



ÇİN'İN KİTLE İLETİŞİM SİSTEMİ VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ GELİŞİM SÜRECİ

Mehmet Emin BEGTİMUR* Nursen MAZICI**

ÖZ

Ekonomi, nüfus, insan kaynakları, üretim ve ihracat açısından önemli bir konuma sahip olan Çin, gerek diplomatik ilişkilerde olsun gerekse iktisadi konularda olsun mevcut küresel denklemin en önemli değişkenlerindedir. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren ülke ekonomisinin gelişmesiyle beraber kitle iletişim araçları da hızla gelişmekte ve büyümektedir. Bu büyüme ve gelişme, yazılı basın (gazete, dergi, kitap), görsel-işitsel medya, internet yayıncılığı özellikle de Çin Ulusal Haber Ajansı Xinhua'da daha çok kendini göstermektedir. Bu çalışmamızda, önce sistem ve kitle iletişim araçlarının ilişkisinden yola çıkarak Çin'in kitle iletişim sistemi anlatılmaya çalışılmıştır. Ardından yarı sosyalist-yarı kapitalist bir anlayışla inşa edilen ve başkanlık sistemiyle yönetilen bu karmaşık yapıda, iktidarın kitle iletişim araçlarının gelişim sürecini, bu araçların ne amaçla ve nasıl kullanıldıklarını, sahiplik yapısını, kitlelerin bu araçlardan ne ölçüde yararlanabildiğini, batıda iktidarı denetlemek için kullanılan bu dördüncü kuvvetin bu coğrafyada kimler için kullanıldığını gözler önüne sererek bu ülkenin daha iyi anlaşılmasına ufak da olsa bir ışık tutmaya çalışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Kitle İletişim Araçları, Sistem, Çin, Gelişim.

Mass Communication System of China and It's Development Process

ABSTRACT

In fields of economy, population, human resources, production and exports, China is the most important variable of the current global equation, in diplomatic relations or economic issues. Especially since 2000, with the development of the country's economy, it's mass media are rapidly developing and growing. These growth and development are more clear in China's written press (newspapers, magazines, books), audiovisual media, internet publishing, and especially in China National News Agency Xinhua as well. In this study, firstly, start with the relationship between system and mass media, we have tried to explain the mass communication system of China. Then, it is focused on the ownership structure of mass media, how can public use these tools, the using for what purpose and for whom in the most powerful country that the power used to control the government in the west, in this complex structure built with semi-socialist and semi-capitalist concept and governed by presidential system.

Keywords: Mass Media, System, China, Development.

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, abegtimur@gmail.com

** Prof. Dr. Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi, nmazici@marmara.edu.tr

Giriş

“Bilgi çağı” olarak adlandırdığımız günümüz dünyasında bilgi gerek bireylerin gerek toplumun gerekse ülkelerin temel ihtiyaçlarından biridir. Bilgi akışının saniyelerle ifade edildiği bu devirde bilgi ve enformasyon paradan daha önemli bir konuma gelmiştir. Teknolojik gelişmelerle paralel olarak gelişen kitle iletişim araçları, evvela bu teknolojiye sahip olabilen ve ekonomik olarak belirleyici konumdaki ülke ve kuruluşlar tarafından etkili bir biçimde kullanılmaktadır. Böylelikle kitle iletim araçları küresel güçlerin konumunu sağlamlaştırmak ve mevcut sistemin sürekliliğini korumak için en etkili rolü üstlenmiştir.

Günümüzde ekonomi, nüfus, insan kaynakları, üretim ve ihracat açısından birtakım gelişmeler elde eden Çin’in uluslararası arenadaki ağırlığı her geçen gün hissedilmektedir. Gerek diplomatik ilişkilerde olsun gerekse iktisadi konularda olsun mevcut denklemin en önemli değişkenlerindedir. Özellikle 2000’li yıllardan itibaren ülke ekonomisinin gelişmesiyle beraber kitle iletişim araçları da hızla gelişmekte ve büyümektedir. Örneğin, ulusal haber ajansı Xinhua, 1930’larda kurulmasına rağmen, sadece Asya’daki değil dünya çapındaki önemli medya kuruluşlarından sayılabilecek bir konuma gelmiştir. Associated Press (AP), Agence France Press (AFP), Wolf ve Reuters gibi dünya çapındaki en etkili haber ajanslarıyla aynı sıraya konabilecek birçok niteliklere sahip olabilmektedir. Hatta şu an küresel enformasyon dolaşımındaki konumu göz önünde bulundurulduğunda, hizmet sunduğu kitle sayısı, çalışan personel sayısı, sermayesi, teknolojik donanımı ve kapsam oranı gibi birçok açıdan bahsi geçen uluslararası haber kuruluşlarının önüne geçmiş durumdadır.

Demokratik toplumlarda yasama, yürütme ve yargıdan sonra “dördüncü güç” olarak kabul edilen kitle iletişim araçlarının asıl işlevi ise bu kuvvetlerin bağımsız ve hesap verebilir bir biçimde işlemesini halk adına gözetlemek ve denetlemektir. Başka bir deyişle, medyanın asıl görevi bireylerin hak ve hukuklarını iktidara, yasama ve yargı organlarına karşı korumak ve savunmaktır. Bu açıdan bakıldığında, yarı sosyalist-yarı kapitalist bir anlayışla inşa edilen ve başkanlık sistemiyle yönetilen bu karmaşık yapıda, iktidarın kitle iletişim araçlarını ne amaçla ve nasıl kullandıklarını, kitle iletişim araçlarının sahiplik yapısını, halkın bu araçlardan ne ölçüde yararlanabildiğini, kimler için ne amaçla kullanıldığını anlamak elbette bu ülkeyi daha iyi tanımamızın önşartıdır. Dolayısıyla medya ve siyasal sistem ilişkisinden hareket eden bu derleme çalışmasında, Çin kitle iletişim sistemi ve kitle iletişim araçlarının genel durumu betimlenmeye çalışılmıştır.

Kitle İletişim Araçları ve Sistem İlişkisi

David Easton (1965: 75) toplumun devasa bir örgütlü yapı, bir sistem olduğunu, bu genel sistemin de çeşitli alt sistemlerden oluştuğunu söyler. Sistemin denge durumunu koruyabilmesi için bünyesindeki alt sistemlerin kendi işlevlerini gereği gibi yerine getirmeleri ve bunu da eşgüdüm içinde yapmaları gerekmektedir. Buna göre kitle iletişim kurum ve araçları da içerisinde yer aldıkları genel sistemin bir mikro türevidir ve genel sistemle, genel sistem içerisindeki diğer alt sistemlerle, yani sistemin içerisinde işlerlik gösteren tüm kurum ve kuruluşlarla uyum içerisinde çalışır (Güngör, 2013: 339). Bu demektir ki her sistem ya da her ülke kendi iletişim sistemini kendisi oluşturur.

