

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**ÇİN MEDYASI VE HABER AJANSLARI: XINHUA
AJANSI ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

MAIMAITI YIMAMU

1450Y21101

İstanbul, 2016

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**ÇİN MEDYASI VE HABER AJANSLARI: XINHUA
AJANSI ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

MAIMAITI YIMAMU

1450Y21101




Danışman: Doç. Dr. Oya Şakı Aydın

İstanbul, 2016

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi MAZMAZLI Y. MAMUL in “Gün Medyası ve Haber Ajansları :
XINHUA Ajansı Örneği.....” konulu tez çalışması jürimiz tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans tezi olarak (oybirliği / oyçokluğu) ile başarılı bulunmuştur.

	Adı – Soyadı	İmza
Tez Danışmanı	: Doç. Dr. Özgür SAĞLIK AŞOĞU	
Jüri Üyesi	: Prof. Dr. Leblebici Mehmet	
Jüri Üyesi	: Doç. Dr. Veli POLAT	

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamiyle uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı : Maimaiti Yimamu (İmam Muhammed)

Programı : Medya ve İletişim Sistemleri

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Oya Şakı Aydın

Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans –2016

Anahtar Kelimeler : Kitle İletişim, Çin Medyası, Ajans

ÖZET

İletişim araçlarının hızlı gelişimi ve aktarılan bilginin güvenilirliğine olan ihtiyaç, haber ajanslarını daha da yaygınlaştırmıştır. Haber ajanslarından başta kitle iletişim araçları olmak üzere kamu kurumları ve özel şirketler de hizmet almaktadır. Dünyada ilk haber ajansı olarak kabul edilen Havas Ajansının kurulmasından günümüze güvenilir ve hızlı bilgi akışı ajanslar aracılığıyla sağlanmaktadır. İletişim teknolojilerinin hızlı gelişmesi sayesinde, son zamanlarda Amerika Birleşik Devletleri ve AB gibi gelişmiş ülkelerin medya sektöründeki gücünü temsil eden etkili haber ajanslarının yanı sıra, küçülen dünyanın büyüyen süper gücü olarak görülen Çin'e temsilen XINHUA ajansı gittikçe kendi gücünü göstererek dünya genelinde söz sahibi olmaya başlamıştır.

Bu çalışmada haber ajansı ile ilgili temel kavramlardan yola çıkarak Çin haber ajansı Xinhua ele alınmıştır. Ardında bu ajans ile ilgili detaylar anlatılmakla beraber Çin'deki medya ve yazılı basının güncel durumuna yer verilmiştir.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Maimaiti Yimamu (İmam Muhammed)

Programme : Media and Communication Systems

Supervisor : Assoc. Prof. Oya Şakı Aydın

Degree Awarded and Date : Master –2016

Keywords : *Mass Media, Chinese Media, Agency*

ABSTRACT

The rapid development of communication tools and the need of reliability of transmitted information has been made the news agencies more widespread. The government agencies and private companies ,especially the mass media are also served by news agencies. Since establishment of Havas Agency which is considered the first news agency in the world , reliabe and fast information flow is provided through agencies. With the help of more developed communication technology, as well as some news agencies Which is represent power of development coutries such as the US and the EU, seen as shrinking the growing world superpower in the world increasingly demonstrating its power to represent Chinese XINHUA agency has begun to have a say.

In this study, based on the basic concepts of news agencies Chinese XinHua news agencies were discussed. Then the describe details on this agency, current state of the media and the written press in China.

ÖNSÖZ

Bu çalışma sırasında destek veren, fikir alışverişinde bulunarak bu süreci verimli kılan danışmanım; bilimsel desteğiyle hep yanımda olan, büyük saygı duyduğum hocam Doç. Dr. Oya Şakı Aydın başta olmak üzere bu süreçte değerli görüşleriyle yardımcı olan tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Her çeşit zorluklarla baş ederek bana destek olan Sevgili annem Nurelahan Ayub'a, benim için ödediği tüm bedellerinden dolayı teşekkürlerimi sunarım. Eşim Esmâ İlham ve tatlı oğlum Seyyid Faruk'a sevgilerimi sunarım. Ondan başka kaynak araştırma süresince tüm olanaklarıyla gerekli bilgilere ulaşmamı gayet kolaylaştıran arkadaşlarım Ablethay Metruzi ve Muhammed Emin'lere ziyadesiyle teşekkür ederim.

Maimaiti Yimamu

(İmam Muhammed)

İstanbul, 2016

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖZET	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	iv
KISALTMALAR.....	viii
1.GİRİŞ	1
2.AJANS	4
2.1.Anlam ve Tanım.....	5
2.1.1.Anlam.....	5
2.1.2.Tanım	7
2.2.Haber Ajansının Tarihçesi.....	10
2.3.Haber Ajansının İşlevi.....	13
2.4.Haber Ajansının Kuruluş Amacı	15
2.4.1.Kar.....	15
2.4.2.Üyelerine Hizmet.....	16
2.4.3.Ülkenin Sesini Duyurmak.....	16
2.4.4.Belirli Bir Amaca Hizmet Etmek.....	17
2.5.Haber Ajansın Nitelikleri	17
2.5.1.Haber Ajansı: Güç Kaynağı	18

2.5.2.Haber Ajansı: Ulusal Kimlik Simgesi.....	18
2.5.3.Haber Ajansı: Propaganda Kuruluşu	19
2.5.4.“Uluslararası” Nitelik.....	19
2.5.5.“Geniş İletişim Ağı”	20
2.6. Ajanslarının Haber Dağıtım Biçimleri	22
2.6.1.Elden Dağıtım	23
2.6.2.Postayla	23
2.6.3.Telli Hatlarla	23
2.6.4.Telsizle	23
2.7.Ajans Haberciliğinin Özellikleri	24
2.7.1.Güvenilirlik	24
2.7.2.Tarafsızlık ve Objektiflik.....	26
2.7.3.Hızlılık	28
2.8.İlk Haber Ajanslarından Örnekler.....	29
2.8.1.Havas Ajansı	30
2.8.2.New York Associated Press ve AP.....	32
2.8.3.Wolff Telgraf Bürosu.....	32
2.8.4.Reuter ve Thomson Reuters.....	33
2.9.Günümüzdeki Önemli Haber Ajansları	34
2.9.1.Agence France-Press(AFP).....	35
2.9.2.Associated Press(AP).....	36
2.9.3.Thomson Reuters	37
2.9.4.İTAR-TASS, İnterfaks ve RİA Novosti.....	37
2.9.5.Kyodo Haber Ajansı	38
2.9.6.MENA.....	38

3. ÇİN MEDYASI	40
3.1.Çin’de İletişimin Oluşumu	40
3.2.Matbaanın İcadı	41
3.3.Yazılı Basının Ortaya Çıkışı.....	41
3.3.1.İlk Yazılı İletişim	41
3.3.2.Küçük Gazete.....	42
3.4.Güneydoğu Asya’daki ilk Çince Basın	42
3.5.İlk Gazete	44
3.6.Haber Ajansının Kuruluşu.....	45
3.7.Radyo İstasyonunun Kuruluşu ve Gelişimi.....	45
3.8.Çin’de Televizyon Devri	46
3.9. İnternetin Gelişimi ve İnternet Haberciliği	47
3.9.1. Çin’de İnternet Gelişimi	48
3.9.2.İnternet Yayıncılığı	49
3.10. Çin’in Sanal Güvenlik Duvarı: “Altın Kalkan Projesi”	50
3.10.1. “Altın Kalkan ”Projesinin İçeriği.....	51
3.10.2. “Altın Kalkan ”Projesinin Amacı	51
3.10.3.Teknik Bilgi	51
3.10.4.Uygulama Sistemleri.....	52
3.10.5.Diğer İnşalar.....	53
3.10.6.Hizmet Şekli.....	54
3.10.7. “Altın Kalkan ”Projesinin Önemi	54
3.11. Çin Medyasından Örnekler	55
3.11.1.Gazeteler	55

3.11.2.Dergiler	60
3.11.3.Televizyonlar	62
3.11.4.Radyolar	72
4. XINHUA AJANSI VE YENİ MEDYA ÇAĞINDA HABERCİLİK.....	76
4.1.XinHua Ajansının Kuruluşu	76
4.2.Çin Haber Ajansının Tarihçesi	78
4.3.XinHua Ajansının Temel İşlevi.....	79
4.4.XinHua'ya Doğrudan Bağlı Olan Alt Kurumlar	80
4.4.1.XinHua'ya Doğrudan Bağlı Şirketler	80
4.4.2.Yurtiçi Şubeleri	81
4.4.3.Yurtiçi Muhabir İstasyonları.....	81
4.4.4.Xinhua Ajansının Yurt Dışı Şubeleri.....	81
4.5.Ajansın Haber Toplama Biçimi.....	83
4.5.1.Küresel Uydu Yayın Ağı	83
4.5.2.İnternet	84
4.6.Xinhua Ajansının Haber Dağıtım Biçimleri ve Değişen Ajans Haberciliği	84
4.6.1.Geleneksel Dağıtım Biçimi	85
4.6.2.Grafik ve Fotoğraf Haberciliği.....	92
4.6.3. Görsel- İşitsel Haberciliği	95
4.6.4.İnternet Haberciliği	98
4.7.Günümüzde Xinhua Haber Ajansının Uluslararası Konumu	99
SONUÇ.....	100
KAYNAKÇA.....	104

KISALTMALAR

A.A: Anadolu Ajansı

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AFP: Agence France Presse

BBC: British Broadcasting Corporation

BERNAMA: Malaysian National News Agency

CNN: Cable News Network

FOX: Fox Broadcasting Company

JTA: Amerika Birleşik Devletlerindeki Jewish Telegraphic Agency

MENA: Middle East News Agency

MMS: Multimedia Messaging Service

NCR: New Chinese Radio

NHK: Nippon Hōsō Kyōkai; Türkçe: Japonya Radyo ve Televizyon Kurumu

OPEC: Organization of Petroleum Exporting Countries

PA: Press Association

PAL: Phase Alternating Line

SMS: Short Message Service

TASS: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği Ajansı

TASS: Telegrafnoe Agentsvo Sovetskovo Soyuzu

TCP/IP: Transmission Control Protokol / Internet Protokol

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

vb: ve benzeri

VIP: Very Important Person

vs: ve saire

WAP: Wireless Application Protocol

WWW: World Wide Web



1. GİRİŞ

İnsanların çevresindeki olaylarla ilgili başlıca kaynakları kitle iletişim araçlarıdır. Günümüzde insanların haber için en çok başvurdukları kaynaklar gazete, televizyon, dergi, internet gibi kitle iletişim araçları olup, bu medya kurumları da haberleri çeşitli kaynaklardan almaktadırlar. Bilgilerin toplanması, haberleştirilmesi ve daha sonra da kitlelere aktarılmasında en büyük rol günümüzde haber ajanslarına düşmektedir. Haber ajansları, bilginin en hızlı şekilde toplanması ve toplumun bilgi kaynağı medya kuruluşlarına iletilmesinde önemli rol oynamaktadır. Özellikle 18. yüzyılın başlarında yaygınlık kazanan gazetelerin gereksinimini karşılamak için ortaya çıkan haber ajansları, ilk başlarda çok basit iletişim araçları ile (güvercin, atlı kurye, telgraf) haberleri toplamakta ve abonelerine ulaştırmaktaydı. Günümüzde iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile haber ajansları bazen son dakika haberlerini saniyeler içinde abonelerine duyurmaktadır. Ajanslar sadece saniyeler içinde olayları abonelerine duyurmakta kalmamakta, aynı zamanda bu olaylar ile ilgili fotoğraf, video materyalleri aboneleri ve üyelerine ulaştırmaktadır.

Devletler arası gidip gelen üst düzey iletişim mesajları hariç, uluslar arası iletişimde en önemli unsur haber akışıdır. Dolayısıyla nelerin haber konusu olarak seçildiği, haber konularının nasıl işlendiği (habere dönüştürüldüğü), kime dağıtıldığı büyük önem taşır. Çünkü birbiriyle sürekli iletişim halindeki ulus ve devletlerarasındaki ilişkiler önemli ölçüde haberlere göre biçimlenir.

Kitle iletişim araçları basın sektörünün gelişmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle uluslar arası haber aktarımı da artık daha kolay olmaktadır. Haberleri olayın ortaya çıktığı yerden bir gazeteni yazı işleri odasına veya radyo ve televizyon istasyonuna aktaran, şu veya bu oranda karmaşık bir yapıya sahip şebekeler arasında, her basın işletmesinin yurtdışı ve yurtiçi muhabirlerinden oluşan kendine özgü bir iletişim ağı vardır. Ama hiçbir yayın organının, en zengin ülkenin en zengin organı bile olsa kendi olanaklarıyla ne dünya çapında ne de ulusal çapta bütün güncel olayları kapsayabileceği düşünülebilir. Bu

nedenle bütün basın organları kendi dışlarındaki ve herkese açık haber kaynaklarına yani haber ajanslarına başvurmak zorundadır.

Küresel dünyada haber aktarımının önemi her geçen gün giderek artmaktadır. Bu bağlamda haber ajanslarının günümüzdeki önemi de artmış ve geniş kitlelere haber ulaşımında birincil derecede bir konuma ulaşmıştır. Teknolojik gelişmelerin hızlandığı günümüzde bilgi, ülkemizde ve dünyada en önemli ihtiyaçlardan birisi olmuştur. Bilgi akışının saniyelerle ifade edildiği dünyamızda haber ajanslarının önemi artmıştır.

Akıllı telefonlar ve başka yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve hızlı bir şekilde yaygınlaşması genel teknolojik bilgi sahibi herkese istediği gibi habere ulaşma ve haber yayma imkanı sunmuştur. Bu iletişim araçlarında dolaşım haberlerin güvenilirlik ve hızlı olmasına olan ihtiyaç, haber ajanslarının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Dolayısıyla dünyada ilk haber ajansı olarak kabul edilen Havas Ajansının kurulduğu 1835 yılından şimdiye kadar 300'den fazla haber ajansı kurulmuştur. Günümüzdeki güvenilir ve hızlı bilgi akışı bu haber ajansları aracılığıyla sağlanmaktadır. Haber ajanslarından çeşitli medya kuruluşları başta olmak üzere devlet kurumları ve özel sektörler de hizmet almaktadır. Bu sayede Amerika Birleşik Devletleri ve AB gibi gelişmiş ülkelerdeki en etkili haber ajanslarının yanı sıra BERNAMA, MENA ve XINHUA gibi uzak ve orta doğu ülkelerindeki bazı haber ajansları da dünya genelinde söz sahibi olmaya başlamaktadır.

Günümüzde Dünya çapında nüfusu, ekonomi, üretim ve ithalat gücü açısından dev ülke olarak bilinen Çin hemen hemen her yerde kendi gücünü göstermektedir ve bu gücü sayesinde çoğu dünya ülkelerinin dikkatini çekmektedir. Ülkenin gelişmesi kitle iletişim araçları önemli şekilde yansımıştır. Son yıllarda, Çin'deki gelişme ve büyüme ülkede hizmet vermekte olan medya kuruluşları ve habercilik sektöründe de kendini göstermiştir. Çin Haber Ajansı Xinhua bunun belirgin örneklerinden biridir. Xinhua ajansı 1930'larda kurulmuştur ve günümüzdeki gelişmesiyle sadece ülke çapında değil Asya'daki hatta dünyadaki önemli medya kuruluşundan biri haline gelmiştir.habercilik sektöründe dünyada ilk sıralarda yer almakta olan Associated Press (AP), Agence France Press (AFP), Wolf, Havas, Reuters gibi haber ajanslarının birçok nitelik ve özelliklerini kendide bulundurmaktadır.

Bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın temel kavramları olan haber ajansını ortaya çıkış nedenleri, tarihçesi, işlevi, kuruluş amacı gibi konuları incelemeye çalışılmıştır. Bunun yanı sıra haber ajansının nitelikleri, haber dağıtım biçimleri, ajans haberciliğinin özellikleri, İlk haber ajansları ve günümüzdeki önemli haber ajanslarından örneklere yer verilmiştir.

İkinci bölümde Çin’de iletişimin doğuşu, kâğıt ve matbaanın icadı, yazılı basının ortaya çıkışı, haber ajansının kuruluşu ve gelişimini incelemeye çalışılmıştır. Bu bölümün sonunda ise ülke çapında halihazırda hizmet vermekte olan yazılı basın ve yayın, görsel-işitsel medya ve internetin son zamanlardaki genel durumu örnek yayınlarla incelenmiştir.

Üçüncü bölümde ise, Xinhua ajansını kuruluşu, örgütlenmesi, kuruluş amacı, temel işlevi, kurumsal ayar ve personel dağılımı üzerinde durularak, ajansın haber toplama ve dağıtım biçimleri, günümüzde Xinhua Ajansının uluslararası konumu ile ilgili detaylara yer verilmiştir.

2. AJANS

Küreselleşen dünyamızda kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte haber aktarımının önemi giderek artmaktadır. Bu bağlamda haber ajanslarının günümüzdeki önemi de artmış ve geniş kitlelere haber ulaşımında birincil derecede bir konuma ulaşmıştır.

Hükümetler arası gidip gelen özel mesajlar hariç, uluslar arası iletişimde en önemli unsur haber akışıdır. Dolayısıyla nelerin haber konusu olarak seçildiği, haber konularının nasıl işlendiği(habere dönüştürüldüğü), kime dağıtıldığı büyük önem taşır. Çünkü birbiriyle sürekli iletişim halindeki ulus ve devletlerarasındaki ilişkiler önemli ölçüde haberlere göre biçimlenir.¹

Haber, eskiden beri, her dönemde önemli bir mal olmuştur. Gazeteler ise bu malın taşımacılığını yapan ayrıcalıklı kuruluşlardır. Basının gelişmesi ve haberin kapsadığı anlam ve alanın genişlemesi, haber toplama ve aktarma işinde uzmanlaşmış kuruluşların doğmasına yol açmıştır.

Kitle iletişim araçları basının işlevinin ve içeriğinin gelişmesinde ve değişmesinde önemli bir işlev üstlenmişlerdir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte uluslararası haber iletişimi de artık daha kolay olmaktadır. Oysa 19.yüzyıla kadar gazetelerde daha çok ulusal haberlere yer verilmiştir. Dış haberler ise daha çok yurt dışından gelen mektuplar ve yolcular kanalıyla oluşturulmuştur.

Ancak bu durum haberlerin gecikmeli olarak okuyucuya ulaşmasına yol açmıştır. Bu nedenle haberleşme ilk kez posta güvercinleri ile haber ajansının kurulmasıyla birlikte kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde posta güvercinlerinin yerini telefon, telex, faks ve internet gibi haberi anında ulaştıran çağdaş araçlar almıştır.²

¹ Murat Zeytinli, **Uluslar Arası Haber Dolaşımının Sorunları**, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, Kasım-Aralık 1996, s. 101.

² Özgür Göneç, **Agence France Press Ve Anadolu Ajansının Karşılaştırılması**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2001, s.5.

Haberleri olayın ortaya çıktığı yerden bir radyo ve televizyon istasyonuna veya gazetenin yazı işleri odasına aktaran şebekeler arasında her basın organının yurtdışı ve yurtiçi muhabirlerinden oluşan kendine özgü bir iletişim ağı vardır. Ama hiçbir yayın organının sadece kendi olanaklarıyla ne dünya çapında ne de ulusal çapta bütün güncel olayları takip edebileceği düşünülebilir. Dolayısıyla, bütün basın-yayın organları daha geniş ve kapsamlı bir şekilde yayın yapabilmesi için, kendi dışındaki haber kaynaklarına, kaynaklarına yani haber ajanslarına ihtiyaç duymaktadır.

2.1. Anlam ve Tanım

2.1.1. Anlam

Ajans, Latince bir kelime olup, bu kavram çeşitli dillerde aşağıdaki gibi kullanılmaktadır.³ Fransızca “agence”, Almancada “agentur”, Rusçada “agenstvo”, İngilizcede “agency”, İtalyancada “agenzia”, İspanyolcada “agencia”.

Ajans sözcüğü genel anlamda, hareket, araç, iş, faaliyet, vekalet, acente karşılığı olarak kullanılmaktadır. Bunların yanı sıra ajans kelimesi, aracılık, vekillik ve büro anlamlarını da içermektedir.

- A) Türk Dili Kurumu'nun Fransızca- Türkçe sözlüğüne göre “agence”
- (1) Acente, ajans,
 - (2) Acentelik süresi,
 - (3) İş bulma acentesi (agence de placement),
 - (4) İlan- reklam acentesi (agence de publicite),
 - (5) Evlendirme acentesi (agence matrimoniale).
- B) Redhouse Sözlüğüne göre “agency”;

³ Selami Akpınar, **Ajans Ve Ajans Haberciliği**, Basılmış Ders Notları, İstanbul Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu, 1984, s.1.

- (1) vasıta,
- (2) acente.
- C) Langenscheidts Taschenwoterbuch Turkish Sözlüğüne göre “agentur”;
 - (1) Acente,
 - (2) Acentelik,
 - (3) Ticari vekâlet.
- D) Meydan Larousse’a göre “ajans”;
 - 1) Çeşitli işlerle uğraşan büro,
 - 2) Haber alma, haber toplama, haber yayma kuruluşu,
 - 3) Daha çok radyolarda, belirli saatlerde okunan haber bülteni.

Son anlam, 1927’den TRT2nin kurulduğu ve kendi haber merkezini oluşturduğu 1964 yılına kadar, Türk radyolarında okunan haber bültenlerinin, Anadolu Ajansı tarafından hazırlanıyor olmasından miras kalmıştır.⁴

- E) Dil Derneği Sözlüğüne göre “ajans”;
 - (1) Dünya olaylarını toplayıp ilgililere bildiren kurum,
 - (2) Bir ticari kuruluşu tanıtan, onunla ilgili bilgi aktaran iş kolu.
- F) Ali Püsküllüoğlu’nun Türkçe sözlüğüne göre ajans;
 - (1) Haber toplayıp yayma işiyle uğraşan kuruluş: haber ajansı,
 - (2) Tanıtma işiyle uğraşan kuruluş: reklam ajansı.

Ajans kelimesi, fazla yoğunlukta olmamasına rağmen, “haber ajansı”nın yanı sıra “basın ajansı” tamlamasında da kullanılmaktadır.

⁴ Atilla Girgin, **Haber Ajansları Ve Ajans Haberciliği**, s.35.

Görüldüğü gibi, haber ajansı ile basın ajansı, aynı anlamı içermekte, aynı kuruluşu nitelendirmektedir. İfadelerdeki farklılık, aynı kavram için: Frankofonlar'ın "agence de presse", Anglo-Saksonlar'ın "news agency" adlarını kullanmalarından kaynaklanmaktadır.

2.1.2. Tanım

Haber ya da basın ajansları zaman-zaman değişik biçimlerde tanımlanmıştır. Bunlardan bazıları şunlardır:

"Tarafsız bir biçimde topladığı haberleri, doğruluğundan emin olmak koşuluyla en hızlı araçlarla gazetelere ulaştıran kuruluş."⁵

"Birden fazla gazete için haber toplayan ve dağıtan kuruluş".

"Çeşitli kitle iletişim araçlarına, amaçları doğrultusunda olayları izleyerek, bunları tarafsızlık, doğruluk ve hızlilik ilkelerine bağlı kalarak değerlendirmeye tabi tutan ve sonra da edindiği bilgileri çeşitli yol ve yöntemlerle, en geniş şekilde abonelerine ulaştıran kuruluş."⁶

UNESCO tarafından yapılan tanım ise şöyledir:

"haber ajansı, hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlaya aktüalite belgelerini bulup, bunları kitle iletişim araçlarına- onarlı ikna etmenin dışında kalmak üzere- yayan, yasaların hükümlerine, ticaret kurallarına uygun, olanak verdiği ölçüde tam ve tarafsız hizmet götüren bir kuruluştur."⁷

Teknolojide elde edilen en son gelişmeler, radyo ve televizyon sektöründe özel kuruluşların ortaya çıkmasıyla eş zamanlı olarak elektronik medya alanında meydana

⁵ Cevat Fehmi Başkut, **Gazetecilik Dersleri**, İstanbul: Gazetecilik Enstitüsü Yayınları, 1967, s.220.

⁶ Rıdvan Bülbül, **Uluslararası İletişim**, Konya: Damla Ofset Yayınları, 2000, s.110.

⁷ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, Ankara: İmge Yayınevi, 1994, s.106.

gelen gelişmeler, haber ajanslarının işlev ve hizmetlerinde yeni reformlar ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle haber ajansı tanımı de aşağıdaki biçimde yapılmaya başlanmıştır.

“Haber ajansı, her türlü haber malzemesini sağlıklı ve ivedi bir biçimde, gazete, radyo ve televizyon gibi basın-yayın organları için toplayan ve onlara dağıtan kurumdur.”

haber ajanslarının tanımı aşağıdaki gibi yapılabilir:

“Haber ajansı, günün 24 saati, haberin yanı sıra, fotoğraf, film, bant, kaset, CD, grafik, tablo, karikatür, resimli roman, köşe yazısı, eleştiri, dizi yazı, röportaj doküman vs. gibi haber malzemeleri toplaya ve de üreten, bunları üyelerine, paydaşlarına, abonelerine dağıtan ya da satan kuruluştur.”

Haber ajansları ayrıca 1960’lı yıllardan itibaren ekonomi haberleri ağırlıklı özel bültenler yayımlamaya başlamışlar, haber konularını bölümlere ayırarak, özel bültenler çıkarmışlardır.

Günümüzde renkli fotoğrafa yönelerek verdikleri fotoğraf sayısını arttıra, yazılı basın için “hazır sayfalar” görüntülü ve sesli medya için “hazır programlar” üreten haber ajansları, bir yandan da çağrı mesajları, ilan ve reklamlar geçmektedir.⁸

ABD başta olmak üzere, Batıdaki bazı büyük kentlerde, gazeteler, radyo istasyonları ve televizyon kanalları, polis, adliye, kamu kuruluşları gibi konularda günlük haber toplamak amacıyla işbirliği yapmaktadırlar.

Ulusal ajanslar, borsa ve spor haberleriyle benzeri konuları da kapsayacak biçimde daha geniş bir alanda hizmet vermektedirler. Aynı zamanda dünya haberlerini toplayıp dağıtan birkaç ajans bulunmaktadır.

Ulusal haber ajansının en önemli özelliği etkinliklerinden bir kar ya da kazanç beklemiyor olmalarıdır. Aboneleri buldukları ülke ile sınırlı olup gelirlerinin bir bölümünü devlet karşılamaktadır.

⁸ Hilmi Bengi, **Türkiye’de Haber Ajansları**, Yeni Türkiye Cumhuriyet Özel Sayısı, Eylül-Aralık 1988,s.2807-287166.

Ancak bu durum ulusal haber ajanslarının dış ülkelerde muhabir bulundurmaları anlamına gelmemektedir. Bununla birlikte dış haberlerin büyük bir bölümü uluslar arası ajanslarla yapılan anlaşmalardan elde edilmektedir. Ülkemizdeki Anadolu ajansı ulusal bir ajans niteliğini taşımaktadır.⁹

Ulusal haber ajanslarının çoğu kendi bölgelerinde dahi etkin olmamakta ve yalnızca uluslar arası değil, zaman zaman ülke içindeki haberler de o ülkenin insanlarına dört büyük batılı haber ajansı aracılığıyla duyurulmaktadır.¹⁰

Uluslar arası haber ajanları ise dünyaya yayılan geniş haber ağlarıyla gelişen olayları anında abonelerine ulaştırmayı başarabilen iletişim araçlarıdır. Bu ajansların özellikleri, dünyanı her tarafında oldukça fazla sayıda muhabir bulundurmalarıdır; gelen haberleri oldukça geniş bir abone kitlesine ulaştırabilecek teknik alt yapıya sahip olmalarıdır.

Yani ulusal ve uluslar arası ajanslar başlıca merkezlerde muhabir bulundurmakta ve haber dağıtımını kolaylaştırmak için bürolar açmaktadırlar.

Haber ajansları ister yerel, ister ulusal, isterse uluslar arası nitelikte olsun temel araçları büyük bir hızla haber toplama ve topladıkları haberleri müşterilerine ulaştırmaktır.¹¹

Günümüzde bilgiye ulaşmak, doğru bilgiye en kısa sürede ve en hızlı biçimde ulaşmak giderek önem kazanmıştır. İçinde yaşadığımız bilgi çağında insanlar artık yalnızca kendi çevrelerinde gelişen olaylara değil, belki tüm dünya olaylarına da ilgi duymaktadırlar.¹²

⁹ Özgür Göneç, **Agence France Press Ve Anadolu Ajansının Karşılaştırılması**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yüksek lisans Tezi, 2001, s.8.

¹⁰ Zafer Özcan, **Uluslar Arası Haberleşme Ve Az Gelişmiş Ülkeler**, Dayanışma Yayınları, Ankara, 1983, s.19.

¹¹ Özgür Göneç, **Agence France Press Ve Anadolu Ajansının Karşılaştırılması**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yüksek lisans Tezi, 2001, s.8.

¹² Aslı Yapar, **Basında Etik**, İletişim Fakültesi Dergisi IV, İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1997, s. 16.

Günün yirmi dört saati haber alma yarışında savaşım veren ajanslar açısından hız oldukça önemlidir. Ajansların bir diğer özelliği ise hizmetlerini belirli bir ücret karşılığında satmalarıdır.

Haber ajansları ellerinde bulunan gelişmiş teknolojik araçlar yardımıyla gazetecilerin yaptıkları haber toplama ve iletim görevini, ulusal ve uluslar arası boyutta oldukça hızlı ve yaygın bir biçimde yerine getirmektedirler.

Bununla birlikte geniş halk kitlelerinin ajanslarla doğrudan bir ilişkisi yoktur. Bazen onları AFP, AP, Reuters gibi isimlerle görseller de haber ajansları halk kitleleri için az tanınan bir galaksidir. Haber ajansları günlük haberlerin dörtte üçünü oluşturmaktadır. Öyleyse haber ajansları çağımızın yapısını belirleyen en önemli aktörlerden biridir. Eğer ajanslar etkinliklerine son verilerse gerek yazılı gerekse görsel basında ağır yaralar olacaktır. Bu durumdan aynı zamanda kamu ve özel kuruluşlar politik, ekonomik, finans ve spor çevreleri etkilenecektir.

Günümüzde haber ajanslarının sayısı giderek artmaktadır. Ancak teknolojik yeniliklere ayak uydurabilenler ve teknolojiyi yakından izleyenler uluslar arası bir konuma gelebilmektedir. Bu tür ajanslara örnek olarak şunlar sayılabilir: Associated Press (A.P, ABD), REUTERS (İngiltere), Agence France Press (AFP, Fransa).¹³

2.2. Haber Ajansının Tarihçesi

İlk haber ajansı 1811 yılında Samuel Gilbert adlı bir tüccar tarafından Amerika Birleşik Devletlerinde kurulmuştur. Ancak haberin para karşılığı satılması çok eski dönemlere dayanmaktadır.

