

## HABER TOPLAYAN VE SATAN KURULUŞLAR : HABER AJANSLARI

Dr. Oya TOKGÖZ  
Gazetecilik Asistanı

### 1. Genel Olarak Haber Ajansları

Günümüz gazeteciliğinin haber alma kaynağının belkemiğini teşkil eden haber ajanslarının başlangıcı 1835'te Macar asıllı bir Fransız olan **Charles Havas**'ın kurduğu **Havas** haber ajansıdır. Havas,, ajansını kurduğu zaman gazeteler haberlerini satın almaktan çekinmişler, buna karşılık diplomatlar, bankerler verdiği haberlere abone olmuşlardır.<sup>1</sup> Havas ajansını, Almanya'da 1855 yılında **Wolff**,<sup>2</sup> 1857'de İngiltere'de **Reuter**,<sup>3</sup> haber ajansları izlemişlerdir. XX. yüzyılın başında kurulan **Associated Press** (1900), **United Press** (1907), ve **International News Service** (1909) Avrupa'daki yeni gazetecilik akımını A.B.D'de gerçekleştirmek amacını gütmüşlerdir.<sup>4</sup> Haber ajanslarının gelişmesi ve sayılarının artması, özellikle, II. Dünya Savaşından sonra hızlanmıştır. Bugün için dünyadaki sayılarını belirtebilmek güç bir işlem haline gelmiştir.<sup>5</sup>

Haber ajansları genellikle, basın endüstrisinde ayrı bir bölüm meydana getirdikleri gibi, kuruluşları, işleyişleri buldukları ülkelerin hukuki rejimlerine göre değişmektedir. 1835 yılında ilk kez ortaya çıktıklarından beri, haber ajanslarının amacı başka haber veren kuruluşlara haber bulma ve yayma görevini yapma olmuştur ve olmaktadır. Bu bakımdan, haber ajansları tarifi gereği olarak, «kitle haberleşme araçlarına ortak hizmet götürme işle-

- 
- (1) *Les Agences Télégraphiques L'information*, Unesco, Paris, 1953, s. 13. Francis Williams, *La Transimission de l'Information*, Unesco, Paris, 1953 - s. 21.
  - (2) *Les Agences Télégraphiques D'information*, op. cit., s. 13.
  - (3) *ibid.*, s. 14.
  - (4) *ibid.*, s. 14-15.
  - (5) *L'Information A Travers Le Monde*, Unesco, Paris, 1966, s. 15.

mini yerine getirmektedirler».<sup>6</sup> Yalnız, haber ajansının gerçekten tarifini yapmak güç bir iştir. Çeşitli ülkelerin kanûnlarında verilmiş bulunan tarifler, daha çok kendilerine özgü özellikler taşımaktadırlar.

Bir tarife göre, haber ajansı, «gazete, radyo, televizyon, dergiler gibi kitle haberleşme araçlarına ulusal, uluslararası ve yerel kaynaklı haber temin eden bir kuruluştur».<sup>7</sup> Bunun yanında, haber ajansları, kitle haberleşme araçlarına, fotoğraf, eleştri, karikatür, resimli roman ve ropörtaj gibi haberlerin tamamlayıcı ürünlerinin de temininde görev almaktadırlar. UNESCO, haber ajansının tarifinin güçlükleri karşısında aşağıdaki gibi bir tarifin kullanılmasını ön görmektedir :<sup>8</sup>

«Haber ajansı, hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda, haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlayan aktüalite belgelerini bulup, bunları kitle haberleşme araçlarına onları ikna etmenin dışında kalmak üzere yayan, kanûnların hükümlerine ve ticaret kurallarına uygun, mümkün olduğu ölçüde tam ve tarafsız bir hizmettir.»

Haber ajansları yukarıda verilen tariflere bakılınca, haber alma toplama ve yayma işiyle görevli muhabirlerin işlerini daha geniş anlamda yapan kuruluşlar olarak göze çarpmaktadırlar. Elllerinde bulunan teknik olanaklarla, haber alma ve yayma işlemini daha çabuklaştırdıkları gibi, aynı nitelikte görev yapan kitle haberleşme araçlarına oranla daha ucuza da mal edebilmektedirler. Bu bakımdan, haber ajanslarını çağımızın «anonim muhabirleri» olarak nitelemek yalnız bir görüş olmamaktadır.

