum hızla değişmiş, 1980’li yılların ortalarında Çin’e gelen turist sayısı 1.5 milyona yaklaşmıştır. Bu değişime 1989’da Tiananmen Meydanı’nda yaşanan olaylar darbe vurmuş, turizm olumsuz etkilenmiştir. Somutlaştırmak gerekirse Avustralyalı ve Amerikalı turistler geri çekilmiştir. Bu olumsuzluklar üzerine Çin, olumsuz ülke imajını değiştirme çabalarına girişmiş ve günümüzde dünyanın en çok turist çeken ülkeleri arasında üst sıralara yerleşmiştir. Örneğin 1990’da 10 milyon dolayındaki turist sayısı ile 12. sıradayken, 1996’da 26 milyonu aşarak beşinciliğe yükselmiş, 2001’de 33.2 milyon turist, 2007’de ise 54.7 milyon turist geldiği ülke olmuştur (Timor & Kapan, 2017). 2015 yılında 56.9 milyon turist ile 4. sıraya yükselmiş, 2016 yılında ise 59.3 milyon turist ile 4. sıradaki yerini korumuştur [World Tourism Organization (UNWTO), 2017].

Çin film turizmini konu edinen akademik çalışmaların tarihi geçmişi çok uzun değildir. İlk olarak Liu ve Liu (2004)⁴ tarafından çalışıldığı ifade edilmektedir (Marafa vd. 2020). Liu ve Liu (2004), Çin’de film turizminin

⁴Bu çalışmadan sonra Çin film turizmi ile ilgili araştırmaların arttığı söylenebilir. İlk çalışmalar daha çok Çin’de film turizminin gelişim aşamaları, film/TV yapımlarıyla izleyicilerin turizm motivasyonu, filmlerin destinasyon imajı üzerindeki etkileriyle ilgilidir. Örneğin;

- ✓ Meng, T., & Yuan, S. (2006). Study on development of movie and tv tourism in China. *Resource Development & Market (Zi Yuan Kai Fa yu Shi Chang)*, 22(3), 273–275
- ✓ Pan, L. (2005). The impacts of movies-making on the location’s tourism development: Case studies of Hengdian & Xinchang. *Economic Geography (Jing Ji Di Li)*, 25(6), 928–932.
- ✓ Pan, S.; Ryan, C. (2013). Film-induced heritage site conservation: The case of echoes of the rainbow. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37(1), 125–150

varlığını üç döneme ayırarak incelemiştir. Tablo 2’den görüldüğü gibi araştırmacılar 1896-1986 arasını başlangıç dönemi şeklinde belirlemiştir. Film turizminin gelişimini ise 1987- şimdi (makalenin yayınladığı yıl göz önünde bulundurulduğunda 2000’li yılların başı) olarak tespit etmiştir. Buna karşılık olgunlaşma dönemini ise “gelecek” olarak değerlendirmiştir. Yani film turizminin Çin’de henüz olgunlaşma dönemine girmediğini ifade etmişlerdir.

Tablo 2. Liu ve Liu’ya göre (2004), Çin’de Film Turizmi

Dönem	Periyot (Yıl)	Turizm aktiviteleri
Başlangıç	1896-1986	Film stüdyolarını ziyaret
Gelişme	1987-şimdi	Ziyaret, eğlence
Olgunlaşma	Gelecek	Deneyim, öğrenme

Kaynak: Zhang, 2015.

Çin’de film turizmine yönelik dikkat çeken çalışmalardan biri de Ji ve Beeton’a (2011) aittir. Ji ve Beeton (2011) Çinli yönetmen Zhang Yimou’nun dört filmine dayandırarak Çin film turizminin gelişim aşamalarını ve özelliklerini tespit etmiştir. Araştırmacılar birinci gelişim dönemini filmlerin popülerliğiyle karakterize etmişlerdir. Bu özellik Çin film turizmi ile ilgili diğer çalışmaların birinci döneminde de benzerdir. İkinci gelişim döneminde ise film popülerliği mekânın ün kazanmasına ya da farkındalığının artmasına sebep olmuştur. Üçüncü ve dördüncü dönemler ise film endüstrisi ve yerel yönetimler arasında iş birliğinin, ortaklıkların geliştiği dönemler olarak karakterize edilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Ji ve Beeton’a göre (2011), Çin film turizminin gelişim dönemleri