Ulus devlet yapılarının oluşmasıyla birlikte her ulus devletin, kendi siyasal sistemiyle uyumlu olmak üzere kendi kitle iletişim kurumlarını biçimlendirdiği görülmektedir. Buna göre farklı devlet sistemlerine, siyasal sistemlere göre farklı kitle iletişim yaklaşımları oluşur. Bunları liberal, toplumsal sorumluluk, sosyalist ve otoriter yaklaşım olmak üzere dört grupta toplamak olanaklıdır. Bunlara bir de gelişmeci yaklaşımı da eklemek mümkündür (Güngör, 2013: 339). Bu yaklaşımlar, tarihsel süreçte ortaya çıkışları bağlamında aşağıda sırasıyla açıklanmıştır.

1) Otoriter Yaklaşım

Geçmişte oldukça eskiye giden bir yaklaşımdır. Kitle iletişim araçlarının (gazete) doğmaya başladığı monarşik dönemlerde kitle iletişiminin yapılanması da o dönemlerin genel sistem yapılarına bağlı olarak otoriter sistem biçiminde olmuştur. Bu sistemde kitle iletişim araçlarının genel yayın politikası var olan siyasal yetki tarafından belirlenir. Gazeteciler siyasal yetkeden izinsiz, kendi istedikleri gibi içerik üretimi yapamazlar. Gazeteler özel kişilerin mülkiyetinde olsa bile siyasal

yetkenin istekleri dışına çıkamazlar (Güngör, 2013: 342). Ülke sınırları içerisindeki herkesin, her şeyin ve her alanın kralın ya da otoritenin mülkiyeti dâhilinde sayıldığı bir sistemde kitle iletişim araçlarının bağımsız hareket etmesi asla mümkün değildir.

Otoriter kitle iletişim sisteminin işleyişine temel oluşturan ilkelere göre kitle iletişim araçları siyasal erkten bağımsız olamazlar; toplumun egemen ahlaki ve siyasal değerlerine aykırı yayın yapılamaz; özdenetim ve sansür meşrudur; egemen sisteme karşı çıkışların suç kabul edilmesi ve cezalandırılması zorunludur ve kitle iletişim araçlarının mülkiyetini ellerinde tutanlar bu koşullara uymak koşuluyla ancak bunu yapabilirler (Kaya, 1985: 49). Çin, Kuzey Kore ve Küba gibi komünist ülkelerin kitle iletişim sistemi bu modele örnek oluşturabilmektedir.

2) Liberal Yaklaşım

Liberal yaklaşım kapitalizmin içerisinde doğup gelişmiştir. Liberal anlayışın özünde devletin ve ekonominin birbirinden ayrı tutulması, birbirlerine müdahale etmemeleri ilkesi vardır. “bırakın geçsinler, bırakınız yapsınlar” ilkesiyle işlemektedir. Kitle iletişimi de bu anlamda özel sektörün işleyiş alanı içerisinde kabul edilir (Güngör, 2013: 340). Liberal yaklaşıma göre oluşturulan kitle iletişimin işleyişine temel oluşturulan ilkeler gereği kitle iletişim kuruluşları herhangi bir ön izin almaksızın kurulabilir; isteyen herkes her hangi bir koşul olmaksızın iletişim mesleğini seçebilir; kitle iletişim kurumu basım ve yayım işini her hangi bir baskı altında kalmaksızın gerçekleştirebilir; kişilerin özel alanını, devlet ve ülke çıkarlarını ihlal edici yayın yapmamak koşuluyla kitle iletişim kuruluşları sistemin işleyişine yönelik her tür eleştiriyi özgürce yapabilir (Kaya, 1985: 46).

Liberal yaklaşımda kitle iletişim araçları bir bakıma kamunun gözcüsü gibi işlev görürler. Kamu adına yöneticileri, yöneticiler adına da halkı denetler ve gözetlerler. Bu nedenle de demokratik kuramcılara göre devletin yasama, yürütme ve yargı güçlerinin yanında dördüncü güç olarak da kitle iletişim kurumlarının yer alması gerekmektedir. Örneğin ABD kitle iletişim araçları ya da Türkiye’de yazılı basın özel sektörün mülkiyetinde, liberal yaklaşım ilkelerine göre işlerlik göstermektedir.

3) Toplumsal Sorumluluk Yaklaşımı

Bu yaklaşımın esas aldığı temel görüş ise kitle iletişim kurumlarının kapitalizmin diğer ticari amaçlı sektörlerinden farklı olduklarıdır. Kitle iletişim ortamında yapılan üretim ile kapitalizmin diğer sektörel alanlarında gerçekleşen üretim arasında fark olduğu, birinin insanların gündelik yaşamlarındaki üretim materyal ve hizmetlerine, diğerinin ise insanların beyinlerine ve bilinçlerine yönelik olduğudur (Kaya, 1985: 46). Dolayısıyla da kitle iletişim araçları ve kurumlarının, kapitalist sistemin diğer sektörleri gibi serbest rekabet ve ticari kazanç ilkeleri üzerine inşa edilmesi kartelleşme gibi önemli sorunlara yol açacağı kaçınılmazdır.

Toplumsal sorumluluk yaklaşımına temel oluşturan ilklere göre kitle iletişim kuruluşları kendi işleyiş kurallarını kendileri belirlemeli, ancak kamu yararını da gözetmeli, toplumdaki çeşitliliğin ve çoğulculuğun temsiline de olanak vermeli; haberde nesnellik, doğruluk, tarafsızlık ilkelerine bağlı olmalı, kültürün ve sanatın geliştirilmesine ve yaygınlaştırılmasına katkı sağlamalı, toplumsal huzuru korumak amacına dönük olarak şiddet ve suç içerikli yayınlara yer vermemeye özen göstermelidir (Kaya, 1985: 47). Bu modelin uygulamadaki örneği İngiltere’nin BBC’sidir. Türkiye Radyo Televizyonu (TRT) ise İngiltere’deki BBC modelini örnek alarak devlet destekli ama kamu hizmeti anlayışına göre yayın yapan medya kuruluşudur.

4) Sosyalist Yaklaşım

Kitle iletişiminde sosyalist yaklaşım 1917 Bolşevik Devrimi ile birlikte belirir. Sosyalist düzende kitle iletişim araçlarının görevi siyasal iktidarın, sosyalist partinin yanında yer alarak sosyalist düşüncenin yerleşiklik kazanmasına yardımcı olmaktır. Özel sektörün olmadığı bir ortamda kitle iletişim kuruluşları da doğal olarak kamu kuruluşları statüsüne sahiptir. Görevleri ise toplumun sosyalist düşünce doğrultusunda eğitilmesi, sosyalist ideolojinin sürekli aktarımının yapılmasıdır (Güngör, 2013: 342). Yani düzenin gerçek sahibi işçi sınıfı adına ideoloji ve kolektivist düşüncüyü yaymakla yükümlüdür. Bireysel görüş ve temsillere, farklı görüşlere yer vermesi ya da yansıtması gerekmez.