Günümüz haber ajansları, 19. yüzyılından beri kurulmaya başlamıştır. Ama haberin para karşılığı satılması örnekleri daha önceki dönemlerde de görülür. 14. yüzyılın Avrupa'sında çıkan savaşlarda, krallıklar, karşı taraf gelişmeler hakkında bilgi

¹³ Özgür Göneç, **Agence France Press Ve Anadolu Ajansının Karşılaştırılması**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yüksek lisanas Tez, 2001, s.9.

edinebilmek amacıyla İtalyan tüccarlarından haber elde etmek istediler. Bu olaylar, haber toplayıp satmanın tarihte belki örnekleri olmuştur.¹⁴

O yıllarda ticaret merkezi olan Boston'da halk Avrupa'daki gelişmeleri limana gelen gemilerden öğrenebilmektedir. Samuel Gilbert gemicilerden aldığı haberleri bir deftere kaydederek bugünkü ajans haberciliğine ilk adımı atmıştır. Bu defterler halkın olduğu kadar dönemin gazetelerinin de ilgisini çekmiştir.

Haber piyasasında, gazetelerin gelişmesiyle göze çarpan bir ilerleme yaşamış ve bu durum haber ajanslarının öneminin artmasına yol açmıştır.

Gazetelerin gündeme gelmesiyle, bilgi kadar, bilgiyi toplama problemleri de kendisini göstermeye başladı. Hele Birinci Dünya Savaşı ile birlikte bu ihtiyaç kurumlaşmayı zorunlu hale getirdi. Çünkü ajansların, savaşın gerekçesini anlatmada, propaganda hizmetlerinde büyük etkisi bulunduğu görüldü... Bu faaliyetler neticesinde çeşitler ajanslar kuruldu.

Gerçek anlamda ilk haber ajansı 1835 yılının Ağustos ayında, Fransa'da Charles Louis Havas tarafından kurulan bir çeviri bürosudur. 1832 yılının Ağustos ayında Waterloo yenilgisinden sonra servetini yitirmiş olan tüccar ve bankacı, 49 yaşındaki Charles Louis Havas, Paris'te gazetelerin ve matbaaların bulunduğu bölgede bir daire kiralamıştır. Daha sonra Jean-Jaques Rousseau Caddesi 3 numarada bulunan Hotel'de Bouillon'un avlusunda yabancı gazeteler için ilk çeviri bürosu açmıştır.

Havas kurulduğu bu büroda, birçok Avrupa ülkesinde görevli olan muhabirlerden yararlanarak elde ettiği haberleri abonelerine satmaya başlamıştır.

Havas'ın Paris, Londra-Brüksel arasında sürdürülen bu haber iletişimi telgrafında bulunmasıyla birlikte büyük bir hız kazanmıştır. Ajans, Paris'teki günlük gazetelere, işadamlarına, bankacılara hizmet veren ilk uluslar arası haber ajansı olmuştur.

Telgrafın ortaya çıkışından sonra, ajanslar, insanları dünyada olup bitenlerden bilgilendirme konusunda en hızlı ve en iyi kaynak durumuna dönüşmüşlerdir.

¹⁴ İdris Adil, **Haberde Dışa Bağımlılık**, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991, s.24.

Böylelikle ajansların müşterileri durmaksızın artmış ve gazeteler de büyük tiraj kazanmışlardır. Örneğin, Küçük Paris Gazetesi, 1869 yılında 600.000 tiraja ulaşmıştır. 1857 yılından itibaren ise reklamlar ajansın gelişmesinde ve feraha ulaşmasında önemli bir rol oynamıştır.

Mayıs 1837’de, devlet iletişim alanındaki etkinlikleri tek eline alarak sinyal yayını yasaklamıştır. 1838 yılında ise resmi bültenlerin ve bakanlık birimlerinin yayınladığı gazetelerde iletişim kurma işini Havas’a emanet etmiştir.¹⁵

1851 yılında Alman asıllı Julius Reuter Londra’da Reuters Haber Ajansını kurmuştur. Bunu 1855 yılında Almanya’da kurulan Wolf Haber Ajansı izlemiştir. Daha sonra da uluslar arası haberlerin kapsama alanını genişletmek amacıyla, Havas Reuter ve Wolf aralarında anlaşmaya varmışlardır.

1848 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde Associated Press Ajansı New York Associated Press Ajansı adı altında kurulmuştur. Ajans sözcüğü ilk kez modern anlamda New York Associated Press tarafından kullanılmıştır. Bu ajans 1848 yılında ajansların duayeni olarak kurulmuştur. Bu ajans daha sonra diğer eyaletlerde de yaygınlaşmıştır. İlk kurulduğu 1885 yılında kurulan Western Associated Press adını alan ajans 1892 yılında adını Associated Press olarak değiştirmiştir.

New York’taki ajans buna karşı çıkmak istemişse de bunda başarılı olamamıştır. Böylelikle günümüzdeki Associated Press Ajansının temelleri de atılmıştır. Bu tarihten sonra dünyanın çeşitli ülkelerindeki ajansların sayısı giderek artmıştır.

İkinci Dünya Savaşı sırasında Fransa’nın Almanlar tarafından işgali ile birlikte Havas Ajansı da diğer pek çok ajans gibi kapanmak zorunda kalmıştır. Reuter Ajansı Avrupa’da çalışan tek ajans olarak kalmıştır. Havas savaştan sonra Agence France Presse adını alarak yeniden etkilerini sürdürmeye başlamıştır. Havas Haber Ajansının Agence France Presse adını almasından sonra gücü artmış, ajans daha da gelişmiştir.¹⁶

¹⁵ Laffont Robert, *Un Siecle De Chasse Aux Nouvelles*, Paris: CPFJ Yayınları, 1935, s. 22.

¹⁶Özgür Göneç, *Agence France Press Ve Anadolu Ajansının Karşılaştırılması*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yüksek lisanas Tez, 2001, s.11.

2.3. Haber Ajansının İşlevi

Haber ajansları, genellikle basın sanayinin ayrı bir bölümünü oluşturdukları gibi, kuruluşları, işleyişleri ve iç dinamikleri bakımından var oldukları ülkelerin hukuki rejimlerine göre değişiklikler göstermekle birlikte haber toplama, yazma ve iletme görevlerini yerine getirmektedirler. Günümüzde gerek ulusal düzeyde gerekse uluslararası düzeyde haber alışverişinde en etkin rol oynayan iletişim araçları hiç kuşkusuz haber ajansları olmaktadır.

Haber ajansını temel işlevi, haber almak, toplamak ve yaymaktır. Haber ise insanların düşünce ve uygarlık yolunda en çok gereksinim duyduğu ve istifade ettiği öğelerden biridir. Bu öge kişinin ve toplumların ileriye görmesinde, gelişmesinde, ilerlemesinde, sağduyusunu geliştirmesinde, eğriyle doğruyu ayırt etmesinde, bireyler ve toplumların kaynaşmalarında önemli bir rol oynamıştır.¹⁷

Dünyada şuan 119 ülkede haber ajansı bulunmaktadır. Bu ajanslar, “Geniş muhabir ağıyla bütün dünyada örgütlenmişlerdir. Haberleri toplayan muhabirler, bunları ajans merkezlerine iletmektedirler.¹⁸ Böylelikle küreselleşen dünyamızda haberlerin büyük bir bölümü gazetelere ilk olarak ajanslar tarafından geçilmektedir.

Haberlerin geçilmesi sırasında en modern uziletişim araçları kullanılmaktadır. Bu araçların kullanımı bilgi edinmek isteyen kitlenin genişlemesine yol açmaktadır. Haberler toplandıktan sonra ajansın müşterilerine gönderilmektedir.

Basın kuruluşları, radyolar, televizyon kanalları, bankalar, borsalar bu haberleri, eskiden teleksle göndermekteyken şimdi bilgisayar terminalleri aracılığıyla haber akışı gerçekleştirilmektedir.

Yukarıdaki açıklamalardan anlaşılacağı üzere, haber ajansını üç temel işlevi vardır:

1) Haber toplamak: yani haber ya da haber için gerekli malzemeleri toplamak.

¹⁷ Filiz Seçim, Seyfettin Turan, **Haber Ajansları**, E.A.Ü Yayınları, s. 32.

¹⁸ Albert Pierre, **La Presse**, Paris: PUF Yayınları, 1996, s. 27.

2) Habere şekil verme: yazılı, görüntülü ve sesli haber üretmek.

3) Haber aktarma: toplanan haber malzemelerini ya da üretilen haberleri, hedef kitle olan üyelere, paydaşlara, abonelere dağıtmak; müşterilere satmak.

Haber ajansını kooperatif ya da anonim şirket biçiminde örgütlendiği hallerde üyeler ve paydaşlar, onların yanı sıra üçüncü kişi sayılan aboneler, deyim yerindeyse “sürekli müşteriler” dir. Bunlar, haber ve haber malzemelerini, belirli süreler içinde, ücret karşılığı satın alacaklarını sözleşmelerle kayda bağlamışlardır.

“sürekli olmayan müşteriler” ise, gereksinim duydukları haber ya da haber malzemelerini yukarıda sayılan koşullara bağlı kalmadan, yine ücret karşılığında, zaman zaman satın almaya kalkışır.

Yukarıda bahsi geçen haber ajansını üç temel işlevi, her zaman aşağıdaki iki ölçüte bağlı olarak geliştirmektedir:

A) Müşterilerin istemi ve niteliği,

B) Haber aktarımında kullanılan teknik olanaklar.

Ayrıca ajanslar 3 ölçüte göre sınıflandırılmıştır:

1) Muhabir şebekelerinin yeri ve önemine göre,

2) Servislerin ulusal ya da uluslar arası olmasına göre,

3) Müşterilerin ulusal ya da uluslar arası niteliğine göre.

Haber servislerinin sayısındaki artışa karşın, her gün dünyada basılıp yayınlanmakta olan haberlerin çoğu birkaç büyük ajans tarafından dağıtılmaktadır. Çünkü habercilikte ulaşılan düzeyi korumanın gereği olan; düzenli olarak haber üretilen merkezlerde deneyimli muhabirler bulundurmak ya da onları beklenmedik bir sırada gelişen büyük ve önemli olayların yaşandığı bölgelere göndermek olanağına yalnızca büyük ajanslar sahiptir.

Dünya ajansları, öteki ajanslar ve iş yaptıkları basın yayın kuruluşları çeşitli düzeylerde ilişki içindedirler. Bunların çoğu kilit noktalardaki temsilcilerinin topladığı haberleri tamamlamak için ulusal ya da yerel ajansların haber servislerini de satın almaktadırlar.

Reuters ve Agence France Presse gibi bazı uluslar arası haber ajansları, ulusal ajanslara, ürünlerindeki abonelerine ulaştıracakları yurt içi haberlerle birlikte dağıtmak üzere dünya çapında bir haber dosyası sağlamaktadırlar. Amerika Birleşik Devletlerindeki dünya haber ajansları ise Amerika dışındaki basın yayın kuruluşlarına dünya haberlerini genellikle kendileri doğrudan aktarmaktadırlar.¹⁹

2.4. Haber Ajansının Kuruluş Amacı

Haber ajanslarının temel işlevleri, haber malzemeleri toplama, haber üretme ve dağıtma (satma) olmasına rağmen, kuruluş biçimlerinde değişik ikinci amaçlar da görülmektedir. Örneğin özellikle, 19. Yüzyılın ikinci çeyreğinde yoğunlaşan ve günümüzde de değişik biçimlerle süren milliyetçilik akımlarının etkisiyle, haber ajanslarının kendi uluslarıyla ilişkileri her zaman son derece güçlü olmuştur.

Örneğin Wolf Ajansı, kuruluşundan kısa bir süre sonra asıl işlevinden saparak 1869-1878 yılları arasında, Alman İmparatorluğunun çıkarlarının sözcüsü bir propaganda kuruluşu biçimine dönüşmüştür.²⁰

2.4.1. Kar

Kar amacıyla kurulan, ticari şirket kimlikli haber ajansları.

19. yüzyılın ikinci yarısında kurulan ilk haber ajanslarının çoğu yapı olarak kar amacı güden özel kuruluşlardır. Bu nedenle de büyük çoğunluğu, Havas ve Fournier (Fransız), Reuters (İngiliz), Wolf (Alman), Stephani (İtalyan), Fabra (İspanyol), Ritzau (Danımarkalı) gibi kurucularının adlarını almışlardır.

¹⁹ Özgür Göneç, **Agence France Press Ve Anadolu Ajansının Karşılaştırılması**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yüksek lisanas Tezi, 2001, s.12.

²⁰ Robert A.J. Gagnon, **Should we sin?** The Romans debate and Romans, 1993 , s. 45-47.

Ancak süreç içinde, haber ve habere ilişkin malzemenin satışı, umulan geliri getirmemeye başlamıştır. Bunun üzerine ilk örnek olarak Havas, önce reklamcılıkla ilgilenmiş, verdiği haberler karşılığı gazetelerden ücretsiz olarak aldığı sayfa ve bölümleri, ticari kuruluşlara pazarlamaya başlamıştır. Daha sonra da ajansın hisseleri borsaya açılmıştır.²¹

Günümüzde haber ajansçılığı, kar etmekten çok uzak bir ticari alan olduğu için, bu konuda yeni atılım ya da girişimler görülmemekte, her ülkede ayakta kalmayı başaramamış resmi ajansların yanı sıra bir ya da iki ajans, devlet ya da özel kesim tarafından desteklenmeye çalışmaktadır.

2.4.2. Üyelerine Hizmet

Bu ajanslar kooperatif ya da anonim şirket biçiminde örgütlenerek, ortak işbirliği içinde üyelerine ve paydaşlarına hizmet için kurulmuş ajanslardır.

Bu yöntemin öncüsü, New York gazeteleri tarafından “istihbarat” harcamalarını (röportaj masrafları ile telgraf ücretleri) en aza indirmek için 1848 yılında oluşturulan Amerika Associated Press Ajansıdır. İkincisi ise İngiltere’de 1868’de gazete sahipleri tarafından kurulan ve İngiliz kitle iletişim araçlarına günümüzde de hizmetini sürdüren (PA) Press Association’dur. Bu uygulama kısa sürede, Avustralya’da, Yeni Zelanda’da, Hindistan’da, Güney Afrika’da ve Kanada’da da benimsenmiştir.

2.4.3. Ülkenin Sesini Duyurmak

Kar etmekten ya da üyelerine ve paydaşlarına hizmetten önce temel amaçları, Devletin yoğun desteğiyle, uluslar arası haber ajanslarını tekelliliğine karşı çıkarak, buldukları ülkenin sesini dünyaya kamuoyuna duyurmak olan haber ajanslarıdır. Örneğin, A.A ve geliştirmekte olan ülkelerin ulusal ajansları.

Bu ajanslar kendini destekleyen ulus ve devletlerin propagandalarını yapmakla görevlidir. Üst yönetimin isteğine göre ulusal iletişimin denetimini sağlar, daha sonra söz konusu yönetimin talebi halinde ulusal iletişimde uygulayan denetimi uluslararası

²¹ Pigeat, *Les Agences De Presse*, s. 47.

iletişim alanında uygulamaya başlar. Böylelikle, bu denetim sayesinde ulusal ve uluslararası iletişimde insanların neleri duyup, neleri duymamasına karar veriyorlar.

1989 yılında 172 haber ajansını kapsayan araştırma, çeşitli ülkelerde değişik amaçlarla kurulmuş olsalar bile haber ajanslarının yüzde 50'sinin "Devletleri" tarafından denetim altında tutulduğunu, yüzde 28'inin ticari kuruluşlar olduğunu, yüzde 17'sinin kooperatif özelliğini taşıdığını, yüzde 5'inin ise dinsel yayın yapmak için oluşturulduğunu ortaya koymuştur.²²

2.4.4. Belirli Bir Amaca Hizmet Etmek

Kar etmeyi düşünmeden, ulusal hedefler gütmeyen, belirli amaçlara hizmet için kurulan haber ajansları.

Bu tür haber ajanslarının başında dini yayın yapanlar gelmektedir. Vatikan'ın (FIDES), İsviçre'de kurulu Katolik (kıpa) ve Musevi toplumunun Amerika Birleşik Devletlerindeki Jewish Telegraphic Agency (JTA) ajanları bu türün en belirgin örnekleridir. OPEC tarafından kurulan "OPECNA" ise bu türün bir aşka örneğidir.

Gelişmekte olan ülkelerin ya da bazı bölgelerdeki devletlerin, kendilerine destek verdikleri için onayladıkları MENA, TANJUG ve BERNAMA gibi ajanslar da bu türün örnekleri arasına girmektedir.

2.5. Haber Ajansın Nitelikleri

İster yerel, yöresel, ulusal olsun, ister uluslar arası olsun, haber ajanslarının bazı ortak nitelikleri vardır. Bu nitelikler ajanstan ajansa değişmesine rağmen yine de belirli bir görüntü çizilmesine olanak sağlamaktadır.

²² Pigeat, *Les Agences De Presse*, s. 47.

2.5.1. Haber Ajansı: Güç Kaynağı

Bir ülkeyi öteki ülkelere arasında farklı konuma taşıyan bazı değerler vardır. “Güç Kaynakları” diye adlandırılan bu değerler, elverişli coğrafi konum, doğal zenginlikler, nitelikli iş gücü, gelişmiş kültürel düzey, modern teknoloji, çağın en son teknik araç, gereç ve sistemleriyle donatılmış disiplinli bir ordu, başkalarının sahip olmadıkları bir silah, bilgi birikimi ve güçlü iletişim ağlarıdır.

Ayrıca her ülkenin sınırlarını aşan çıkarları da söz konusudur. Bu çıkarların barış ve serbest piyasa ortamında konulabilmesi son derece güçtür. Ülkeler, eski dönemlerde sınır aşırı çıkarlarını ancak savaşla koruyabilmişlerdir.

Bugün “dünyanın jandarma güçleri” durumundaki bütün devletlerin, uluslar arası ölçekli, tüm dünya ülkelerine haber, haber malzemesi ve görüntü dağıtan haber ajansları vardır. Görsel, işitsel ve yazılı basının, haber, bilgi ve görüntü gereksinimini büyük ölçüde karşılayan bu kuruluşlar, tüm ülkelerde kitle iletişim araçlarının başlıca kaynak kurumu ve can damarı sayılmaktadır. Çünkü uluslar arası yayın yapan bir haber ajansı, bulunduğu ülkenin uluslar arası ortamda en etkin tanıtım ve koşullandırma araçlarından biridir.²³

2.5.2. Haber Ajansı: Ulusal Kimlik Simgesi

Hükümetler, kuruluşlarından bir süre sonra, yoğun bilgi aktarımı gerçekleştirecek haber ajanslarının, “bir az”, ama aşırıya kaçmadan, kendi denetimleri altında olmaları gerektiğini keşfetmişlerdir. Bu keşif dolayısıyla önceleri başlatılan doğrudan ya da dolaylı baskılar, haberlerin niteliğini önemli ölçüde ve olumsuz biçimde etkilemiştir.

Bazı hükümetler ise anılan amaçları gerçekleştirmek için, “ciddi buldukları” haber ajansı kurucularını doğrudan ya da dolaylı olarak desteklemişlerdir. Ancak bu desteklerinin, haber ajanslarının “görünürdeki tarafsızlığını” zedelememesi için de özen göstermişlerdir.

²³ Mehmet Ali Bulut, “Çağımızın Güç Kaynağı Olarak Haber Ajansları”, Yeni Türkiye, 96/12, s:1134.

Haber ajansları böylece, devlet destekli akılcı yayın politikalarıyla kuruldukları ya da ait buldukları “milli devletlerin” ulusal kimliklerinin oluşmasında en önemli araç olma özelliğini taşımışlardır.²⁴

2.5.3. Haber Ajansı: Propaganda Kuruluşu

Daha sonraki savaş dönemlerinde de, bilgi toplamada karşılaşılan güçlükler ve bilgiye duyulan büyük gereksinim nedeniyle iletişimde, yine gazeteler dışında kurumlaşma gerekli olmuştur. Şöyle ki savaştan taraflar, düşman hakkında ayrıntılı bilgiler edinmek, kendi görüşlerini benimsetmek gibi gereksinimlerin yanı sıra bu kez kamuoylarında haklılıklarını kanıtlamak ve aynı zamanda bilgiyi propaganda malzemesi olarak kullanmak istemişlerdir.

Bu tür gereksinimler de haber ajanslarının kuruluşlarını daha da yoğunlaştırmıştır. Gerçek bilgileri yaymak yerine, devletlerin politikaları gereği “propaganda aracı” gibi kullanılmak ve “dezenformasyon örgütü” niteliği taşımak, ulusal gereksinimlerden doğsa bile, haber ajanslarını gerçek amaçlarından uzaklaştırdığından, özellikle savaş yıllarında, ajans haberleri daima şüpheyle karşılanır olmuştur.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında ise öncekilere ek olarak, dünya üzerindeki hemen hemen tüm ülkeler kendi haber ajanslarını kurmuşlar, savaş koşullarının kalkmasıyla da, uluslar arası haber ajansları, “propaganda kuruluşlar” olma niteliklerini terk etmeye başlamışlardır. Böylece ajans haberlerinin “güvenilirliği” ilkesi yeniden gündeme getirilmiştir.

Ancak gelişmekte olan ülkelerde kurulu haber ajanslarının çok büyük bir bölümü, halen belirli haberleri yaymak için oluşturulmuş “devlet ofisi” görünümündedirler. Bu ajansların en önemli işlevler ise uluslar arası ajansların haberlerinin, izin verilen bölümünü çevirerek ülkedeki sayılı kitle iletişim araçlarına aktarmaktır.²⁵

2.5.4. “Uluslar arası” Nitelik

Haber ajansları için “uluslar arası” niteliği taşımanın ölçütü, öteki ülkelerde büro açmış olmak ya da muhabir buldurmak değil, belki doğrudan kamuoyuna haber

²⁴ Oliver Boyd-Barrett , **The Globalization Of News** , Sage Publications, 1998, s. 64.

²⁵ Zeytinli, **a. g. m.** , s. 1101.

ulaştıran kitle iletişim araçları arasında abonelerinin olmasıdır. Örneğin Anadolu Ajansı, yurt dışında birçok bürosu ve muhabir bulunmasına, uydu aracılığıyla Endonezya'dan Alaska'ya kadar yabancı dillerde yayın yapmasına, öteki ülke ajanslarından aboneleri ve onlarla haber değişimi anlaşmaları olmasına rağmen, birincil düzeyde uluslar arası haber ajansı sayılmaz. Çünkü öteki ülkelerin (özellikle gelişmiş ülkelerin) doğrudan kamuoyuna haber ulaştıran kitle iletişim araçları arasında aboneleri yok denecek kadar azdır.

Bir haber ajansı, her başkentte bir ya da birkaç muhabir bulundurduğu için de “uluslar arası” sayılmaz. Ölçüt bu olursa, eski Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin TASS (şimdiki Rusya'da ITAR-TASS) ile Çin Halk Cumhuriyeti'nin XINHUA ajanslarının da, uluslar arası birer haber ajansı olduğunu kabul etmek gerekir. Geleneksel anlatımla, bir ajans her yerde yalnızca haber toplamak için değil, öyle ya da böyle haberleri ücretsiz dağıtmak için de değil, haber satmak için bulunduğu zaman uluslar arası sayılmalıdır. Sürekli gelişme ve teknolojik yenilenme içinde olan ve böylesi etkin bir güce sahip bulunan uluslar arası haber ajansları, öteki çok uluslu girişimlerle karşılaştırıldığında, mali güçleriyle ancak son sıralarda yer almaktadırlar. Ancak bu şirketlerin güçleri ve önemleri, mali kapasitelerinde değil, ağdaş toplumun ana değişkenini, yani haber tekeli ni ellerinde bulundurmaları ndadır. Çünkü dünya üzerindeki kitle iletişi araçlarının tamamına yakını, söz konusu haber ajanslarının 1859 yılında işbirliği anlaşmaları imzalayarak başlattıkları ve günümüzde de kısmen sürdürdükleri haber tekel ve kartelleri yüzünden, buldukları ülke dışındaki haberlerin büyük bölümünü, kendi özgün haber kaynaklarından önce bu ajansların haber bültenlerinden sağlamaktadırlar.

2.5.5. “Geniş İletilişim Ağı”

Dünya üzerinde 300 dolayında haber ajansının bulunduğu sanılmaktadır. Bunların bir bölümü, özel hizmetler verdikleri için pek ortaya çıkmak istememekte, bir bölümü ise dönem dönem faaliyette buldukları için varlıklarının izlenmesi zor olmaktadır. Bu nedenle dünya üzerinde gerçek haber ajansı sayılabilecek 180 dolayındaki uluslar arası ya da ulusal kuruluşların 50 kadarını Avrupa'da, 35'i Afrika'da, 20 kadarını Arap

ülkelerinde, 30'u Asya ve Pasifik'te, 15'i de Latin Amerika'da, kalanı da çeşitli ülkelerde bulunmaktadır.

Haberleri, olayın ortaya çıktığı yerden haber üretimi yapan çeşitli medya kuruluşlarına aktaran ağlar arasında, her basın işletmesinin muhabirlerinden oluşan kendine özgü bir iletişim ağı mutlaka vardır. Lakin hiçbir yaygın organı sadece kendi olanaklarıyla tüm dünya çapında yada ulusal çapta, bütün güncel olayları takip edemeyecektir. Bu nedenle bütün basın organları kendi dışlarındaki ve herkese açık haber kaynaklarına, yani haber ajanslarına başvurmak zorundadır.²⁶

Bir haber ajansı nerede ve ne zaman olursa olsun, her hangi bir olayı hemen öğrenebilecek ve bunu hiç gecikmeden abonelerine iletebilecek durumda olmak zorundadır. Bu durum, çok sayıda muhabirle oluşturulan geniş bir iletişim ağını ve bu ağla abonelerle olduğu gibi sürekli bağlantı içinde olunmasını, aynı zamanda merkezde sürekli çalışma halinde bulunan deneyimli bir yazı işleri kadrosunu gerektirir.

Bu nedenle de haber ajansları günümüzde, teknik gelişmelerden de yoğun bir biçimde yararlanmak ve nitelikli personel çalıştırmak suretiyle iletişim ağlarını genişleterek, gerek kitle iletişim araçlarından gerekse kamu ve özel kuruluşlardan, dünya çapında aboneler ve müşteriler edinmişlerdir. Haber ajansları bu gelişmelere koşut bir biçimde, toplumun artan haber alma gereksinimini de göz önüne alarak ürünlerini çeşitlendirmişler ve insan unsurunun bulunduğu her sektörde kendilerini göstermeye başlamışlardır.²⁷

Haber ajansları, kitle iletişim araçlarının belli başlı haber kaynaklarıdır. Kurulularından bu yana kitle iletişim araçlarına haber bulma, haber üretme görevini üstlenmiştir. Sahip oldukları olanaklar ve devamlı geliştirdikleri teknolojileri sayesinde, haber alam ve yayma işlevlerini, öteki kitle iletişim araçlarına oranla daha çabuk yerine getirmektedirler.

²⁶ Philippe Gaillard, **Gazetecilik**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1991, s.43.

²⁷ Gönenç, **a. g. y.**, s. 10.

Haber ajansları, haberleri ya da haber üretimine ilişkin malzemeleri, öteki kitle iletişim araçlarına dağıtmak için topladıklarından, yerleşmiş uluslar arası deyimle “toptancı medya” diye anılır. Haber ajanslarının bu işlevlerinin öteki kitle iletişim araçlarına (perakendeci medya) sağladığı en büyük yarar, ham bilginin bulunup ortaya çıkartılmasındaki düşük maliyettir. Çünkü öteki kitle iletişim araçları, belirli bir abone ya da satın alma bedeli (haber başına oranlandığında bu bedel oldukça düşük kalmaktadır) karşılığında birçok habere zahmetsiz ulaşma olanağı bulurlar.²⁸

Bu hizmetin bir de sakıncalı yönü vardır. Bu sakınca da ajans haberlerinin, öteki kitle iletişim araçları arasındaki rekabet ortamında, bir ölçüde tek düzeyliğe yol açmasıdır. Çünkü ajansların ürettikleri haber ve habere ilişkin malzemeler, aynı anda birçok müşteriye ulaştırılmaktadır.

Bu haberlerin doğrudan kullanımı da, yoğun rekabet ortamındaki öteki kitle iletişim araçlarının, kendilerine özgü bir görünüm yaratmalarını engelleyici olmaktadır. Ancak öteki kitle iletişim araçlarının yöneticileri, bu sakıncayı ortadan kaldırmak amacıyla deneyimli yazar ve düzeltmenleri görevlendirmişlerdir.

Böylece her hangi bir ajanstan gelen haber ve haber malzemeleri, çoğu kez öteki ajansların aynı konudaki haberlerinin yanı sıra özel kaynaklarla ulaştırılan bilgilerle de desteklenmekte ve söz konusu kitle iletişim aracının yayın politikasına uygun bir biçimde yeniden yazılarak ya da düzenlenerek kullanılmaktadır. Bu uygulamanın en büyük sakıncası ise “özellik” aranırken bilginin özünden uzaklaşma tehlikesidir.

2.6. Ajansların Haber Dağıtım Biçimleri

Eski zamanlardan günümüze kadar haber ajanslarının haberleri ve haber malzemelerini dağıtım biçimlerinde iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle eş zamanlı olarak değişiklikler olmuştur. Tarihi süreç içinde, posta güvercinleriyle, süvarilerle, posta arabalarıyla, trenlerle, gemilerle ve uçaklarla yapılan iletişimi anımsadıktan sonra günümüzde de geçerli olan öteki dağıtım biçimlerini şöyle özetlemek mümkündür.

²⁸ Boyd-Barrett, a. g. m. , s. 63.

2.6.1. Elden Dağıtım

Günümüzde de, azalmasına rağmen geçerli olan bu yöntemle, daha çok zamana bağlı olmayan haber ve haber malzemeleri, günün belirli saatlerinde, dağıtıcılar tarafından ilgili kuruluş ve kişilere ulaştırılmaktadır. Bu yöntemin önemli özelliklerinden biri ise iletilen haberlerin hızlılık şartının olmamasıdır.

Bu yöntemin bir başka biçimi ise, haber ajansında üye, abone ya da müşteri için ayrılan, örneğin bir kutuya bırakılan haber ya da haber malzemelerinin, ilgili kuruluş ve kişilerin temsilcileri tarafından, günün belirli saatlerinde alınmasıdır.

2.6.2. Postayla

Bu iletişim yöntemi de, günümüzde yine zamana bağlı olmayan haber ve haber malzemeleri için kullanılmaktadır. Bu yöntemin uygulanması, ekonomik güçlük içindeki üye, abone ya da müşteriyi, telli iletişim hattı kurulması, hat kirası, ya da uydu yayınları için “docoder” bedeli, gerekli araç ve gereç satın alınması ya da kiralanması gibi zorunlu harcamalardan korumaktadır.²⁹

2.6.3. Telli Hatlarla

Telgraf, teleks, faks, bilgisayar, internet, kablolu TV vs. gibi kanallarla haber ve haber malzemeleri ulaştırma, günümüzde haber ajanslarının en yoğun başvurdukları iletişim yöntemidir.

Bu yöntem İkinci Dünya savaşı sonrası telekslerin iletişim alanına girmesiyle yoğunlaşmıştır. Bilgisayar düzenine geldikten sonra da, özellikle yerleşim birimlerindeki iletişimde telli sistem yoğunlukla kullanılmaktadır.

2.6.4. Telsizle

Radyo, telsiz telgraf kanalları, çağrı cihazları, uydular, haber ajanslarının yine yoğun biçimde kullandıkları, ancak genelde uzak mesafeler için seçilen iletişim yöntemleridir.

²⁹ Atilla Girgin, **Haber Ajansları Ve Ajans Haberciliği**, s. 40.