Gelişim Aşaması	Film Örnekleri	Etkileri
1.Film çok popüler, ancak film konuları henüz değil	<i>Red Sorghum</i> (1988)	Film Yinchuang’da çekilirken, set Shandong’dadır. Ne Yinchuang’u ne de Shandong’u turizm açısından etkilemiştir. Filmin başarısının ardından Shanxi’deki çekim yeri ünlü bir turistik cazibe merkezi hâline gelmiştir.
2.Film mekânı filmin popülerliğine bağlı olarak ünlenmiştir (farkında olmadan)	<i>Raise the Red Lantern</i> (1991)	Kısa bir süre sonra, başka bir yönetmen tarafından Qiao Ailesi adlı 45 bölümlük bir TV dizisi çekilmiştir. Dizi hem reyting açısından hem de turizm etkisi açısından başarılı olmuştur.
3.Film ve destinasyon işbirliği ile hem film hem mekân ünlenmiştir.	<i>Riding Along for Thousand Miles</i> (2005)	Çekimlerden önce Zhang Yimou ve Lijiang yönetimi işbirliği yapmış ve Japon film yıldızı Ken Takakura’dan filmde başrol oynaması istenmiştir. Dışarıdan gelen ziyaretçi sayısında büyük bir artış gerçekleşmiştir.
4.Yerel yönetimler, ünlü film yönetmeniyle ortaklıklar yoluyla turizm etkisi elde etmeye çalışmaktadır.	<i>Thirteen Jinling Hairpin</i> (2012)	Film lokasyonu Nanjingdir. Turizm etkisi hâlâ devam etmektedir.

Çin’de film turizminin gelişim aşamalarını konu edinen bir başka çalışma ise Zhang ve Ryan (2018a) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar bu çalışmayı Liu ve Liu’nun (2004) çalışmasını temel alarak yapmıştır. Çalışmanın Liu ve Liu’dan (2004) farkı ise aşağıda detayları açıklanacağı üzere dönemlerin tarihlendirilmesiyle ilgilidir. Bir başka ifade ile belirlenen üç dönemin başlangıç ve bitiş tarihlerinin farklılığıdır. Buna göre birinci dönemi ifade eden tarihler her iki çalışmada da aynıdır; ancak Zhang ve Ryan ikinci dönemi 1986-2000 olarak, üçüncü dönemi ise 2000 yılından günümüze kadar şeklinde belirlemiştir.

- ✓ Hao, X.; Ryan, C. (2013). Interpretation, film language and tourist destinations: a case study of Hibiscus Town, China. *Annals of Tourism Research*, 42, 334–358.

Birinci Dönem

1896-1986 arası 90 yıllık bir süreyi kapsayan bu dönem, Çin film turizmi açısından başlangıç dönemidir. Yukarıda bahsedildiği gibi 1905 yılında Pekin’de bir fotoğraf stüdyosunda çekilen ve 1906 yılında Şangay’da gösterime giren ”Dingjunshan” isimli film Çin Film endüstrisinin başlangıç dönemine işaret etmektedir. Ancak 1949 yılında Çin Halk Cumhuriyeti’nin kuruluşuyla birlikte ülkede yaşanan siyasal, sosyal ve ekonomik gelişmeler bir süre film endüstrisinin gelişimini askıya almıştır. Bu dönemde yaşanan olumsuzluklar nedeniyle Çinli film yapımcıları Hong Kong’a taşınmıştır (Zhang & Ryan, 2018a). Bilindiği üzere Hong Kong yüz yıl gibi bir süreyle İngiltere kontrolünde olan ve 1997 yılında kontrolü Çin’e geçmiş olan bir merkezdir (Özgüç, 2017).

Dönemin ilginç özelliği turizmin gelişmemiş olmasıdır. 1949’da Çin Ulusal Turizm İdaresi kurulmuş, ancak 1970’lerin sonlarından itibaren bir devlet organı olarak önem kazanmış ve bir destinasyonun doğal ve kültürel kaynaklarının geliştirilmesine ilişkin politikalar geliştirmiştir (Zhang & Ryan, 2018a). Turizmin gelişmediği bu dönemde film turizminden bahsetmekte mümkün değildir. Çünkü Çin turizm endüstrisi, henüz film turizmini teşvik edebilecek bilince sahip değildir (Liu & Liu, 2004, aktaran Zhang & Ryan 2018b).

Dönem içerisinde turizmin gelişimine katkı sunan ve Çin’i daha geniş kitlelere tanıtmayı amaçlayan Liu Sanjie (1960), Ashima (1964), Five Golden Flowers (1959) Shaolin Temple (1982), gibi filmlerin varlığı önemlidir (Wu 2011). Liu Sanjie filmi (1960) Çin Halk Cumhuriyeti’nin turizm politikaları çerçevesinde gelişimini istediği bir bölge olan (Özgüç, 2017) Guilin’de çekilmiştir. Bu film, coğrafi görünüm tabanlı üretimle, Guilin’e hem ulusal hem de uluslararası ziyaretçi çekmektedir (Luo vd. 2011, aktaran Zhang & Ryan, 2018a). Film, aynı zamanda yerel kültürün tanıtımını ve çekici bir kaynak hâline gelmesini sağlamıştır. Ashima (1964), Five Golden Flowers (1959) gibi filmler Yunnan eyaletinin film turizmi açısından dikkat çekmesine neden olmuştur. Ancak iki filmde çekim ve ilk gösterim yıllarında film turizmi açısından kayda değer bir hareketlilik oluşturamamış, Yunnan’ın sonraki dönemlerde popüler olmasını sağlamıştır (Wu 2011).