Sosyalist yaklaşımın temel ilkeleri ise şunlardır: birincisi, kitle iletişim araçları düzenin gerçek sahibi işçi sınıfı adına ideoloji ve kültür üretimi yapar ve aktarır. İkincisi, özünde sınıfsız bir toplum yapısını öngören sosyalist sistemde kitle iletişim araçlarının toplumdaki farklı görüşleri yansıtması gerekmez. Yalnızca sosyalizme ilişkin propaganda yapmaları beklenir. Üçüncüsü, kitle iletişim araçları kolektivist düşünceyi yaymakla görevlidir. Dördüncüsü, kolektivizme dayanan bir sistemde kitle iletişim araçlarının bireysel görüş ve temsillere yer vermesine gerek yoktur (Kaya, 1985: 48). SSBC (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği)'nin dağılmadan önceki kitle iletişim modeli bu yaklaşım için bir örnek olarak gösterilebilir.

5) Gelişmeci Yaklaşım

Gelişmeci ya da kalkınmacı olarak biline bu yaklaşım ikinci dünya savaşının ardından belirmeye başlamış. Soğuk savaş ve yeni sömürgecilik eğilimleri az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelere bazında kitle iletişim alanında da yeni bir konuyu tartışma gündemine taşımıştır. Buna göre az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin kitle iletişimi açısından da sömürgeci ülkelerin tehdidi altında olduğu, bundan kurtulmanın yolunun ise her bir ülkenin kendi iletişim kurumu ve araçlarına sahip olmasıdır. Her bir ülkenin ekonomik kalkınmışlık düzeyinin, siyasal ve toplumsal yapılarının, dolayısıyla da kültüre kimliklerinin birbirinden farklı olduğu da düşünülerek uygun kitle iletişim yapılanmalarına gitmeleri gereği üzerinde durulmuştur. Böylece her bir ülkenin, kendi gelişme ve kalkınma politikalarını oluşturmada ve uygulamaya koymada kitle iletişim kurumlarının da desteğini alabilmesi sağlanmış olacaktı. Aynı şekilde her bir ülkenin kendi ulusal kimliğini biçimlendirecek ulusal kültürünü yerleştirmede, ulusal dilini yaymada kitle iletişim araçlarını kullanabilmesi sağlanacaktır (Kaya, 1985: 49). Özetle bu yaklaşımda, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelerin bilgi bombardımanı ve enformasyon tekelciliğine maruz kalmamaları ve her ülkenin kendi kitle iletişim kurumlarının oluşturulması ve güçlendirilmesi gerektiği savunulur.

Çin'in Kitle İletişim Sistemi

Çin'in kitle iletişim sistemi yukarıda söz edilen yaklaşımlardan otoriter yaklaşımla genel özellikleri itibarıyla örtüşmekle beraber diğer yaklaşımlardan bazı ufak öğeler içeren karma bir sisteme sahiptir. Buna göre reklam, eğlence, tanıtım ve kültür sanatla alakalı az bir kısım yazılı basında (gazete, dergi ve kitap) özel mülkiyete izin verilmiştir; ama ekonomik ve politik yayınlar ve fikir gazeteleri devletin mülkiyetindedir. Ulusal, bölgesel ve yerel ölçekteki radyo-televizyon yayıncılığı yine tamamen devletin mülkiyetindedir. İnternet yayıncılığında küçük ölçekte özel girişimcilere izin verilse bile içerik üzerinde sıkı denetim ve sansür devletin meşru hakkıdır. İnternet aracılı sosyal iletişim platformları ve sosyal medya üzerinde de aynı sansür ve denetimi hissetmek mümkündür. Dolayısıyla bu sistemin genel yapısına bakıldığında kitle iletişim araçlarının mülkiyeti, yönetimi, kullanımı, araştırma ve geliştirilmesi istisnasız olarak devletin tekelindedir.

Çin Komünist Partisinin (ÇKP) Propaganda Bakanlığı (中共中央宣传部), Mayıs 1924 yılında ÇKP'nin propaganda bürosu olarak kurulmuştur (<http://www.cpc.people.com.cn>). Bu propaganda bürosu, kurulan ilk yıllarda komünist partinin yanında yer alarak sosyalist düşüncenin yerleşiklik kazanmasına yardımcı olmuş ve sosyalist ideolojinin sürekliliği için hizmet etmiştir. Ekim 1976'da resmi statü kazandırılarak hem ÇKP'nin hem de Çin Halk Cumhuriyeti'nin (ÇHC) propaganda ve iletişim faaliyetlerinden sorumlu bakanlık olmuştur (<http://www.wenming.cn>).

Çin'de yazılı basından görsel-işitsel medyaya internet yayıncılığında ajans haberciliğine kadar tüm iletişim kanalları, haberleşme kurumları, iletişim kuruluşlarının ilke, kural ve yasaları tamamen ÇKP'nin kontrolündeki Propaganda Bakanlığı tarafından düzenlenmekte ve yürütülmektedir. Konumuzu daha iyi anlamak adına Ulusal Haber Ajansı Xinhua'nın üstlendiği işlevlere bakmakta yarar vardır.

Hâlihazırda, Xinhua Haber Ajansı aşağıdaki dört ana işlev çerçevesinde hareket etmektedir:

Birincisi, partinin ve halkın gözü, ağzı, burnu ve kulağı olmak,

İkincisi, ulusal haber ajansı olmak,

Üçüncüsü, bilgi ve haber merkezi,

Dördüncüsü, uluslararası enformasyon kanalı olmak; enformasyonun yurt içine girdiği ve yurt dışına çıktığı tek kanal olmak (<http://nis.xinhuanet.com/>).

Anlaşılabacağı üzere, Çin'deki yasal haber denetleyici üst kurul ve dünya çapında haber dağıtan tek medya kuruluşu özelliğini taşıyan ulusal haber ajansı Xinhua tıpkı diğer kitle iletişim araçları gibi Komünist Partinin güdümünde partinin ağzı, gözü, burnu, kulağı olma görevini yerine getirmektedir. Yani kamu adına yöneticileri değil yöneticiler adına toplumu denetlemekte, gözetlemektedir. Sahiplik açısından devlet desteğiyle kurulduğu için kâr etmekten ya da üyelerine ve paydaşlarına hizmetten önce temel amacı, devletin yoğun desteğiyle halkı denetlemek, ÇKP ideolojisini aşlamak, bilgi akışını kontrol altına almak, yurt içine giren ve yurt dışına çıkan enformasyonu denetim altında tutmak, uluslararası haber ajanslarının tekelciliğine karşı çıkmak, ülkenin sesini dünyaya kamuoyuna duyurmak olmuştur. Kitle iletişim araçları öncelikle kendi propagandalarını yapmak, ulusal iletişimi denetim altına almak ve ondan yararlanmak isteyen devletin desteğiyle kurulmuştur. Söz konusu devlet, bir süre sonra da denetim alanlarını ulusal iletişimden uluslararası iletişime kaydırarak, ülke içinde nelerin duyulması ya da bilinmesi konusunda seçicilik yapmaya başlamıştır. Bu sistemdeki iletişim araçlarının en önemli özelliklerinden biri ise, batıdaki iletişim araçlarının aksine kâr ya da kazanç gütmüyor olmasıdır. Bütün masraf ve giderlerin devlet tarafından karşılanması, araştırma ve geliştirme projelerini devletin kendisi bizzat yürütüyor olması, Çin kitle iletişim araçlarına teknolojik donanım bakımından çok büyük avantaj sağlamaktadır.