2.7. Ajans Haberciliğinin Özellikleri

“Her olay, inançların ve çıkarların etkisinde kalmadan görülmeli ve öyle değerlendirilmeli” bu jans haberciliğinin temel ilkesidir. Bir başka ilke de, “olaylar gerçek, açık ve dürüst biçimde betimlenirken, ajans habercisi tanık olmalı, ancak olayın yol açacağı kriz ya da çatışmadan uzak durmalı” dır.³⁰

Aslında bunlar, haber ajanslarının yanı sıra tüm kitle iletişim araçları için de geçerli olması gereken ilkelerdir. Demokratik devlet anlayışı, tüm reşit vatandaşlara seçme hakkını verirken, seçmenlerin, bir bölümüyle de olsa, aldıkları kararın bilincinde ve bu kararın olumlu-olumsuz sonuçlarından haberdar olduklarını varsaymaktadır. Halkın bu bilinç düzeyine ulaşmasına yardımcı olacak kurum ve kişiler de, toplumsal sorumluluk görevini taşıyan kitle iletişim araçları ve gazetecilerdir. Johannes Gross, “Gazetecinin görevi, kanaatleri pazarlamak ya da inançlar uğruna kargaşa yaratmak değildir, onun görevi, araştırma yaparak gerçek verileri kurgulamaktır. Çünkü, gazetecilik etik ki, bir hizmet etiğidir.” demiştir.³¹

2.7.1. Güvenilirlik

Basının mesleği son yıllarda büyük ölçüde itibar kaybetmektedir. Bu belirleme, Türkiye’ye göre daha düşük oranda olsa bile, başka gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için de durum aynıdır. Bu sektörün içinde bulunmamaları gereken, ancak tasfiyeleri de zaman alan bazı kişiler yüzünden ortaya atılan bu değerlendirmeyi, süreç içinde tersine döndürecek tek uygulama gazetecinin her şeyden önce dürüst olmasıdır.

Haberciliğin temel etik kurallarına ve haber kaynağına saygı duymayan, ahlaki değerlere sahip bulunmayan bir gazeteci doğru ve dürüst haber üretmez ve doğru bir biçimde dağıtamaz. Gazetecilik mesleğini uygularken yaptığı işin basit bir haber iletim işi olmadığını, bu bilgilendirmenin yada dağıtılan bu haberin toplumsal ve etik yansımaları bulunacağını ve toplumsal sonuçlar doğuracağını göz önünde bulundurulmalıdır.

³⁰ Gagnon, **a. g. m.** , s. 47.

³¹ Wolf Schneider Ve Paul-Josef Raue, **Gazetecinin El Kitabı** , Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını, 2000, s. 4.

Basın yayın ahlak yasalarında yoğun olarak ele alınan kavram, haberlerin doğru olması yani gerçeği yansıtması ve dürüst bir biçimde hazırlanarak yayımlanmasıdır. Dürüstlük güveni sağlar. Güven ise toplumsal bir gereksinimdir. Çünkü insanlar birbirlerine ancak doğru sözlü olmak, yalan söylememek kaydıyla güvenebilirler.³²

Doğruluk ise, bir kaç basit uygulama sonucu ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki:

a) İçinde önemli ve etkinliği olan gerçeklerin çıkarıldığı hiçbir anlatım doğru değildir. Bu durumda doğruluk bütünlük ister.

b) Asıl önemli gerçeklerin zarar görmesine yol açacak biçimde, önemsiz ve olayla ilgisiz bilgileri içeren hiçbir anlatım doğru olamaz.

c) Öyleyse doğruluk, olayla anlatım arasında bağlantı gerektirir, gösteriş ve abartıdan çok, basit ve açık bir anlatımı zorunlu kılar.

d) Okuyucuyu, bilerek ya da bilmeyerek yanlış yönlendiren ya da aldatan hiçbir anlatım doğru olamaz. Bu durumda doğruluk, okuyucuya karşı dürüst olmayı gerekli kılar.³³

Bilindiği gibi, her hangi bir eylemin, söylemin ya da eylem-söylemin (olayın, olgunun, fikrin ya da sorunun) haber olabilme özelliğini taşıması için, (gerçeklik, doğruluk, yenilik, ilginçlik, önemlilik, anlaşılabilirlik) gibi 5 öğeyi içermesi gerekmektedir. Bu öğelerden başta gelen doğruluk, yani haberlerin doğruluğu, haber ajansının güvenilirliğinin simgesidir.

Bir ajansın uluslar arası ünü, verdiği haberlerin doğruluğuyla orantılıdır. Doğruluğa katkıda bulunacak etkenlerden biri de kaynak göstermektir. Bu nedenle ajans haberlerinin kesinlikle kaynağı olmalıdır.

Asıl olan, haber ajansının, yanlış, saptırılmış, yalan ya da günümüzün yaygın deyimiyle “defolu haber” vererek güvenilirliğini yitirmemesidir. Önemli olan haberin,

³² Andrew Belsey Ve Ruth Chadwick, **Medya Ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**, Çev.Nurçay Türkoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998, s. 121.

³³ Murat Özgen, **Gazetecinin Etik Kimliği**, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1998, s. 52.

bilinçli ya da bilinçsiz saptırılmış olması değildir. Temel kural, haber ajanslarının “doğru haber” ilkesini, hangi nedenlerle ve hangi koşullarda olursa olsun, hiçbir zaman ihlal etmemeleridir.³⁴

2.7.2. Tarafsızlık ve Objektiflik

Ajans haberlerinin ikinci temel özelliği “tarafsız olma” zorunluluğudur. Bunun iki nedeni vardır:

1)Ajans abonelerinin, üyelerinin, müşterilerinin farklılığı.

Haber ajanslarının üyeleri, aboneleri ya da müşterileri arasında çeşitli görüşlere sahip, değişik yayın ilkeleri ve politikaları uygulayan, kuruluş ve kişiler bulunmaktadır. Bu nedenle ajans haberi, hizmet alan hiçbir kuruluşun genel yayın politikasına devamlı ters düşecek öğeler taşımamalıdır.³⁵

2)Haberin temel işlevinin göz önünde bulundurulması.

Haberi, genel olarak “ bireyin gereksinim duyduğu yaşama ilişkin bilgiler” biçiminde tanımlamak mümkündür. Bu nedenle de, tüm öteki kitle iletişimi araçları gibi, haberin ulaştırıldığı hedef kitlenin, yaşamsal gereksinimlerinin karşılanmasına, bir yandan da sağlıklı bilgilenebilmesine, biçimlenmesine katkıda bulunmak, bu işlevi de dürüstçe sürdürmek, haber ajanslarının temel görevidir.

Haberci, tek tek görmediği, tanımadığı, yaş, cins, dil, din, kültür ve eğitim yapılarını ayrıntısıyla bilmediği kişiler adına görev yapar. Habercinin, haber üretirken bilinçli ya da bilinçsiz olarak yaptığı seçimler, getirdiği yargılar sonucu hedef kitle bilgilenecek, etkilenecek, bir bölümüyle eğitilecek ve bu süreçlerin sonunda toplumsal davranışlarda bulunarak çeşitli aşamalarda, ülke yönetimine bile uzayan seçimler yapacaktır.

Bir gazetecinin “tarafsız ve nesnel olamama” suçlamasına karşı kendini savunabilmesi için uygulaması gereken yöntemlerden bazıları da şunlardır:

³⁴ Atilla Girgin, *Uluslar Arası İletişim, Haber Ajansları Ve A.A.*, İstanbul: Der Yayınları, 2002, s. 102.

³⁵ Pigeat, *Les Agences De Presse*, s. 21.

a)Haberin bazı bölümlerinde, yazılanların gazetecinin kendi görüşleri olmadığını belirtmek için, kaynağın sözleri ya da ifadeleri tırnak (“) içinde verilmelidir. Bu konuda bazı uzman gazeteciler, her yeni görüş için düzenlenecek paragrafta, bir doğrudan alıntı, iki dolaylı alıntı önermektedirler. Ancak alıntılar doğru yapılmalıdır. Bir konuşmanın, bildirinin ya da yazılı bir ifadenin özünü içeren tercüme aynen aktarılmalıdır. Dolaylı alıntılarda fiil ve sözcük seçimine özen gösterilmelidir.³⁶

b)Haberde maddi gerçekler de önemli yer tutmalıdır. (adlar, unvanlar, sayılar) Maddi gerçekler bir ölçüde haberin dekorudur.

c)Haberlerde tüm tarafların görüşleri yer almalıdır.

Bu nedenle gazeteci patronuna olduğu kadar, siyasetçilere, hükümet yetkililerine, güç odakları temsilcilerine karşı mesafeli olmayı bilmeli, kendisinin basının sözcüsü gibi kullanılmasına izin vermemelidir.³⁷

Bu konuda gazeteci M. Zekeriya Sertel, 9 Ocak 1931 tarihli son posta gazetesinde şunları yazmıştır:

“Gazeteci bütün bir cemiyetin hayatıyla oynar. Gazete bütün bir milletin lisansı demektir. Gazeteci cemiyete iyilik de yapar fenalık da. Bir ferdin hayatını mutatabbiplere teslim edemeyen medeni milletler, cemiyetin hayat ve mukadderatını da alaydan yetişme gazetecilere teslim etmeye razı olamazdı. Diplomasız bir doktorun bir ferdin hayatına yaptığı zarara göz yummak belki mümkün olabilirdi. Fakat bir cemiyetin hayatıyla oynamak hakkını, bir alaylı gazeteciye teslim edemezdi.

Şimdi Maarif Vekâleti'nin, bizde de bir gazetecilik mektebi açmak teşebbüsünde bulunduğu haber veriliyor. Bu memleket tahsilsiz ve şuursuz alaylı gazetecilerin elinden o kadar çok felaketler çekmiştir ki, bu fikri takdir ile karşılamamak mümkün değildir.

Türk matbuatını mutatabbipler elinden kurtarmak, inkılâp hükümetinin Türkiye'ye yapabileceği en büyük iyiliklerden biri olacaktır.

³⁶ Hermann Schlapp, **Gazeteciliğe Giriş**, Ankara: Adenauer Vakfı Yayınları, 2000, s. 24.

³⁷ Atilla Girgin, **Uluslar Arası İletişim, Haber Ajansları Ve A.A.**, İstanbul: Der Yayınları, 2002, s.104.

Bir gazeteci geniş malumata sahip olmak mecburiyetindedir. İyi bir gazeteci olmak için coğrafya ve tarihten maada içtimaiyat, ruhiyat, siyasi tarih filan gibi bir takım ilimler tahsil etmiş olmak lazımdır.”³⁸

2.7.3. Hızlılık

Haber ajanslarının temel yayıncılık ilkelerinden en önemlisi, İngiliz “Be first, but first be right” deyiimiyle özetlenen, haberi ilk ileten, ama aynı zamanda da haberi doğru ileten ilk kaynak olmaktır.

Haber ajanslarının, iletişim teknolojisindeki gelişmeleri, yakından izlemeleri ve bunların çoğunu kendi gereksinimlerine uyarlayarak kullanılmalarının tek nedeni, ulusal ya da uluslar arası rekabet çerçevesinde, hedef kitleleri olan üyelerine, abonelerine ve müşterilerine, haberleri ve haber malzemelerini bir an önce ulaştırma kaygılarındanır. Çünkü hızlılık, “doğru haber” ve “yansızlık” tan sonra, haber ajansçılığının üçüncü temel ilkesidir.³⁹

Ajans haberciliğinde gerçek anlamda “hızlılık” , 1866 yılında Amerika ile Avrupa kıtaları arasında transatlantik iletişim kablosunun döşenmesiyle başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Lincoln’ün, 15 Nisan 1865 tarihinde bir suikast sonucu öldürüldüğü haberin, Paris’e 11 gün sonra ulaştığı hatırlanırsa, kullanılmaya başlanan telgraf teknolojisi iletişimde büyük bir devrim yaratmıştır.⁴⁰

Ajans haberciliğinde hızlılık, temel özelliklerden biri olmasının yanı sıra haber ajansları arasında da başlıca rekabet alanlarından biridir. Ajans muhabirlerinin, hızlı haber ulaştırma konusundaki duyarlılıklarının en belirgin kanıtı olan aşağıdaki öykü, yıllardır dilden dile aktarılmaktadır.

Amerikalı bir devlet adamı, kendisinden demeç almak isteyen UPI (United Press International) muhabirine şöyle sorar:

“ Size demeç vermek isterim, yalnız en son hangi saate kadar bekleyebilirsiniz ?”

³⁸ M. Zekeriya Servet, **Alaylı Yerine Mektepli Gazeteci Özleminin Başlaması , Bir Zamanlar Bab-I Ali**, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1998, s. 98.

³⁹ **Muhabirin El Kitabı**, Ankara: Anadolu Ajansı Yayınları, (Tarihsiz), s. 23.

⁴⁰ D’Havas A L’AFP : **Au Service De L’Information, Aperçue Historique**, s. 13.

Muhabir bu soruya şöyle yanıt verir:

“Ben bir haber ajansı muhabiriyim. Bekleyebileceğim en son dakika, şimdi içinde bulunduğumuz dakikadır. Şu anda dünyanın herhangi bir yerinde, bir gazete baskıya verilmek üzere hazırlık yapmaktadır. Bizim görevimiz de, haberleri gazetelere zamanında yetiştirmektir. Bu bakımdan demecinizi hemen şu anda almak zorundayım.”⁴¹

2.8. İlk Haber Ajanslarından Örnekler

Haber ajansları, 19. yüzyılda telgrafın kullanılmasıyla gelişmişlerdir. Günümüzde ise gelişmiş iletişim araçlarından yararlanarak müşteri ağını genişletmiş ve dünya çapında aboneler elde etmişlerdir. Toplumun giderek artan bilgi edinme gereksinimini göz önünde bulundurarak, insan unsurunun olduğu her yerde kendilerini gösterip ürünlerini çeşitlendirmişlerdir.⁴²

Haber ajansları gelişen iletişim araçlarının sonucu yaygınlık kazanmış ve gelişmişse de, onları ortaya çıkaran sebeple ise tamamen bir gereksinimden kaynaklanmaktadır. Şirketlerin, bireylerin, toplumun merakı ve bilgi edinme gereksinimi ve bilme dürtüsü ilk haber ajanslarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Daha doğrusu toplumun bilme ve öğrenme gereksinimini iyi anlayan bir tüccar bunu kullanarak yazıhanesinde daha çok çay satma amacı ile kullanmıştır.

ABD'nin ticaret merkezi Boston'da, öteki ülkelerdeki gelişmelerden bilgi sahibi olmak isteyenler, Avrupa'dan gelen gemileri karşılayarak gemicilerden haber almaya çalışmışlardır. Bostonlu tüccarların, özellikle ticari ve siyasi haber gereksinimi nedeniyle başlattıkları bu girişimleri ilk fark eden Samuel Gilbert adlı tüccar, 1811 yılında yazıhanesinin bulunduğu hanın bir katını okuma ve çay salonu haline getirmiştir. Gilbert, bu salonda iki büyük defter tutarak, gemicilerden alınan haberleri ve bilgileri günü gününe kaydedilmesini sağlamıştır. Defterlerdeki “bilgilerden haberdar olmak” isteyen Bostonlular da salonu doldurmaya başlamışlardır. Çay salonunda daha çok kişinin oturması, dolayısıyla daha çok müşteri toplamak için ticari bir amaçla başlatılan bu girişim, “dünyada ilk haber ajanslığı uygulaması” olarak kabul edilmektedir.

⁴¹ Akpınar, a. g. y. , s. 4.

⁴² Özgür Gönenç, **Medya Dünyası**, İstanbul: Truva Yayınları, 2010, s. 197.

Gilbert, bir süre sonra salonun gördüğü ilgi karşısında, yanına bir yardımcı almak zorunda kalmıştır. Topliff adlı bu kişinin görevi sandalla dolaşarak, limana gelen gemilerdeki gemicilerden rıhtıma inmelerini beklemeden bilgi ve haber toplamak olmuştur. Böylece hızlanan haber trafiği, bir süre sonra gazetecileri de benzer yöntemler uygulamaya yöneltmiştir.⁴³

Haber edinme gereksinimi toplumlar tarafında artık bir ihtiyaç olarak ortaya çıktıktan sonra, dünyada bu haber iletiminin daha hızlı yapılması için çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda haberin ya da iletinin daha uzun mesafeleri daha kısa sürede aşması hedeflenmiştir. Bu teknolojiler ise günümüzde internet, uydu, fiberoptike kadar gelişmiştir.

Günümüzde haberin doğruluğu ve hızlılığı açısından haber ajanslarından çok şey beklenmektedir. Bir haberin Reuters ya da AP tarafından verilmesi onun doğru olup olmamasına bir delil olarak gösterilebilmektedir. Bir haberi bu ajanslar geçmişse doğrudur kanısı vardır. Çok riskli ve hayati önem taşıyan haberleri küçük ve tanınmamış kitle iletişim araçları geçmesi birçok medya organında şüpheyle karşılanır. Ama bunlar büyük ajanslar tarafından verildiğinde artık doğruluğu kanıtlanmış olarak kabul edilir. Bu da kendiliğinde haber iletim süreçlerinde küreselleşmenin bir etkisi olarak bir haber tekelciliğine ve büyük ajansların ya da onları elinde bulunduran ülkelerin kültürel emperyalizmine getirip çıkarır.⁴⁴

2.8.1. Havas Ajansı

İlk haber ajansı, Fransa'da bir tüccar tarafından kurulmuştur. İflas eden bir işadamı olan Charles Louis Havas, 1832 yılında Paris'te gazetelerin ve matbaaların bulunduğu bölgede bir daire kiralamış ve daha sonra da Rousseau Caddesi 9 numaradaki Hotel de Bouillon avlusunda yabancı gazeteler için çeviri bürosu açmıştır.

Havas'ın bürosu, ilk önce yerel basının ihtiyacını karşılamayı ve yabancı basından çevirileri hızlı bir biçimde hazırlamayı hedeflemekteydi. Havas, 1835 yılında tercüme

⁴³ Girgin, **Gazeteciliğin Temel İlkeleri**, İstanbul: Der yayınları, 2008 s.207.

⁴⁴ Javanshir Gadimov, **Sovyetler Birliği'nin Çöküşünden Sonra Rusya ve Türk Cumhuriyetlerinde Haber Ajansları**, (doktora tazi), İstanbul, 2014, s.38

bürosunu Havas Ajansı'na dönüştürerek, artık gerçek anlamda bir haber ajansına çevirmiştir. Haber çeşitliliğini artırarak ajansın adını değiştirmiş ve benzer kuruluşları bünyesine katan Havas, ajansın adını da “L'Agence des Feuilles Politiques – Correspondante Générale” olarak değiştirir. Adı değişmesine rağmen kamuoyunda hep Havas Ajansı olarak bilinmeye devam etmiştir.⁴⁵

Havas, yabancı farklı ülkelerin basınından haberlerin yanı sıra, yurt dışında bulundurduğu muhabir ağı ile topladığı haberleri hedef kitesine ulaştırmıştır. Havas, topladığı haberleri ilk önce Paris gazetelerine, sonra çevre illerin gazetelerine ve daha sonra yabancı yayınlara satmaktaydı. Demiryollarının daha çok hızlı olmadığı ve telgrafın da daha basın alanında çok kullanılmadığı dönemde Havas, çok başarılı bir şekilde posta güvercinlerini haber alımında kullanmıştır.

Bir haber ajansının ortaya çıkması, devamında birçok farklı bölgelerde yeni haber ajanslarını ortaya çıkmasına neden olmuştur. Havas'ın ajansında, gelecekte kendi haber ajanslarını kuran Bernhard Wolff ve Paul Julius Reuter de çalışmıştır. Wolff ve Reuter daha sonra Havas'tan ayrılarak kendi haber ajansları Reuters ve Wolff Ajansı'nı kurarak, Havas ajansının rakiplerine dönüşmüşlerdir.

Havas, 1851 yılında haber ajansına ek olarak Fransa'nın ilk reklam ajansını da kurmuş ve başarılı bir haber ve reklam ajansına sahip olmuştur. Havas, 21 Mayıs 1858 tarihinde ölürken, ajansın yönetimine oğulları gelmiştir. Ajansın yönetimine Charles Auguste Havas gelirken, artık ajans yavaş yavaş reklam alanında da önemli gelişmeler kaydetmeye başlamıştır. Ajansta artık haber bölümü kadar, reklam kısmı da ağırlık basmaya başlamıştır.

Günümüzde de Havas'ın reklam bölümü yine Havas ismi ile faaliyet göstermekte ve dünyanın sayılı reklam ve iletişim gruplarından biri olarak nitelendirilmektedir. Merkezi Paris'te olan şirket, Havas Creative Group ve Havas Media Group adları ile iki bölüm şeklinde faaliyet göstermekte ve 100'ün üzerinde ülkede, reklam ve tanıtımdan halka ilişkilere kadar geniş bir yelpazede hizmet sunmaktadır.⁴⁶

⁴⁵ Girgin, “**Haber Ajansı**” (Agence de Presse) (News Agency), s.72-73.

⁴⁶ Havas'ın İnternet Sitesi, (Çevrimiçi), <http://www.havas.com>, (Erişim Tarihi: 12.08.2015).

2.8.2. New York Associated Press ve AP

Dünya üzerinde kooperatif biçiminde örgütlenerek kazanç beklemeden, hizmet amacıyla kurulan ilk haber ajansı Associated Press'tir. 1846 yılının mayıs ayında New York'ta yayımlanan gazetelerin yöneticileri Meksika Savaşı ile ilgili haberleri daha hızlı alabilmek için "ortak haber toplama" kararı almıştır.

New Yorklu gazeteciler, ortak bir girişim başlatırken, bu girişimin adı da kendiliğinden yapılan işe göre şekillenmişti. Gazeteler ortak bir birlik kurarken, buna uygun olarak da basın (press) ve ortaklık (association) kelimelerinin birleşimi olarak zamanla girişimin adı "Associated Press" şeklini almıştır.

AP'yi kuran gazetecilerin toplantısı Mayıs 1846'da yapılırken, ajansın isminin ilk defa ve resmi olarak kullanılması ise Mayıs 1848'de olmuştur. Bundan dolayı bazı kaynaklar ajansın kuruluş yıldönümünü ilk toplantının yapıldığı 1846 yılından, diğerleri ise isminin ilk defa resmi olarak geçtiği 1848 yılından başlatmaktadır. Ancak ajans faaliyetlerine 1846 yılında artık başlamıştı ve onun faaliyetleri ile ilgili haberler New York gazetelerinde yer almaktaydı.

Meksika Savaşı ile ilgili haberleri ABD Posta Servisi'nden daha hızlı kuzeye ulaştırmak için hızlı at güzergâhı kuran ve telgraf giderlerinin paylaşmak amacıyla New Yorklu gazeteciler tarafından kurulan AP, daha sonra diğer eyaletlere de yayılmış, ilk yıllarında New York Associated Press adı ile anılan ajans, 1892 yılında da Associated Press adını almıştır.

2.8.3. Wolff Telgraf Bürosu

1848 yılında Avrupa'nın en ünlü 3 "ajansçısı", Charles Louis Havas, Paul Julius Reuter ve Bernhard Wolff birlikte çalışmaktaydı. 1848 yılında Berlin'de National Zeitung gazetesini kuran Bernhard Wolff, dönemin en yeni iletişim aracı telgrafi gazetenin bürosuna bağlatmış ve bu iletişim yolunu kullanarak Londra ve Frankfurt'tan aldığı kısa haberleri gazetede kullanmıştır. Telgraf ücretlerinin yüksek olmasından dolayı Wolff, Berlin'deki diğer gazeteler ve özel kişilerle borsa haberlerinin satışı ile ilgili anlaşma yapmıştır. Bu dönemde artık Wolff, Paris, Londra, Hamburg, Szczecin

(Polonya) ve Frankfurt şehirlerinden borsa haberleri geçmekteydi. Böylelikle 1849 yılında Wolff Telgraf Bürosu (Wolff'sches Telegraphisches Bureau) kurulmuştur.⁴⁷

Dünyada ilk haber ajansının kuran Fransız tüccar Havas ile onun kurduğu ajansta çalışan Bernhard Wolff, kurduğu ajans ile 20. yüzyılın önemli ajanslarından birinin sahibi olmuştur. Wolff ajansı, Havas ve Reuter ile dünyada haber toplama ve haber dağıtımını konusunda anlaşma yaparken, dönemin şartlarında bir bölgesel bir tekel oluşturmuştur.

2.8.4. Reuter ve Thomson Reuters

Reuters ajansının kurucusu Israel Beer Josaphat, Musevi bir din adamının oğludur ve Hıristiyanlığı seçerek Paul Julius Reuter adını almıştır. 1847'de Berlin'deki "Reuter & Stargardt" kitap mağazasının ortağı olan Paul Julius Reuter, radikal yazılarından dolayı Almanya'yı terk etmek zorunda kalmış ve Paris'e kaçmıştır. Reuter, Paris'te dünyanın ilk haber ajansı Havas Ajansı'nda çevirmen olarak çalışmıştır. Reuter, bir yıl sonra kendi gazetesini kurmak için Havas'tan ayrılmıştır. Ancak Reuter'in bu girişimi başarısız olmuştur.⁴⁵ Reuter, para piyasaları konusunda uzmanlaşınca, Almanya'nın Hollanda ve Belçika sınırındaki Aachen şehrine (Fransızca Aix La Chapelle) taşınarak, 1849 yılında burada haber ve borsa bilgileri hizmeti veren bir şirket açmıştır.

Ticari ve finansal bilgileri ulaştırmak için kurulan bu büroda haber dağıtımını için önceleri güvercinlerden yararlanılmıştır. Sonra atlı haber dağıtıcılarına geçilmiş daha sonra da tren ve gemi ulaşımından yararlanılmıştır. Reuter ilk aşamada Almanya'dan topladığı haberleri Brüksel ve Anvers'e ulaştırmıştır. Telgraf hattının genişlemesi ile Reuter 1851'de Londra'ya taşınmış ve çalışmalarına buradan devam etmiştir.

Reuter, telgrafın ajansçılık alanında kullanılmasının potansiyelini görmüş ve hem kendisi elde ettiği izinlerle Avrupa'da telgraf kablosu döşemiş hem de diğer kıtalara ulaşmakta, Avrupa'yı Kuzey Amerika'ya bağlayan hatları bu alanda çok iyi kullanmıştır.

Reuters, Avrupa'da telgrafın yaygınlaşmasıyla gerçek bir haber ajansı niteliğine kavuşmuştur. 1866 Atlas Okyanusu hattıyla Amerika'ya, 1872'de Uzak Doğu'ya,

⁴⁷ K. M. Shrivastava, **News Agencies: From Pigeon to Internet**, New Delhi, New Dawn Press Group, 2007, s.3.

1874'de Güney Amerika'ya ulaşmıştır. Reuters'in Londra'dan sonra en önemli haber merkezi Washington'dur.⁴⁸

2.9. Günümüzdeki Önemli Haber Ajansları

Haber ajansları, özellikle Avrupa ve ABD'de basın faaliyetlerinin ve haber gereksiniminin artması sonucu, bu ihtiyacın bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. İlk haber ajansı Havas, Paris'te artan gazeteler ve bunların haber gereksinimini karşılayarak kâr elde etmek için kurulurken, ABD'de AP de yine burada faaliyet gösteren gazeteler tarafından ortak kurulan haber ajansıdır. Haber ajanslarının ortaya çıktığı dönemde iletişimin en hızlı sağlandığı araç telgraf olmuştur. Havas, ajansın ilk yıllarında haberleri almak için güvercinleri de kullanmış olup, telgrafın daha yaygın ağa ulaşması ile haber akışı artmış ve hızlanmıştır.

Ajanslar işbirliği anlaşmaları ile dünyayı kendi aralarında bölerken, bunun bir örneği de Türkiye'de görülmüştür. 20. yüzyılın başlarında Osmanlı'da 11 Mayıs 1911'de Osmanlı Telgraf Ajansı kurulsa da çok geçmeden faaliyetini durdurmuştur. Mondros Mütarekesi'nin ardından İstanbul'u işgal eden müttefikler ile Damat Ferit Paşa Hükümeti arasında varılan uzlaşma gereğince Türkiye Havas Reuter adında bir ajans kurularak yabancılara haber imtiyazı verilmiştir.⁴⁹

Dünyayı paylaşan haber ajansları, bu anlaşmayı 1931 yılına kadar devam ettirmiş ama 31 Aralık 1931'de AP işbirliği anlaşmalarını bozmuş ve 1932'den sonra tam serbest çalışmaya başlamıştır. Bundan sonra anlaşmalar ikili zeminde devam etmiştir. 1944 yılında da tüm ajanslar arası anlaşmalar sora ermiş ve tam serbest çalışma dönemi başlamıştır.⁵⁰

Günümüzde dünyada 3 büyük haber ajansı faaliyet göstermektedir. AFP, AP ve Reuters olarak sıralayabileceğimiz bu ajanslar, aynı zamanda uluslararası haber akışının büyük bir bölümünü üstlenmektedir. Bir dönem AFP, AP ve Reuters gibi dünyada uluslararası iletişim alanında büyük ajanslardan olan TASS, UPI gibi ajanslar,

⁴⁸ Gönenç, **Medya Dünyası**, 2010.

⁴⁹ Safa Tekeli, **Atatürk ve Anadolu Ajansı**, İstanbul, Anadolu Ajansı Yayınları, 2002, s.14.

⁵⁰ Girgin, **Uluslararası İletişim Haber Ajansları ve AA**, s.81.

dünyadaki ekonomik ve siyasi değişimler sonucu eski nüfuzlarını kaybetmiştir. Günümüzde uluslararası haber akışının büyük bölümünü sağlayan 3 önemli haber ajansı, geniş muhabir kadrosu, birçok ülkedeki bürosu ve modern iletişim teknolojileri ile abonelerine ya da üyelerine hizmet sunmaktadır.

2.9.1. Agence France-Presse (AFP)

AFP, dünyadaki ilk haber ajansı Havas Ajansı'nın devamı olarak kabul edilmekte ve bu açıdan bakıldığında 1935'ten bu yana yaklaşık 180 yıllık bir ajans tecrübesi ve geçmişine sahiptir.

Günümüzde önemli haber ajanslarından olan AFP, günün 24 saati abonelerine haber geçmekte olup, haberleri geniş muhabir ağı ve işbirliği yaptığı ajanslar ve diğer yerel kanallar aracılığı ile elde etmektedir. AFP'nin dünyanın 150 ülkesinde toplam 200 bürosu bulunmakta olup, toplam 2 bin 260 çalışanı bulunmaktadır. Ayrıca AFP'de 80 farklı milliyetten işçi çalışmaktadır. Günlük 8 dilde yayın yapan AFP ayrıca yine günlük 3 bin 200 haber, 2 bin 500 fotoğraf, 100 grafik ve 150 videolu haber üreterek abonelerine ulaştırmaktadır. Yine AFP, Fransızca, İngilizce, Almanca, Arapça, İspanyolca, Portekizce, Geleneksel ve Basitleştirilmiş Çince olmak üzere toplam 6 dilde haber ve haber malzemesi üretmektedir. 2011 yılında 280 milyon dolar ciro yapan AFP ayrıca 2005'ten bu yana müşterilerinin sayısının yüzde 35 artırarak, günümüzde dünya genelinde abonelerinin sayısını 4 bine çıkarmıştır.⁵¹

İnternet siteleri için haber ve fotoğraf gibi haber malzemesi sunan AFP, mobil siteler, uygulamalar, tablet bilgisayar ve kamusal alanlardaki ekranlara da hizmet vermektedir. AFP, günlük yaklaşık 1.250 fotoğraflı ya da resimli haberi abonelerine ulaştırmaktadır.