1982 yapımlı “Shaolin Temple” (Şaholin Tapınağı⁵) isimli film Çin kültürü ve kültürel miras açısından dikkat çekmektedir. Filmle birlikte hem Shaolin Tapınağı hem “Wushu⁶” ön plana çıkmıştır. Film kült hâline gelmiştir. Bugün Shaolin Tapınağı önemli bir turistik destinasyon olup birçok yabancıya da Wushu’yu çalışmak için geldiği yerdir (Cynarski, 2012, aktaran Zhang & Ryan, 2018a). Dengfeng Turizm Bürosu verilerine göre Shaolin Tapınağı 1986’da 2,470,000 turist tarafından ziyaret edilmiştir. Turist akını sahada niş turizm işletmelerinin açılmasına neden olmuştur. Deng iktidarını kapsayan bu dönem, geleneksel kültürün ticarileştirilerek ekonominin desteklediği bir özellik arz eder. Shaolin Tapınağı⁷ ve geleneksel savaş sanatları da bu durumdan etkilenmiş ve ticarileştirilmiştir (Su, 2016).

⁵ Shaolin Tapınağı Dünya Kültür Mirası listesinde yer alır. Zengin bir kültür ve çekiciliğe sahiptir. Burası Henan eyaletindeki en çok turist çeken üç turistik destinasyondan biridir (Wang vd, 2021).

⁶ Wushu: Çin savunma sanatlarının genel adıdır. Çin dışında genel de Kung-Fu (gongfu) olarak tanımlanan spor türleri de bu kapsamdadır. Ancak Kung-Fu terimi Çince beceri anlamına gelmekte olup savaş sanatlarının dışında da bir alanda kullanılabilir. Wushu ise Savaş Sanatı anlamına gelir (<https://www.twf.gov.tr>).

⁷ Shaolin Tapınağı, politik mücadelelere verdiği desteğin bir sonucu olarak 1928 yılında 45 gün süren bir yangın felaketi yaşamış, birçok tarihi değerini kaybetmiştir. 1949-1978 yılları arası Mao’nun baskısı altında kalmış, geleneksel savaş sanatları yasaklanmış, burada bulunan rahiplerin büyük kısmı tapınağı terk etmiştir. 1949-1953 yılları arasındaki toprak reformundan payını almış, arazilerinin büyük kısmını kaybetmiştir. Tapınakta bulunan rahipler toprak reformuyla civar köylere yerleşmiştir. Burada geleneksel savaşların eğitimine bir süre açık daha sonra gizli bir şekilde devam etmişlerdir. Böylelikle Mao ve Kültür

Film turizminin birinci gelişim döneminde çekilen filmler Çin'in fiziki ve kültürel coğrafi görünümüne vurgu yaparak uluslararası alanda Çin'i tanıtmayı amaçlamıştır. İlgili filmlerle yerli izleyicilere de "Çinli" olmanın anlamsal boyutu aktarılmıştır. Başlangıçta uluslararası ilgi az olmasına rağmen bu filmlerin etkisiyle Çin kültürü ve turizm bölgeleri tanınmaya başlamıştır (Zhang & Ryan, 2018a). Bu filmler, Çin'in imaj yenileme faaliyetlerine katkı sağlayan yumuşak güç araçlarıdır.

Joseph S. Nye tarafından literatüre kazandırılan yumuşak güç kavramı çekicilik üzerine inşa edilmiş olup kültür, siyasi değerler ve dış politika olmak üzere üç temel kaynağa sahiptir (Nye, 1990). Nye bu kavramı başka ülkeleri ve toplumları cezbetme, istenilen şeylerin diğer ülke ve toplumlar tarafından istenilmesini sağlama, toplumları kendine çekerek değiştirme ve diğer insanların önceliklerini düzenleyecek biçimde siyasi gündemi belirleme şeklinde tanımlamıştır (Nye, 2003, aktaran Aydemir, 2019). Yumuşak gücün hükümet dışı aktörler ve medya olmak üzere iki aracı vardır. Medya sayesinde yumuşak güç enstrümanları çok daha etkili bir şekilde sunulmaktadır. Haber ajansları, dizi-film yapımları, televizyon kanalları, gazete ve radyolar bu açıdan çok önemlidir. Bunlar hem etkili propaganda hem de yumuşak gücün vazgeçilmez araçlarıdır (Aydemir, 2019).

İkinci Dönem

1986 yılı, Çin film endüstrisinde ilginç bir dönemi temsil etmektedir. O yıl hem ekonomik hem de politik açıdan bir geçişin başlangıcıdır. Turizm endüstrisi dönem içerisinde sürekli büyümüş ve bir endüstri halini almıştır. Aynı zamanda turizm planlamaların içerisine dâhil edilmeye başlamıştır (Li 2009, aktaran Zhang & Ryan, 2018a).