Çin'in Kitle İletişim Araçlarının Gelişim Süreci

Dünyanın farklı ve çeşitli bölgelerinde olduğu gibi Çin'de de kitle iletişim araçları milattan önce 900. yıllardan itibaren kullanılmaya başlanmıştır. Yazı icat edilmeden önce, Çin'de “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 aracı ise çan ya da zil olarak bilinen Muduo (Çin’ce木铎)dur (Wang, 2010: 41). Yani yüksek tepelerde metal aletlerden ses çıkartarak birbirlerine mesajlar iletmışlerdir.

Çin'in yazılı basın tarihi Tang Hanedanlığı (milattan sonra 8. yüzyıl) dönemine kadar uzanmaktadır. Feodal bürokrasinin iç bünyesinde yayınlanan, içeriği hükümetin emir-ferman ve raporlarından oluşan ve sadece üst düzey bürokratların yararlanabildiği sayfalar halindeki yazılarla ilk adım atmıştır (Maimaitimin, 2014). Bu yazılı basının ilk örneğinin oluşumu ve gelişimi Tang Hanedanlığının orta dönemlerine denk gelmektedir. Bunlar Tang Hanedanlığının farklı idari sisteminin gelişimiyle yakından ilişkilidir.

İletişim tarihinde Çin’ce olarak yayınlanan ilk basın, Güneydoğu Asya’daki Çinlilerin yoğun yerleştiği bir kısım bölgelerde İngiliz misyonerler tarafından başlatılmıştır (Wang, 2010: 41). 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 çalışmıştır. Qing hükümetinin tutucu 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 hükümetine defalarca teklifte bulunmuştur. Qing hükümetinin yabancı ülkelere sergilediği tutuculuk ve dışlayıcı politikalarını çürütmek, geniş Çin piyasasını ele geçirmek için silah kuvvetini kullanılmasının hiç uygun olmayacağını anlayan İngiltere, ideolojik sızmayı iyi bir politika tercihi olarak görmüştür (Fang, 2009: 67). Dolayısıyla, İngiltere misyonerlik, okul açmak, sağlık, kitap basmak ve gazete kurmak gibi faaliyetlerle Çin’e ideolojik ve kültürel açıdan sızmaya başlamıştır.

8 Kasım 1827, İngiliz afyon tüccarı James Matheson tarafından kurulan “Canton Register and Price Current” ise Çin topraklarında kurulan ilk İngilizce basındır. 19.yüzyılın ikinci yarısından itibaren, Portekizler, Amerikalılar, İngilizler, Fransızlar, Almanlar, Japonlar v Ruslar ardı adına farklı

bahanelerle gelerek, Çin'in farklı bölgelerinde Çince ya da başka dillerde basım yayım faaliyetlerine başlamışlar (Yang, 2007: 78).

İlk Gazete

4 Şubat 1874 Hongkong'da yazar Wangtao tarafından yayımlanan "Cycle Daily News" ise Çinliler tarafından yayımlanan ilk Çince gazetedir. Aynı zamanda burjuva ve kapitalizm ideolojisini ileri süren ilk fikir gazetesidir. Gazeteciliğin ilk evresinde kurulan bu dönemdeki gazetelerin ortak özellikleri şunlardır (Maimaitimin, 2014):

(1) Gazetelerin kuruluşu açısından, kurucuların kimliği çok karmaşıktır. Yani o dönemdeki gazeteler gelişmiş aydınlar, tüccarlar, hükümet mensupları ve batılılaşmış burjuvalar tarafından kurulmuştur.

(2) Sahiplik yapısı açısından, az bir kısım gazeteler hariç, bu dönemdeki gazetelerin çoğu özel mülkiyettir.

(3) Gazete içeriği açısından, bu gazetelerin ekserisi Batılılaşma Hareketinin destekçileri ve savunucularıdır.

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

Haber Ajansının Kuruluşu

Temmuz 1920 tarihinde Şanghay'da kurulan Çin-Rusya Haber ajansı ise Çin'in ilk proletaryan haber ajansıdır. 1920 yılı Komintern (Üçüncü Enternasyonal) temsilcilerinden Voitinskiy Şanghay'a geldikten sonra, kamuya açık bir faaliyet kurumu olarak Çin-Rusya Haber ajansını kurmuştur. Bu haber ajansının temel görevi ise, Çin ve Rusya'nın dostluğunu pekiştirmek, Çin toplumuna Lenin'in devrim teorisini, Rus Devrimi'nin sonuç ve deneyimlerini tanıtmak olmuştur. Çin Komünist Partisi kurulduktan sonra, ajansın yönetimi komünist partiye devredilmiş ve 1 Ağustos 1925'te kapatılmıştır (Yang, 2007: 78).

7 Kasım 1931 yılında JiangXi eyaletinin Ruijin ilçesinde kurulan Kızıl Çin Haber Ajansı, 1937 yılı Ocak ayında ShanXi eyaletinin YanAn şehrinde XinHua (Yeni Çin haber Ajansı) adını almıştır (Wang, 2010: 52). Çin Halk Cumhuriyeti'nin 1949 yılında kurulmasının ardından XinHua, özellikle 1978'den sonra, ülkenin "açılım programı" çerçevesinde, Çin'de en geniş bilgi merkezi ve dünya çapındaki büyük haber ajanslarından biri olma niteliğini kazanmıştır.

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 tüm büyükşehir belediyelerinde, Otonom Özerk Bölgelerde, Halk Özgürlüğü Ordusunda, Polis Teşkilatında, ayrıca Hongkong ve MaCao'da olmak üzere yurt içinde toplam 33 bölgede şubesi bulunmaktadır. Yurtdışında toplam 900'den fazla kişinin çalıştığı 140'tan fazla bürosu vardır (Maimaitimin, 2014).

Çin'deki yabancı ajansların haber bültenleri XinHua haber ajansı aracılığıyla yayımlanmaktadır. 1996 yılından bu yana da yabancı ajansların ekonomik bültenlerinin yayımlanmasını üstlenmiştir. Ajans bu hizmeti için bülten satış fiyatı üzerinden %7'lik bir komisyon almaktadır. Bunun yanı sıra, ekonomi bülteni yayımlamak isteyen yabancı ajanslar, Çin'deki müşterileri ve gelirleriyle ilgili ayrıntılı bilgileri XinHua'ya bildirmek zorundadır (<http://www.xinhuanet.com>). XinHua haber ajansı ülke çapında gazetelere, dergilere, radyo ve televizyon kanallarına 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 kelime iç dış haber ve makaleler yayımlanmaktadır. Dünyanın dört tarafına yazılı, görsel işitsel, internet ve SMS şeklinde haber iletmektedir. 130 ülkede 5000 civarında aboneli bulunan Xinhua, 95 yabancı haber ajansı ve enformasyon kuruluşuyla işbirliği anlaşması imzalamıştır (www.xinhua.cn). Hâlihazırda dünyanın dört bir köşesine yayılan bilgi ve

haber toplama ağıyla, multimedyalı, çok dilli, çok kanallı, çok düzeyli ve çok fonksiyonlu haber dağıtım sistemi oluşturulmuştur

Radyo Yayıncılığının Doğuşu ve Gelişim Süreci

İletişim tarihine bakıldığında, 2 Kasım 1920, Amerika’da kurulan Pittsburgh KDKA radyo istasyonu, dünyanın ilk resmi radyo istasyonu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ondan sonra İngiltere, Fransa, Rusya, Almanya ve İtalya gibi ülkelerde radyo istasyonu peş peşe kurulmaya başlamıştır (Li, 2005: 105). 1923 yılında Çin’de radyo istasyonu kurulduğuna göre, Çin ilk radyo istasyonu kuran ülkelerden sayılmaktadır.