AFP, haber üretimini Washington (ABD), Paris (Fransa), Lefkoşa (KKTC), Montevideo (Uruguay) ve Hong Kong (Hong Kong) olmak üzere 5 merkez üzerinden gerçekleştirmektedir.

AFP, günümüzde üçüncü büyük haber ajansı (AP ve Reuters'ten sonra) kabul edilmekle birlikte, bazı bölgelerde bu ajanslardan daha etkindir. Örneğin, özellikle

⁵¹ AFP In Numbers, AFP,(çevrimiçi), <http://www.afp.com/en/agency/afp-in-numbers>, (Erişim Tarihi: 01.04. 2015)

Fransa'nın eski sömürgeleri, Fransızca konuşulan ülkeler ve çıkarları söz konusu olan ülkelerden AFP de yaygın muhabir ve haber ağına sahiptir. Örneğin Ocak 2013'te Mali'de Fransa'nın operasyon başlatması ile bölgedeki gelişmeleri en geniş veren uluslararası haber ajansı AFP olmuştur.

AFP'nin mali durumuna baktığımızda ise Yönetim Kurulunun onayladığı 2012 finans raporuna göre ajansın işletim karı artarken, net kârının ise 0,1 olduğu açıklanmıştır. Ajans 2012'de 289,6 milyon Euro satış yaparken, bu rakamın bir önceki yıla göre 4,2 milyon Euro fazla olduğu açıklanmıştır.⁷³ 2012 verilerine göre ajans ne kâr yapmamış, ne de zarar etmiştir.

2.9.2. Associated Press (AP)

Kâr amacı gütmeyen kooperatif şeklinde kurulan New York Associated Press, 1892'de AP adını alırken, günümüzde de kooperatif yapısını koruyarak haber ajansı olarak faaliyet göstermektedir. AP haber ajansı, günümüzde 3 önemli ve büyük haber ajansı arasında yer almakta olup, günlük geçtiği son dakika haberleri anında milyonlarca kişiye ulaşmaktadır.

AP'nin dünyanın 100 farklı ülkesinde 280 farklı noktadan günlük geçtiği haberler, her gün yaklaşık dünya nüfusunu yarısına ulaşmaktadır. 1.500 ABD gazetesinin sahibi olduğu AP, halen "kâr amacı gütmeyen kooperatif" olarak yayın hayatını sürdürmektedir. AP'nin sahibi olan 1.500 ABD gazetesi ayrıca ajansın aboneleridir.

Merkezi New York'ta olan AP, dünya genelinde 3.200 personele sahip olup, bunların yaklaşık yüzde 70'i gazetecilerden oluşmakta ve dünya genelinde 280 noktadan günlük haber toplamaktadır.⁵²

AP'nin kâr gütmeyen kooperatif yapısı kurulduğu günden bu yana devam etmektedir. AP'nin yönetim kurulu ise ajansa sahip olan gazetelerin temsilcileri tarafından seçilmektedir. Bu da AP'nin, gazetelerin kurduğu, gazete temsilcilerin yönettiği ve gazetecilik ile ajansçılık alanında yıllardır liderler sırasında yerini sağlayan bir ajans olmasını sağlamıştır.

⁵² About Us, AP, (Çevrimiçi), <http://www.ap.org/company/about-us>, (Erişim Tarihi: 01.04. 2015)

2.9.3. Thomson Reuters

Günümüzde uluslararası haber toplama ağına sahip önemli ajanslardan biri de Thomson Reuters'tir. Reuters'in gelirinin yüzde 85'i İngiltere dışındaki abonelerden gelmektedir. Reuters'in 1980 yılında dünya üzerinde 13.000 müşterisi bulunurken, bu sayı 1995 yılında 327.000'e, 2001 yılında ise 558.000'e yükselmiştir. Reuters'de çalışan gazeteci sayısı 2001 yılı itibariyle 2.000 kişidir.⁵³ 2011 yılında 12,9 milyar dolar hasılat elde eden Thomson Reuters'in dünyanın 100'den fazla ülkesinde 55 bin çalışanı bulunmaktadır.

Reuters, dünya genelindeki abonelerine günlük 20 farklı dilde yazılı haber ulaştırmakta olup, bununla birlikte video, günlük 1600 haber fotoğrafı, hazır paket videolu haberler, grafikler ile finans bilgilerini abonelerine ulaştırmaktadır.⁵⁴

AP ve AFP'den farklı olarak kâr amaçlı bir şirket olarak çalışan Thomson Reuters'in CEO'su Thomson Newspapers'in sıralarında yetişen bir gazeteci olup, Ocak 2012'te bu göreve getirilmiştir. Thomson Reuters'in ajans kolu olan Reuters'in CEO'su Andrew Rashbass ise 2013'te göreve başlamıştır. Daha önce The Economist Group'ta CEO olan Rashbass, daha çok medya kuruluşlarında yönetici olarak görev yapmıştır.

Thomson Reuters ile Reuters'in yöneticileri, şirketin gelirlerinin azalması ve hisse senetlerinin düşmeye başladığı bir dönemde değişmiş ve şirket yeni isimlere görev vermiştir. Bununla ekonomik durum düzeltilmeye çalışılmış ve her yeni yöneticinin yaptığı gibi şirkette 2013'te yaklaşık 5,500 kişi işten çıkarılmıştır. Reuters, şirket yönetimini gazetecilerden daha çok profesyonel yöneticilere vermeyi tercih etmektedir.

2.9.4. İTAR-TASS, İnterfaks ve RİA Novosti

Rusya'da ise günümüzde 3 önemli haber ajansını sıralayabiliriz: İTARTASS, RİA Novosti, İnterfaks. İTAR-TASS, Sovyetler Birliği çökmeden önce dünyadaki uluslararası haber ajanslarından biri olarak kabul edilen TASS'ın günümüzdeki devamıdır. İTAR-TASS ve RİA Novosti, Sovyetler Birliği'nde kurulan haber

⁵³ Gönenç, **Medya Dünyası**, s.210.

⁵⁴ News Services, Thomson Reuters, (Çevrimiçi), http://thomsonreuters.com/products_services/media/, (Erişim Tarihi: 01.03.2015)

ajanslarıyken, İnterfaks ise birliği çökmeye yüz tuttuğu 1989'da kuruluşur. Özel bir haber ajansı olan İnterfaks, TASS'ın giderek güvenilirliğini yitirdiği yıllarda yükseliş geçmiş ve bugün de ülkedeki önemli haber ajanslarındandır.

2.9.5. Kyodo Haber Ajansı

Asya'da Xinhua'dan sonra önemli haber ajanslarını Kyodo Haber Ajansı, Malezya Milli Haber Ajansı (BERNAMA), Yonhap Haber Ajansı, Kore Merkezi Haber Ajansı (Kuzey Kore), Pakistan Haber Ajansı (APP) ve Antara Haber Ajansı olarak sıralayabiliriz.

Japonya'da İkinci Dünya Savaşı'nın ardından devletin Domei Haber Ajansı'nın kapatılmasının ardından Kyodo Haber Ajansı, 1945'te kâr amacı gütmeyen bir medya kuruluşu olarak Tokyo'da faaliyete başlamıştır.

Kyodo'nun bütçesi, üyelerin aidatları ve abone ücretlerinden karşılanmakta olup, devlet ve ticari çıkarlardan bağımsız olarak yayın yapmaktadır. Japonya'nın güvenilir haber ajansı olarak ün yapan Kyodo'nun, Japonca dışında İngilizce ve Çince de haber servisleri bulunmaktadır.

Yaklaşık 1.700 personeli olan Kyodo'nun ülke içinde yaklaşık 50 ve yurt dışında da yaklaşık 40 bürosu bulunmaktadır.

Japonca servisi yaklaşık günlük 28.000 satır haber servis ederken, günlük fotoğraf ve grafik üretimi ise 300'dür. Kooperatif şeklinde kurulan Kyodo'nun üyeleri arasında 56 gazete ve Japon NHK televizyonu bulunmaktadır. Kyodo'nun hizmetlerinden 120 radyo ve televizyon yararlanırken, 12 gazete de ajansa abonedir. Kyodo'nun İngilizce haberler servisinin Japonya'da 80 abonesi varken, yurt dışında ise 150 abonesi bulunmaktadır.⁵⁵

⁵⁵ What's Kyodo?, Kyodo, (Çevrimiçi), <http://www.kyodonews.jp/english/about/whatskyodo.html>, (Erişim Tarihi: 01.03.2015)

2.9.6. MENA

Middle East News Agency (MENA – Orta Doğu Haber Ajansı), Mısır basınının ortak sermayesi ile 15 Aralık 1955’te kurulmuştur. Mısır Bakanlar Kurulu, 8 Şubat 1956’ta ajansın kuruluşuna resmen onay verirken, MENA ilk bültenini de 28 Şubat 1956’da yayınlamıştır.

16 Nisan 1956’da MENA Orta Doğu’nun ilk bölgesel haber ajansı olarak kabul edilmiştir. MENA, Mısır’da 1960’da devletin basının ulusallaştırma çalışmaları sırasında Enformasyon Bakanlığı’na bağlanmıştır. 1978’de yine diğer ulusal basın gibi MENA da Mısır Şura Meclisi’ne bağlanmıştır. MENA, günümüzde Arap ve Afrika bölgesinin en büyük ve güçlü haber ajansı olarak kabul edilmektedir.⁵⁶

⁵⁶ Historical Background, MENA, (Çevrimiçi), <http://www.mena.org.eg/>, (Erişim Tarihi: 01.03 2015).

3. ÇİN MEDYASI

İnsanlar sosyal bir varlık olduğu için eski tarihlerden beri birbiriyle haberleşmek yani iletişim içinde olma zorunda kalmışlardır. Bu yüzden bazı iletişim yöntem ve araçları icat etmişlerdir. Örneğin; Kızılderililer ateş yakıp üzerinde örtü sallayarak dumanda şekiller oluşturarak haberleşmişlerdir. Bu şekilde çok basit yöntemlerle başlayan haberleşme ve iletişim daha da gelişmiştir. Ortaya çıkan yeni gelişmelerin başında “Güvercinleri Eğiterek” haberleşme gelmiştir. Sonraları atlarla mektup gönderme yani “Ulaklık” yöntemi çıkmıştır. Uzun yıllar sonra döneminin en gelişmiş haberleşme aracı olan “Telgraf” icat edilmiştir. Özellikle bu yıllardan sonra teknolojinin hızla gelişmesi sonucu birçok yeni icat ortaya çıkmıştır. Bunlardan birisi olan “Telefon” icat edilmiştir. Sonrasında bu telefon geliştirilerek günümüze kadar ulaşmıştır. Artık dil ile temsil edilen anlam, yazıyla vücuda gelmiş ve kitle iletişim araçları yardımıyla uzak yerlere iletmeye, geleceğe bırakılmaya hazır hale gelmiştir.

Teknolojinin ürünlerinden olan “Radyo” ve “Televizyon”un icadıyla iletişimde yeni bir döneme girilmiştir. Bunların, bütün dünyaya yayılması sonucu haberleşme çok hızlı hale gelmiştir. “Bilgisayar”ın icadıyla haberleşmede zirveye yaklaşmıştır. Çünkü yeni yazılımlar ve en sonunda bilgisayar üzerinden kullanılan “İnternet”in icadıyla artık canlı ve görüntülü olarak haberleşmek mümkün olmuştur. “Kıtalararası İnternet Ağları”nın kurulması ile birlikte, küçük bir hareket sonucu aynı anda tüm dünya ile görüşülebilir hale gelmiştir. Hatta “Sanal Ortamda Sohbet Odaları” kurulmuş ve insanlar çok rahat iletişim kurabilir ve görüşebilir olmuştur.

3.1. Çin’de İletişimin Oluşumu

Eski kaynaklara göre, Çin’de iletişim araçları milattan önce 900. yıllardan itibaren kullanılmaya başlanmıştır.

Yazı icat edilmeden önce, Çin’de yukarıda değindiğimiz “sis”, “güvercin” ve ulak” gibi iletişim araçlarının yanı sıra en yaygın kullanılan, fakat başka ülke ya da ulusların iletişim ve haberleşme tarihinde hiç görülmeyen farklı bir iletişim şekli ise çan

(Çin’ce olarak Muduo)dır, yani yüksek tepelerde çan çalarak birbirlerine mesajlar iletmışlerdir. Bu yöntem çoğu zaman savaş dönemlerinde daha sıkça kullanılmıştır.

3.2. Matbaanın İcadı

İlk kâğıdın M.Ö. 200 yıllarda Çin’de yapıldığı söylenmektedir. Keten ve pamuklu paçavraların ıslatılarak bir hamur elde edilmesi ve bunun bir dibekte dövülüp kurutulmasıyla kâğıda benzer bir materyal elde edilmiştir. Diğer ulusların bunu öğrenip günlük yaşamda kullanmaya başlaması Türkistan bölgesinde Çinlilerle Müslümanlar arasındaki savaşlar sırasında gerçekleşmiştir. Avrupalıların ise kâğıt yapmayı Müslümanlardan öğrendiği çeşitli kaynaklarda iddia edilmektedir. 14. Yüzyılda Avrupa’da kâğıt yapım evleri kurulmuş, 15. Yüzyılın sonunda ise bol miktarda kâğıt yapımına başlanmıştır. Bu bollaşmada rol oynayan ana etmen ise basım evlerinin sayısını artmasıdır. Çinlilerin paçavralardan elde ettiği kâğıt ilerleyen zamanlarda giderek daha pahalı bir maliyetle üreilmeye başlayınca yeni hammaddeler aranmış ve odun, saman gibi hammaddelerden de kâğıt yapımına başlamıştır.⁵⁷

3.3. Yazılı Basın

3.3.1. İlk Yazılı İletişim

Çin’in yazılı basın tarihi Tang Hanedanlığı(milattan sonra 8.asır) dönemine kadar uzanmaktadır. Yani Feodal bürokrasinin iç bünyesinde yayınlanan, içeriği hükümetin hizmet raporlarından oluşan ve sadece üst düzey bürokrasiler yaralanabilen sahife halindeki yazılarla ilk adımı atmış olduğu söylenegelmektedir.

Bu yazılı basının ilk örneğinin oluşumu ve gelişimi Tang Hanedanlığının orta dönemlerine denk gelmekte ve bunlar Tang Hanedanlığı farklı idari sisteminin gelişimiyle yakından ilişkilidir.

Bu mektup halindeki raporların temel içeriği, Padişahın kılık kıyafet ve gidişatları, emir ve fermanlar, devlet görevlilerinin buluşması, diğer askeri ve siyasi bilgilerden oluşmuştur. Bu mektuplar padişah tarafından düzensiz olarak yerel hükümetlere ulaştırılmış; üzerine padişahın mühür ve imzası atılmış; bilgilerin kaynağı ise sadece padişah ve vezirlerin sohbet hem muhakemeleri olmuştur.

⁵⁷ Murad Karaduman **Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya Ve İnternet Gazeteciliği**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İzmir, 2002.

3.3.2. Küçük Gazete

Çince’de “Xiaobao” olarak adlandırılan, Song hanedanlığı(10.asır) döneminde ortaya çıkan bu küçük gazete, Çin tarihindeki ilk gayri resmi gazete olarak tanınmaktadır. Bu gayri resmi gazetenin şöyle özellikleri bulunmaktadır:

- 1) Gazetede padişahın emir-fermanları, yasa ve kurallar, hükümet kararlarının yanı sıra, halkı yakından ilgilendiren güncel olaylar da yer almıştır.
- 2) Bu gazeteler çoğu zaman vezirler, üst düzey yöneticiler hem bunların akrabaları, hükümet bünyesinde çalışan kâtipler tarafından yayınlanmıştır.
- 3) Küçük gazeteler son zamanlarda, sadece hükümetin emir ferman ve yasa hem kurallarını yayınlamaktan uzaklaşarak, halk içindeki en güncel olaylara odaklanmıştır.
- 4) El yazısıyla ve baskıyla çoğaltılmıştır.
- 5) Geniş okuyucu kitlesine sahiptir. Yani gerek hükümet bünyesinde çalışan olsun gerek sıradan bir vatandaş olsun, okuryazarlığı olan herkes bu gazetenin okuru olabilmıştır.
- 6) Halk içinde en yaygın bir iletişim aracı olmuştur.
- 7) Tek sayfadan oluşmuştur.

3.4. Güneydoğu Asya’daki İlk Çince Basın

Dünyada Çin’ce olarak yayınlanan ilk basın, Güneydoğu Asya’daki Çinlilerin yoğun yerleştiği bir kısım bölgelerde İngiliz misyoner tarafından başlatılmıştır.

18. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, devletin gelişmesiyle, İngiltere yavaş yavaş Batının en güçlü kapitalist ülkesi haline gelmiştir ve yabancı piyasaları genişleterek, gücünü küreselleştirmeye hem de sömürgesini arttırmaya çalışıyordu. Qing hükümetin tutuculuk ve dışlayıcı politikaları, dış ticareti sınırlandırmaları ise İngiltere’nin Çin’i sömürmesine büyük bir engel oluşturmuştur. Çin’in büyük kapısını acil açmaya ihtiyaç duyan İngiltere, ülkenin açılması, piyasaların serbestleştirilmesi ve ticaretin

genişletilmesi konusunda Qing hkmetine defalarca teklifte bulunmuşlar. Qing hükümetinin yabancı ülkelere sergilediği tutuculuk ve dışlayıcı politikalarını çürütmek, geniş Çin piyasasını ele geçirmek için silah kuvvetini kullanılmasının hiç uygun olmayacağını fehmeden İngiltere, ideolojik sızmayı iyi bir politika tercihi olarak görmüştür. Dolayısıyla, İngiltere misyonerlik, okul açmak, doktorluk, kitap basmak ve gazete kurmak gibi faaliyetlerle Çin'e ideolojik ve kültürel açıdan sızmaya başlamıştır.

İngiltere yabancı ülkelerdeki sömürgecilik hareketini misyonerlik faaliyetleriyle birleştirme maksadıyla, yurt dışına gitmek isteyen misyonerlere büyük destekte bulunmuşlar. Batı medeniyetini teşvik ederek, insanları fikir ve düşünce üzerinden sömürmeye çalışmışlar. Fakat bu misyonerlerin çoğu kendilerinin doğu ülkelerine misyoner olarak gönderilmelerinin temel amacı dini yaymak değil, belki ideolojik sömürge olduğunu bilmezlerdi. Hükümet sömürge altına alınan bölgelerde ise misyonerlerin sadece ulaşım ve konutlarıyla ilgilenmişlerdir.

18. yüzyılın ortalarında, İngiliz Protestan Canlanma Hareketi İngiltere ve başka sömürge altındaki bölgelerin dini hayatının yenilenmesine sebep olmuş; yoksulların yaşamlarını iyileştirilmiş; hem de 19.yüzyılda yurt dışı vaaz faaliyetler ve Protestan mezhebinin sosyal hizmetleri hızla genişlemiştir.⁵⁸

18. yüzyılın sonuna doğru, İngiltere'nin yurt dışı misyoner grupları peş peşe kurulmaya başlamıştır. 1795. Yılı İngiltere'nin ikinci yurtdışı misyoner rgt London Missionary Society kurularak, ilk olarak Güney Pasifik Adalarını vaaz hedefi almıştır. Sonra yavaş yavaş Asya, Afrika bölgelerine yayılmıştır. 1804 yılı Çin Evangelist Derneği kurulmuş ve şu yılı bu derneğe ye olan Robert Marrison(1782-1834), misyoner olarak Çin topraklarına ilk adımı atmıştır.

Çin'de yerel dili öğrenmek, lgat yazmak ve İncil'i Çinceye çevirmekle görevlendirilen Robert Marrison, 1814 senesinde bu görevlerini tamamıyla tamamlamıştır.

⁵⁸ Bruce Salamura, **Hıristiyan Kilise Tarihi, Pekin**, Pekin Üniversitesi Yayınları, Pekin, 2004, s. 375-397.

1813 yılı William Milne(1785-1822) isimli bir genç misyoner Marrison'a yardımcı olarak gönderilmiş. Çine geldikten sonra ülkenin hemen hemen hepsini gezerek dini vaaz hizmetini yazılı basınla gerçekleştirmek isteyen William, Qing hükümetinin kısıtlayıcı ve tutuculuk politikalarına maruz kalmıştır. Bu sebeplerden ötürü, William 5 Ağustos 1815 Çine yakın olan Malakka'da "Chinese Monthly Magazine"ni kurmuştur.

Bu gazete gerek dünya tarihi gerek Çin tarihindeki olsun ilk Çince basın olarak kabul edilmektedir.

8 Kasım 1827, İngiliz afyon tüccarı James Matheson tarafından kurulan "Canton Register and Price Current" ise Çin topraklarında kurulan ilk İngilizce basındır.

Demek 19.yüzyılın ikinci yarısından itibaren, Portekizler, Amerikanlar, İngilizler, Fransızlar, Almanlar, Japonlar v Ruslar ardı adından farklı bahanelerle gelerek, Çinin farklı bölgelerinde Çince ya da başka dillerde yazılı basına başlamışlardır.

3.5. İlk Gazete

4 Şubat 1874 Hongkong'da yazar Wangtao tarafından yayınlanan "Cycle Daily News" ise Çinli tarafından yayınlanan ilk Çince gazetedir. Aynı zamanda burjuva ve kapitalizm ideolojisini ileri süren ilk gazetelerdendir.

Gazeteciliğin ilk sayfası açılan bu dönemdeki gazetelerin ortak özellikleri şunlardır:

- 1) Gazetelerin kuruluşu açısından, kurucuların kimliği çok karmaşıktır. Yani o dönemdeki gazeteler gelişmiş aydınlar, tüccarlar, hükümet mensupları ve batılaşmış burjuvalar tarafından kurulmuştur.
- 2) Sahiplik açısından, bazı gazeteler hariç, bu dönemdeki gazetelerin çoğu özeldir.
- 3) Gazete içeriği açısından, bu gazetelerin ekserisi Batılılaşma Hareketinin destekçileri ve savunucularıdır.

4) Siyasi açıdan, bu gazetelerin yayınlanması vatanseverliğin zayıflamaya başladığının bir göstergesiydi.

1 Ocak 1995 kurulan Huaxi Gazetesi ise Çinin ilk metropoliten gazetesidir.

3.6. Haber Ajansının Kuruluşu

Temmuz 1920 tarihinde Şanghai'da kurulan Çin- Rusya Haber ajansı ise Çinin ilk proletaryan haber ajansıdır.

1920 yılı Komintern temsilcilerinden Voitinskiy Şanghai'a geldikten sonra, kamuya açık bir faaliyet kurumu olarak Çin- Rusya Haber ajansını kurmuş. Bu haber ajansının temel vazifesi ise, Çin ve Rusya'nın dostluğunu pekiştirmek, Çin halkına Lenin'in Devrim teorisini, Rus Devrimi'nin netice ve deneyimlerini tanıtmak olmuştur.

Çin Komünist Partisi kurulduktan sonra, ajansın yönetimi komünist partiye devredilmiş ve 1 Ağustos 1925 kapatılmıştır.

3.7. Radyo İstasyonunun Kuruluşu Ve Gelişimi

Tarihi kaynaklara bakıldığında, 2 Kasım 1920, Amerika'da kurulan Pittsburgh KDKA radyo istasyonu ise dünyanın ilk resmi radyo istasyonu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ondan sonra İngiltere, Fransa, Rusya, Almanya ve İtalya gibi ülkelerde radyo istasyonu peş peşe kurulmaya başlamıştır.⁵⁹ Buna takiben, 1923 yılında Çin'de radyo istasyonu kurulduğuna göre, Çin de ilk radyo istasyonu kuran ülkelerden sayılmaktadır.

1923yılın başında, Amerikalı E.G.Osborn tarafından kurulan Çin Radyo Şirketi, aynı yıl 23 Ocak akşamı ilk yayını başlatmıştır. İstasyon çağrı işareti XRO olarak yürütülen bu radyo şirketi ise yabancıların Çin'de kurduğu ilk radyo istasyonudur. Aynı yılı Mayıs'ta Amerikalı tüccar Corfu Matheson Şangay'de özel radyo istasyonu kurmuştur. Mayıs 1924 ise, bir Amerika şirketi Şangay'de istasyon çağrı işareti KRC olan bir radyo istasyonu kurmuştur.

⁵⁹ dx listening digest 5-201",(çevrimiçi), [http:// worldofradio.com](http://worldofradio.com) (Erişim Tarihi: 27.12 .2014)

Kuomintang hükümeti(bundan önceki milliyetçi partisi) 1 Ağustos 1928 yılında Nanjing şehrinde “Çin Merkezi Radyo”su kurmuştur. Bu radyo istasyonu Kasım 1932 yılında uygulanan bazı reform ve destekler sonucunda asya kıtasındaki en büyük radyo istasyonu olmuştur. Kuomintang hükümeti ağustos 1929’da özel radyo kuruluşuna izin vermiş ve bu sayede eğitim, ticari ve dini birçok hususi radyo istasyonları ardı ardından kurulmaya başlamıştır. Haziran 1937’kadar Çin topraklarında toplam 78 radyo istasyonu kurulmuş olup, bunların 55’i ise özel radyolar idi.

Çin Komünist Partisi iktidara geldikten sonra kurulan ilk radyo ise Yan’an Xinhua Radyosudur. Bu radyo 30 Aralık 1940 tarihinde Yan’an şehrinde kurulmuş ve çağrı işareti XNCR(X ise Çin’in radyo çağrı işaretinin ilk harfidir, NCR ise New Chinese Radio’nun kısaltılması) dır.

Yan’an Xinhua Radyosunun kurulması ise Çin işitsel medya kuruluşlarının başlangıç noktası sayılmaktadır. O günden itibaren, komünist partinin medya alanında yazılı basın ve ajansçılığın yanı sıra işitsel medya da kendini göstermeye başlamıştır.

Güncel istatistiklere göre, şuan Çin genelinde Hongkong, Makao ve Taiwan hariç toplam 600 fazla radyo istasyonu bulunmaktadır.

3.8. Televizyon Devri

Pekin Televizyonu 1 Mayıs 1958 tarihinde ilk yayını başlayarak, Çin’in televizyon endüstrisinde ilk adımını atmıştır. Şuanki adıyla CCTV olarak bilinen pekin televizyonu ise bu ülkede kurulan ilk televizyon olarak kabul edilmektedir.

Çin’de renkli televizyon yayını 1 Mayıs 1973 yılında PAL(Phase Alternating Line) sistemini kullanarak başlamıştır. Şuan dünyadaki renkli televizyonun 50%’si Çin’de üretilmekte, dolayısıyla Çin renkli televizyon kullanımı ve üretiminde dünyada ilk sırada yer almaktadır.

Gazete ve televizyonda 1979 yılından itibaren reklamlara yer vermeye başlamıştır. 4 Ocak 1979 “Tianjin Gazetesi” ülke çapında ilk olarak gazete reklamını başlatmış. Aynı yıl 28 Ocak Şangay TV, Çin tarihindeki ilk televizyon reklamını yayınlama şansına mazhar olmuştur.

Şu an ülke genelinde Makao, Hongkong ve Taiwan hariç tüm il ve ilçeler dahil olmak üzere toplam 500'den fazla televizyon istasyonu bulunmaktadır. . Bu TV istasyonlarının en azından 20 si uyduya sahiptir.⁶⁰

3.9. İnternetin Gelişimi Ve İnternet Haberciliği

İnternet, bilgisayarlardan oluşan bir iletişim ortamı olan şebekelerin şebekesi olarak tanımlanabilir. İnternet çok sayıda sosyal konu hakkında fikir alışverişinde bulunan, araştırma ve bilgilerin sürekli aktığı akışkan ve dinamik bir ortamdır.

Amerika'da ilk başta savunma amaçlı bir girişim olarak gündeme gelen internetin gelişimi 1960'lı yıllarda başlamıştır. Yani internetin gelişimi, 1960'lı yılların ortalarından itibaren başlamıştır. 1957'de Rusların Sputnik adlı uyduyu uzaya fırlatmasıyla başlayan süreç, Amerikan Federal Hükümeti Savunma Bakanlığının araştırma ve geliştirme kolu olan Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu (DARPA- Defence Advanced Research Project Agency)'nu oluşturmasıyla devam etmiştir. Askeri teknolojiler geliştirmek konusunda örgütlenen bu organizasyon, internetin mucitliğini de üstlenmiştir.

İnternetin sivilleşme süreci ise 1989'da başlamıştır. İsviçre'de Nükleer Araştırma Merkezi'nde çalışan Tim Bernard Lee adlı bir uzman, 1992 yılında www teknolojisini geliştirerek interneti sivil kullanıma açmıştır. Bu teknoloji, her tür grafik unsuru barındıran sayfalar üretebilmeyi ve bu sayfaların birbirlerine "tıklamalar" aracılığıyla bağlanabilmesini sağlamaktadır. 1990 yılı internet tarihinde gerçek bir dönüm noktası olarak tanımlanmaktadır. Lee tarafından geliştirilen www teknolojisi, kendileri ya da şirketleri adına site açan insanların sayısını giderek artmasını sağlamış, kişisel bilgisayar (PC) Pazarındaki gelişmeye paralel olarak internet hızla yaygınlaşmıştır. Aynı dönemde internette sörf yapılmasını sağlayan tarayıcı (browser) denilen yazılımlar geliştirilmiştir. O dönemde bu yazılımların en popüler Netscape şirketi tarafından üretilen Navigator iken daha sonra Microsoft, Explorer''ı çıkarmıştır.⁶¹

⁶⁰ (Çevrimiçi),<http://baike.baidu.com/view/2457.htm> (Erişim Tarihi:18.12. 2015)

⁶¹ tülây bektaş, **yeni bir iletişim teknolojisi olarak internet ve bilgi açığı**, selçuk üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü halkla ilişkiler ana bilim dalı doktora tezi, konya, 2004.

Pekin üniversitesinden profesör Qian'ın 1987 yılında Almanya'ya göndermiş olduğu bir e-maili ise Çin'in internet tarihindeki ilk internet kullanımı olarak tarihe geçmiştir. Lakin o vakitte Çin'e internet girmiş değildi. Ekim 1991, Çin-ABD Yüksek Enerji Fiziği yıllık toplantısında ABD sözcüsü White Torquay'ın Çin'in de İnternet İşbirliği Programına dâhil edilmesi gerektiği fikriyle, Ancak Mayıs 1994'te gerçek anlamda internet kullanımını başlatmıştır.

Mayıs 1995, ilk İnternet Servis Sağlayıcısının kurulmasıyla, halkın da internetten yararlanabilmesi mümkün olmuştur.⁶²

3.9.1. İnternetin Çin'deki Gelişimi

İnternetin Çin'deki gelişim sürecini aşağıdaki gibi üç aşamaya ayırmak mümkündür:

1) Araştırma ve Deneme Süreci (06.1986- 03.1993)

Bu dönemde Çin'in bilimsel araştırma kurumları ve bazı üniversiteler internet ağ teknolojisine yönelik birçok bilimsel araştırma projelerini yürütmüş. Bu aşamada, internetin kullanımı sadece birkaç tane araştırma kurumlarına ve üniversitelere E-mail hizmeti vermekle sınırlı kalmıştır.