Ulusal Turizm İdaresi Xi'an, Guilin, Suhang, Guangzhou, Pekin ve Şangay gibi birçok destinasyona yatırım yapmıştır. Zaten dönemin en belirgin özelliği birçok turizm destinasyonu ve tema parkının oluşturulmasıdır. Bunlar arasında Grand View Garden, Hibiscus Town ve Wuxi Film Studio gibi birçok tema parkı ve film setinden söz edilebilir (Liu & Liu 2004, aktaran Zhang & Ryan, 2018a; Hao & Ryan 2013). Belirtilen tema parkı ve film setleri, Çin'in film turizmine yönelik çabalarının en somut örnekleri olması nedeniyle aşağıda detaylandırılmıştır.

İnşasına 1984 yılında başlanan ve üç aşama hâlinde sürdürülmüş olan Grand View Garden, Çin Edebiyatı'nın en büyük dört romanından biri olarak ifade edilen *The Dream of the Red Mansion*'un TV dizisine uyarlaması için inşa edilmiş bir settir. 1983 yılında Çin TV drama üretim merkezi, belirtilen romandan TV dizisi üretmek için bir yer seçmeyi planlamıştır. Çin TV drama yapım merkezi danışmanı Huang Zonghan, dünya örneklerinin incelenmesi ve sonrasında önemli bir turizm destinasyonu hâline gelebilecek bir "film seti" yapılmasını önermiştir. Bu öneri Çin TV tarafından aynı yıl kabul edilmiştir. Pekin'in Xicheng Bölgesi'nin kuzeybatı köşesinde yer alan set, yaklaşık 13 hektarlık bir alan üzerinde kurulmuştur. Kamu ve özel sektör ortaklığıyla bahçıvan, mimar, arkeolog, halk bilimci ve roman tarihçisi gibi birçok uzmanın danışmanlık ettiği bir proje olarak gerçekleşmiştir. Pekin hükümeti ve Devlet Radyo, Film ve Televizyon İdaresi tarafından çok ciddiye alınan bu proje aynı zamanda birçok eleştiriye maruz kalmıştır. Bu eleştirilerin nedeni hem ideolojik hem ekonomiktir. Feodalizmi destekleyen bir diriliş hamlesi olarak yorumlayanların yanında Çin'deki konut sıkıntısı ve dar gelir nedeniyle israf olarak değerlendirenler de olmuştur.

Devrimi sırasında yasaklanan dövüş sanatlarının varlığını korumasına yardımcı olmuşlardır. Deng döneminde ise geleneksel kültürün ticarileştirilmesine yönelik anlayışın en somut örneklerinden biri olmuştur (Su, 2016).

Açılıştan hemen sonraki yıllarda günlük 20 bin ziyaretçi sayısı ile turizm açısından önemli bir destinasyon haline gelmiştir (Zhang, 2015).

Verilen örneklerden Hibiscus Town ile ilgili Hao ve Ryan (2013) çalışma yapmıştır. 1986 yılı yapımı Hibiscus Town isimli filmin çekim yeri olan Hunan Eyaletine bağlı “Hongcun Wang Köyü”nün geçirdiği değişimi incelemişlerdir. Araştırmacıların ifade ettiğine göre filmin yayınlanmasından dokuz yıl sonra köy ismini Hibiscus Town olarak kullanmaya başlamış ve 2007 yılında da Hibiscus Kasabası olarak adını resmen değiştirmiştir. Film, Çin tarihindeki iki önemli dönemi temsil etmektedir. Yaklaşık sekiz ay çekim süresine sahip filmin birçok sahnesine köy halkının katılımı sağlanmıştır. Filmde açık kapı politikalarına yönelik siyasi referanslarla, Tuija etnik köken ve mimarisine yönelik kültürel coğrafi görünümle hikâye ile birleştirilerek sunulmuştur. Böylelikle Tuija kültürünün tanınırlığı arttırılmıştır.

Liu ve Liu’ya göre (2004), Wuxi Movie and TV Base (1987) Çin’de film turizminin geçek anlamda başlangıcını sembolize eder (Zhang & Ryan, 2018b). “Oriental Hollywood” olarak da bilinen bu tema parkı, Çin’in sinema/TV kültürüne dayalı ilk parkıdır. Aynı zamanda Çin’in ilk 5A sınıfı turizm merkezlerindedir. Kompleksin en önemli özelliği Üç Krallık Şehri, Shuihu Şehri ve Tang Şehri gibi büyük ölçekli klasik yapılar kümesi içermesidir. Tang Şehri, tarihi kayıtlara dayanarak, Tang Hanedanlığı (MS 618-907) sırasında kullanılan mimari stili çarpıcı ayrıntılarla karakterize eder. Shuihu Şehri, Song Hanedanlığı (960-1279) dönemini, Üç Krallık Şehri ise, Han Hanedanlığı’nın tarzını ve yapısını yansıtan binaları içerir. Dikkat çeken bir başka özelliği ise tüm yıl boyunca burada çalışan film ve dizi ekiplerinin varlığıdır. Buna ek olarak, turistlerin beğendiği yıldızlarla iletişim kurmasına imkân veren etkinliklerle turizme hizmet etmeye devam etmektedir (“wuxinews”, 2021).