1923 yılının başında, Amerikalı E.G. Osborn tarafından kurulan Çin Radyo Şirketi, aynı yıl 23 Ocak akşamı ilk yayınına başlamıştır. İstasyon çağrı işareti XRO olarak yürütülen bu radyo şirketi ise yabancıların Çin’de kurduğu ilk radyo istasyonudur. Aynı yıl Mayıs’ta Amerikalı tüccar Corfu Matheson Şangay’de özel radyo istasyonu kurmuştur. Mayıs 1924’te ise, diğer bir Amerika şirketi Şangay’de istasyon çağrı işareti KRC olan bir radyo istasyonu daha kurmuştur (Wang, 2010: 55).

1 Ağustos 1928, Kuomintang hükümeti tarafından Nanjing şehrinde “Çin Merkezi Radyo”su kurulmuştur. Kasım 1932, bazı reform ve çabalar sonucunda, bu radyo istasyonu Asya kıtasındaki en büyük radyo istasyona dönüşmüştür. Ağustos 1929, Kuomintang hükümetinin ilgili karar ve düzenlemelerine göre, özel radyo kuruluşuna izin verilmiş (Li, 2009: 108). Maimaitimin’e (2014) göre, Haziran 1937’kadar Çin topraklarında toplam 78 radyo istasyonu kurulmuştur ve 56’sı özel sermaye ile kurulmuştur. Bu dönemde özel teşebbüse izin verildiği için, eğitim, ticari ve dini amaçlı radyo istasyonları ardı ardına kurulmaya başlamıştır.

Çin Komünist Partisi tarafından 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 (Yang, 2007: 84). Bu radyonun kurulması, 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.

Günümüzde ülke genelinde Hongkong, Makao ve Taiwan¹ hariç toplam 600 kusura civarında ulusal ve bölgesel radyo istasyonu bulunmaktadır.

Televizyon Devri

1 Mayıs 1958, Pekin Televizyonu ilk yayına başlayarak, ülkenin televizyon endüstrisine attığı ilk adımı dünyaya ilan etmiştir. Pekin Televizyonu (yani şimdiki CCTV’nin önceki ismi) bu ülkede kurulan ilk televizyon olarak kabul edilmektedir (Qiao, 2007: 89).

1 Mayıs 1973 PAL (Phase Alternating Line) sistemini kullanarak televizyonda renkli yayının ilk sayfasını açmıştır. Günümüzde dünyadaki renkli televizyonun 50%’si Çin’de üretilmekte, renkli televizyon kullanımı ve üretiminde ilk sıradadır (<http://www.sapprft.gov.cn>).

1979 yılından itibaren gazete ve televizyonda 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 şansı bulabilmiştir (Chen, 2009: 17). Günümüzde tüm televizyon kanalları devletin izin verdiği içerikteki her türlü reklamı yayınlatabilmektedir.

Ülke genelinde Makao, Hongkong ve Taiwan hariç tüm il ve ilçeler dahil olmak üzere toplam 500’den fazla televizyon istasyonu bulunmaktadır. Bu TV istasyonlarının 25’den fazlası uyduya sahiptir (<http://www.sapprft.gov.cn>).

¹ Bu üç bölge, anayasada belirtilen özerklik hak ve haklarını koruyabildiğinden kendi iletişim sisteminin oluşturulması ve idare edilmesinde Çin hükümetinden farklı yol izlemiştir. Bu yüzden bu bölgelerin kitle iletişim araçları, bahsi geçen sayısal verilere dahil edilmemiştir.

İnternetin Gelişimi ve İnternet Yayıncılığı

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 popülerleri Netscape şirketi tarafından üretilen Navigator iken daha sonra Microsoft, Explorer’ı çıkarmıştır (Bektaş, 2004).

1987 yılı Pekin üniversitesi profesörü Qian’ın Almanya’ya göndermiş olduğu e-maili ise Çin tarihindeki ilk internet kullanımı olarak kabul edilmektedir. Lakin o dönemde Çin’e daha internet girmiş değildi. Ekim 1991’de gerçekleştirilen Çin-ABD Yüksek Enerji Fiziği yıllık toplantısında ABD sözcüsü White Torquay’ın, Çin’in de İnternet İşbirliği Programına dâhil edilmesi gerektiği fikriyle, Mayıs 1994’te ancak gerçek anlamda internet kullanımını başlatmıştır (<http://www.cac.gov.cn>).

Mayıs 1995, ilk İnternet Servis Sağlayıcısının kurulmasıyla (<http://www.cnnic.net.cn>) sivil vatandaşın da internette yararlanabilmesi mümkün olmuştur. İnternetin Çin’deki gelişim süreci aşağıdaki gibi üç aşamada özetlenebilir.

(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 (04.1994-10.1996)

Nisan 1994, Pekin Zhongguancun Eğitim ve Araştırma Okulunda internet TCP/IP bağlantısının gerçekleştirilmesiyle, internet bütün özellikleriyle hizmete açılmıştır. Bu tarihten itibaren Çin uluslararası platformda resmi şekilde internet kullanan ülke olarak kabul edilmiştir (Li, 2009: 309). Böylelikle ülke çapında ChinaNet, CERnet, CSTnet, China GBnet 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 Büyüme Süreci (1997’den şimdiye kadar)

12 Ocak 1995, Devlet Eğitim Bakanlığı tarafından yayınlanan “Yurtdışı Âlimleri” dergisi ise internet ortamında Çin’ce olarak yayımlanan ilk yayındır. Fakat bu derginin yayımlanması, bu ülkenin kitle iletişim araçlarının elektronikleşmesinin başlangıç noktası sayılmamaktadır (<http://www.cac.gov.cn>). 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 çekmiştir. Reuters derhal harekete geçerek, bu gazeteye abone olmuştur (Fang, 2009: 634).