2) Başlangıç Süreci (04.1994-1996)

Nisan 1994, Pekin Zhongguancun Eğitim ve Araştırma Okulunda internet TCP / IP bağlantısının gerçekleştirilmesiyle, internet bütün özellikleriyle hizmete açılmıştır. Bu tarihten itibaren Çin uluslar arası sahnede resmi şekilde internet kullanan ülke olarak kabul edilmiştir. Böylelikle ülke çapında ChinaNet, CERnet, CSTnet, ChinaGBnet gibi ve diğer birçok projeler başlatılarak, internet kişilerin günlük hayatına girmeye başlamıştır. 1996 yılının sonunda, ülke genelinde internet kullanıcılarının toplam sayısı 200 bine ulaşmıştır.

3) Hızlı Yaygınlaşma Süreci (1997'den şimdiye kadar)

⁶² (Çevrimiçi), http://www.360doc.com/content/07/0905/11/42953_720503.html, (Erişim Tarihi: 12.12.2014)

1997 yılından sonra yurtiçi İnternet kullanıcıların sayısı her altı ayda iki kat büyüme hızıyla artmıştır. Günümüzde ise internet kullanıcılarının sayısı 500 milyondan fazladır.

3.9.2. İnternet Yayıncılığı

12 Ocak 1995, Devlet Eğitim Bakanlığı tarafından yayınlanan Yurtdışı Âlimleri” dergisi ise internet ortamında Çin’ce olarak yayınlanan ilk yayındır. Fakat bu derginin yayınlanması, bu ülkenin kitle iletişim araçlarının elektronikleşmesinin başlangıç noktası sayılmamaktadır.

20 Ekim 1995, internette yayınlanan “Çin Ticaret Gazetesi” ise internette yayınlanan ilk gazete ve gerçek anlamda kitle iletişim araçlarının elektronikleşmesinin başlangıç noktasıdır. Bu gazetenin internette yayınlanması yurt içi ve yurt dışındaki birçok medyanın dikkatini kendine çekmiştir. Reuters derhal harekete geçerek, bu gazeteye abone olmuştur.⁶³

Günümüzde internet teknolojisinin hızlı gelişimiyle, Çin internet kullanıcılarının sayısı açısından dünyanın dev ülkesi haline gelmektedir.⁶⁴ Haziran 2013’da yapılan araştırmalara göre, ülke genelindeki internet kullanıcıların sayısı 591 milyona ulaşmıştır. İnternetin kapsama oranı 44.1% olmakta ve internet kullanıcıların sayısı her ay 6 milyonluk bir hızla artış göstermektedir.

⁶³ Fang Hanqi, **Çin gazetecilik tarihi**, pekin. 2009, s. 634.

⁶⁴ (Çevrimiçi), <http://wenwen.soso.com/z/q511690924.htm> , (Erişim Tarihi: 12 .12.2015)

3.10. Çin'in Sanal Güvenlik Duvarı: "ALTIN KALKAN" Projesi

Altın Kalkan Projesi (Çince: jīndùn gōngchéng), Çin Halk Cumhuriyeti Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından yürütülen bir sansür ve gözetim projesidir. Proje, Çin Güvenlik Seddi adıyla da anılır. Başlangıç yılı 1998'dir ancak 2003 yılına kadar etkinleştirilmemiştir.⁶⁵

1998 yılında Çin Komünist Partisi, Çin Demokrasi Partisi(ÇDP)'nin parti yetkililerinin denetimine kapalı bir ağ kurmak istemesinden ürktü. Tutuklama ve hapse atılmaları izleyen bir süreçte ÇDP ivedilikle ortadan kaldırıldı. Altın Kalkan Projesi ise aynı yıl içinde başlatıldı. Projenin ilk evresi sekiz yıl sürdü ve 2006'da sona erdi. İkinci evre 2006'da başladı ve 2008'de sona erdi.⁶⁶ Çin Merkez Televizyonu (CCTV)'na göre Altın Kalkan Projesi'nin hazırlık aşaması için harcanan miktar 800 milyon ABD Doları (6.4 milyar RMB ya da 640 milyon Euro)dir. 6 Aralık 2002 günü Çin çapında 31 eyalet ve kentten gelen 300 proje sorumlusu dört gün sürecek olan "Çin Bilgi Sistemi Üzerine Kapsamlı Sergi"ye katıldılar. Sergide satın alınan malların büyük bölümünü İnternet güvenliği, video takip ve insan yüzü tanıma yazılımları gibi yüksek teknoloji ürünleri oluşturmaktaydı. Bu devasa proje kapsamında görevlendirilen polis sayısının güncel istatistiklere göre 40.000 civarında olduğu tahmin edilmektedir.

Projenin ilk evresi 16 Kasım 2006'da Pekin'de ulusal denetimden başarıyla geçmiştir.

Projenin ana hatları, Eylül 2002'de Pekin'de "Çin'in Sosyal Güvenliği İçin Bilgi Teknolojisi" adıyla düzenlenen ulusal bir mitingde binlerce polise aktarılmıştır. Konuşmanın sahibi Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın teknoloji müdürü ve Altın Kalkan projesinin yöneticilerinden Li Runsen'dir.

3.10.1. "Altın Kalkan "Projesinin İçeriği

1) Kamu güvenlik haberleşme altyapısı ve ağ platformu;

2) Kamu güvenliği bilgisayar uygulama sistemi inşası;

⁶⁵ (Çevrimiçi), <http://www.crup.com.cn> (Erişim Tarihi: 15.11. 2015)

⁶⁶ (Çevrimiçi), <http://www.epochtimes.com/b5/4/10/26/n700121.htm> (Erişim Tarihi: 15.11. 2015)

- 3) Kamu güvenlik hizmet bilgilerinin standartlaşması ve düzenleştirilmesi inşası;
- 4) Kamu güvenliği ağı ve bilgi güvenliği sistemi inşası;
- 5) Kamu güvenlik hizmeti bilgi operasyon yönetim sistemi inşası;
- 6) Ulusal kamu bilgilendirme ağ güvenliği izleme merkezi inşası vs.⁶⁷

3.10.2. “Altın Kalkan” Projesinin Amacı

Eski sansürleme yöntemi yerini daha yoğun ve sıkı bir gözetim öngören Altın Kalkan'a bırakmakta. Nihai hedef; ses ve yüz tanıma, kapalı devre televizyon, akıllı kartlar, kredi kayıtları ve İnternet gözetim teknolojilerini içeren devasa bir çevrimiçi veritabanı oluşturmaktır.

3.10.3. Teknik Bilgi

İçeriği sansürlemek amacıyla sıkça kullanılan bazı yöntemler şunlardır:

1) IP adreslerinin engellenmesi. Belirli bir IP adresine erişim kısıtlanır. Ulaşılmak istenen sitenin bir paylaşımlı sunucu üzerinde bulunması durumunda aynı sunucu üzerindeki hiçbir web sitesine erişilemez. Bu, TCP başta olmak üzere HTTP, FTP ve POP gibi protokollerin tümünü etkiler. Bu sorunu aşmanın en kolay yolu hedef web sitesine erişimin serbest olduğu bir vekil sunucubulmaktır. Ne var ki, vekil sunucular tıkanabilir ya da erişim izinleri bulunmayabilir. Google gibi bazı büyük web siteleri erişim yasağını delmek amacıyla ek IP adresleri aldılar ancak erişim kısıtlamasının kapsamının genişlemesiyle bu adresler de erişim yasağına takıldılar.

2) DNS filtreleme ve yönlendirme. alan adlarını çözemez ya da yanlış IP adresleri üretir. Bu, HTTP, FTP ve POP gibi IP protokollerini etkiler. Bunun önüne geçmenin en kolay yolu alan adlarını doğru biçimde çözümleyen bir alan adı sunucusu bulmaktır ancak bu tür sunucular başta IP engellemesi olmak üzere çeşitli kısıtlamalarla yüzyüze kalabilirler. Başka bir çözüm yolu ise IP adresini başka kaynaklardan öğrenmek suretiyle DNS'i es geçmektir. Bu çözüme sunucu dosyasının elle

⁶⁷ (Çevrimiçi). <http://www.china.com.cn/chinese/zhuanti/283732.htm> (Erişim Tarihi: 15.11. 2015)

değiştirilmesi ve web tarayıcısına alan adı yerine IP adresini yazmak örnek olarak gösterilebilir.

3) URL filtreleme. URL içindeki alan adına bakmadan hedef anahtar sözcükleri tarar. Bu, HTTP protokolünü etkiler. Bu sorunu aşmanın yolları URL içinde özel karakterler kullanmamak ve VPN ya da SSL gibi şifreli protokoller üzerinden erişim sağlamaya çalışmaktır.

4) Paket filtreleme. Belirli sayıda tartışmalı sözcük kullanımının tespit edilmesi durumunda TCP paket aktarımını sonlandırır. Bu, HTTP, FTP ve POP gibi tüm TCP protokollerini etkilerken arama motoru sayfaları sansüre daha açık konumda sayılabilir. Olası çözümler VPN ve SSL gibi şifreli protokoller kullanmak, HTML içeriği kullanmaktan kaçınmak, bir paketteki metin miktarı olan TCP/IP yığıtını azaltmaktır.

5) Bağlantı yenileme. Önceki TCP bağlantısının filtrelemeye takılması durumunda 30 dakika içinde gerçekleşen tüm iletişim denemeleri de engellenecektir. Engellemenin konumuna bağlı olarak, bu doğrultuda aktarılan diğer iletişim istekleri de engellenebilir. Olası bir kaçış yolu, ateşduvarı tarafından gönderilen yenileme paketinin yok sayılmasıdır.

3.10.4. Uygulama sistemleri

3.10.4.1. Ulusal güvenlik Arama Entegre Bilgi Sistemi (CCIC) ve İl Emniyet Entegre Bilgi Sistemi.

CCIC şunları kapsamaktadır: kaçak mahpus bilgi sistemi, kayıp ve kimliği belirsiz kişiler(ceset)bilgi sistemi, kayıp ve aranan şahıslar bilgi sistemi, çalınan veya kayıp motorlu kara taşıtları (tekneler) bilgi sistemi.

İl Emniyet Bilgi Sistemi ise, kent güvenlik bilgi merkezine dayalı, şehir dereceli üçlü entegre ağını esas alan, kamu güvenlik hizmetleri ile yakından entegre olan ağ entegre bilgi sistemi ve bununla ilgili veri tabanını kurarak, bilgilerin toplanması, yönetimi ve kullanımını gerçekleştirmek ve genel reel sektörün kapsamlı, hızlı, doğru bilgilerini desteklemek, böylece güvenlik organlarının verimliliğini, yönetim düzeyini , bilimsel karar verme yeteneğini arttırmayı amaçlayan bir sistemdir.

3.10.4.2.Kamu Güvenliği Hizmet Sistemi

1) Güvenlik yönetim bilgi sistemi, şunları kapsamaktadır: Yerleşik nüfus ve yüzen nüfus bilgi sistemi;

2) Ceza davası bilgi sistemi, şunları kapsamaktadır: Suçlularla ilgili bilgi sistemi, otomatik parmak izi tanımlama sistemi;

3) Gümrük giriş-çıkış yönetim bilgi sistemi, şunları kapsamaktadır: Belge teslim yönetim bilgisi ve personel yönetim bilgi sistemi;

4) Denetleme personeli bilgi sistemi, şunları kapsamaktadır: Gözaltı merkezlerindeki tutukluların bilgi sistemi, hapisteki mahkumlar bilgi sistemi, idari (Güvenlik) gözaltı personel bilgi sistemi, yeniden eğitim personelinin bilgi sistemi, zorunlu detoksifikasyon personel bilgi sistemi;

5) Trafik yönetim bilgi sistemi, şunları kapsamaktadır: ithal motorlu taşıt bilgi sistemi, motorlu taşıt yönetim bilgi sistemi, sürücü yönetim bilgi sistemi, trafik ihlali bilgi sistemleri, trafik kazası bilgi sistemi;

6) Uyuşturucu ile mücadele bilgisi sistemi;

7) Büro yönetimi bilgi sistemi;

3.10.5. Diğer İnşalar

1) Bilgi teknik standartları ve spesifikasyon sistem inşaatı ise bilgi paylaşımını gerçekleştirmenin temel dayanağıdır.

2) Güvenlik sistemi inşası, bilgisayar ağ güvenlik tasarımı ve kamu güvenlik entegre bilgi sistemi güvenlik tasarımı vs. leri kapsamaktadır.

3) Operasyon yönetim sistemi inşası, çalışma mekanizması, yönetim şekli, teknik sistemler, ekipman parçaları, personel eğitimi ve sistem regülasyonundan oluşarak, kamu güvenlik bilgi sisteminin faydalı olmasını sağlıyor.

3.10.6. Hizmet Şekli

3.10.6.1. Bilgi sisteminin hizmet şekli (kullanıcının bilgi sistemine erişim yöntemleri)

Çeşitli bilgilerin açıklık düzeyi aşağıdaki dört türe ayrılabilir:

- 1) Topluma yönelik olması;
- 2) Kamu güvenlik sistemine yönelik olması;
- 3) Kendi hizmet sistemine yönelik olması;
- 4) Belirli bir hedefe yönelik olması.

3.10.6.2. Kullanıcı erişim yöntemleri

- 1) Bilgisayar ağ gerçek zamanlı erişim;
- 2) Bilgisayar ağ gerçek zamanlı olmayan sorgulama;
- 3) Kablosuz mobil terminal sorgulaması;
- 4) Yapay sorgulama.

3.10.7. “Altın Kalkan” Projesinin Önemi

- 1) Kamu güvenlik hizmetinin modernleşmesi ve düzenleştirilmesine katkı sağlamak,
- 2) modern polislik mekanizmasının oluşumunu hızlandırmak.
- 3) Emniyet birimlerinin mücadele gücünün arttırmak ve kamu güvenlik çalışmalarının genel seviyesinin yükselmesine yardımcı olmak.
- 4) Kamu güvenlik birimlerinin idari yönetimi ve kamu hizmetleri seviyesinin yükselmesine fayda sağlamak.⁶⁸

⁶⁸ (Çevrimiçi). <http://www.qb5200.com/content/2015-12-12/48536.html> (Erişim Tarihi: 15.11. 2015)

3.11. Günümüz Çin Medyasından Örnekler

Bu bölümde Çin’de halen yayın yapmakta olan gazete, dergi, televizyon kanalı ve radyolardan her birine en popüler olan on adet örnek verilmiştir.

3.11.1. Gazeteler

3.11.1.1.Çin Halk Gazetesi (Renmin Ribao)

İngilizce People's Daily olarak tanılan “Halk gazetesi” (Renmin Ribao), 15 Haziran 1945’te Hebei eyaletinde kurulmuştur. Bu gazete Halk Gazetesi Yayınevi tarafından Pekin’de yayımlanmaktadır, günlük baskısı 3 milyondur.



Çin Halk Gazetesi Logosu

Çin’in en büyük, en popüler ve tirajı en yüksek gazetesi olarak bilinen halk gazetesi, 2010 yılında UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation- Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı) tarafından dünyanın en önemli on gazetesinden biri olarak değerlendirilmiştir.

Halk gazetesi, Pazartesten Pazara kadar haftanın her günü baskıdan çıkmaktadır; günlük tirajı 3 milyondur. Yurt içinde 38, yurt dışında 32 olmak üzere toplam 70 muhabir istasyonuna sahiptir. Yurt içi ve yurt dışında Çince, Moğolca, Tibetçe,

⁶⁹ (Çevrimiçi), <http://img5.imgtn.bdimg.com/it/u=991584957,4042481124&fm=21&gp=0.jpg>, (Erişim Tarihi: 15.11.2014)

Uygurca, Kazakça, İngilizce, Japonca, Fransızca, İspanyolca, Rusça, Arapça, Korece, Almanca olmak üzere toplam 14 dilde yayınlanmaktadır.⁷⁰

71

3.11.1.2.Çin Halk Gazetesi

Yurt içi basımevlerinin yanı sıra Hong Kong, New York, San Francisco, Tokyo, Paris, Toronto, Johannesburg, Jakarta gibi şehirlerde de basım evi bulunmakta ve dünyada 80'den fazla ülke ve bölgelere dağıtılmaktadır. Fakat, gazetenin editörlüğü sadece Pekin'de yapılmaktadır.

1 Ocak 1997, Halk gazetesi tarafından kurulan Halk Sitesi (www.people.com.cn) ise devletin en önemli ve en etkili online haber sitesi olmakla beraber yurt dışında da birçok okuyucu kitlesini kendine çekmektedir.

⁷⁰ (Çevrimiçi), <http://img5.imgtn.bdimg.com/it/u=991584957,4042481124&fm=21&gp=0.jpg>, (Erişim Tarihi: 15.11.2014)

⁷¹ (Çevrimiçi), <http://img5.imgtn.bdimg.com/it/u=2541241792,3756748553&fm=21&gp=0.jpg>, (Erişim Tarihi: 15.11.2015)

Bu haber sitesi de halk gazetesi gibi Çince, Moğolca, Tibetçe, Uygurca, Kazakça, İngilizce, Japonca, Fransızca, İspanyolca, Rusça, Arapça, Korece, Almanca olmak üzere toplam 14 dilde yayınlanmaktadır. Bu online site Çin internet kullanıcıları tarafından en çok beğenilen haber sitesi olarak seçilmiştir.⁷²

Şu an Halk Gazetesi tarafından yayınlanmakta olan yazılı basın organlarından "Global Times", "Pekin Times", "Çin Otomotiv Haberleri", "Çin Enerji Haberleri", "Menkul Kıymetler", "Hiciv ve Mizah", "Sağlık", "Hayat", "Uluslararası Finans", "Global Times İngilizce" gibi gazeteler; "Haber Cephesi", "Geniş Toprak", "Halk Platformu", "Evrensel Vatandaş", "Yeni Güven", "Motor Trendi", "Aile Otomobili", "Ticari Araç", "Motosiklet Eğilimi", "Araba ve Spor", "Halk Dili", "Çin Ekonomisi", "Yeşil Kampüs", "Bilgi Rehberi"ne benzer dergiler bulunmaktadır.

Bu gazete yurt içi sırlamada 2, uluslar arası sırlamada ise 22. sıradadır.

3.11.1.3. Yangzi Akşam Gazetesi (Yangzi Wanbao)



Yangzi Akşam Gazetesinin Logosu

Ocak 1986 Nanjing'de kurulmuş olan Yangzi Akşam Gazetesi kurulduğu tarihten itibaren genç olmasına rağmen çok hızlı gelişen gazetelerden biridir.

Ekim 2012'de yapılan bir araştırmaya göre, bu gazete kendine özgü yönetim sistemi ve çalışma mekanizmiyle ulusal gazete sırlamasında 3, uluslar arası sırlamada ise 21 olarak tanınmaktadır.

⁷² (Çevrimiçi), <http://www.people.com.cn/b1g5/>, (Erişim Tarihi:15.11.2015)

⁷³ (Çevrimiçi), <http://img5.imgtn.bdimg.com/it/u=1489372880,4237204585&fm=21&gp=0.jpg>, (Erişim Tarihi:15.11.2015)

Bu gazetenin yayın merkezi Nanjing’de, günlük tirajı 1,74 milyon, marka değeri ise 31 milyon yuan’dır. Yıllık reklam geliri ise 2,5 milyon dolar civarındadır.⁷⁴

3.11.1.4.Guangzhou Günlük Gazetesi (Guangzhou Ribao)



Guangzhou Günlük Gazetesi Logosu

Bu gazete, Çin'in ilk gazete grubu olarak bilinen Guangzhou Gazete Grubu tarafından 1 Aralık 1952 tarihinde Guangzhou şehrinde kurulmuştur. Bu gazetenin günlük tirajı 1 milyon 850 bindir.⁷⁵

İngilizce Guangzhou Daily olarak adlandırılmaktadır, dili Çince, dağıtım şekli abonelik veya perakende satış, ulusal sıralaması 4, uluslar arası sıralaması 25, yıllık reklam geliri ise 127 milyon yuan (ülke genelinde birinci)dir.

3.11.1.5.Pekin Akşam Gazetesi (Beijing Wanbao)

15 Mart 1958, Çin'in payitahtı Pekin’de kurulmuş olan Pekin Akşam Gazetesi, ülkenin en güvenilir, en etkili, okuyucu tarafından en çok beğenilen, nispeten eski hem de tirajı yüksek akşam gazetelerinden biridir. İngilizce Pekin Evenings olarak bilinmektedir. Bu gazetenin günlük ortalama tirajı 1 milyon 500 bin, satış fiyatı 1 yuan, yıllık reklam geliri ise 27 milyon yuan’dır. Ulusal sıralaması 9, uluslar arası sıralaması 50’dir. Yayın merkezi Pekin’dedir.

⁷⁴ (Çevrimiçi), <http://www.yangtse.com/>, (Erişim Tarihi:16 .11. 2015)

⁷⁵ (Çevrimiçi), http://gzdaily.dayoo.com/html/2014-05/19/node_1.htm, (Erişim Tarihi:16 .11. 2015)

北京晚报⁷⁶

Pekin Akşam Gazetesi Logosu

3.11.1.6.Çin Spor Gazetesi (Zhongguo Tiyubao)

Çin'deki spor gazeteleri içerisinde en popüler ve en çok okuyucu kitlesine sahip olan gazete ise "Çin Spor Gazetesi"dir.

中国体育报
CHINA SPORTS DAILY

77

Çin Spor Gazetesi Logosu

Spor Bakanlığına doğrudan bağlı olan Çin Spor Gazetesi, 1 Eylül 1958'de "Spor Gazetesi" adıyla Pekin'de kurulmuştur. 1 Temmuz 1988'de adının "Çin Spor Gazetesi" olarak değiştirilmesiyle beraber yurt dışında da dağıtılmaya ve yayınlanmaya başlanmıştır.⁷⁸

Bu gazete ülkedeki önemli spor etkinlikleri ve spor olaylarının yabancı gazete ve haber ajanslarına aktarılmasında hem de yurt dışındaki irili ufaklı spor faaliyetlerinin yurt içindeki okuyucu kitlesine ulaştırılmasında azami rol oynamış ve en

⁷⁶ (Çevrimiçi), http://img1.imgtn.bdimg.com/it/u=1540784401_4218091882&fm=21&gp=0.jpg, (Erişim Tarihi:27 .11. 2015)

⁷⁷ (Çevrimiçi), <http://pic.baik.soso.com/20090711132028-1405053972.jpg>, (Erişim Tarihi:26.10. 2015)

⁷⁸ (Çevrimiçi), <http://www.ticang.com/topic/view/535>, (Erişim Tarihi:26.10. 2015)

profesyonelleşmiş tek gazete olarak görülmektedir. Bu gazetenin günlük toplam tirajı 1 milyon 500 bindir.⁷⁹

3.11.2. Dergiler

3.11.2.1. “Okuyucu” Dergisi (Duzhe)

Mart 1981’den itibaren, Gansu eyaletinin Lanzhou şehrinde Gansu Halk Yayınevi tarafından yayımlanmakta olan "Okuyucu" dergisi, okuyucular ve hükümet tarafından en çok desteklenen ve en çok beğenilen ülkenin birinci sınıf dergisidir.

Bu dergi değil sadece yurt içine, belki yurt dışına da birçok yabancı dillerde dağıtılmaktadır. İçeriği ise teknoloji, akademik araştırma, sanat ve kültür, eğitim, sağlık ve eğlence gibi sosyal yaşamın en ince uçlarına ilişkin geniş kapsamlı konulardan oluşmaktadır. Bu derginin her baskısının toplam tirajı 11 milyondur. Toplam sayfa sayısı 80, fiyatı ise 5 yuandır.⁸⁰

3.11.2.2. “Moda” Dergisi (Shishang Qikan)

“Moda” Dergisi 1 Ocak 1993’de Çin Turizm Bakanlığı tarafından kurulmuştur. Bu dergi kurulduğu andan bu yana “moda kadın”, “moda erkek”, “moda ev”, “moda seyahat”, “moda yaşam” gibi başlıklar altında, esprili, satirik üslupla yurt içi ve yurt dışındaki en yeni moda ve eğilimleri takip etmektedir.⁸¹

⁷⁹ (Çevrimiçi), <http://www.cnki.com.cn/article/cjfdtotal-zhwy201205001.htm>, (Erişim Tarihi:26.10.2015)

⁸⁰ (Çevrimiçi), <http://www.chinapp.com/shidapinpai/61604/>, (Erişim Tarihi:26.10.2015)

⁸¹ (Çevrimiçi), <http://store.taobao.com/shop/xshop/promote.htm?id=236609>, (Erişim Tarihi:26.10.2015)

3.11.2.3. “Gençlik” Dergisi (Qingnian Wenzhai)

“Gençlik” Dergisi ise 1981 yılında kurulmuş ve özellikle gençler tabakasına hitap eden bir dergidir. Bu dergi genelde gençleri hareketlendirecek, motive edecek, onlara güç kaynağı olacak hem de cesaret verecek konuları işlediği için, en çok gençler tarafından sevilme ve okunmaktadır.

Her 15 günde bir kere olmak üzere ayda toplam iki kere baskıdan çıkmaktadır. Perakende satış fiyatı 4 yuan, her baskısının tirajı 3 milyondur.⁸²

3.11.2.4. “Devlet Coğrafisi” Dergisi (Zhongguo Guojia Dili)

1950 yılı Ocak ayında Çin Coğrafi Bilimler ve Doğal Kaynaklar Araştırma merkezi tarafından Pekin’de kurulmuştur. Bu derginin içeriği genellikle ülke coğrafisi başta olmak üzere, dünyanın dört bir köşesindeki doğal kaynaklar, güzel manzaralar, ilginç ve gizemli coğrafik bölge ve hadiselerden ibarettir. Yurt dışında “Chinese National geography” adıyla meşhurdur. Her ayın yedisi basıdan çıkmaktadır. Çincenin yanı sıra İngilizce ve Japonca nüshaları da bulunmaktadır. Çince baskısının ortalama tirajı 1 milyonun üzerindedir. Perakende satış fiyatı 20 yuan’dır.⁸³

3.11.2.5. “Xinhua Özeti” Dergisi (Xinhua Wenzhai)

1 Ocak 1979’den bu ya Halk Yayınevi tarafından yayınlanmaktadır. Bu dergi okuyucularına siyaset, felsefe, ekonomi, tarih, edebiyat ve sanat, kanun, eğitim, kültür, bilim ve teknoloji dâhil olan kapsamlı bilimsel bir bilgi paylaşım platformu sağlayan tek yarım aylık dergi olarak görülmektedir.

Ayda toplam iki kere baskıdan çıkacaktır. Her baskısının ortalama tirajı 1 milyonun üzerindedir. Perakende satış fiyatı 15 yuan’dır.⁸⁴

⁸² (Çevrimiçi), <http://www.admimai.com/news/ad201012012-ad58137.html> (Erişim Tarihi:15. 3. 2015)

⁸³ (Çevrimiçi), <http://www.doc88.com/p-90693120508.html> , (Erişim Tarihi:18.3. 2014)

⁸⁴ (Çevrimiçi), <http://baike.baidu.com/view/419666.htm?fr=aladdin#2> , (Erişim Tarihi:20.3. 2015)

3.11.2.6. “Yilin” Dergisi (Manalar Haziensi)

Yilin dergisinin tarihi MS 787 yılında, yani Tang Hanedanlığı döneminde ortaya çıkan atı ciltli “Yilin” adındaki bir yazıya dayanmaktadır. Bu yazı ilk ortaya çıktığı dönemden şimdiye kadar kuşaktan kuşağa süregelmiştir.⁸⁵

Eski dönemlerde sadece Çin’deki mütefekkirlerin fikir ve düşüncelerini aktaran Linyi adlı bu periyodik yazı, son 50 yıldan beri, değil sırf yurt içindeki fikir adamlarının belki uluslar arası sahnedeki mütefekkirlerin de fikir ve düşüncelerini okuyucu kitlesine sunmaktadır. Yani bunlar çoğunlukla, gerçek hayata ilişkin pozitif ve sağlam fikirler, hoşgörüyü teşvikler, kardeşlik, ittifaklık, samimilik gibi konulara değinerek insanların iç âlemine seslenmeyi hedeflemektedir Ayrıca bu dergi Çin’in en etkili ve en iyi ilham verici dergisi olarak değerlendirilmektedir.⁸⁶

3.11.3. Televizyonlar

3.11.3.1. CCTV (China Central Television)



CCTV Logosu

Çin Merkez Televizyonu, kısaca CCTV, İngilizce China Central Television olarak belirtiliyor. 2 Eylül 1958’de Çin’in başkenti Pekin’de resmi yayın hizmetine başlamıştır. İlk dönemlerde sadece Pekin TV olarak, 1 Mayıs 1978’den şimdiye kadar Merkez TV (yani CCTV) olarak süregelmektedir.

Bu televizyon istasyonunun tüm yayınları uydu üzerinden gerçekleşmekte ve Çin Halk Cumhuriyetinin en çok izleyici kitlesine sahip görsel medyası olarak

⁸⁵ (Çevrimiçi), <http://www2.yilin.net.cn/yilin-index.htm>, (Erişim Tarihi:14 .4.2015)

⁸⁶ (Çevrimiçi), <http://www.yilin.net.cn/>, (Erişim Tarihi:14 .4. 2015)

tanınmaktadır. Yani günümüzde bu televizyon istasyonu sahip olduğu 45 farklı kanalıyla dünyanın en çok kanalı bulunan televizyon kuruluşu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu geniş uydu ağıyla sırf kendi topraklarına değil, belki dünyanın her köşesine ulaşabilmekte, sadece Çince değil çok dilli uluslar arası kanallara da sahip olabilmektedir.⁸⁷

CCTV'nin yıllık geliri 17 milyar dolar, marka değeri 19 milyar dolar, çalışan sayısı ise 3 binden fazladır.

CCTV Kanal Listesi

1) Ücretsiz kanallar

İzleyici kitlesine kablo ve uydu ağı aracılığıyla ücretsiz olarak hizmet etmekte olan kanallar:

- CCTV-1 Üniversal
- CCTV-2 Finans
- CCTV-3 Sanat
- CCTV-4 Çin Uluslararası (Asya)
- CCTV-4 Çin Uluslararası (Avrupa)
- CCTV-4 Çin Uluslararası (Amerika)
- CCTV-5 Spor
- CCTV-5 + Spor etkinlikleri(HD spor)
- CCTV-6 Film
- CCTV-7 Asker ve Harp

⁸⁷ (Çevrimiçi), <http://tv.cntv.cn/epg/>, (Erişim Tarihi:10.9. 2015)

- CCTV-8 Dizi
- CCTV-9 Belgesel (Çince)
- CCTV-9 Belgesel (İngilizce)
- CCTV-10 Fen ve Teknoloji
- CCTV-11 Opera: Opera Kanal
- CCTV-12 Toplum ve Hukuk
- CCTV-13 Haberler(Çince)
- CCTV-14 Çocuklar
- CCTV-15 Müzik
- CCTV- News (İngilizce)
- CCTV-Français (Fransızca)
- CCTV-Español (İspanyolca)
- CCTV- العربية (Arapça)
- CCTV-Русский (Rusça)
- CCTV- Cantonese (bu kanalda yayınlanan programların tamamı TVB, yani Hong Kong'daki ilk kablosuz ticari televizyon istasyonundan edinilmektedir)
- CCTV-TV Rehberi k
- CCTV-CTV Alışveriş
- CCTV-3D Stereo
- CCTV-22 HD (High Definition) olmak üzere toplam 22 kanaldan ibarettir.