Resim 1. Wuxi Movie/TV Base’den görüntüler (“wuxinews”, 2021).

Wuxi Stüdyolarının başarısından sonra, CCTV Nanhai Film ve TV Kasabası, Hebei Zhouzhou Film ve TV Kasabası, Hengdian Dünya Stüdyoları, Zhenbeibao Film ve TV Kasabası, Tieling Longquan Resort gibi yeni set ve stüdyolar yaygınlaşmıştır (Liu & Liu 2004, aktaran Zhang & Ryan, 2018a).

Hengdian Dünya Stüdyoları (Resim 2) içerisinde 10.000’den fazla yatak kapasitesine sahip 40 oteli bulunduran, 6.000’den fazla insanın çalıştığı Asya kıtasının en büyük film üretim merkezidir (Shao & Liao, 2009; Hengdian World Studios, 2015, aktaran Meng & Tung, 2016). Film turizmi açısından önemli olan bu kompleks 20 yılı aşkın bir süredir film ve turizm bağlantısını kurmuş, 2019 yılında 20 milyondan fazla turist çekmiştir. Toplamda 170

milyondan fazla turist tarafından ziyaret edilmiştir. Kompleksin kültür turizminin kapsamını genişletmek, film endüstrisi ve turizm endüstrisi arasındaki ilişkiyi geliştirmek ve bu kapsamda güçlü bir imaj oluşturmak gibi hedefleri bulunmaktadır (“hengdianworld”, 2021).



Resim 2. Hengdianworld’den görüntüler (“hengdianworld”, 2021).

3. Dönem

2000’li yılların başından itibaren film turizmin hızlı büyümesi üzerinde medyanın artan gücü ve tüketicilerin farklı çevrimiçi kaynaklara maruz kalması etkilidir (Liu & Liu, 2004, aktaran Zhang & Ryan, 2018b).

Bu dönem destinasyonların film dostu olmaya çalıştığı ve bu doğrultuda film yapım şirketleri ile aktif iş birliği içerisine girdiği bir evre olarak tanımlanmaktadır. Dönemi karakterize eden, destinasyonların film şirketlerini çekme girişimlerinin yanı sıra film temalarına yönelik yeni tesislerle coğrafi görünümü değiştirme çabalarının devamıdır (Liu & Liu 2004, aktaran Zhang & Ryan, 2018a). Bu kapsamda daha önce bilinmeyen birçok destinasyon dizi ve film içerisine ürün olarak yerleştirilerek tanıtılmış, çekiciliği artırılmıştır (Wu 2011). Örnek vermek gerekirse Black Town kasabası daha önce bilinmeyen bir destinasyonken Flowing Time isimli bir TV dizisinin çekim yeri olması nedeniyle ünlenmiştir. Daha önce kasabada turizm endüstrisinin varlığından söz edilemezken dizi sonrası turizm endüstrisi ve yerel yönetimin iş birliğine dayalı markalaşma ve imaj çalışmaları ile çok bilinen turistik bir destinasyon hâline gelmiştir. Romantik bir aşk hikâyesinin coğrafi görünümüyle bütünleştirildiği dizi sonrası Black Town genç çiftlerin tatil yeri hâline gelmiştir (Huang, 2013).

Sonuç ve Tartışma

Çin’e filmlerin girişiyle film turizminin gerçek varlığı arasında bir asra yakın (91 yıl) bir zaman söz konusudur. Savaşlar, iç karışıklıklar, rejim değişikliği, dışa kapalı politikalar vb. nedenler turizmin Çin’deki gelişimini engellemiştir. Beeton’nın (2005) da belirttiği gibi küresel ve yerel ölçekteki terör, salgın hastalıklar, siyasal belirsizlikler, değişimler vb. durumlar her zaman toplumları derinden etkilemiştir. Turizm ise bu olumsuzluklardan en fazla zarar gören sektör olmuştur. 1978 yılı Çin turizmi için bir dönüm noktası olmuştur. Çünkü bu tarih açık kapı politikalarının uygulanmaya başladığı zamandır.