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 (<http://www.cankaoxiaoxi.com>). Günümüzde internet teknolojisinin hızlı gelişmesine ve teknolojik cihazların çoğunun Çin’de üretiliyor olmasına paralel olarak, Çin internet kullanıcılarının sayısı açısından dünyada ilk sırada yer almaktadır. Wearesocial Ocak 2019 Raporuna göre, aktif sosyal medya kullanıcı sayısı 1,007 milyar olup ülke nüfusunun %71’ini oluşturmaktadır. Mobil internet kullanıcı sayısı da 1,007 milyar olup ülke nüfusunun %71’ini oluşturmaktadır. Bu kullanıcılar günde ortalama 1 saat 57 dakika internette kalmaktadır (<https://wearesocial.com>).

Çin Kitle İletişim Araçlarının Küresel Enformasyon Dolaşımındaki Yeri

Çin’in kitle iletişim araçları gerek hizmet sunduğu kullanıcı sayısı açısından gerekse ürettiği içerik bakımından olsun gerekse sahip olduğu teknolojik donanım bakımından olsun dünyada ön sıralara konabilecek bir kapasiteye ulaşmaktadır. Bunun en önemli nedeni ise kitle iletişim araçlarının tamamen devlet ve parti eliyle finanse ediliyor, düzenleniyor ve yönetiliyor olmasıdır. Şimdi bu çalışmamızda yazılı basın, işitsel-görsel, internet ve diğer kitle iletişim araçlarının tümüne detaylıca yer verme imkânımız olmadığı için, uluslararası enformasyon dolaşımında diğer ülke kitle iletişim araçlarıncı ağırlığı ve etkisi hissedilen birkaç medya kuruluşundan bahsederek, Çin kitle iletişim araçlarının uluslararası arenadaki gerçek konumuna açıklık getirmeye çalışacağız.

Xinhua Haber Ajansı

Yurtiçi ve yurtdışı şubelerinde çalışanlarıyla toplam 10 bin üzerinde personeli bulunan Xinhua’nın genel müdürlüğü Pekin’dedir. Xinhua sahip olduğu insan kaynakları, donanım, sermaye ve içerik üretimi açısından dünyanın dört büyük haber ajansı Associated Press (AP), Agence France Press (AFP), Wolf, Reuters’in önüne geçmiş durumdadır. Xinhua’nın TaiWan bölgesi hariç bugün, büyükşehir belediyelerinde, otonom bölgelerde, Halk Özgürlüğü Ordusunda, 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 (Wang, 2010: 156). Çin’deki yabancı ajansların haber bültenleri Xinhua haber ajansı aracılığıyla yayımlanmaktadır.

1)Xinhua’nın Örgütsel Yapısı

Xinhua haber ajansının örgütsel yapısı müdürlük, editörlük, yerel haberler merkezi, yabancı haberler merkezi, dış haberler editörlüğü, foto muhabirliği yayın bölümü, referans haberciliği, spor haberleri yayın bölümü, genel müdürlük, iletişim teknolojileri merkezi, insan kaynakları, dışişleri bürosu, planlama ve finans merkezi, emekli kadrolar bürosu, kurum parti temsilciliği, denetleme bürosu (<http://www.xinhuanet.com>) gibi alt bölümlerden oluşmaktadır.

2)Xinhua’ya Doğrudan Bağlı Basım Yayın Kuruluşları

"Liaowang (Görünüm)" Dergisi Yayıncılığı, "Jingji Cankao Bao (Günlük Ekonomik Bilgi)" Gazetesi, "Xinhua Meiri Dianxun (Xinhua Günlük Telgraf)" Yayıncılığı, "Banyue Tan (Yarım Aylık Sohbet)" Dergisi, "Cankao Xiaoxi (Referans Bilgiler)" Gazetesi, Xinhua Yayınları, Ekonomi Haberler Yayın Merkezi, Haber ve Bilgi Merkezi, Xinhua Eğitim ve Yetiştirme Merkezi, İşitsel-Görsel Haber Merkezi, Haber Araştırma Merkezi, Gazetecilik Enstitüsü ve Ajans Yönetim Merkezi (www.xinhua.cn) olmak üzere toplam 11 yayın kuruluşu doğrudan Xinhua ajansına bağlıdır.

3)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 Yayın 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. olmak üzere toplam 12 şirket Xinhua ajansı bünyesinde faaliyet göstermektedir.

4)Yurtiçi Şubeleri

Pekin ve Şangay gibi metropol şehirler başta olmak üzere büyükşehirlerde, eyaletlerde ve özerk bölgelerde toplam 45 yurt içi şubesi bulunmaktadır.

5)Yurtiçi Muhabir Merkezi

Xinhua haber ajansının yurt içinde hizmet vermekte olduğu Anbian muhabir merkezi, Jidong muhabir merkezi, Üç Boğaz muhabir merkezi, Ningchi muhabir merkezi, Sanya muhabir merkezi, Güney Bölge muhabir merkezi, Ili muhabir merkezi, Anshan muhabir merkezi olmak üzere toplam sekiz muhabir merkezi bulunmaktadır (www.xinhua.cn). Yurt içindeki haber ve bilgi toplama işleri bu merkezler aracılığıyla yürütülmekte ve denetlenmektedir.

6)Yurt Dışı Şubeler

Çin ulusa haber ajansı Xinhua'nın toplam 150'nin üzerinde yurt dışı şube veya büroları bulunmaktadır. Afrika'dan Avrupa'ya Okyanusya'dan Amerika'ya kadar başkent ve metropollerin birçoğunda temsilcileri mevcuttur.

7)Xinhua'nın Personel Dağılımı

2010 yıl sonu itibariyle, Xinhua Haber Ajansında çalışanların toplam sayısı 15,160; çalışmakta olanlar 11.373 kişi; emekli olanlar 3787 kişi; ÇKP üyesi olanlar 8863 kişi; yüksek lisans veya üzeri eğitime sahip olanlar 1.564 kişidir.

8)Xinhua'ya Bağlı Yazılı Basın

Xinhua Haber Ajansı tarafından 20'den fazla gazete ve dergi yayımlanmaktadır. Bunlar: "Xinhua Günlük Telgraf", "Referans Haberler", "Günlük Ekonomik Bilgi", "Çin Menkul Kıymetler", "Şangay Menkul Kıymetler", "Modern Express", "Modern Altın Haberler", "Görünüm", "Şark Görüntüsü", "Dünya", "Finansal Devlet", "Yorum", "Çin Muhabiri", "Fotoğraf Dünyası", "Finans Dünyası", "Dünya Harp Olayları", "Çin Halk Cumhuriyeti Yıllık Albümü" (İngilizce ve Çince) olmak üzere toplam yirmi küsur dergi ve gazete yayınlamakta ve bunların her birinin tirajı (her sayı için) 10 milyondan yüksektir (<http://www.xinhuanet.com>).

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 kesintisiz olarak günde yaklaşık 500 bin kelime iç içe dış haber ve makaleler yayınlamaktadır. 130 ülkede 5000 civarında aboneli bulunan Xinhua, 95 yabancı haber ajansı ve enformasyon kuruluşuyla (Maimaitmin, 2014) işbirliği anlaşması imzalayarak, yazılı, görsel işitsel, internet ve SMS şeklinde geniş bir haber toplama ve iletme ağı oluşturmuştur.