2)Ücretli Kanallar

- CCTV-İlk Tiyatro
- CCTV- Tiyatro Fırtınası
- CCTV- Nostaljik Tiyatro
- CCTV- Müzik Fırtınası
- CCTV- Futbol Fırtınası
- CCTV- Devlet Askeri
- CCTV- Dünya Coğrafyası
- CCTV-Kadın Modası
- CCTV-Golf ve Tenis
- CCTV-CCTV butik kültür
- CCTV-Keşif
- CCTV- Eski Hikâyeler
- CCTV- Öğrenciler
- CCTV-Bilardo
- CCTV-Yeni Animasyon
- CCTV-Menkul Kıymetler
- CCTV-Video World

3) Dış yayın kanallar

- CCTV-Büyük Zengin
- CCTV-Eğlence (Yurtdışı eğlence kanalı)
- CCTV-Opera (Yurtdışı opera kanal)
- CCTV- Cantonese (Kantonca, bu kanalda yayınlanan programların tamamı TVB, yani Hong Kong'daki ilk kablosuz ticari televizyon istasyonundan edinerek yayınlanmaktadır)

4) Yurtdışı Alt İstasyonlar

- CCTV-Afrika İstasyonu: 11 Ocak 2012, Kenya'da kurulmuştur.
- CCTV-Amerika İstasyonu: 7 Şubat 2012'de Washington'da resmi olarak kurulmuştur.

5) Mobil TV Kanalları

- CCTV- Otobüs Mobil TV
- CCTV- Metro Mobil TV
- CCTV- Havayolu Mobil TV
- CCTV- Tren Mobil TV
- CCTV-Tramvay Mobil TV
- CCTV-Bina Mobil TV
- CCTV- Otel Mobile TV

• CCTV-Meydan Mobil TV olmak üzere farklı beş kategori çerçevesinde toplam 45 kanaldan oluşmaktadır.⁸⁸

CCTV İktisadi Durumu

CCTV fonlarının çoğunluğu istasyonun reklam gelirine dayanmaktadır. Bu televizyon, büyük çabalarla programlarının kalitesini sürekli artırarak, yurt içi izleyici kitlesi yüzde 30'a kadar artırmıştır. Ayrıca izleyici kitlesi ve reklam pastasına yönelik araştırma ve türlü çabalar neticesinde, şirketin reklam ve pazarlama hizmetleri "müşteri odaklı" yaklaşımıyla mütemediyen daha profesyonelleşmekte ve kurumsallaşmaktadır.



CCTV ekran resmi

CCTV'nin reklam geliri ülkenin toplam televizyon (ülkede toplam 500 kusun TV istasyonu bulunduğu söylenmektedir) reklam gelirinin yaklaşık üçte birini oluşturmaktadır.

1999 yılından bu yana, CCTV'nin toplam geliri her yılı sürekli artarak yeni ufuklar açmıştır. 2000 senesinde toplam gelir 0.97 milyar dolar, 2005 yılında toplam geliri 2.06 milyar dolar, 2010 yılında 11.3 milyar dolar, 2013 senesinde ise 17 milyar dolar olmuştur.

⁸⁸ (Çevrimiçi), <http://cctv.cntv.cn/> , (Erişim Tarihi:10.9. 2015)

Bu televizyon istasyonun ülke çapındaki izleyici kapsam oranı yüzde 95.9 olarak toplam bir milyar 188 milyon izleyici kitlesini elinde bulundurmaktadır. Yani ülkedeki toplam izlenme oranının yüzde 30'unu oluşturmaktadır. İzleyici kitlesinin günlük CCTV programlarını izleme süresi ortalama 52 dakika (kişi başı günlük TV izleme süresi 154 dakika) olmuştur ve ulusal uydu kanallarının izleyici memnuniyeti sıralamasında 12. sırada yer almaktadır.

134 ülkedeki 208 ulusal ve uluslar arası medya kuruluşlarıyla işbirliği yaparak çalışan CCTV'nin şu an dünya çapında toplam 14 muhabir istasyonu bulunmaktadır.

Ülkenin Açılım Hareketinden sonra çok hızlı gelişen bu istasyonun toplam program sayısı 400'e, günlük yayın süresi 270 saate ulaşmıştır. Çince, İngilizce, Fransızca, İspanyolca, Arapça, Rusça olarak toplam yedi dilde yurt içi ve yurt dışına yayınlanan bu programların yüzde 75.31'ni kendisi üretmektedir. Ülke çapındaki kapsama oranı yüzde 95.9 olarak, toplam bir milyar 188 milyon izleyici kitlesine sahiptir.

CCTV ise devlet tarafından onaylanan, uluslar arası televizyon programları telif hakkı işlemine sahip tek kurumdur. 36 ülkede TV programlarını pazarlama ofisinden toplam 145' bulunmaktadır.⁸⁹

3.11.3.2. Phoenix TV (Fenghuang Weishi)

Phoenix TV,CCTV'den sonra ülkenin en güçlü hem de Çince yayın yapan küresel TV istasyonudur. Yurt dışında Phoenix Satellite Television olarak bilinen bu TV istasyonu 31 Mart 1996'da Hongkong'da kurulmuştur. Mandarin Çince, Kantonca, İngilizce olarak toplam üç dilde yayın yapmaktadır.

Bu TV istasyonu Eurobird, Telsat-12, DirecTV, Echostar, G3-C, Satmex-6 Asya gibi uydu yayın platformlarıyla, Avrupa, Amerika, Latin Amerika, Orta Doğu ve Afrika'daki 150'den fazla ülke ve bölgedeki izleyicilerine ulaşabilmektedir.⁹⁰

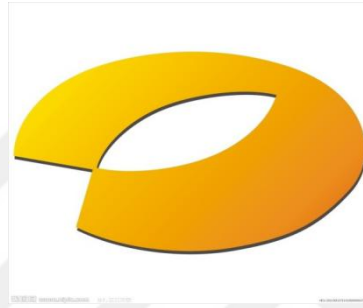
⁸⁹ (Çevrimiçi), <http://www.cntv.cn/>, (Erişim Tarihi:22 .4. 2015)

⁹⁰ (Çevrimiçi), <http://baike.baidu.com/view/34723.htm#1>, (Erişim Tarihi:22 .4. 2015)



Phoenix TV (Fenghuang Weishi) Logosu⁹¹

3.11.3.3. Hunan TV (Hunan Weishi)



Hunan TV (Hunan Weishi) Logosu⁹²

Çin'in en büyük 10 TV istasyonundan başka bir istasyon ise Hunan uydu TV istasyonudur. 1 Ocak 1997'de Hunan eyaletinin Changsha Şehrinde kurulmuştur. Ş an Asya 2 numaralı uydu aracılığıyla yayın hizmetini gerçekleştirmiştir.⁹³ Yurt içinde izleyiciler tarafından en çok beğenilen TV istasyonudur.

⁹¹ (Çevrimiçi), <http://g.hiphotos.baidu.com/baike/78b82376a.jpg>, (Erişim Tarihi:22 .4. 2015)

⁹² (Çevrimiçi), <http://p10.qhimg.com/t01e3db98be07b1e375.jpg>, (Erişim Tarihi:25.4. 2015)

⁹³ (Çevrimiçi), <http://baike.baidu.com/view/8145.htm> , (Erişim Tarihi:19.4. 2015)

3.11.3.4.GuangDong TV (Guangdong Dianshitai)



94

GuangDong TV Logosu

8 Temmuz 1996, Guangdong ilinin Guangzhou şehrinde kurulmuştur. Yeni kurulmasına rağmen en erken uydu kanalına sahip olan TV istasyonlarından biridir. Yurt içi izleyicileri hariç Rusya, Batı Afrika, Doğu Avrupa, Güney ve Güneydoğu Asya, Avustralya, Yeni Zelanda gibi yabancı ülkelerde 20 milyonun üzerinde bir izleyici kitlesine sahiptir.⁹⁵

3.11.3.5.Dragon TV (Dongfang Weishi)

Dragon TV ise yurt içindeki en etkili 10 uydu TV istasyonlarından biridir. Yani kapsam oranı sıralamasında beşinci sıradadır. 23 Ekim 2003'de Şangay'de kurulmuştur. Bu TV istasyonu yurt içi ve Kuzey Amerika, Japonya, Avustralya, Avrupa, Kanada, diğer ülke ve bölgeler dâhil olmak üzere toplam 800 milyon izleyiciye hizmet vermektedir.⁹⁶



Dragon TV (Dongfang Weishi) Logosu

⁹⁴ (Çevrimiçi),<http://photo.southcn.com/bbs/f497192005.1.29.12.43.4815.jpg>, (Erişim Tarihi:19.4. 2015)

⁹⁵ (Çevrimiçi),<http://about.gdtv.cn/2012/0118/6971.shtml>, (Erişim Tarihi:19.4. 2015)

⁹⁶ (Çevrimiçi),<http://cctvenchiridion.cctv.com/special/c18317/20070426/103593.shtml>,(Erişim Tarihi:20 .4. 2015)

⁹⁷ (Çevrimiçi),http://sars.eastday.com/epublish/big5/paper252/005/image/img1019508_1.jpg,(Erişim Tarihi:20 .4. 2015)

3.11.3.6.Jiangsu TV (Jiangsu Weishi)



Jiangsu TV (Jiangsu Weishi) Logosu

1 Mayıs 1960'de , Jiangsu Radyo Televizyon grubu tarafından Nanjing şehrinde kurulmuştur. 28 Aralık 1997'de uydu yayıncılığını başlatmıştır. 2008 yılından itibaren ülkenin doğusundaki en büyük uydu TV istasyonu olarak görülmektedir. Yurt içi kapsam oranı yüzde 100(şehir nüfusu bazında), yani ülkenin 337 şehrine ulaşabilmektedir.Yurt dışında Jiangsu Satellite TV adıyla bilinmektedir. Bu istasyonun TV sinyali dünya nüfusunun yüzde 72'sini kapsamaktadır.⁹⁹

3.11.3.7.Shenzhen TV (Shenzhen Weishi)



Shenzhen TV (Shenzhen Weishi) Logosu

28 Haziran 1994 tarihinde Guangdong eyaletinin Shenzhen şehrinde Shenzhen Medya Grubu tarafından kurulmuştur. En büyük 10 TV istasyonlarından biridir. Toplam 12 kanalı bulunmaktadır. Yurt içinde 500 milyondan fazla izleyici kitlesine sahiptir.

⁹⁸ (Çevrimiçi), http://i7.itc.cn/20090708/70b_3b02f10b_c01f_4621_973c_39c17995e90b_0.jpg. (Erişim Tarihi:9 .4. 2015)

⁹⁹(Çevrimiçi), <http://yule.sohu.com/20090706/n265010417.shtml>. (Erişim Tarihi:9 .4. 2015)

¹⁰⁰ (Çevrimiçi), <http://yule.kankan.com/contents/47/578724.shtml>. (Erişim Tarihi:9 .4.2015)

Yurt dışında Japonya, Kore, Tayland, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve başka bölgelere kadar uzanmıştır. 7 gün 24 saat sürekli yayın yapmaktadır. Bu TV istasyonunun maddi varlığı 50 milyar yuan'dır.

3.11.4. Radyolar

3.11.4.1. CNR (China National Radio)

CNR (China National Radio), Çin Halk Radyo istasyonu, Çin'in en önemli ve en etkili medya araçlarından biridir. 30 Aralık 1940'da ilk Yanan Xinhua radyosu olarak yayına başlamış, 5 Aralık 1949'da Çin Halk Radyo istasyonu (CNR) olarak şimdiye kadar yayın hizmetini devam ettirmektedir.



101

CNR Logosu

Bu radyo istasyonunun toplam 16 farklı kanalı bulunmakta ve bu kanalların hepsi uydu üzerinden her gün 324 saat yayın yapmaktadır.¹⁰² Ülke çapında (tüm il, özerk bölgeler, belediyeler hem de Hong Kong, Makao dâhil olmak üzere) toplam 39 muhabir istasyonu bulunmaktadır. Şimdi 40'tan fazla ülke ve bölgedeki önemli ve büyük çaplı medya kuruluşlarıyla işbirliği yaparak çalışmaktadır.

CNR ise 700 milyondan fazla dinleyici kitlesiyle ülkenin her tarafına ulaşan tek radyo ve dünyadaki yurt içi izleyici kitlesi en çok radyo istasyonu olarak tanınmaktadır. Bu radyo ülke ve dünya genelinde en gelişmiş medya merkezi, multimedya stüdyosu, ses kayıt stüdyosuyla donatılmış; tüm programların hepsini kendisi bizzat üretme,

¹⁰¹ (Çevrimiçi), http://pic27.nipic.com/20130131/8004248_214211373379_2.jpg. (Erişim Tarihi:17.10.2015)

¹⁰² (Çevrimiçi), <http://baike.baidu.com/view/5580.htm>. (Erişim Tarihi:17.10.2015)

depolama, yayınlama kapasitesine sahip radyo kuruluşları sırasında yer almaktadır. İstasyon bünyesinde çalışan toplam kişi sayısı 2 bin 100'ün üzerindedir. Ayrıca "Çin Radyo Gazetesi", "Çin Radyo Dergisi", "Uluslararası Müzik Arşivi", "Seçilmiş Radyo Şarkısı" ile buna benzer dergi ve gazeteler de CNR tarafından yayınlanmaktadır.

3.11.4.2.Çin Uluslararası Radyosu (CRI)



Çin Uluslararası Radyosu (CRI) Logosu

Çin Uluslararası Radyosu ise 3 Aralık 1941 tarihinde Yan'an şehrinde kurulmuştur. Şimdiki istasyon merkezi Pekin'dedir. Bu radyo istasyonu ilk yayını Japonya başlatmıştır. Halk radyosundan başka Çinin uluslar arası yayın yapan radyosudur. Çalışan sayısı 2000'dir. Toplam 61 dilde yayın yapmaktadır.¹⁰³

3.11.4.3.Tianjin Halk Radyosu

Bu radyo istasyonu 15 Ocak 1949 tarihinde Tianjin şehrinde kurulmuştur. Çinin eski medya kuruluşlarından sayılmaktadır. 1981 yılından bu yana, Japonya, Avustralya, Amerika, Singapur ve Avrupa'daki BBC gibi birçok etkili küresel radyo istasyonlarıyla sıkı bir iletişim ağı kurmuştur. 15 Ocak 1949 tarihinde Tianjin Halk Yayın İstasyonu kurulmuştur. Toplam 6 farklı kanal ve 40'ten fazla radyo programı bulunmaktadır.¹⁰⁴

¹⁰³ (Çevrimiçi), http://baike.baidu.com/view/34368.htm?fr=aladdin_ (Erişim Tarihi:14 .4. 2015)

¹⁰⁴ (Çevrimiçi), <http://baike.baidu.com/view/272800.htm?fr=aladdin#1> , (Erişim Tarihi:18 .4. 2015)

3.11.4.4.Zhejiang Halk Radyosu



浙江电视台

105

Zhejiang Halk Radyosu Logosu

Ülkenin 10 büyük radyo istasyonundan biri olan Zhejiang Halk Radyosu,25 Mayıs 1949, Hangzhou şerinde kurulmuştur. Bu istasyon Zhejiang eyaletinin temsilci medyası olarak görülmektedir. Mandarin Çincenin yanı sıra başka çeşitli lehçelerde de yayın yapmaktadır.¹⁰⁶

3.11.4.5.Guangdong Halk Radyosu



107

Guangdong Halk Radyosu Logosu

20 Ekim 1949 tarihinde Guangzhou şehrinde kurulmuştur. Günümüzde bu radyo istasyonunun 9 radyo kanalı, 3 TV kanalı, 2 gazetesi, 17 web sitesi ve 2 online radyosu bulunmaktadır. Ülkenin nispeten eski ve büyük radyo istasyonlarından sayılmaktadır. Günlük yayın süresi 137 saattir.¹⁰⁸

¹⁰⁵ (Çevrimiçi), <http://e.hiphotos.baidu.com/baike/w%3d268/sign=a801dc87.jpg>, (Erişim Tarihi:26 .4. 2015)

¹⁰⁶ (Çevrimiçi), <http://baike.baidu.com/view/272624.htm?fr=aladdin#1>, (Erişim Tarihi:26 .4. 2015)

¹⁰⁷ (Çevrimiçi), <http://img4.imgtn.bdimg.com/it/u=1416848829,2181717289&fm=21&gp=0.jpg>, (Erişim Tarihi:28 .4. 2014)

¹⁰⁸ (Çevrimiçi), <http://baike.baidu.com/view/3645297.htm?fr=aladdin>, (Erişim Tarihi:28 .4. 2014)

3.11.4.6.Şangay Halk Radyosu



Şangay Halk Radyosu Logosu

Bu Radyo İstasyonu Şangay şehrinin kurtuluş günü, yani 27 Mayıs 1949 tarihinde kurulmuştur. Şu an toplam 16 farklı radyo kanalına sahiptir. 100'den fazla radyo programı yayınlanmaktadır. Hafta içi günlük ortalama yayın süresi 87,5 saattir.¹⁰⁹

¹⁰⁹ (Çevrimiçi), <http://img3.imgtn.bdimg.com/it/u=2915688172,1032838157&fm=21&gp=0.jpg>, (Erişim Tarihi:28 .4.2015)

¹¹⁰ (Çevrimiçi), <http://radio.smgbb.cn/radio/pl/shrmgbdt/>, (Erişim Tarihi:28 .4. 2015)

4. XINHUA AJANSI VE YENİ MEDYA ÇAĞINDA HABERCİLİK

Devletin tam desteğiyle kurulan ve her geçen gün gittikçe büyüyen XinHua ajansı Çin'deki yasal haber denetleyici üst kurul ve dünya çapında haber dağıtımını yapanen yetkili tek medya kuruluşudur. Aynı zamanda geniş çapta devletten yana olarak haber sansürü uygulama özelliği taşımaktadır. XinHua ajansı Çin'in en eski medya kuruluşlarından bir sayılmaktadır. Çin'in resmi haber ajansı olan XinHua, Küba, Kuzey Kore, Vietnam ve Rusya gibi komünizm çerçevesinde habercilik yapma anlayışına sahiptir ve benzer yönetim biçiminde habercilik yapmaktadır. Çin Komünist Partisinin tam destek ve liderliği ile hızlı bir şekilde gelişmekte olan XinHua, parti ve halkın ağzı, gözü, burnu, kulağı olma görevini üstlenerek ve partinin ülkedeki 56 ulusu ittifaklaştırarak bugüne kavuşmasında çok önemli rol oynamıştır.¹¹¹

4.1. Xinhua Ajansının Kuruluşu



Xinhua Ajansı Logosu

JiangXi eyaletinin Ruijin ilçesinde 7 Kasım 1931 yılında kurulan Kızıl Çin Haber Ajansı, 1937 yılı ocak ayında ShanXi eyaletinin YanAn şehrinde XinHua (Yeni Çin

¹¹¹ Bikeertiemuer MAIMAITIMIN, ÇİN Ulusal Haber Ajansı: Xinhua ve Güncel Çin Basını , İstanbul, 2014, Yüksel lisans Tez, Marmara Üniversitesi, s.107

haber Ajansı) adını almıştır. Çin Halk Cumhuriyetinin 1949 yılında kurulmasının ardından XinHua, özellikle 1978 den sonra, ülkenin “açılma programı” çerçevesinde hızlı büyüyerek, Çin’de en geniş bilgi merkezi ve dünya çapında büyük haber ajanslarından biri olma niteliğine sahip olmuştur.

Yurtiçi ve yurtdışı bürolarda çalışanlarla toplam 10 bin üzerinde personeli bulunan XinHua’nın genel müdürlüğü Pekin’dedir. XinHua bünyesinde ayrıca basımevi, haber araştırma enstitüsü, dünya sorunları araştırma merkezi, gazetecilik okulu da yer almaktadır.

XinHua’nın TaiWan bölgesi hariç bugün, belediyelerde, tüm otonom bölgelerde, Halkın Özgürlüğü ordusunda, Halk Silahlı Polis Kuvvetlerinde, ayrıca Hongkong ve MaCao’da olmak üzere yurt içinde toplam 33 bölgede şubeleri bulunmaktadır. Yurtdışında toplam 900 den fazla kişinin çalıştığı 140’tan fazla bürosu vardır. Dünyanın dört bir köşesine yayılan bilgi ve haber toplama ağıyla, , multimedyalı, çok dilli, çok kanallı, çok düzeyli ve çok fonksiyonlu haber dağıtım sistemi oluşturulmuştur.

Çin’deki yabancı ajansların haber bültenleri XinHua haber ajansı aracılığıyla yayımlanmaktadır. 1996 yılında bu yana da, yabancı ajansların ekonomik bültenlerinin yayımlanmasını üstlenmiştir. Ajans bu hizmeti için bülten satış fiyatı üzerinden yüzde 7lik bir komisyon almaktadır. Bunun yanı sıra, ekonomi bülten yayımlamak isteyen yabancı ajanslar, Çin’deki müşterileri ve gelirleriyle ilgili ayrıntılı bilgileri XinHua’ya bildirmek zorundadırlar.¹¹²

XinHua haber ajansı ülke çapında gazetelere, dergilere, radyo ve televizyon istasyonlarına geniş biçimde haber ve haber malzemesi sağlamanın yanı sıra yabancı ülkelere İngilizce, Fransızca, Rusça, İspanyolca, Portekizce, Arapça ve Japonca olmak üzere sekiz dilde, 24 saat sürekli olarak günde yaklaşık 500 bin kelimelik iç dış haber ve

¹¹² (Çevrimiçi), <http://baike.baidu.com/view/65655.htm> , (Erişim Tarihi:1 .12. 2015)

makaleler yayınlamaktadır. Dünyanın dört tarafına yazılı, görsel işitsel, internet ve SMS şeklinde haber iletmektedir.¹¹³

130 ülkede 5000 civarında aboneli bulunan XINHUA, 95 yabancı haber ajansı ve enformasyon kuruluşuyla işbirliği anlaşması imzalamıştır.

4.2. Çin Haber Ajansının Tarihçesi

JiangXi eyaletinin Ruijin ilçesinde 7 Kasım 1931 yılında kurulan Kızıl Çin Haber Ajansı, 1937 yılı Ocak ayında ShanXi eyaletinin YanAn şehrinde XinHua (Yeni Çin Haber Ajansı) adını almıştır. Bu ajans Çin' komünist partisi liderliğinde kurulan en eski ve en yetkili medya kuruluşudur.

XinHua haber ajansı 30 Aralık 1940'ta Yan'an Xinhua radyosunu, yani şimdiki Merkez Halk Radyosunu kurmuştur. 1 Eylül 1944 tarihinden başlayarak yabancı ülkelere İngilizce radyo haberleri yayınlamaya başlamıştır. Japon-Çin savaşı döneminde, Huabei, Suiyuan, Jinchaji, Shandong, Huazhong gibi Japon'a karşı mücadelede veren cephe bölgelerinde şubeler kurmuştur. O dönemde XinHua haber ajansı, savaş bölgelerinde olup bitenlerden yurt içi ve yurt dışına haber aktaran tek kaynak olmuştur.

XinHua haber ajansı 1 Ekim 1949 yılında Çin Halk Cumhuriyetinin kurulmasından sonra, ülke genelindeki tüm şubelerini birleştirerek ve düzenleyerek, resmi anlamda bir devlet haber ajansına dönüştürülmüştür.

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren, XinHua haber ajansı ülke'nin ulusal haber ajansı olabilmekle beraber, uluslararası haber ajansının bazı özelliklerini de oluşturmaya başlamıştır. 1983 yılı Çin komünist partisinin onaylamasıyla, XinHua haber ajansı daha hızlı adımlarla gelişmektedir. Ayrıca, Xinhua Haber Ajansı, Associated Press, Reuters, Agence France-Presse'lerle birlikte dünyanın büyük haber ajanslarından biri olarak bilinmektedir ve önemli uluslararası haber ajanslarının bazı nitelikleri yakalamayı başarmıştır.

¹¹³ (Çevrimiçi), <http://baike.baidu.com/view/5580.htm> , (Erişim Tarihi: 1 .12. 2015)

Devlet, ajansı uluslar arası haber ajansı olarak kurmak için, ajansın multimedya, içerik üretimi, dağıtım biçimi, pazarlama modeli, teknik bileşim, yönetim sistemi ve bütün organizasyon yapısına yönelik stratejik çalışmaların 2015 yılına kadar tamamlanmasını planlamıştır.

4.3. Xinhua Ajansının Temel İşlevi

1970 yıllarda ülkenin gelişmesi ve Çin Komünist Partisinin güçlenmesiyle birlikte, Xinhua Ajansının fonksiyonları yavaş yavaş güçlenmiş ve genişlemiştir. Yeni dönemde, Xinhua Haber Ajansı dört ana işlev çerçevesinde hareket etmektedir:

1. parti ve halkın gözü, ağzı, burnu ve kulağı olmak.
2. Ulusal haber ajansı olmak.
3. Bilgi ve haber merkezi.
4. Uluslararası medya kuruluşu.

Ajansın yukarıdaki bu dört işlevi genellikle üç türlü dağıtım biçimi aracılığıyla yerine getirilmektedir:

- 1) Geleneksel dağıtım biçimi: genellikle kamuya açık haberler, rapor vs,
- 2) Çağdaş haber dağıtım biçimi: yeni teknik olanaklarla gelişen internet, ses, video, SMS ve diğer haber dağıtım biçimleri,
- 3) Ajansın Gazete ve Dergileri.

XinHuan ajansının bu haber dağıtım biçimleri bir birini tamamlayarak ve ortak bir güç oluşturarak, ülke içinde doğru kamuoyu oluşturmak ve uluslararası kamuoyu üzerinde olumlu etki yaratmak için önemli rol oynamaktadır.

1991 yılı XinHua ajansının 60. yıldönümü vesilesiyle düzenlenen kutlama töreninde, Çin Halk Cumhuriyetinin Cumhurbaşkanı Zhang, XinHua haber ajansının yayınladığı haberlerin sadece ülke kamuoyuna değil, hatta uluslar arası kamuoyu üzerine de önemli etkisi olduğunu, onun için, komünist partinin XinHua haber ajansını ülkenin durum ve stratejisine uyan, Çin'in sosyalizm özelliklerini taşıyan, dünyanın en büyük ve en güçlü modern haber ajansı olarak geliştirileceğini bildirmiştir.

4.4. Xinhua'ya Doğrudan Bağlı Olan Alt Kurumlar

"Liaowang -Görünüm" dergisi yayıncılığı, "Jingji cankaobao-Günlük ekonomik bilgi" gazetesi, "Xinhua meiri dianxun-Xinhua günlük telgraf" yayıncılığı, "Banyuetan-Yarım aylık sohbet" dergisi, "Cankao xiaoxi- Referans mesajlar" gazetesi,Xinhua Yayınları, Ekonomi haberler yayın merkezi, Haber ve bilgi merkezi, Xinhua eğitim ve yetiştirme merkezi, ses ve video haber merkezi, Haber araştırma merkezi ve gazetecilik enstitüsü", Ajans yönetim merkezi.

4.4.1. XinHua'ya Doğrudan Bağlı Şirketler

Xinhua Haber Ajansı Holding,Xinhua Ağı A.Ş, Çin Uluslararası Kültürel İletişim A.Ş, Çin Shenzhen Kalkınma A.Ş, Xinhua Haber Ajansı reklam merkezi, Xinhua Haber Ajansı basım A.Ş, Çin Fotoğraf Yayıncılığı A.Ş, "Çin Menkul Kıymetler" gazetesi A.Ş, "Şangay Menkul Kıymetler" gazetesi A.Ş, "Modern Express" gazetesi A.Ş, "Modern Altın Haberler" gazetesi A.Ş.

4.4.2. Yurtiçi Şubeleri

Pekin Şubesi, Tianjin Şubesi, Hebei Şubesi, Shanxi Şubesi, İç Moğolistan Şubesi, Liaoning Şubesi, Jilin Şubesi, Heilongjiang Şubesi, Shanghai Şubesi, Jiangsu Şubesi, Zhejiang Şubesi, Anhui Şubesi, Fujian Şubesi, Jiangxi Şubesi, Shandong Şubesi, Henan Şubesi, Hubei şubesi, Hunan şubesi, Guangdong Şubesi, Guangxi Şubesi, Hainan Şubesi, Sichuan Şubesi, Chongqing Şubesi, Guizhou şubesi, Yunnan Şubesi, Tibet Şubesi, Shaanxi Şubesi, Gansu Şubesi, Qinghai Bürosu, Ningxia Şubesi, Xinjiang Şubesi, Dalian şube, Ningbo şube, Wenzhou şube, Xiamen şube, Qingdao şube, Shenzhen şube, Üç Boğaz şube, güney Anhui şubesi, Shanbei şubesi, Xinjiang Üretim ve İnşaat Kolordu şubesi, Guilin şubesi, Zhuhai Şubesi.

4.4.3. Yurtiçi Muhabir İstasyonları

Xinhua haber ajansının yurt içinde çalışmakta olan Anbian muhabir istasyonu, Jidong muhabir istasyonu, Üç Boğaz Rezervuar Alanı Muhabir istasyonu, Nyingchi muhabir İstasyonu, Sanya muhabir istasyonu, güney bölge muhabirler istasyonu, Ili muhabirler istasyonu, Anshan gazeteciler İstasyonu olmak üzere toplam sekiz muhabirler istasyonu bulunmaktadır.

4.4.4. Xinhua Ajansının Yurt Dışı Şubeleri

1. Yurt dışı merkez bürolar
 - 1) Asya-Pasifik Bölgesi merkez bürosu Hong Kong'da.
 - 2) Ortadoğu Bölgesi merkez bürosu Kahire'de, Mısır.
 - 3) Latin Amerika Bölgesi merkez bürosu Meksika'da.
 - 4) Afrika merkez bürosu: Nairobi'de, Kenya.
 - 5) Avrupa merkez bürosu, Brüksel'de, Belçika.

- 6) Kuzey Amerika merkez bürosu New York'ta.
- 7) ASEM merkez bürosu Moskova'da bulunmaktadır.

2. Yurt dışı şubeler

Asya-Pasifik Bölgesi: Asya-Pasifik merkez bürosu (Hong Kong Şubesi), Makao (Macau) şubesi, Dakka (Bangladeş) şubesi, Tokyo (Japonya) şubesi, Seul (Güney Kore) şubesi, Hanoi (Vietnam) şubesi, Wellington (Yeni Zelanda) şubesi, Kuala Lumpur (Malezya) şubesi, Katmandu (Nepal) şubesi, Phnom Penh (Kamboçya) şubesi, Kabil (Afganistan) şubesi, Canberra (Avustralya) şubesi, Colombo (Sri Lanka) şubesi, Manila (Filipinler) şubesi, Bangkok (Tayland) şubesi, Pyongyang (Kuzey Kore) şubesi, Ulan Batur (Moğolistan) şubesi, Yeni Delhi (Hindistan) şubesi, Singapore (Singapur) şubesi, Jakarta (Endonezya) şubesi, Yangon (Myanmar) şubesi, İslamabad (Pakistan) şubesi.