Yalnız, bu gelişime rağmen, gazeteciliğin demirbaş elemanları olan muhabirler ortadan kalkmış değildir. Kitle haberleşmesi alanında, yine de muhabirlik kurumu vardır, devam edecektir de... Bu bakımdan, haber ajanslarını, muhabirlik kurumunu ortadan kaldıramamakla beraber, muhabirlik hizmetine kolaylıklar getiren, hattâ muhabirliğe yeni boyutlar kazandıran kuruluşlar olarak nitelemek daha doğru bir görüş olmaktadır.

XX. yüzyılın ikinci çeyreğinde radyonun ilerlemesi, telefon, teleks, telefoto hizmetlerinin gelişmesi, televizyonun büyük süratle

(6) *Les Agences Télégraphiques D'information, op. cit., s. 26.*

(7) John Hohenberg, *Gazetecilik Mesleği (The Professional Journalist)*, (çeviren : Filiz Ofluoğlu), İstanbul : İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Yayınları NO : 1, 1963, s. 147.

(8) *Les Agences Télégraphiques D'information, op. cit., s. 27.*

dünyaya yayılması, uzaya fırlatılan haberleşme uydularının haber alışverişi sürecine yeni ve değişik katkıları ile bugünkü gazetecilik nitelik ve şekil bakımından eskisinden farklı olma durumuna girmiştir. Daha başka bir deyişle, teknik ilerlemeler, gazeteciliğe kolaylıklar sağlarken, gazeteciliği de külfetlere sokmuş ve sokmaktadır. Gazetecilik, teknik ilerlemeler karşısında çabuk, kolay haber alma ve verebilme olanaklarına kavuşmuş fakat bunların giderleri yüzünden ise yeni finansman kaynakları aramak ve bulmak durumunda kalmış ve kalmaktadır.

Bugünkü modern uygarlık, süratli haber alışverişiyle insan-öğlunu tatmin bakımından gazetecilikte, ellerinde teknik ileri olanakları bulunduranları veya bunları bulunduranları kullananları başarılı hale getirmiş durumdadır. Teknik alandaki ilerlemelerle haber hizmetlerinin maliyet fiyatlarının artması karşısında, kitle haberleşme araçları bakımından haberleri daha iyi verebilmek hem de artan haber maliyetini karşılayabilmek için, haber alma kaynaklarını gözden geçirmek durumuyla karşılaşmışlardır. Zira, gerek sözlü gerekse yazılı basının temeli haberdur. Haber ise çabuk bayatlayan, hemen değerini yitiren bir metadır. Haber, taze ve doğru olduğu ölçüde insanoğlunun ilgisini çekebilmektedir. Bu bakımdan haberlerin, çabuk, taze, doğru olarak verilmesi için büyük masrafların yapılması zorunlu olmaktadır. İşte, yazılı ve sözlü basın muhabirlerini elden çıkarmamakla beraber, belirli ücret karşılığında haber satan kuruluşlar olan haber ajanslarından haber temini yolunu tutmuşlardır.

Haber ajansları aslında geleneksel anlamda, muhabirlerin yapmakla görevli oldukları haber toplama ve yazma işlemlerini yapmaktadırlar. Yalnız, bunları bütün kitle haberleşme araçları için haber haline getirmekte, herkesin kullanması için belirli bir ücret karşılığında satmaktadırlar. Daha doğrusu, haber ajansının yaptığı hizmetler, ticaret sahasında bir mal toptancısının hizmetine çok benzemektedir. Mal toptancısı nasıl malını belirli bir kârı kendisine ayırdıktan sonra, ikinci el olarak nitelendirebileceğimiz kişilere satarsa, haber ajansları da hazırladıkları haber bültenlerini ve haberlerin yan ürünlerini, müşterisi olan kitle haberleşme araçlarına satmaktadırlar. Haber ajansının hazırladıklarını kullanan diğer kitle haberleşme araçlarını ise, «haber perakendicisi» olarak nitelemek, bu bakımdan pek yanlış olmamaktadır.<sup>9</sup>

(9) Hohenberg, *op. cit.*, s. 147.