CNC (China Xinhua News Network Corporation)

CNC, temel içeriği yurt içi ve yurt dışı haberlerden oluşan Çin uluslararası televizyon ağıdır. Bu televizyon ağı uydu, kablo, telefon, internet, billboard ve diğer iletişim araçları aracılığıyla dünyanın birçok bölgesine yayılan geniş iletişim ağına dayanarak, farklı bölgelerdeki farklı izleyicilere sesini duyurabilmektedir (<http://www.cncnews.cn>). Hâlihazırda CNC dünyanın en etkili uluslararası televizyon kuruluşlarından BBC World, CNN, NHK World, FOX, Russia Today ve France 24 gibi televizyonlarla rekabetleştirecek teknik donanıma sahiptir. Bu anlamda, Xinhua Ajansı ilk olarak uluslararası televizyon yayıncılığı başlatan ajanslardan sayılmaktadır.

Xinhua Haber Ajansı tarafından, 31 Aralık 2009 tarihinde Pekin'de kurulan CNC, 1 Ocak 2010 resmi olarak Asya-Pasifik bölgesi ve Avrupa bölgelerine yayın hizmetini başlatmıştır. 1 Temmuz 2010, CNC World (İngilizce) resmen hizmete girmiştir. Ajansın dünyanın dört bir köşesinden topladığı TV programlar "CNC World News" adı altında, 24 saat kesintisiz yayınlanmaktadır (<http://www.cncnews.cn>). Asya-Pasifik bölgesi başta olmak üzere Kuzey Amerika, Avrupa, Orta Doğu, Afrika ve diğer 200'den fazla ülke ve bölgede, 5,5 milyar nüfuslu bir izleyici kitlesine sahiptir. Sadece Hong Kong, Makao ve Oakland'da ise 1,7 milyon kablolu TV aboneleri bulunmaktadır (<http://www.cnc-ebusiness.com>). 16 Temmuz 2010, Apple sistemiyle eşleşebilen CNC Cep'i

başlatarak, iPhone ve iPodtouch kullanıcıların CNC (Çince) ve CNC World (İngilizce)'a AppStore'den kolayca erişebilmesini sağlamıştır. 18 Nisan 2011, Android telefon kullanıcıların Android Market, Mobil Market, aMarket ve e-Market üzerinden CNC (Çince) ve CNC World (İngilizce)'u bedava yükleyebilmesine kolaylık yaratmıştır (<http://www.cncnews.cn>). CNC programları Çince ve İngilizcenin yanı sıra Fransızca, İspanyolca, Portekizce, Arapça, Rusça ve diğer dillerde yayınlanmaktadır.

Xinhua Net (Xinhua Ağı)

Xinhua Ağı ise yönetimi doğrudan ÇKP'ye bağlı olan, ulusal haber ajansı Xinhua tarafından kurulan Çin'in en büyük uluslararası haber sitesidir. 7 Kasım 1997 "Xinhua Haber Ajansı Web Sitesi" adıyla kurulan bu haber sitesinin adı, Mart 2000'de Xinhua Net olarak değiştirilmiştir (<http://www.xinhuanet.com>).

Bu site yurt içindeki 30'dan fazla yerel TV kanalları ve ajansın hem de onlarca haber sitelerinin iş birliği yapmasıyla kurulmuştur. Dünyanın en büyük ve en önemli Çince haber sitelerinden biridir. Bu haber sitesi Çince, İngilizce, Fransızca, İspanyolca, Rusça, Arapça ve Japonca olmak üzere toplam yedi farklı dilde okura hizmet sunmaktadır. Günlük yayınlanan haber sayısı yaklaşık 4500 parçadan, kelime sayısı ise 1,8 milyondan fazladır (Maimaitimin, 2014). Web site her gün 19 bin kere güncellenmekte, 1,7 milyon kere tıklanmaktadır. Günlük sayfa görüntüleme 364 milyon, ziyaretçi sayısı ise ortalama 68 milyondan aşağı değildir (<http://www.xinhuanet.com/home.htm>).

Xinhua Net'in içeriği hem ulusal hem de uluslararası finans, menkul kıymetler, spor, bilim ve teknoloji, bilişim, askeri, hukuk, felsefe, sosyal, kültür, eğlence, eğitim-öğretim, tıp ve sağlık, araba ve diğer alanlardaki toplumu yakından uzatan ilgilendiren tüm konulara değinmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Xinhua Ağı sadece Çin'in değil, belki dünyanın da önemli haber sitelerinden sayılmaktadır. Yurt içinde 33 ilde, yurt dışında ise 100'den fazla ülkede muhabirleri ve temsilcileri bulunmaktadır. 2004 yılı Haziran, Google'un açıklamasına göre (<http://www.xinhuanet.com>), bu haber sitesi ülke içinde en çok tıklanan dokuz haber sitesinin biri olarak, ziyaretçi sayısı CNN, Yahoo, Microsoft ve Amazon gibi dünyanın dev sitelerinkine çok yaklaşmıştır.

Sonuç

Bilindiği üzere, ülkede yazılı basın (Gazete, dergi ve yayınevi gibi), internet ve görsel-işitsel medyaya nazaran daha az denetlenmektedir. Hâlihazırda ülkede yayımlanan 2000'in üzerinde gazete ve 10 binden fazla derginin çoğu devlet eliyle çalıştırılmakta; az sayıda da olsa özel sermaye ile yayınevi açılabilen, eğlence ve kültür sanatla alakalı gazete ve dergiler yayımlanabilmektedir. Özel teşebbüsle kurulan bu yazılı basın kuruluşları, politik, ideolojik, ekonomik ve toplumsal konulara değinmediği sürece yayın hayatına devam edebilmektedir.

Görsel medya açısından, ülke genelinde toplam 500'dan fazla televizyon istasyonu bulunmaktadır. Her istasyon en az iki ya da ikiden fazla kanala sahiptir. Bu televizyon kanallarının her türlü film, dizi, reklam, haber ya da başka TV programları üretme ve yayınlama yetkisi bulunmakta, fakat her bir programın içeriği, biçimi, dili, süresi, yayınlanacağı vakit gibi tüm detaylar denetleyici üst kurul tarafından onaylanmak zorundadır. Özel teşebbüse izin verilmeyen ve bütün televizyon kanallarının devletin mülkiyetinde olduğu bu sistemde, televizyon kuruluşlarının kar etme amacı olmadığı için sermaye ve teknolojik donanım açısından birçok avantajları bulunmaktadır. Lakin yüzlerce televizyon kanalının tek kanal gibi bir merkezden yönetiliyor ve denetleniyor olması, haber ve bilginin tek yönlü (yukarıdan aşağıya) akışını sağlayarak mevcut sistemin konumunu güçlendirmektedir.