Çin, diğer ekonomik sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de dünya sıralamalarında yukarılara yerleşmeyi başarmıştır. Çin bu başarısını sadece sert güç kaynaklarıyla değil, yumuşak güç kaynaklarını sistemli bir şekilde

kullanarak elde etmiştir. Yumuşak gücün önemini kavrayan, aynı zamanda uluslararası arenadaki olumsuz imajını yok etmeye çalışan Çin bu maksatla ülke içinde ve dışında milyarlarca dolarlık yatırım yapmıştır. Bunlar arasında medyaya yönelik yatırımlar önemli bir yere sahiptir (Shambaugh, 2015). Çin'in medyaya yönelik yatırımlarının bir boyutunu film endüstrisi oluşturmaktadır. Bu kapsamda film ve dizileri medyatik yumuşak güç kaynakları olarak kullanılmaktadır.

Çin'de film turizmi, birbirini etkileyen üç aşamada gelişmiştir. İlk olarak Çin kültürü ve coğrafi görünümünü ön plana çıkaran filmler üretilmiştir. Bu filmler, çekildikleri destinasyonların ünlenmesine ve turist çekmesine neden olmuştur. İkinci aşama ise film stüdyolarının ve setlerinin inşa edildiği bir dönem olarak belirmiştir. Bu süreci destinasyonların film dostu olmaya çalıştığı dönem izlemiştir.

Çin'de film turizminin gelişimi ile ilgili dikkat çeken önemli bir bulgu da, ülke turizminin gelişimi ile paralel bir özellik göstermesidir. Yani ülkenin özellikle siyasi tarihi nedeniyle turizm geç bir dönemde gelişim göstermiştir. Ancak film turizmi gibi literatürde çok kez henüz yeni, tam olarak anlaşılmamış olarak ifade edilen bir turizm türünün Çin'de kat ettiği mesafe kayda değerdir. Çin'deki bu gelişimin en önemli nedeni ise, kültür ve turizmin yumuşak güç olarak öneminin farkına varılması, filmlerin bu doğrultuda etkili bir araç olarak kullanılmaya başlanmasıdır.

KAYNAKÇA

- Aranburu, A. M. (2017). The film industry in China: Past and present. *Journal of Evolutionary Studies in Business (JESB)*, 1(2), 1-28.
- Atalay, İ. (2001). *Kıtalar ve ülkeler coğrafyası*. Meta Basımevi.
- Aydemir, E. (2019). Çin'in küresel bir yumuşak güç hareketi: CGTN'nin incelenmesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(19): 260-275.
- Beeton, S. (2005). *Film-induced tourism*. Channel View Publications. Clevedon, Buffalo.
- Çakı, C., Çakı, G., Aksoğan, M., & Gülada, M. O. (2019). Çin Milliyetçi Partisi tarafından Japon işgaline karşı yürütülen ulusal seferberlik propagandası. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 43-64.
- Demirtepe, M. T., & Özertem H. S. (2013). Yükselen tehdit algısı karşısında Çin'in yumuşak güç siyaseti: Politikalar ve sınırlılıkları. *Bilig/ Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*. 65, 95-118.
- Deniz, T. (2014). Yükselen güç Çin Halk Cumhuriyeti'nin stratejik hamleleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(50): 188-212.
- Esen, B. (2020). Yumuşak güç örneği: Çin. V. Öngel, M. Süslü & G. Öngel (Ed.), In *Sosyal Bilimler Perspektifinden Güç*, 3, pp.157-182). Gazi Kitabevi.
- Hao, X., & Ryan, C. (2013). Interpretation, film language and tourist destinations: A case study of Hibiscus Town, China. *Annals of Tourism Research*, (42), 334–358.
- Huang, G. (2013). Mediating tourist landscape: A case study of media-induced tourism in China. *International Journal of Communication*, 7, 2678–2696.