Avrupa Bölgesi: Avrupa merkez bürosu (Belçika), Almatı (Kazakistan) şubesi, Paris (Fransa) şubesi, Berlin (Almanya) şubesi, Belgrad (Sırbistan ve Karadağ) şubesi, Budapeşte (Macaristan) şubesi, Bükreş (Romanya) şubesi, Prag (Çek Cumhuriyeti) şubesi, Tiran (Arnavutluk) şubesi, Helsinki (Finlandiya) şubesi, Varşova (Polonya) şubesi, Kiev (Ukrayna) şubesi, Riga (Letonya) şubesi, Lizbon (Portekiz) şubesi, Londra (İngiltere) şubesi, Roma (İtalya) şubesi, Madrid (İspanya) şubesi, Moskova (Rusya) şubesi, Cenevre (İsviçre) şubesi, Stockholm (İsveç) şubesi, Sofya (Bulgaristan) şubesi, Viyana (Avusturya) şubesi, Atina (Yunanistan) şubesi vs.

Orta Doğu Bölgesi: Orta Doğu merkez bürosu (Mısır) şubesi, Kudüs (İsrail) şubesi, Tunus (Tunus) şubesi, Sanaa (Yemen) şubesi, Lefkoşa (Kıbrıs) şubesi, Riyad (Suudi Arabistan) şubesi, Rabat (Fas) şubesi, Kuveyt (Kuveyt) şubesi, Kahire (Mısır) şubesi, Hartum (Sudan) şubesi, Gazze (Filistin) şubesi, Tahran (İran) şubesi, Şam (Suriye) şubesi, Beyrut (Lübnan) şubesi, Bağdat (Irak) şubesi, Amman (Ürdün) şubesi, Ankara (Türkiye) şubesi, Cezayir (Cezayir) şubesi, Abu Dabi (Birleşik Arap Emirlikleri) şubesi.

Amerika Kıtası: Latin Amerika merkez bürosu (Meksika), Birleşik Milletler Şubesi (ABD), Washington şubesi (ABD), Los Angeles (ABD) şubesi, Ottawa (Kanada) şubesi, Havana (Küba) şubesi, San Jose (Kosta Rika) şubesi, Bogota (Kolombiya) şubesi, Rio (Brezilya) şubesi (Portekizce yayın yapıyor), Brasilia (Brezilya) şubesi, Managua (Nikaragua) şubesi, Santiago (Şili) şubesi, Quito (Ekvador) şubesi, Panama (Panama) şubesi, Buenos Aires (Arjantin) şubesi, Lima (Peru) şubesi, Karkas (Venezuela) şubesi, Montevideo (Uruguay) şubesi, Meksika (Meksika) şubesi.

Afrika: Afrika Bölgesinde ise merkez bürosu (Kenya), Abidjan (Fildişi Sahili) şubesi, Brazzaville (Kongo) şubesi, Dakar (Senegal) şubesi, Dar es Salsam (Tanzanya) şubesi, Harara (Zimbabve) şubesi, Kinshasa (Kongo Demokratik Cumhuriyeti) şubesi, Kampala (Uganda) şubesi, Lagos (Nijerya) şubesi, Libreville (Gabon) şubesi, Lusaka (Zambiya) şubesi, Luanda (Angola) şubesi, Lome (Togo) şubesi, Maputo (Mozambik) şubesi, Nairobi (Kenya) şubesi, Antananarivo (Madagaskar) şubesi, Yaunde (Kamerun) şubesi, Addis Yabei Ba (Etiyopya) şubesi, Johannesburg (Güney Afrika) şubesi olmak üzere toplam 19 şubesi bulunmaktadır.

4.5. Ajansın Haber Toplama Biçimi

4.5.1. Küresel Uydu Yayın Ağı

Genelde küresel ağ olarak dile getirilen küresel uydu yayın ağı, ajansın yurt içi ve yurt dışı abonelerine metin, resim, grafik, ses, video ve diğer biçimlerde haber ya da haber malzemesi sunan en geniş iletişim ağı, hem de şu an Xinhua haber ajansının en önemli bilgi iletim aracıdır.

Bu iletişim ağı 2000 yılı ocak ayında resmen hizmete açılmıştır. Bu küresel ağ toplam dört uydu ile sinyal dağıtmakta olup, bu ağ kuzey ve güney kutup bölgeleri hariç dünyanın her tarafını kuşatmaktadır. Abonelere yönelik geliştirilen bazı tarayıcılar abonelerinin bilgi ihtiyacı ve gereksinimlerine göre devreye girerek, abonelerin faaliyetlerine göre anında değişiklikler yapmak, denetlemek ve gerekirse sansürlemek gibi özelliklerine sahiptir. Yüksek teknolojik donatımla geniş kapsamlı geliştirilen bu

sistem ajansın anında ve istikrarlı şekilde haber ya da haber malzemesi toplayabilmesini ve aktarmasını garanti altına almıştır.

4.5.2. İnternet

İnternet, dünya üzerindeki bütün bilgisayarların bir birine bağlanmasını sağlayan geniş ağa denir. İnternet sözcüğü “İnternational Network” sözcüğünden oluşmuştur ve uluslar arası ağ anlamına gelen internet, milyonlarca alt ağdan oluşan ve ağlar içerisinde aktif olarak bulunan insanların tümünü yazılı, görsel ve işitsel olarak bir araya getirerek çift yönlü etkileşim halinde bulunmalarını sağlayan bir protokoldür.

İnternet sayesinde istenilen bilgiye kolayca ulaşılmakta ve bilgi hızla yayılmaktadır. Bu yüzden, artık pek çok radyo, televizyon ve gazete gibi medya dalları internet üzerinden de yayın yapmayı hem bilgi toplamayı tercih etmektedirler. İnternet ile küreselleşme daha da hızlanmış, tüm dünya ile iletişim büyük bir kolaylık kazanmış ve son dönemdeki Wikileaks olayında da görüldüğü üzere internet tüm dünyanın siyasi, ekonomik ve sosyal yaşamı üzerinde etkili olan bir iletişim organı haline dönüşmüştür.

Günümüzde ise internet, sadece haber ajansı için değil, belki tüm medya kuruluşları için, gerek haber ya da haber malzemesi toplamada gerek bilgi ve haber aktarmada olsun en önemli bir iletişim aracıdır.

4.6. Xinhua Ajansının Haber Dağıtım Biçimleri ve Değişen Ajans Haberciliği

Xinhua haber ajansı holdingleşme sürecinde, çeşitli haber dağıtım biçimleri ve medya araçlarını geliştirerek, geleneksel ajans haberciliği, yazılı basın, görsel ve işitsel medya, internet yayıncılığı, profesyonel ekonomik bilgi hizmetleri, veritabanları ve arama hizmetleri, mobil gazetecilik ve diğer yeni medyalar entegre edilmiş bir yapı içerisinde, kendi işlevlerini yerine getirmektedir.

Ajansın kullandığı dağıtım biçimleri şunlardır:

4.6.1. Geleneksel Dağıtım Biçimi

Geleneksel biçimde yayınlanan haberlerin içeriği çoğunlukla, parti ve devlet politikalar, ulusal ya da uluslararası ilişkiler, ekonomik, askeri, diplomatik, kültürel haberler ve diğer alanlarla ilişkin önemli konulardan oluşmaktadır. Günlük yaklaşık 600 tane haber 24 saat sürekli yazılı olarak yayınlanmaktadır. Geleneksel biçimde yayınlanan haberleri içerik açısından şöyle sınıflandırabiliriz: raporlar, spor haberleri, hizmet ve servis niteliği taşıyan haberler, ekonomik haberler, sosyal ve kültürel haberler.

1.Raporlar

Xinhua haber ajansı tarafından yayınlanan yazılı raporlar "Yayın hakkı", "Xinhua Penceresi", "Xinhua Yorumu", "Uluslararası Gözlem", "Siyaset", "Uluslararası", "Hong Kong, Macao ve Tayvan", "Dışişleri", "Sosyal", "Ekonomi", "Boğaz Yorumu", "Kanun", "Teknoloji", "Tıp ve İnsan Sağlığı", "Eğitim", "Spor", "Kültür", "Medya Olayları", "Xinhua Hızlı Haberler" gibi programlar çerçevesinde, 24 saat sürekli olarak toplam 250 tane haber abonelerine ve okurlara ulaştırılmaktadır.

Bu raporların ana içeriği:

- 1) Parti ve devletin politika, yasa, ilke, çeşitli görüş ve teşebbüsleri.
- 2) Uluslar arası ilişkiler ve dalgalanmalar, ülke içi ve dışındaki önemli siyasal, ekonomik, bilimsel, eğitim, diplomatik ve askeri değişim ve stratejiler.
- 3) Parti ve Danıştay'ın önem verdiği konular, halledilmesi zorunlu ve ülke vatandaşı için hayati önem taşıyan mühim meseleler.
- 4) Kendini geliştirmiş şahıs ve bireylerin tanıtımı.
- 5) Yurt içi ve yurt dışında acil ve aniden ortaya çıkan siyasi olaylar.
- 6) Toplumda mevcut olan yolsuzluk, yozlaşma ve çeşitli olumsuz olayların açığa çıkarılması.

7) Yurtiçi ve yurtdışında toplumun dikkatini çeken büyük bilimsel ve teknolojik, kültürel ve spor haberleri vs.lerden oluşmaktadır.

2. Spor Haberleri

Geleneksel biçimde yayınlanan spor haberleri genellikle yurt içi ve yurt dışındaki önemli spor etkinlikleri, spor reklamları, ünlü sporcular, spor alanındaki rekor ve gelişmeler, irili ufaklı spor kuruluşları, dünya olimpiyat oyunları, Asya olimpiyat oyunları, Dünya Kupası, Avrupa Şampiyonası, NBA, CBA(China Basketball Assosiation) ve diğer önemli spor olayları çerçevesinde yürütülmektedir.

Bu haberler “Spor Odağı”, “Ünlüler”, “Spor Kalem”, “Maç Öncesi”, “Ünlülerin Bakış Açısı” vb. programlar aracılığıyla okurlara kavuşmaktadır.

İçerik açısından bu haberleri daha teferruatlı bir şekilde şöyle sınıflandırabiliriz:

1) Uluslar arası futbol haberleri; yani Avrupa Birliği Şampiyonlar Ligi, Dünya Kupası, Asya Şampiyonlar Ligi, Avrupa Futbol Şampiyonası ve Asya Futbol Şampiyonası ve diğer uluslar arası önemli futbol maçları.

2) Yurt içi futbol haberleri; yurt içi futbol maçları, ünlü oyuncu ve takımlar, kadın futbol takımları, futbol stadyumu, futbol alanındaki gelişmeler ve diğer futbola yönelik kamu hizmetleri.

3) Basketbol haberleri; uluslar arası ve ulusal basketbol turnuvası, NBA sporcuları, CBA (Çin Basketbol Birliği) sporcuları ve etkinlikler, önemli basketbol turnuvası, ünlü basketbol oyuncuların özel yaşamlarıyla ilgili haberler gibi.

4) Yurt içi ve yurt dışında düzenlenen masa tenisi, badminton(tüylü top), jimnastik maçları ve diğer spor etkinlikleri.

5) Fiziksel fitness ve boş zaman aktiviteleri.

24 saat sürekli olarak her gün ortalama 60 kusun parça haber yayınlanıyor.

3.Hizmet ve Servis Amaçlı Haberler

Bu tür haberler, çoğunlukla halkın günlük yaşamlarıyla ilgili genel bilgiler, aile, akraba, cinsiyet ve iş hayatlarına yönelik hizmet amaçlı haberleri içermektedir. Yani genel kültür, araba alım satımı, ev fiyatları, turizm-seyahat, sağlık, tıp, bilişim, iletişim, personel istihdamı, güncel eğilim, öğrenim ve eğitim, meteoroloji, çevre kirliliği gibi.

Ana konular:

1) Yaşam: yaşamla alakadar tüm haber ve bilgiler bu çeşit haberlerin tam merkezindedir. Özellikle hayatın en sıcak, en şüpheli ve en zor taraflarını yansıtmaya çalışıyor.

2) Kalite kontrol hizmetleri: kamuyu ilgilendiren ürün kalitesi konularında kapsamlı ve detaylı makaleler yayınlıyor. Bunların temel içerikleri, ürün kalitesi, kalitesiz ürün izleme, kaçakçı kurumları ziyaret, soruşturma, kalitesiz üründen kaçınma tekniği gibi konulardan oluşmaktadır.

3) Gazeteciler müşahedesi: gazetecinin bizzat tanık olduğu toplumun maddi hem manevi türlü üretim, tüketim, ihtiyaç ve talepleri, yaşam ve hayatlarının en ince noktaları.

4) Şehirlerarası karşılaştırma: yurt içi ve yurt dışı önemli şehirlerin hayat şartları, yaşam tarzı, tüketici davranışları, yemek âdeti, gelenek görenekleri ve diğer koşulların karşılaştırılması gibi.

5) Xinhua sayısal mesajı: halkla doğrudan bağlantılı olan tüketici-fiyat endeksi, istihdam endeksi, borsa endeksi, turizm endeksi, tıbbi bakım endeks, öğretim-öğrenim ve başka sahalardaki önemli sayısal bilgiler.

6) Nanchen gözlemi: Xinhua haber ajansı “Otomotiv Servis” programının sunucusu hem otomobil servis uzmanı Nanchen tarafından hazırlanan otomobil alım satımı, otomobil bakımı, otomobil fiyatı, otomobille ilgili yorum ve diğer temel bilgiler.

7) Konutlar: büyük ve orta şehirlerdeki ev fiyatı, yerleşim dağılımı, kira, ev fiyatlarının eğilimi gibi.

8) Medikal Haberler.

24 saat sürekli olarak her gün ortalama 60 parçadan fazla yazılı ve 20'den fazla fotoğraf ve grafikli haber yayınlanıyor.

4.Ekonomi Haberler

Genel olarak ülkenin finansal durumu, finansal analiz, yorum, bankacılık, sigorta, borsa, menkul kıymetler, yatırım, vergi, ticaret gibi konulardan oluşan ve ekonominin tüm yönlerini kapsayan bu finansal haberlerin içeriklerini daha detaylı bir şekilde şöyle açıklayabiliriz:

1) Otorite haberler: komünist parti, hükümet ve Danıştay'ın ekonomik politika, ülkenin ekonomik sistem ve yapısı, makro ve mikro ekonomi hakkında aldıkları kararlar hem de önemli iktisadi gelişimler.

2) Mali Odak: iktisadi alandaki hassas ve zor konular, akademik araştırma ve uygulamalar, soruşturma, yorumlama ve finans fenomen izleme vs.leri içerir.

3) İktisadi analiz: kamuyu yakından ilgilendiren mühim meseleler, menkul ve gayrimenkul kıymetler, yatırım ve vergilerin detaylı analizi.

4) Finansal dinamik: vergilendirme, finans, menkul kıymetler, sigorta, ticaret ve sanayi ile ilgili en güncel bilgiler.

5) Mali Yorumlama: son mali ve ekonomik politikaların tanıtımı hem de yorumlanması.

6) Finansal rakamlar: her türlü mali istatistik, finansal indeks, irili ufaklı ekonomik olaylara ilişkin sayısal veriler.

7) Perspektif: ülke içi ve dünya çapındaki ekonomi uzmanlarıyla görüşme, uzmanların görüş, teklif, tavsiye ve önerileri.

8) Şirket raporları: holdingleşme, piyasa giriş çıkış, başarılı şirketlerin stratejik yönetimi ve tarihçesi, risk yönetimi, iflas olan şirketlerin başarısızlık nedeni,

farklı mülkiyet sahipliliği, işletmelerin yönetim ve organizasyon yapısıyla ilgili haberler.

9) Ekonomi ve Hukuk ilişkisinin incelenmesi.

10) Ünlü iktisatçılar: yani yurt içi ve yurt dışı ekonomik alanda büyük başarı elde eden ünlü şahıslar, zenginler, ayrıca meşhur iktisat bilimcilerin tanıtımı vb.

11) Hong Kong, Macao ve Tayvan'la ilgili ekonomik haberler, bu üç bölgenin finansal durumu, yatırım yapmanın avantaj ve dezavantajları, finansal yönetim projeleri, ekonomik dalgalanma ve sayısal rakamların irdelenmesi.

12) Dünya ekonomisinin analizi, yani gelişmiş ve gelişmekte olan devletlerin ekonomik sistemi, bu devletlerin kriz döneminde sergilediği strateji ve davranışlar, dinamik raporlar, gelişmiş ülkelerle Çin'in ekonomik yapısındaki fark ve benzerlilikler vs.

Ajans, geleneksel dağıtım biçiminde 24 saat sürekli olarak her gün ortalama 60 küsur ekonomik haber yayınlanmasını sağlamaktadır.

5.Sosyal ve Kültürel Haberler

Sosyal ve kültürel haberler, toplumun her türlü manevi ihtiyaçlarını karşılamak ve sosyal hayatlarını zenginleştirmek amacıyla, halkın çoğunluğunu ilgilendirecek çeşitli konular, genellikle yurt ve dünya çapında tanınan eğlence ve şov dünyasındaki (şarkıcı, menajer, sunucu, manken, model, dansçı, modacı gibi)ve sosyetedeki ünlü kişiler, sivil toplum örgütleri ve diğer kuruluşların çeşitli sosyal ve kültürel faaliyetlerinden oluşan haber türüdür. Bu tür haberlerin ana içeriği şu mevzuları kapsamaktadır:

1) Xinhua araştırmaları: ajansın yurt içinde ve yurt dışında gerçekleştirdiği sosyal-kültürel araştırmalar bu nevi haberlerin en önemli bir parçasıdır.

2) Toplumun bakışı: günlük sosyal hayattaki toplumu doğrudan ilgilendiren hadiseler, toplumun bu olaylara bakışı hem de sergilediği davranışlar. mesela, olağan üstü olaylar, toplumsal yaşam, ahlaki meseleler, sosyal trend ve diğer bilgiler dahil.

- 3) Birey ve toplumun sosyal hayattaki hak ve hukukuna dair meseleler.
- 4) Kültürel hayat: tüketici zihniyet, kültürel endüstrilerin geliştirilmesi, kültürel ve ekonomik yetiştirme ve vurgular, bunların yanı sıra uluslararası kültürel pazarın gelişme trendi gibi konular.
- 5) Medeniyet araştırması: kültürel perspektif, kültürel fenomen, kültürel kuralların yönetim şekli ve yasalara yansımaları, ortaya çıkan kültürel çirkinlikler üzerinde eleştiri ve yorumlardan oluşur.
- 6) Kitap ve okuma: genel olarak kitap okuma alışkanlığı ve avantajları, yeni ve meşhur kitaplara yönelik tanıtım ve yorum, yayıncılık teknikleri, ondan başka ulusal kitap pazarı, ulusal ve uluslar arası kitap fuarlarından bahseder.
- 7) Sanat: sahne gösterileri ve her türlü eğlenceli etkinlikler.
- 8) Film dünyası: yeni film ve televizyon programları, şarkılar, konser ve benzer haberler.
- 9) Ünlüler: ünlü kişiler özellikle de sosyal ve kültürel hayatta ün kazanan hem büyük başarı elde edenler, bu kişilerin iş ve aile hayatı, özel yaşamlarıyla ilgili detaylı mesajlar.
- 10) Arkeolojik eserler: yurtiçinde ve yurtdışındaki yeni arkeolojik bulgular, fikir ve görüşler, ünlü ve yeni tanınmış arkeolog vb.
- 11) Turizm: yurt içi ve yurt dışı manzaralı ve turistik yerler, seyahat acenteleri, turizm ve ekonomi, uygun seyahat zamanı gibi konulardan oluşan haberler.

Her gün 24 saat sürekli olarak toplam 80'den fazla kültürel ve sosyal hayatla ilgili haber yayınlanıyor.

6.Acil Haber

Acil haberler, medya kuruluşları ve bireylerin haber ve bilgi ihtiyaçlarını karşılayabilen, özel ve hızlı etkileşimli, sunulma biçimi dinamik, yurt içi ve yurt

dışındaki önemli ve acil olayların medya kuruluşlarına en büyük ölçüde ulaşması sağlanan, en canlı, okuyucu ve abonelerin çoğunluğu tarafından övülen haber türüdür. Bu acil haberler kendi özelliklerine göre uluslararası ve ulusal olarak ikiye ayrılmıştır.

Uluslar arası acil haberlerin ana içeriği:

1) Uluslararası önemli haberler: uluslar arası büyük olay ve sıcak konular, devletlerarası gelişme ve gerilim, soğuk savaş vb. Bu haberlerin yayınlanması iki farklı zaman diliminde gerçekleşmektedir. Yani saat 6: 30'dan 09: 30'a kadar "Sabah Reuters" adı altında akşam gazetelerinin haber ihtiyaçlarını karşılamaktadır; saat 19: 00'dan 24: 00'e kadar "Bugünkü Reuters" adı altında günlük ve sabah gazetelerine hizmet vermektedir. Günlük yayınlanan haber sayısı 20'den fazla, kelime sayısı ise yaklaşık 10 bin civarındadır.

2) Güncel mesajlar: tüm ülkelerdeki sosyal, kültürel, bilimsel ve teknolojik gelişmeler, ekonomik durum, mali bilgi ve eğlence dünyasıyla ilgili yeni ve popüler eğilimler. Güncel mesajlar da iki farklı zaman diliminde dağıtmakta; her gün sabah saat 7: 00'den 8: 00'e kadar şu günün akşam gazeteleri için haber ulaştırmakta; öğleden sonra saat 16: 30'dan 19: 30'a kadar bir sonraki günün sabah ve günlük gazeteleri için haber yetiştirmektedir. Hazırlanan her bir parça haber asgari 1000 kelimedenden oluşmaktadır.

3) Sınırsız dünya: Dünyanın dört bir yanından anekdotlardan oluşan, Her metni takriben 500-1500 kelime içeren, bol içerikli, eğlenceli ve oyalayıcı özelliğine sahip hem de en çok sevilen bir haber çeşididir. Sınırsız dünya haberleri ise gene aynı zaman dilimi içinde okur ve abonelerine sunulabilmektedir. Her gün sabah saat 7: 00'den 8: 00'e kadar şu günün akşam gazeteleri için; öğleden sonra saat 16: 30'dan 19: 30'a kadar bir sonraki günün sabah ve günlük gazeteleri için haber ulaştırılmaktadır. Hazırlanan her bir parça haber asgari 1000 kelimedenden oluşmaktadır.

Ulusal acil haber, yurtiçi sıcak ve en güncel konular üzerinde takip, araştırma, soruşturma, yorum, eleştiri, analiz yoluyla daha da derinlemesine inerek halkla doğrudan bağlantılı fenomenon ve olayların mahiyetini açan hem de açmaya çalışan bir

haber şeklidir. Bu haberler pazartesi'den Cuma'ya kadar her gün üç parça, her bir parçası 3000 kelimeli makaleler hainde yayımlanıyor.

4.6.2. Grafik ve Fotoğraf Haberciliği

Xinhua Haber Ajansı, Çin'in grafik ve fotoğrafları toplama hem yayınlama yetkisine sahip en büyük ve en yetkili medya kuruluşudur. Şu anda Xinhua Haber Ajansı, dünya çapında nitelikli tam zamanlı profesyonel foto muhabir ekibine sahip olmakla birlikte, ayrıca yurt içi ve yurt dışında 8000'den fazla fotoğrafçılarla sözleşme yaparak ajansın fotoğraf kaynağını sürekli genişletmektedir. Ajans her gün sürekli olarak toplam 700'den fazla, her sene 20 milyondan fazla fotoğraf yayınlamaktadır.

Ajans tarafından toplanan fotoğraflar içerik açısından bol, şeffaf, objektif ve gerçekçidir. Küresel uydu yayın ağıyla ajansa aktarılan fotoğrafların çekimi, toplanması ve yayınlanması tamamen dijital araçlarla gerçekleştiğinden, bir fotoğrafın çekiminden ta okur ve abonelerine ulaşılmasına kadar olan vakit sadece birkaç saniye sürmektedir.

Xinhua Haber Ajansının Çin Fotoğraf Arşivleri Bürosuyla iş birliği yaparak kurduğu Çin Fotoğraf Arşivler Merkezi, günümüzde Çin'in en büyük fotoğraf ambarı sayılmaktadır. Bu fotoğraf ambarında son yüz yılda Çin ve Dünya tarihinde meydana gelen büyük olaylara ilişkin 20 milyondan aşkın fotoğraf arşivi bulunmaktadır.

Ajansın grafikli ve fotoğraflı haberleri hem de foto sergiler şu beş ana kategoriler çerçevesinde okur ya da abonelerine sunulmaktadır: fotoğraflı raporlar, Spor Foto haberleri, karikatürlü haber, Xinhua- Reuters metropoliten haberleri, Xinhua-AFP(Agence France-Press)) Uluslar arası Foto haberler.

1.Üniversal foto haberler

Ulusal ve uluslar arası önemli politik, ekonomik, askeri, diplomatik, kültürel, spor ve diğer sahalardaki foto haberler. Bu tür haberler Xinhua Haber Ajansının propaganda aracı özelliğini en belirgin şekilde ortaya koymaktadır.

Üniversal foto haberlerin temel kaynağı, Ajansın kendi topladığı fotoğraflar, yabancı ajanslardan alınan foto haberler, yurt içi ve yurt dışı sözleşmeli fotoğrafçılardan elde edilen fotoğraflar, parti ya da hükümet gazetesi ve metropoliten gazetelerden

ibarettir. Öbür taraftan bu üniversal foto haberler, Çin'deki birçok medya kuruluşlarının en önemli foto haber membasıdır.

Her gün 24 saat sürekli olarak toplam 200 küsur foto ya da grafikli haber yayınlamaktadır.

2.Spor foto haberleri

Yerel ve yabancı sporcular, spor türleri, spor etkinlikleri ve spor alanındaki rekorlara ilişkin fotoğraflar hem de grafikli(yorum, eleştiri, açıklama gibi) haberlerdir.

İçerik açısından, çoğunlukla Olimpiyat oyunları, Asya Oyunları gibi önemli spor oyunları; Dünya Kupası ve NBA gibi profesyonel maçlar; spor endüstrisi, spor kültürü, kitlesel spor, Fitness, spor star ve onlarla alakalı anekdotlar üzerine odaklanmıştır.

Ajans, spor fotoğraflarını kendi spor muhabirleri ve yabancı ajanslar aracılığıyla edinmektedir. Aynı zamanda birçok spor gazetesi ve gayri spor gazetelerinin spor sayfaları için haber kaynağı olmaktadır.

Gerçi her gün 24 saat sürekli olarak ancak 50'den fazla spor haberi yayınlsa da, Olimpiyatlar, Dünya Kupası, NBA gibi önemli spor faaliyetleri sırasında, yayınlanan haber sayısı birkaç kat artacaktır.

3.Karikatür haber

Xinhua Haber Ajansının “Karikatür haber” olarak adlandırılan bu haberler genellikle, yurt içi ve yurt dışı ekonomi, politika, turizm, seyahat, personel istihdamı, kalite kontrolü, tıp, çevre koruma, eğitim-öğretim, bilimsel araştırma ve diğer sahalarda meydana gelen müspet ya da menfi olayları komik ve mizahlı karikatür yoluyla okurların haberi daha iyi ve kolayca anlamasına ışık tutmaya çalışan bir haber türüdür.

Bu tür haberler de birçok günlük gazete, akşam gazeteleri, metropoliten gazeteleri, bir kısım ekonomi gazete ya da ekonomi sayfalar için haber kaynağı olmaktadır.

Günlük yayınlanan karikatür haberlerin sayısı ortalama 20'den fazladır.

4. Xinhua- Reuters metropoliten haberleri

Xinhua'nın ajans Reuters ile iş birliği yaparak özellikle yurt içi ve yurt dışı akşam gazeteleri hem metropoliten gazeteleri için hazırladığı foto haberlerdir. Xinhua- Reuters metropoliten haberlerinin içeriği genel olarak, sosyal, kültürel, ekonomik, teknolojik, çevresel koruma, olağan üstü olaylar, spor ve diğer alanlara ilişkin en güncel hem de dinamik haberlerden oluşmaktadır.

Ulusal foto haberlerin toplanması Xinhua tarafından, yabancı foto haberlerin toplanması ise Reuters tarafından yapılmaktadır. Xinhua ile Reuters'in günlük topladığı foto haber sayısı hemen hemen eşit ağırlıklıdır. Bu haberler abonelik yoluyla sürekli olarak birçok akşam gazeteleri ve metropoliten gazeteleri tarafından kullanılmaktadır. Her gün ortalama 60'den fazla foto haber yayınlanmaktadır.

5. Xinhua- AFP(Agence France-Press) Uluslar arası Foto Haberleri

Haber ya da haber malzemelerinin tamamı AFP tarafından elde edilen ve Xinhua tarafından yayınlanan uluslar arası foto haberlerdir. Bu tür foto haberlerin içeriği şunlardır: uluslar arası politika, ekonomi, askeri, kültür, yaşam, spor ve diğer toplumun dikkatini çeken mühim olaylar.

Ayrıca bu haberler birçok yabancı gazeteler için, özellikle metropoliten gazeteleri ve günlük gazetelerin foto haber sayfaları için önemli haber membası olmaktadır. Günlük yayınlanan foto haber sayısı 30 parçadan fazladır.

Çin Fotoğraf Arşivler Merkezi ise ülkedeki en büyük fotoğraf dosyalarını depolama araştırma merkezidir. Bu foto arşiv merkezi, Xinhua Haber Ajansı ve Devletlik Arşiv Bürosu tarafından yönetilmektedir. 19.yüzyılın ikinci yarısından itibaren Çin ve Dünya tarihinde meydana gelen büyük olaylara ilişkin 20 milyondan aşkın fotoğraf arşivi saklanan bu arşiv merkezindeki fotoğraf arşivlerinin sayısı her sene ortalama 200 bin süratle artmaktadır.

Xinhua Ajansı, bu zengin fotoğraf kaynaklarıyla, topluma, devlet organlarına, şirketlere, özel kurumlara ve sivil toplum kuruluşlarına daha iyi hizmet etmek için, Xinhua Multimedya Veritabanı üzerinden bir çok haber fotoğrafları, foto sergisi, hatıra

resimler, şenlik ve etkinlikler ve reklâma dair fotoğraf arşivlerini toptan ve perakende satmaktadır. Çoğu ajansın muhabirleri ve sözleşmeli fotoğrafçılardan elde edilen bu haber malzemeler, en çok dergi, fotoğraf sergisi, foto galeri ve bazı yayınevlerine fotoğrafın boyutu, içeriği, tarihi ve başka kriterlere göre farklı fiyatlarda satılmaktadır. Müşteriler istediği zaman istediği fotoğrafı bu <http://info.xinhua.org/photo> web adresinden rahatlıkla satın alabilmektedir.

4.6.3. Görsel- İşitsel Haberciliği

Görsel işitsel medya olarak tanımlanan ve aslında medyanın en etkili araçları olan radyo ve televizyon, medya denince ilk akla gelen araçlardır. Biz de bu bölümde ajansın haberlerini bu iki kategoride irdelemeye çalışacağız.

4.6.3.1. Görsel Haberler

Televizyon, görsel ve işitsel kitle iletişim araçları içerisinde en etkilisidir. Sesin yanı sıra görüntünün de olması radyoya karşın üstünlüğünü, çift yönlü iletişime imkân tanımaması ise internete karşın zayıf tarafını göstermektedir. Fakat yeni teknolojilerle izleyicinin de aktif olduğu daha etkin bir araç haline geleceği düşünülen televizyon diğer medya araçlarına göre bilgilendirme dışında daha çok bir eğlence aracı haline dönüşmüştür.

Xinhua Haber Ajansının görsel haberlerini Xinhua TV ve Xinhua Mobil TV olarak ayrı iki alt başlık altında irdelemek, ajansın görsel haberleri toplama ve yayınlama faaliyetlerini daha net ve açık anlayabilmemize yakından yardımcı olacaktır.