Haber ajansının müşterisi durumunda bulunan kitle haberleşme araçları, her zaman haber ajansının verdiklerini kullanıp kullanmamakta serbesttirler. Yalnız, haber ajanslarının verdikleri ile yetinmeyip, muhabirlik kurumuna da yer vermeyi ihmal etmemektedirler. Daha doğrusu, kendi kaynakları ile haber ajanslarının verdiklerini ellerinden geldiği ölçüde kanıtlamayı uygun görmektedirler. Bu psikolojik özelliği ister «şüphencilik» isterse «denetim veya süzme» olarak adlandıralım ve nitelendirelim, kitle haberleşme araçlarında var olan bu durum, haber ajanslarının yaşamasına, ilerlemesine ve gelişmesine hiçbir zaman engel olacak bir duruma gelememektedir.

## 2. Haber Maliyetinin Artması ve Haber Ajansları

Kitle haberleşme araçlarının haber hizmetleri için harcadıkları paralar günümüzün modern, karmaşık düzeni dolayısıyla çok yüksek düzeye ulaşmış bulunmaktadır. Bu durum giderek te daha da artma gösterecektir. Bu bakımdan, kitle haberleşme araçları, kendi haber alma kaynaklarını genişletmektense, daha çok «az ve öz» örneğini seçmeyi uygun görme yoluna gideceklerdir.

İnsan gücüne ödenen ücret yanında, modern dünyamızın ayrılmaz parçaları olan telefon, teleks gibi ulaşım giderleri, ve diğer giderler bu durumu ister istemez gerektirmektedir. İşte, ekonomik bakımdan karşılaşılan güçlükler, zorunlu olarak haber ajanslarının hizmetlerini kullanmayı gerektirmektedir görüşünü akla getirmektedir. Yalnız, bütün kitle haberleşme araçları bunu uygun bulmakta mıdır? Yoksa, hâlâ alışlagelmiş muhabirlik hizmetini mi kullanmaktadırlar? Bu soruları cevaplayabilmek gerçekten güçtür. Zira, bunun doğru cevabını bulmak, kitle haberleşme araçlarında çalışanların olduğuna bakılınca, güç gibi görünmektedir. Bir de, kitle haberleşme araçlarının muhabir çalıştırdıkları halde haber ajanslarının hizmetlerinden faydalandıkları göz önüne alınca, işin kolaylıkla içinden pek çıkılmayacak gibi güç olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır.

Kitle haberleşme araçlarının haber ajanslarını hem eleştirmeleri hem de kullanmaktan vazgeçmemeleri bir yana, muhabirlik kurumunu da ortadan kaldırmamaları, ikisinden de ayrılamadıklarını göstermektedir. Yalnız, haber ajansları, bütün bunlara rağmen, neden hâlâ kitle haberleşme araçlarına hizmet götürmektedir sorusu karşısında, haber ajanslarının kendilerini basit bir tüccardan pek farklı olarak görmedikleri durumuna bizi götürmektedir.

Zira, haber ajanslarını hem kitle haberleşme araçları eleştirmektedirler,<sup>10</sup> hem de bunların verdiklerini icabında kendi haber alma kaynaklarıyla elde ettiklerini ileri sürmektedirler.

Kitle haberleşme araçlarının haber alma ve verme görevini yaparken haber ajanslarına karşı takındıkları yukarıda anlatılan tutum, bunları çalıştıran ve kullanan insanların bencil karakterinin bariz bir göstergesinden başka bir şey değildir. «Bunu ben yaptım» diyebilmek bakımından, haber ajansının verdiklerini kendisininmiş gibi göstermeyi dahi uygun saymaktadır. Aslında, emek, haber ajansının anonim hizmet gören muhabirlerindir.

Öbür yanda, haber ajansının verdiklerini kendileri yazmış gibi kullananlar, hiçbir zaman bunu düşünmeden hareket etmektedirler. Para karşılığında aldıklarını, emek sarfetmeden elde ettiklerini ise, belki ufak tefek düzeltmeden ve eklerden sonra kamu oyuna, kendi haber alma kaynağı olarak sunmayı olağan olarak kabul etmektedirler. Burada, diğer bir gazetecilik işlemi işin işine karışmaktadır **Redaksiyon** (yeniden kaleme alma) olarak adlandırılan bu işlem, günümüz gazeteciliğinin olağan bir işlemi ve değişmez bir niteliği olmuştur demek hiç te yalnış olmamaktadır.