- Ji, Y., & Beeton, S. (2011). Is film tourism all the same? Exploring Zhang Yimou's films' potential influence on tourism in China. *Tourism Review International*, 15, 293-296.
- Kafkasyalı, M. S. (2012). Küresel üstünlük mücadelesi ve Çin'in yükselişi: Muhayyilenin ontolojik sınırları. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1): 103-128.
- Marafa, L. M., Chan, C. S., & Li, K. (2020). Market potential and obstacles for film-induced tourism development in Yunnan Province in China, *Journal of China Tourism Research*.
- Medin, B., & Koyuncu, S. (2017). Bir yumuşak güç aracı olarak sinema: Hollywood örneği. *International Journal of Social Sciences and Education Research* 3(3), 836-844.
- Meng, Y., & Tung, V. W. S. (2016). Travel motivations of domestic film tourists to the Hengdian World Studios: Serendipity, Traverse, and Mimicry, *Journal of China Tourism Research*, 12. (3-4), 434-450. <http://doi.org/10.1080/19388160.2016.1266068>
- Nye, J. S. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, 80, 153-171.
- Oğuş, N. (2021). *Soğuk savaş sonrası Çin-Hindistan ilişkileri*. Urzeni Yayınevi
- Özey, R. (2003). *Dünya ve ülkeler coğrafyası*. Aktif Yayınevi.
- Özey, R. (2013). *Ülkeler coğrafyası*. Aktif Yayınevi.
- Özgüç, N. (2017). *Turizm coğrafyası*. Çantay Kitabevi
- Shambaugh, D. (July/August 2015). China's soft-power push: The search for respect. *Foreign Affairs*, 4, 99-107.
- Su, X. (2016). Reconstruction of tradition: Modernity, tourism and Shaolin Martial Arts in the Shaolin Scenic Area, China, *The International Journal of the History of Sport*, (33)9, 934-950.
- Timor, A. N., & Kapan, K. (2017). *Çin'de turizm ve rekreasyon faaliyetleri*. [Oral presentation]. Futourism, 255-261. Mersin, Turkey.
- Wang Z., Yang P., & Li D. (2021). The influence of heritage tourism destination reputation on tourist consumption behavior: A case study of world cultural heritage Shaolin Temple. *SAGE Open*. July 2021, 1-15. <http://doi.org/10.1177/21582440211030275>
- Wei, L., & Li, Y. (2019). Chinese film industry under the lens of copyright, policy, and market. In L. Kung-Chung., R, Uday. S. (Ed.), *Innovation, economic development, and intellectual property in India and China comparing six economic sectors*. Springer Open.
- Weiyang, P. (2015). *China, film coproduction and soft power competition* (Doctoral Dissertation). Creative Industries Faculty Queensland University of Technology.
- Wen, H., Bharath M. J., Spears, D L., & Yang, Y. (2018). Influence of movies and television on Chinese tourists perception toward international tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 28. 211-219.
- Wu, J. (2011). Analysis and strategic suggestions for China's film and TV tourism. In G. Zhang, R. Song, & D. Liu (Eds.). *Green book of China's tourism* (185-198). Heide, China: China Outbound Tourism Research Institute.

- Yan, M., & Wall, G. (2002). Economic perspectives on tourism in China. *Tourism and Hospitality Research*, 3, 257-275. <https://www.jstor.org/stable/23747292>_27.07.2021-15:30
- Zhang X., & Li, Y. (2018). Concentration or deconcentration? Exploring the changing geographies of film production and consumption in China. *Geoforum*, 88, 118-128.
- Zhang, X. (Nancy)., & Ryan, C. (2018a). Grand View Garden and a history of Chinese film tourism. In S, Kim Reijnders. (Eds.), *Film tourism in Asia, perspectives on Asian tourism*. Springer Nature.
- Zhang X., & Ryan, C. (2018b). Investigating tourists' and local residents' perceptions of a Chinese film site. *Tourist Studies*. 18(3), 275–291.
- Zhang, X., Li Y., & Yuan, Y. (2018). Behind the scenes: The evolving urban networks of film production in China, *Urban Geography*, 39 (10). 1510-1527.
- Zhang, X. (2015). *Chinese culture, tourism and a television series: Grand View Gardens, Beijing* (Doctoral Dissertation). The University of Waikato.
- Zhu, Y. (2015, spring/summer). The Sino-Hollywood relationship then and now. *Weber The Contemporary West*, 31, (2), 26-36.
- Wuxi (2021). Retrieved from: http://www.wuxinews.com.cn/2015-01/22/content_19380026.htm. August 8, 2021
- Hengdian World Studios (2021). Retrieved from: <http://www.hengdianworld.com/en/About/> Retrieved August 8, 2021
- China Film Yearbook Press, 2020.
- <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2020/indexeh.htm/> Retrieved August 25, 2021
- Türkiye Wushu Kung Fu Federasyonu (2021). Alındığı uzantı: <https://www.twf.gov.tr/wushu-tarihce/> Retrieved September 6, 2021
- UNWTO *Tourism Highlights* (2021). 2017 Edition/ Retrieved September 8, 2021

The Development of the Film Industry and Tourism in China as a Soft Power Source of the Media

Özlem ÇAKAR ÇELİK

Firat University, Faculty of Education, Elazığ /Turkey

Extensive Summary

China is an important destination in terms of tourism, with its natural and human attractions. However, economic problems, political turmoil, and wars have hindered the development of the tourism industry in the country for many years. Until 1978, China was a country that was not open to international visitors except under carefully controlled conditions. Since 1978, this situation has changed significantly, and it has been placed at the top of the world rankings in terms of the number of tourists with its open-door policy. In other words, China has become a leading destination in the international arena as well as the in domestic tourism (Yan & Wall 2002; Ozguc, 2017). Today, China, which is seen as a global power with its rising economy and political influence, has not achieved this position only with hard power resources. It has reached this global position by systematically using soft power resources (Esen, 2020; Demirtepe & Ozertem, 2013).