1.Xinhua TV

1)Uluslar arası görsel haberler. Dünyanın dört bir köşesinde meydana gelen önemli siyasi, ekonomi, askeri ve sosyal- kültürel olaylar. Aynı zamanda ajansın muhabirleri uluslar arası ünlü uzmanlarla bir araya gelerek, önemli konular hakkında analiz, mütalaa, yorum ve açıklama yaparak, okur ya da izleyicilerin olayları daha iyi ve

doğru algılamasına ışık tutmaktadır. Ayrıca, bu uluslar arası görsel haberler, TV izleyiciler için dünyaya açılan bir pencere olarak önemli rol oynamaktadır.

Bu tür haberler standart bir şekilde "Global Haberler", "Analiz" ve "Yabancı Koku" adı altında izleyici karşısına çıkmaktadır.

"Global Haberler", sırf şu gün ortaya çıkan uluslar arası önemli olaylara odaklanmıştır.

"Analiz" ise uluslar arası büyük olayların derinlemesine inerek, araştırma, analiz, soruşturma, danışma, uzman desteği ve başka yöntemlerle olayın mahiyetini açmaya çalışan seri halinde yayınlanan haberlerdir.

"Yabancı Koku" ise çoğunlukla yabancı ülkelerdeki sosyal ve kültürel etkinlikler, gelenek-görenek, günlük yaşam, edebiyat, sanat, yemek kültürü ve giyiniş üslubu gibi konular üzerine yoğunlaşmıştır.

Günlük yayın süresi 15 dakikadır.

2)Xinhua haberleri

Yurt içi ve yurt dışı mühim siyasi, ekonomi, askeri ve teknolojik olayları en öz, en kısa hem de nitelikli bir şekilde özetleyerek anlatan Xinhua haberleri, birçok yerel ve yabancı medya kuruluşları için önemli haber malzemesi sağlamaktadır. Bazı televizyonlar, bu haberleri aynı zaman diliminde, ajanstan iletiildiği gibi kendi kanallarından da direkt yayınlamaktadır.

Bu haberler her gün saat 5: 00- 20: 00 arası, her bir parça haberin süresi yaklaşık 1 dakika olmak üzere, toplam 60 dakika yayınlanıyor.

2. Xinhua Mobil TV

Xinhua Mobil TV haberleri ise Xinhuan Net, Xinhua Haber Ajansı görsel-işitsel editörlüğü, Xinhua Haber Ajansı Haber ve Bilgi Merkezi, Xinhua Haber Ajansı Medya Merkezi gibi birimlerin iş birliği yapmasıyla yürütölmekte, ve mobil TV haberleriyle ilgili tüm sorumluluklar Xinhua Haber Ajansı Medya Merkezine üstlenmektedir.

Xinhua Mobil TV, Ajansın zengin multimedya veritabanı kaynaklarına dayanarak, tüm abonelerine 24 saat sürekli olarak geniş kapsamlı ve nitelikli hizmet sunabilmektedir.

Anlaşılacağı üzere çoğu zaman yazılı, fotoğraflı, grafikli, işitsel ve görsel olarak hazırlanan, hem de her gün 24 saat sürekli olarak yayınlanmakta olan mobil TV haberlerin ana içeriği:

1) Tarihin dönüş noktası. Tarihteki büyük olaylar, şaşırtıcı ve şok edici hadiseler, insanlık âleminin gelişmesi ya da gerilmesine sebep olan şahıs, fikir, düşünce ve vakalar.

2) Spor. Spor türleri, güç ve tekniğin kombinasyonu, yarışma, güzellik jimnastiği, zafer, rekor ve spor star gibi konular.

3) Eğlence. Temel içeriği film, müzik, eğlence, moda ve eğilim, zengin içerikli ve büyüleyici oyunlardan ibarettir.

4) Anekdote. İnsanın ufkunu genişleten ve genel bilgisini arttıran çeşitli sosyal anekdotlar, komik videolar, dünyanın dört bir köşesindeki olağanüstü olay ve garip hayvanlar.

5) Şahıslar. Dünya çapında tanılan ünlü şahıslar, bu şahısların bilgi alanı, başarısı, hobileri, aile hayatı, fotoğrafları, bazı konular üzerindeki görüş ve fikirleri.

6) Teknoloji. Yani bilim ve teknoloji, ekonomi, arkeoloji, çevresel korumalara ait mobil TV haberleridir.

7) Manzaralar. Yerel ve yabancı farklı bölgelerin kültürel özelliklerini yansıtan iyi çekilmiş film, manzara resimler, foto galeri, resim sergisi, ünlü fotoğrafçıların eserleri, turistik yerlerin tanıtımı vb.

8) Askeri haberler. Savaş, silah, silah sergisi, orduların tanıtımı, bunlara ilişkin fotoğraf ve videolar.

4.6.3.2. İşitsel Haberler

Radyo yayını elektromanyetik dalgalar aracılığıyla bir iletinin ses yolu ile aktarılmasıdır. Radyo, diğer kitle iletişim araçlarının giremediği, ulaşamadığı yerlere kadar uzanan, daha ucuz ve kolay yöntemle yayın yapabilen en önemli kitle iletişim araçlarından birisidir. Radyo, dünyanın her yerinde taşıtlarda, sokakta, parkta, evde, işyerinde akla gelebilecek her yerde kullanılma imkânına sahip olduğundan kitle iletişim araçları arasında en kolay ulaşılabilecek olanıdır.

Ajans, yurt içi ve yurt dışı önemli haberleri işitsel olarak birçok radyo istasyonları ya da radyo sunucularına anında hem doğrudan iletilmesini sağlamaktadır. Ajans tarafından hazırlanan işitsel haberler, CCTV(China Central TV), Şark TV ve diğer güçlü işitsel medyaların en önemli haber kaynağı haline gelmiştir.

Ajans muhabirlerinin yerel ve uluslar arası olaylar üzerinde gerçekleştirdiği canlı sesli yayın ve röportajları yurt içindeki birçok radyo, televizyon ve haber sitelerinin haber ihtiyacını karşılamaktadır. Bu haberlerin içeriği genel olarak, dünya çapındaki önemli siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel, askeri ve sporla ilgili konuları içermektedir.

Her gün toplam 20 haber yayınlanmakta, her bir haber takriben 30 dakika sürmektedir.

4.6.4. İnternet Haberciliği

Xinhua Ajansı tarafından yayınlanan internet haberleri, ulusal haber, uluslararası haber, spor haberleri, ekonomi haberler, bilişim haberleri, teknoloji haberleri, sosyal haberler, magazin haberleri, yerel haberler, askeri haberler, kültür ve eğitim haberleri olmak üzere toplam 13 farklı sayfalardan oluşmaktadır.

4.7. Günümüzde Xinhua Haber Ajansının Uluslararası Konumu

Bölgenin önemli ekonomik gücü sayılan Çin'in devlet ajansı Xinhua Asya'daki önemli haber ajanslarının başında yer almaktadır. 1931 yılında kurulan Xinhua, 1949'da Çin Halk Cumhuriyeti'nin kurulmasında sonra hizmetlerini dünya genelinde genişleterek, bölgesel haber ajanslarının en büyüğü olarak bilinmektedir.

Xinhua Haber Ajansı, sadece Uzak Doğu bölgesini değil, özellikle Çin'in diplomatik temsilcilik bulundurduğu ve dünyadaki önemli merkezlerden haber toplamakta ve abonelerine geçmektedir. Xinhua Ajansı aynı zamanda Çin ile ilgili haberlerin en büyük kaynağı konumundadır.

Xinhua, Xinhua Multimedia Database hizmeti aracılığıyla Çince, İngilizce, Rusça, Fransızca, İspanyolca, Arapça ve Portekizce olmak üzere toplam 7 dilde haber üretimi yapmaktadır. Ajans, günlük Çince üretimi dışında özellikle İngilizce haberlerine önem vermektedir. İngilizce haberler servisi günlük 300 genel içerikli haber, 45 ekonomi ve finans haberi ile birlikte 70 İngilizce fotoğraflı haber servisi yapmaktadır.

Devlet haber ajansı olan ve 70 yıldan fazladır faaliyet gösteren Xinhua, Çin'deki haber toplama ve dağıtma alanında en yetkin ve büyük merkezdir. Xinhua'nın Çin'de yaklaşık 200 bin abonesi bulunurken, çok çeşitli haber ve bilgi servisleri ile dünyanın 140 ülkesindeki abonelerine de haber dağıtımını yapmaktadır.¹¹⁴

Xinhua Multimedia Database, başta yazılı haber olmak üzere fotoğraf, grafik, video ve ses materyalleri ve diğer ürünleri abonelerine ulaştırmaktadır. Xinhua'nın ülke içinde eyaletler düzeyinde 33 bürosu ve dünya genelinde 100'den fazla ofisi bulunmaktadır.

¹¹⁴ About Us, Xinhua, (çevrimiçi) <http://info.xinhua.org/en/support.do?name=aboutus>, (Erişim Tarihi:10 Nisan 2015)

SONUÇ

Günümüzde gerek ulusal düzeyde gerekse uluslar arası düzeyde haber alışverişinde en etkin rol oynayan iletişim araçları hiç kuşkusuz haber ajansları olmaktadır.

Haber ise insanoğlunun düşünce ve maddi dünyasının gelişmesinde en çok ihtiyaç duyduğu etkenlerden biridir. Bu etken kişinin ve toplumların gelişmesinde, doğruları seçmesinde, eğriyle doğruyu ayırt etmesinde, bireyler ve toplumların birbirlerine yaklaşım ve anlaşmalarında her zaman önemli rol oynamıştır.

Dünyada ilk haber ajansı olarak kabul edilen Havas Ajansının kurulduğu 1835 yılından şimdiye kadar 119 ülkede toplam 300'den fazla haber ajansı bulunmaktadır. Dünya genelindeki tüm televizyon, gazete, radyo, internet ve başka kitle iletişim araçlarının kullandığı haber ya da haber malzemesinin yüzde 75'i haber ajansı aracılığıyla elde edilmektedir. Haber ajansları çeşitli ülkelerde değişik amaçlarla kurulmuş olsalar bile bu ajansların yüzde 50'si "Devletleri" tarafından denetim altında tutulmakta, yüzde 28'i ticari amaçla haber üretmekte, yüzde 17'si kooperatif özelliğini taşımakta, yüzde 5'i ise dinsel yayın için hizmet etmektedir.

Böylelikle haber ajansları haber toplamak, haber üretmek ve haber yaymak gibi temel işlevlerini büyük ölçüde yerine getirmektedir. Lakin ajans haberciliğinin temel ilkesi olan "Her olay, inançların ve çıkarların etkisinde kalmadan görülmeli ve öyle değerlendirilmelidir" misyonundan uzaklaşarak kendi bağlı olduğu sınıf, parti, hükümet, mezheplerin lehinde ya da medya sahiplerinin inanç ve çeşitli çıkarları doğrultusunda hareket etmektedir. Basın ahlak yasalarında yoğun olarak ele alınan kavram, haberlerin doğru, tarafsız ve objektif olma özelliği nerdeyse zedelenmekte ve ihlal edilmektedir.

Gittikçe bireyin gereksinim duyduğu yaşama ilişkin bilgilere yani doğru ve tarafsız bir habere ulaşabilmesi zorlaşmakta. Bağımsız medya ve özgür bir iletişimden söz etmek de mümkün olamamaktadır. Gerek gelişmiş ülkelerde olsun gerek gelişmekte olan ülkelerde olsun haber ajanslarının çoğu halkın menfaati ve yararı için hizmet

edememekten, gerçeği olduğu gibi aktarmak yerine açık ya da kapalı bir şekilde belli bir ideoloji, inanç, propaganda, ekonomik yada politik çıkarlar uğruna hizmet ettiği ortadadır. Aslında bu durum, haber ajanslarının yanı sıra tüm kitle iletişim araçları için de geçerlidir. Dolayısıyla kitlelerin ajans haberlerine olan güveni sarsılmakta ve basın mesleği gittikçe değer kaybetmektedir.

Bu çalışmada bahsettiğim gibi günümüzde ekonomi, nüfus, insan kaynakları, üretim ve ihracat gücü açısından Dev Ülke olarak adlandırılan Çin'in hızlı gelişmesi bir çok dünya ülkelerinin dikkatini çekmektedir. Ülkenin gelişmesiyle beraber ülke genelinde hizmet veren çeşitli medya kuruluşları da hızla bir şekilde gelişmekte ve güçlenmektedir. Bu gelişmenin özellikle Çin Ulusal Haber Ajansı Xinhua'da daha çok belirgin olduğunu söyleyebiliriz. Associated Press (AP), , Agence France Press (AFP), Wolf, Reuters gibi dünya çapındaki en etkili haber ajanslarıyla aynı sıraya koyabilecek birçok nitelikleri kendinde bulundurmaktadır.

XinHua ajansı Çin'in en eski medya kuruluşlarından biri olmakla beraber, Çin'deki iktidara yana olarak habercilikte devlet sansürü uygulayabilen, yasal haber denetleyici üst kurul ve dünya çapında haber dağıtımını yapan en yetkili tek medya kuruluşu özelliğini taşımaktadır. Çin Komünist Partisinin tam desteğiyle sürekli gelişmekte olan XinHua, habercilikte komünist ideolojiyi ana hat seçerek, parti ve halkın ağzı, gözü, burnu, kulağı olma görevini omzuna alarak ve devletin ülkedeki 56 ulusu ittifaklaştırarak bugüne kadar kavuşturmasında çok önemli rol oynamıştır.

Xinhua ajansının önemli özelliklerinden biri kendisine verilen büyük ölçüdeki devlet desteğiyle kâr ve kazanç beklemeksizin öncelikle kendi propagandalarını yapmak, ulusal iletişimi tek elde denetim altına almaktır. Daha sonra devlet denetim alanlarını ulusal iletişimden uluslar arası iletişime genişleterek, ülke içinde hangi haberlerin yayınlanabileceği hangilerinin yayına verilmeyeceği konusunda bile karar vermeye başlamıştır.

Bu çalışmada Çin'deki medya kuruluşlarına ait detaylara yer verilmiştir, ayrıca örnek olarak Xinhua haber ajansını ele alarak Xinhua ajansının uluslararası nitelikler

taşıp taşımadığı ve Çin'deki iletişim özgürlüğü gibi konular ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

Çalışmada bahsettiğimiz gibi, Xinhua haber ajansının uluslararası haber toplama ve dağıtımını için yurt dışında birçok bürosu ve muhabiri bulunmakta, uydu aracılığıyla dünyanın dört bir köşesine birçok yabancı dilde yayın yapmakta, öteki ülke ajanslarından aboneleri ve onlarla haber değişimi anlaşmaları imzalanmaktadır. Gerek sermaye ve personel açısından, gerek kapsam oranı ve hedef kitle açısından, gerek haber üretim miktarı açısından, gerekse yurt içi ve yurt dışı abone açısından olsun gayet büyük bir medya kuruluşu olarak karşımıza çıkmakta. Fakat sahiplik açısından bakacak olursak, ajansa verilen büyük ölçüde devlet desteğinin olması bu ajansın bulunduğu her yerde haber satmak için değil belki farklı amaçlarla haber topladığını ve yayınladığını görebiliyoruz. Bu yüzden bu ajans her ne kadar güçlü, uluslar arası niteliklere sahip ve uluslar arası sahnede söz sahibi olsa bile haber ajanslarının tarafsızlık ve objektiflik gibi olmazsa olmaz özelliklerini yitirmektedir.

Çin'de yazılı basın çoğu devlet desteğiyle kurulmuştur, dolayısıyla basın-yayın işleri deevletin tek elinde denetlenerek, ilgili tüm kararlar tek bir ağızdan verilecektir. Şu an ülkede bulunan 1943 gazete ve 10 binden fazla derginin hemen hemen hepsi devletin tekeliyle işlemektedir. Bir bakışta bu rakamlar gerçekten biraz şaşırtıcı olabilir, ama başka bir açıdan bakacak olursak hiç de şaşırtıcı değil belki üzücüdür. Çünkü gerçi ülkede toplam 2000 civarında gazete yayımlanıyor ise bile ülke nüfusuna orantılandığında bu gazetelerin tirajı çok düşüktür. Demek bu ülkede okuryazar oranı hakikaten düşük düzeydedir.

Çin'deki görsel medya açısından değerlendirme yaparsak, tün ülke genelinde 500 civarında televizyon istasyonu hizmet vermektedir. Her istasyon en azından iki ya da ikiden fazla kanala sahiptir. Bu istasyon ve kanallar kendi istediği film, dizi, reklam, haber ya da başka çeşitli programları üretme ve yayınlama yetkisine sahiptir, fakat her bir programın içeriği, biçimi, dili, süresi, yayınlanacağı vakit gibi tüm detaylar denetleyici üst kurul tarafından tekrar tekrar denetimden geçtikten sonra yayınlanabilir. Üretilen bu programlar kalite açısından her ne kadar iyi, yatırılan sermayesi ne kadar çok olsa olsun, sonuçta ülkedeki bu 500 televizyon istasyonu Devletlik Radyo

Televizyon Üst Kurulu tarafından adeta tek bir kanal gibi yönetilmekte ve tek bir kanal gibi yayın yapmaktadır. Ülke çapında hizmet vermekte olan her bir istasyon ve her bir kanal attığı her adımdan kedi bağı olan denetleyici kurumu haberdar etme zorunluluğu vardır.

1990'lı yıllardan sonra Çin'de radyo endüstrisi hızlı bir şekilde gelişmektedir. Şuan ülke genelinde en az 500 radyo istasyonu hizmet vermektedir. Bu radyolar da her kasaba, ilçe, il, eyalet, özerk bölgelerdeki yerel ve bölgesel hem de CNR gibi ulusal ya da uluslar arası radyo kuruluşlarını da içermektedir. Bu radyo istasyonlarının çalışma metodu, yönetim ve organizasyon yapısı, sahiplik, iç ve dış örgütlenmesi ve denetlenmesi aşağı yukarı başka medya kuruluşlarıyla aynı biçimde yürütülmektedir.

Son yıllarda Çin'de Xinhua haber ajansı başta olmak üzere tüm medya kuruluşları sürekli gelişmekte ve büyümektedir. Bu medya kuruluşlarının bazıları uluslar arası platformlarda bile kendini göstermeye başlamıştır ve dünyanın her köşesine ulaşarak haber toplama ve dağıtma işlerini yürütmektedir. Hatta batıdaki en etkili medya kuruluşları da Çin'in önemli medya kuruluşlarından haber satın almakta, bu medya kuruluşlarıyla bilgi paylaşımında bulunmaktadır. Bu kitle iletişim araçlarına büyük ölçüde devletin maddi desteği sağlanmakta ve devletten yana olarak basın yayın hizmetini devam ettirmektedir. Dolayısıyla medya işletmelerinin iflas olması asla söz konusu olamaz. Sürekli büyümesi ve gelişmesi mutlak garanti altındadır. Ve dolayısıyla ülkede hizmet vermekte olan medya kuruluşları Çin'e özgü sosyalizmi benimsemek şartıyla, Çin Komünist Partisinin liderliğinde Küba, Kuzey Kore, Vietnam ve dağılan Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin medya kuruluşlarına benzer yönetim sistemi, benzer amaç ve anlayışla yürütülmektedir. Yani medya tamamen devletin tekelindedir. Çin dünyanın hızla büyüyen süper gücü olmasına rağmen basın ve medya üzerinden yürüttüğü bu kısıtlama ve baskıcı uygulamalarından ötürü batı medyası ve uluslararası insan hakları örgütü tarafından sürekli eleştirilmekte ve sıkı bir denetime tabi tutulmaktadır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

ADİL, İdris. **Haberde Dışa Bağımlılık**, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991.

AKPINAR, Selami. **Ajans Ve Ajans Haberciliği**, (Basılmış Ders Notları, İstanbul Ü. Basın Yayın Yüksekokulu, 1984).

BAŞKUT, Cevat Fehmi. **Gazetecilik Dersleri**, İstanbul: Gazetecilik Enstitüsü Yayınları, 1967.

BEKTAŞ, Tülay. **Yeni Bir İletişim Teknolojisi Olarak İnternet Ve Bilgi Açığı**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı Doktora Tezi, Konya, 2004.

BELSEY, Andrew. **Medya Ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**, Çev.Nurçay Türkoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.

BOYD-BARRETT, Oliver. **The Globalization Of News**, Sage Publications, 1998.

BÜLBÜL, Rıdvan. **Uluslar arası İletişim**, Konya: Damla Ofset Yayınları, 2000.

D'Havas aL'AFP: **Au Service De L'Information**, Aperçue Historique, Paris: 1997.

GADİMOV, Javanshir. **Sovyetler Birliği'nin Çöküşünden Sonra Rusya ve Türk Cumhuriyetlerinde Haber Ajansları**, (doktora tezi), İstanbul, 2014.

GAGNON, Robert A. J. **Should we sin? The Romans debate and Romans**, 1993.

GAİLLARD, Philippe. **Gazetecilik**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1991.

GİRGİN, Atilla. **Haber Ajansları Ve Ajans Haberciliği**. (Basılmamış Ders Notları. Yeditepe Ü.İletişim Fakültesi, 2000).

GİRİGN, Atilla. **Uluslar Arası İletişim, Haber Ajansları Ve A.A**, İstanbul: Der Yayınları, , 2002.

GİRİGN, Atilla. **Gazeteciliğin Temel İlkeleri**, İstanbul: Der Yayınları, 2008.

GÖNENÇ, Özgür. **Agence France Press Ve Anadolu Ajansının Karşılaştırılması**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2001.

GÖNENÇ, Özgür. **Medya Dünyası**, İstanbul: Truva yayınları, 2010.

FANG, Hanqi. **Çin Gazetecilik Tarih**, Pekin: Çin Halk Üniversitesi Yayınları, 2009.

KARADUMAN, Murad. **Değişen İletişim Ortamı, Yeni Medya Ve İnternet Gazeteciliği**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İzmir:2002.

MMAIMAITIMIN, Bikeertiemur. **Çin Ulusal Haber Ajansı: Xinhua ve Güncel Çin Basımı** (Yükseklisans Tezi) , İstanbul, Marmara Üniversitesi, 2014.

Muhabirin El Kitabı, Ankara: Anadolu Ajansı Yayınları, (Tarihsiz).

ÖZCAN, Zafer. **Uluslar Arası Haberleşme Ve Az Gelişmiş Ülkeler**, Ankara: Dayanışma Yayınları, 1983.

ÖZGEN, Murat. **Gazetecinin Etik Kimliği**, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1998.

SALAMURA, Bruce. **Hıristiyan Kilise Tarihi**, Pekin: Pekin Üniversitesi Yayınları, 2004.

SCHALPP, Hermann. **Gazeteciliğe Giriş**, Ankara: Adenauer Vakfı Yayınları, 2000.

SCHNEIDER, Wolf. Paul-Josef, Raue. **Gazetecinin El Kitabı**, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını, 2000.

SEÇİM, Filiz. TURAN, Seyfettin. **Haber Ajansları**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, 1994.

SHRİVASTAVA, K.M. **News Agencies: From Pigeon to Internet**. New Delhi, New Dawn Press Group, 2007.

TEKELİ, Safa. **Atatürk ve Anadolu Ajansı**, İstanbul: Anadolu Ajansı Yayınları, 2002.

TOK GÖZ, Oya. **Temel Gazetecilik**, Ankara: İmge Yayınevi, 1994.

YAPAR, Aslı. **Basında Etik**, İletişim Fakültesi Dergisi IV, İstanbul: İletişim Fakültesi Yayınları, 1997.

ZEKERİYA, Servet, M. **Alaylı Yerine Mektepli Gazeteci Özleminin Başlaması, Bir Zamanlar Bab-I Ali**, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1998.

DERGİLER

BENGİ, Hilmi. **Türkiye’de Haber Ajansları**, Yeni Türkiye Cumhuriyet Özel Sayısı, Eylül-Aralık 1988.

BULUT, Mehmet Ali. **Çağımızın Güç Kaynağı Olarak Haber Ajansları**, Yeni Türkiye, 96/12.

ZEYTİNLİ, Murat. **Uluslar Arası Haber Dolaşımının Sorunları**, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara: Kasım-Aralık 1996.

İNTERNET

<http://www.havas.com>, (Erişim Tarihi: 12.08.2015)

dx listening digest 5-201". [world of radio.com](http://worldofradio.com) (Erişim Tarihi:27 Aralık 2014)

<http://baike.baidu.com/view/2457.htm> (Erişim Tarihi:18 aralık 2014)

http://www.360doc.com/content/07/0905/11/42953_720503.html (Erişim Tarihi:12 Aralık 2014)

<http://wenwen.soso.com/z/q511690924.htm> (Erişim Tarihi:12 Aralık 2014)

<http://img5.imgtn.bdimg.com/it/u=991584957,4042481124&fm=21&gp=0.jpg> (Erişim Tarihi:15 Kasım 2014)

<http://img5.imgtn.bdimg.com/it/u=991584957,4042481124&fm=21&gp=0.jpg> (Erişim Tarihi:15 Kasım 2014)

<http://img5.imgtn.bdimg.com/it/u=2541241792,3756748553&fm=21&gp=0.jpg> (Erişim Tarihi:15 Kasım 2014)

<http://www.people.com.cn/big5/> (Erişim Tarihi:15 Kasım 2014)

<http://img5.imgtn.bdimg.com/it/u=1489372880,4237204585&fm=21&gp=0.jpg> (Erişim Tarihi:15 Kasım 2015)

<http://www.yangtse.com/> (Erişim Tarihi:16 Kasım 2015)

http://gzdaily.dayoo.com/html/2014-05/19/node_1.htm (Erişim Tarihi:16 Kasım 2015)

<http://img1.imgtn.bdimg.com/it/u=1540784401,4218091882&fm=21&gp=0.jpg> (Erişim Tarihi:27 Kasım 2015)

<http://pic.baidu.com/20090711132028-1405053972.jpg> (Erişim Tarihi:26 Ekim 2015)

<http://www.ticang.com/topic/view/535> (Erişim Tarihi:26 Ekim 2015)

<http://www.cnki.com.cn/article/cjfdtotal-zhwy201205001.htm> (Erişim Tarihi:26 Ekim 2015)

<http://www.chinapp.com/shidapinpai/61604/> (Erişim Tarihi:26 Ekim 2015)

<http://store.taobao.com/shop/xshop/promote.htm?id=236609> (Erişim Tarihi:26 Ekim 2015)

<http://www.admaimai.com/news/ad201012012-ad58137.html> (Erişim Tarihi:15 Mart 2015)

<http://www.doc88.com/p-90693120508.html> (Erişim Tarihi:18 Mart 2015)

<http://baike.baidu.com/view/419666.htm?fr=aladdin#2> (Erişim Tarihi:20 Mart 2015)

<http://www2.yilin.net.cn/yilin-index.htm> (Erişim Tarihi:14 Nisan 2015)

<http://www.yilin.net.cn/> (Erişim Tarihi:14 Nisan 2015)

<http://tv.cntv.cn/epg/> (Erişim Tarihi:10 Eylöl 2015)

<http://cctv.cntv.cn/> (Erişim Tarihi:10 Eylöl 2015)

<http://www.cntv.cn/> (Erişim Tarihi:22 Nisan 2015)

<http://baike.baidu.com/view/34723.htm#1> (Erişim Tarihi:22 Nisan 2015)

<http://g.hiphotos.baidu.com/baike/78b82376a.jpg> (Erişim Tarihi:22 Nisan 2015)

<http://p10.qhimg.com/t01e3db98be07b1e375.jpg> (Erişim Tarihi:25 Nisan 2015)

<http://baike.baidu.com/view/8145.htm> (Erişim Tarihi:19 Nisan 2015)

<http://photo.southcn.com/bbs/f497192005.1.29.12.43.4815.jpg> (Erişim Tarihi:19 Nisan 2015)

<http://about.gdtv.cn/2012/0118/6971.shtml> (Erişim Tarihi:19 Nisan 2015)

<http://cctvenchiridion.cctv.com/special/c18317/20070426/103593.shtml> (Erişim Tarihi:20 Nisan 2015)

http://sars.eastday.com/epublish/big5/paper252/005/image/img1019508_1.jpg (Erişim Tarihi:20 Nisan 2015)

http://i7.itc.cn/20090708/70b_3b02f10b_c01f_4621_973c_39c17995e90b_0.jpg (Erişim Tarihi:9 Nisan 2015)

<http://yule.sohu.com/20090706/n265010417.shtml> (Erişim Tarihi:9 Nisan 2015)

<http://yule.kankan.com/contents/47/578724.shtml> (Erişim Tarihi:9 Nisan 2015)

http://pic27.nipic.com/20130131/8004248_214211373379_2.jpg (Erişim Tarihi:17 Ekim 2015)

<http://baike.baidu.com/view/5580.htm> (Erişim Tarihi:17 Ekim 2015)

<http://baike.baidu.com/view/34368.htm?fr=aladdin> (Erişim Tarihi:14 Nisan 2015)

<http://baike.baidu.com/view/272800.htm?fr=aladdin#1> (Erişim Tarihi:18 Nisan 2015)

<http://e.hiphotos.baidu.com/baike/w%3d268/sign=a801dc87.jpg> (Erişim Tarihi:26 Nisan 2015)

<http://baike.baidu.com/view/272624.htm?fr=aladdin#1> (Erişim Tarihi:26 Nisan 2015)

<http://img4.imgtn.bdimg.com/it/u=1416848829,2181717289&fm=21&gp=0.jpg> (Erişim Tarihi:28 Nisan 2015)

<http://baike.baidu.com/view/3645297.htm?fr=aladdin> (Erişim Tarihi:28 Nisan 2015)

<http://img3.imgtn.bdimg.com/it/u=2915688172,1032838157&fm=21&gp=0.jpg> (Erişim Tarihi:28 Nisan 2015)

<http://radio.smgbb.cn/radio/pl/shrmgbdt/> (Erişim Tarihi:28 Nisan 2015)

<http://baike.baidu.com/view/65655.htm> (Erişim Tarihi:1 Aralık 2015)

<http://baike.baidu.com/view/5580.htm> (Erişim Tarihi: 1 Aralık 2015)

<http://www.afp.com/en/agency/afp-in-numbers> (Erişim Tarihi: 1 Nisan 2015)

<http://www.ap.org/company/about-us> (Erişim Tarihi: 1 Nisan 2015)

http://thomsonreuters.com/products_services/media/ (Erişim Tarihi: 1 Mart 2015)

<http://www.kyodonews.jp/english/about/whatskyodo.html> (Erişim Tarihi: 1 Mart 2015)

<http://www.mena.org.eg/> (Erişim Tarihi: 1 Mart 2015)

<http://info.xinhua.org/en/support.do?name=about us> (Erişim Tarihi: 10 Nisan 2015)

<http://www.crup.com.cn> (Erişim Tarihi: 15.11. 2015)

<http://www.epochtimes.com/b5/4/10/26/n700121.htm> (Erişim Tarihi: 15.11. 2015)

<http://www.china.com.cn/chinese/zhuanti/283732.htm> (Erişim Tarihi: 15.11. 2015)

<http://www.qb5200.com/content/2015-12-12/48536.html> (Erişim Tarihi: 15.11. 2015)

Not:

Bu tez çalışmasında kullanılan internet kaynakları Çin'in ulusal akademik sitelerinden alındığı için gösterilen bu internet kaynakları her yerde açılmayabilir.

05.02.2016

İstanbul