Ülkede günümüz itibarıyla en az 500 radyo istasyonu mevcuttur. Radyo istasyonların her biri en az birkaç frekansa sahiptir. Bu radyolar da her kasaba, ilçe, il, eyalet, özerk bölgelerdeki yerel ve bölgesel hem de CNR gibi ulusal ya da uluslararası radyo kuruluşlarını da içermektedir. Bu radyo istasyonlarının çalışma metodu, yönetim ve organizasyon yapısı, etik ilkeleri, sahiplik yapısı,

örgütlenmesi ve denetlenmesi ülkenin diğer medya kuruluşlarıyla aynı sistem ve yasalarla yürütülmektedir.

Gerek ulusal düzeyde gerekse uluslararası düzeyde haber alışverişinde Çin'in en etkin iletişim araçlarından biri olan Xinhua haber ajansının temel amacı ise, haber toplama ve yaymanın yanı sıra, devletin yoğun desteğiyle uluslararası haber ajanslarının tekelciliğine karşı çıkararak ülkenin sesini dünya kamuoyuna duyurmak ve mevcut yarı kapitalist-yarı komünist sistemi sağlamlaştırmak olmuştur. Günün 24 saati, haberin yanı sıra, fotoğraf, film, CD, grafik, tablo, karikatür, resimli roman, köşe yazısı, eleştiri, röportaj vs. gibi haber malzemeleri toplayan ve üreten Xinhua Net ve CNC gibi ulusal ya da uluslararası kuruluşlar da kar etmekten ya da paydaşlarına hizmetten önce ÇKP'nın gözü kulağı olma işlevini yerine getirmektedir. Elbette bu işlev sadece haber toplamak ve yaymakla sınırlı değildir; denetim, propaganda, misenformasyon², dezenformasyon, yönlendirme, hatta kitlelerin beynini yıkamak da bu ülkedeki kitle iletişim araçlarının temel işlevlerinden sayılmaktadır.

Demek ki, Çin'de Xinhua haber ajansı başta olmak üzere görsel-işitsel medya, yazılı basın ve internet gibi tüm kitle iletişim araçları son dönemlerde hızlı bir gelişme ve büyüme içerisinde. Bu medya kuruluşlarının bazıları uluslararası platformda da kendini gösterebilmekte ve geniş yelpazesine dünyanın her köşesine ulaşabilmektedir. Hatta batıdaki en önemli haber kuruluşlarıyla rekabet edebilecek konuma gelmektedir. Batıdaki etkili medya kuruluşları da Çin kitle iletişim kuruluşlarından sürekli haber satın almakta, bu medya kuruluşlarıyla bilgi paylaşımında bulunmaktadır. Çünkü bu kitle iletişim araçlarının maddi desteği devlet tarafından karşılandığından medya kuruluşlarının iflas olması, zarar etmesi, küçülmesi ya da kapanması asla söz konusu değildir. Kesintisiz büyümesi ve gelişmesi totaliter rejim tarafından garantilenmektedir.

Yarı sosyalist-yarı kapitalist bir anlayışla inşa edilen ve başkanlık sistemiyle yönetilen bu karmaşık yapıda, kitle iletişim araçları devletin totaliter yapısına paralel bir şekilde otoriter modeli uygulamaktadır. Kitle iletişim araçlarının genel yayın politikası var olan siyasal yetki tarafından belirlenmektedir. Gazeteciler siyasal yetkeden izinsiz, kendi istedikleri gibi içerik üretimi yapamayacaklardır. Eğlence ve kültür sanatla alakalı birkaç gazete ve dergi hariç diğer tüm araçlar siyasal yetkinin elindedir. Hiçbir şekilde özel teşebbüse izin verilmemektedir. Ülke sınırları içerisindeki her kesin, her şeyin ve her alanın siyasal yetkinin müdahale alanı sayıldığı bu sistemde kitle iletişim araçlarının bağımsız hareket etmesi asla mümkün değildir. Özdenetim ve sansür meşrudur; egemen sisteme karşı çıkışların suç kabul edilmesi ve cezalandırılması zorunludur. Kitle iletişim araçlarının mülkiyeti, idaresi, kullanımı, araştırma ve geliştirilmesi istisnasız olarak devletin ve hükümetin tekelindedir.

Kaynakça

- Bektaş, T. (2004). *Yeni bir iletişim teknolojisi olarak internet ve bilgi açığı*. Doktora tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı. Konya.
- Bülbül, R. (2000). *Uluslararası iletişim*. Konya: Damla Ofset Yayınları.
- Chen, X. (2009). *Yurtiçi görsel medya sisteminin değişim ve deneyimleri üzerine araştırma*. Jiangxi Yayınevi.
- Easton, D. (1965). *A framework for political analysis*: Englewood Cliffs, Pentice Hall. New Jersey.
- Fang, H. (2009). *Çin gazetecilik tarihi*. Pekin: Çin Halk Üniversitesi Yayınevi.
- Gaillard, P. (1991). *Gazetecilik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Girgin, A. (2000). *Haber ajansları ve ajans haberciliği*. Basılmamış ders notları. Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Girgin, A. (2002). *Uluslararası iletişim: haber ajansları ve A.A*. İstanbul: Der Yayınları.
- Güngör, N. (2013). *İletişim: kuram ve yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Karaduman, M. (2002). *Değişen iletişim ortamı: Yeni medya ve internet gazeteciliği*. Doktora tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, R. (1985). *Kitle iletişim sistemleri*. İstanbul: Teori Yayınları.
- Koloğlu, O. (1992). *Osmanlıdan günümüze Türkiye'de basın*. İstanbul: İletişim Yayınları.

² Misenformasyon: yanlış bilgilendirme anlamında kullanılmaktadır.

- Maimaitimin, B. (2014), *Çin ulusal haber ajansı xinhua ve güncel çin medyası*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Qiao, Y. (2007). *Çin radyo televizyon tarihi*. Pekin: Çin Radyo Televizyon yayınları.
- Wang, W. (2010). *Ulusal ve uluslararası iletişim tarihi*. Pekin: Normal Üniversitesi Yayınevi.
- Yang, S. (2007). *Çin iletişim tarihi*. Pekin: Pekin Üniversitesi Yayınevi.
- <http://english.news.cn/special/cnc> (erişim tarihi: 08.07.2018)
- <http://max.book118.com/html/2014/0327/6996153.shtm> (16.07.2018)
- http://www.360doc.com/content/07/0905/11/42953_720503.html (12 .07.2018)
- <http://www.cac.gov.cn> (erişim tarihi, 12.07.2018)
- <http://www.cankaoxiaoxi.com/> (10.07.2018)
- <http://www.cncnews.cn> (erişim tarihi: 08.07.2018)
- <http://www.cnki.com.cn/article/cjfdtotal-zhwy201205001.htm> (25.06.2018)
- <http://www.cnnic.net.cn> (erişim tarihi, 13.07.2018)
- <http://www.people.com.cn/big5/> (15.07.2018)
- www.xinhua.cn (erişim tarihi:15.07.2018).
- <http://www.sapprft.gov.cn> (erişim tarihi, 12.07.2018)
- <http://www.ticang.com/topic/view/535> (26.06.2018)
- <http://www.xinhuanet.com> (erişim tarihi:15.07.2018).
- <http://www.yangtse.com/> (16.06.2018).
- <https://wearesocial.com> (05.07.2019).