One of the soft power sources used by China is the media in general, and film and TV broadcasts in particular. In this respect, the development and effects of the film industry in the country are important. The last periods of the dynasty in the country, the Japanese-Chinese war, the establishment of the People's Republic of China, the Cultural Revolution, the 1978 expansion, the participation in the World Trade Organization (2001), the opening up policies of the state regarding the film industry, the population, and such parameters has affected the establishment and development of the film industry, as well as the emergence and development of film tourism. This study presents the literature on the Chinese film industry and tourism. The study includes the relevant local and foreign literature (English) and then analyzes the Chinese film industry and tourism in the light of the literature.

Although the development of the Chinese film industry dates back to the beginning of the 20th century, the real development is in the early 2000s. Indeed, during this period, the film industry in mainland China experienced dramatic growth and profound restructuring (Zhang & Li, 2018). The history of Chinese cinema is characterized by four periods: the beginning (1896-1930), the war period (1930-1949), socialist cinema (1949-1978), and contemporary cinema (1979 and present) (Wei & Li, 2019). Examining the statistics for the Chinese film industry in the specified periods, it is clear that the number of film studios, which was 12 in 1978, reached 31 in 2017 and increased 2.5 times. Another indicator is the number of movies produced. In this context, the number of films produced in the 41-year-period from 1978 to 2019 increased in general. To be concrete, the number of films, which was 46 in 1978, reached 850 in 2019, that is, it increased 18 times (China Film Yearbook Press, 2020).

An important way to understand Chinese film tourism is to examine academic studies on this subject. The first to express in this context is that the historical background of academic studies on Chinese film tourism is not very long. It is stated that the first study on the historical development of film tourism in China was carried out by Liu and Liu (2004) (Marafa et al. 2020). Liu and Liu (2004) analyzed the existence of film tourism in China by dividing it into three periods. Researchers determined the period between 1896-1986 as the beginning period. On the other hand, they considered the maturation period as the "future". In other words, they stated that film tourism had not yet entered the maturation period in China. Another noteworthy work on film tourism in China belongs to Ji and Beeton (2011).

Ji and Beeton (2011) identified the developmental stages and characteristics of Chinese film tourism based on four films by Chinese director Zhang Yimou. The researchers characterized the first developmental period by the popularity of movies. Another study on the development stages of film tourism in China was conducted by Zhang and Ryan (2018). They based their study on the work by Liu and Liu (2004).

There is almost a century (91 years) between the introduction of films into China and the real existence of film tourism. Considering the history of China, this long period is not surprising because the history of tourism in China corresponds to a recent time because of reasons such as wars, internal turmoil, regime change, and closed-door policies. The year 1978 marks the beginning of the modern tourism industry in China because of the open-door policies. In other words, it is a turning point for Chinese tourism. Until this date, economic problems, political turmoil, and wars hindered the development of the tourism industry. This is inherent in tourism. As Beeton (2005) stated, situations such as global and local terrorism, epidemics, political uncertainties, or changes have affected societies socially and economically, and tourism has been the sector most affected by all these situations. Chinese tourism and Chinese film tourism fit well with this analysis. With the open-door policy since 1978, China has been at the forefront of the world rankings in the tourism industry as well as in other economic sectors.

Geography has a significant influence on the development of the Chinese film industry. It would be wrong and incomplete to think of progress independent of the development in Japan, Hong Kong, South Korea, Taiwan. Although China's film tourism literature states that this type of tourism has developed in three stages in the country, it does not mention the tourist flow and its effects that characterized film tourism in the first period of 90 years between 1896 and 1986. In this period, the tourism industry was not yet developed. However, the reason for including the specified time interval in the first period of film tourism is the existence of films that emphasize China's physical, cultural, and geographical appearance and promote China in the international arena. Although these films did not cause a significant activity in terms of tourism in the first period, they continued to be popular in the following periods, became cult films, and encouraged film enthusiasts to film locations. At this point, Zhang and Ryan's determination (2018) is noteworthy. According to the researchers, the films shot before 1986 have the purpose of attracting tourists to the relevant destinations, but there is a different situation from the concept and understanding of film tourism in the West. They stated that it is possible to say that this understanding started to change, albeit slowly, at the end of the twentieth century. The year 1986 represents an interesting period for the film industry and film tourism because it is the beginning of both an economic and political transition. The most striking developments in this context are the construction of world-renowned theme parks and movie sets in China between 1986 and 2000. Since 2000, the efforts of destinations to be film-friendly have become clear, and partnerships have been organized between local governments and the film industry to develop tourism.

The remarkable goals of theme parks and movie sets established in China, such as expanding the scope of cultural tourism, improving the relationship between the film industry and the tourism sector, and creating a strong image, can be considered as indicators of the desire to grow with soft power resources.

Another remarkable finding regarding the development of film tourism in China is that it parallels the development of the country's tourism. In other words, tourism has developed in a later period, especially because of the political history of the country. However, the distance traveled by a type of tourism, such as film tourism, which is often described as new and not fully understood in the literature in China, is remarkable. The most important reason

for this development in China is the realization of the importance of culture and tourism as soft power, and the use of movies as an effective tool in this direction.