Yukarıda değinildiği gibi, haber alma ve toplama hizmetlerinin çok pahalılaşması yüzünden, kitle haberleşme araçlarının haber verme görevinde, büyük ölçüde haber ajanslarından yararlanmaları, haberin özüne ve ruhuna yani orijinal olma niteliğine dokunmadan bazı düzeltmeler ve ekler katma işlemi olan redaksiyonun kullanılmasını zorunlu hale getirmektedir. Daha doğrusu, bugünkü gazetecilik, haber ajanslarından aldıklarını «kendi haber kaynaklarımdan sağladım» diyebilmek bakımından redaksiyon işlemine dört elle sarılmaktadır. Redaksiyon, böylelikle, haber ajansları kadar bugünün gazeteciliğinin temel etkenlerinden bir tanesi olmaktadır.

Haber ajansları, kitle haberleşme araçlarının haber alma kaynaklarının belkemiğini teşkil etmekte, redaksiyon ise haber hizmetine ödediklerini gizleyebilmek bakımından büyük bir koz olarak kullanılmaktadır. Daha başka bir deyişle, bugünün gazeteciliğinin demirbaş elemanları olan muhabirler iyi birer redaktör olarak hizmet görmektedirler.

Yalnız, haber hizmeti maliyetinin artması, her yerde haber toplama ve alma hizmetinin tamamen haber ajanslarının üstelen-

(10) *ibid.*, s. 154-155.

mesi ve redaksiyon işlemiyle ,ajanslardan alınanların kitle haberleşme araçlarının kendi haber kaynaklarıyla topladıkları şeklinde gösterilmesi yönünde olmamaktadır. Büyük gazeteler, radyo ve televizyon istasyonları ve şebekeleri, haber ajanslarını kaynak olarak göstererek redaksiyon yoluyla, bunların verdiklerini kullandıkları gibi, büyük giderler pahasına, kendi haber toplama ve alma hizmetlerini de hâlâ yürütmektedirler. Daha başka bir deyişle, kendi haber toplama ve alma hizmetleri ile haber ajanslarını karşılaştırarak kullanma yolunu tutmaktadırlar. Örneğin : İngiltere'de **BBC**, A.B.D' **CBS**, **NBC** ve **ABC**-, Fransa'da **ORTF** gibi radyo ve televizyon hizmetleri ile A.B.D'de **New York Times**, **Chicago Sun Times**, Fransa'da **Le Monde** gibi gazeteler bu iki hizmeti hâlâ birlikte kullanmaktadırlar.

Bu durum devam edecek midir, yoksa gün haber ajanslarının mı olacaktır sorularının cevaplarını verebilmek bugün için çok güçtür. Hızlı teknik gelişmeler, dünyayı giderek küçültmektedir. Bu bakımdan, «haber» tazeliğini, çok çabuk kaybetmektedir. Bayat olsun, taze olsun haber hiçbir zaman eskiden olduğu gibi kolaylıkla kapışılmamaktadır. Haberi haber yapan tazelik, çabukluk ve doğruluk unsurları haber ne kadar süratli verilebilirse, önemli olabilmektedir.

Sürat, küçülen dünyamızı birbirine hem yaklaştırmakta hem de uzaklaştırmaktadır. Daha doğrusu, haber ne kadar süratli olarak ulaşabilirse, tazeliğin koruyabildiği gibi, dünya kamu oyunu o kadar çabuk aydınlatmakta, oluşturmakta ve şekillendirip biçimlendirmektedir. Bu bakımdan, haber verme görevi kitle haberleşme araçlarının çağımızın sürat anlayışı ve düşünüşü ile atbaşı gitmektedir demek yalnız olmamaktadır. Hattâ burada atbaşı deyimini kullanmak bile uygun düşmemektedir. Zira, sürat anlayışı bakımından, «ışık veya ses hızı» kavramlarını kullanmak belki daha uygun görünmektedir.

### 3. Dünya Haber Alışverişini Yürütün Haber Ajanslarından Örnekler

Daha öncede dokunulduğu gibi, haber ajansları ulusal, uluslararası haberlerin dağıtılıp yayılması bakımından temel araç veya kanal hizmetini gören kuruluşlardır. Yazılı ve sözlü basın, daha çok, yerel haberlerini kendisi toplayıp yazma görevini kolaylıkla yapabilmektedir. Buna karşılık, ulusal ve uluslararası haberleri için haber ajanslarına başvurmaktadır.

II. Dünya Savaşı'ndan sonra, dünya haber ajanslarının sayısında artış görülmüştür. Bu sayı giderek te artmaktadır. 1950'den sonraki teknolojik gelişmeler, mevcut haber ajanslarının kendilerine daha çok çeki düzen vermelerine yol açmıştır. Geleneksel telgraf hizmeti, telefon, teleks, kiralanmış radyo hatları, çok yönlü radyo haberleşmesi ile yenilenmiştir. 19 Haziran 1962'de ise haber ajansları da uzay çağına girmişlerdir. Böylelikle, kıtalar arasındaki telefon ve telekslerin faaliyetleri yanında haberleşme uyduları da çalışmaya başlamıştır. Bugünkü dünya haber alışverişini hızlandırıp, çeviren haber ajanslarının nasıl çalıştıkları ve örgütlendikleri hakkında bir fikir sahibi olabilmek bakımından dünyadaki mevcut beş büyük haber ajansına göz atmada fayda bulunmaktadır.

Dünya haber alışverişinde ilk akla gelen beş büyük haber ajansı sırasıyla A.B.D'deki **Associated Press (A.P)**, ve **United Press**

**International (UPI)**, Fransa'daki **Agence France Presse (A.F.P)**, İngiltere'deki **Reuters**, S.S.C.B'deki **Tass**'tır.

### 3.1 Amerikan Haber Ajansları

#### A) *Associated Press*<sup>11</sup>

1900 yılında kurulan Associated Press, dünyada mevcut en eski haber ajansıdır. Elindeki olanakları kullanarak, hergün üyelerine ve abonelerine —gazete, radyo, televizyon istasyonları, haber ajansları— dünya haber bülteni vermektedir.

Reuters, Tass ve Agence France Presse gibi üç büyük haber ajansı ile yaptığı haber değiş tokuş anlaşmaları gereğince, kendi haberlerini bunların haber sahalarında tamamlamaktadır.

Bütün Amerikan gazetelerinin ortak mülkiyetinde bulunan Associated Press kâr gayesi gütmemektedir. Associated Press'in A.B. D'de 110 bürosu, 57 tane de yurtdışı bürosu bulunmaktadır. 2500 tam zamanlı, 1000 den fazla da yarım zamanlı muhabir çalıştırmaktadır. Associated Press, 24 saat boyunca, 80 kadar ülkede 7.582 aboneye hizmet etmektedir. Ayrıca, haber ajansları bakımından yenilikler ve gelişmelerden sorumlu bulunan bir elektronik laboratuvarı da bulunmaktadır.

(11) *L'Information A Travers Le Monde, op. cit., s. 166.*

### B) *United Press International* <sup>12</sup>

1958'de United Press ve International News Service'in birleşmesiyle kurulan United Press International, A.B.D'de 151 büro, 110 tane de dış büro işletmektedir. Haberlerini 48 dil üzerinden, 111 ülke ve bölgeye göndermektedir Devamlı ve yarım zamanlı muhabirlerinin sayısı 10.000 nin üzerindedir.

## 3.2 Avrupa Haber Ajansları

Avrupa iki büyük haber ajansının vatanıdır. İngiltere'de Reuters Fransa'da Agence France Presse, A.B.D'deki Associated Press ile United Press International ile birlikte dünyadaki dört büyük haber ajansını meydana getirmektedirler.

### A) *Agence France Presse (AFP)* <sup>13</sup>

Agence France Presse'in Fransa dışında 82 bürosu ile 79 dış muhabiri bulunmaktadır. Reuters, Associated Press, Tass, D.P.A (Federal Almanya Haber Ajansı), NCNA (Çin Halk Cumhuriyeti Haber Ajansı) ile ulusal haberlerini değiştirmektedir.

39 dış ajans Agence France Presse'in uluslararası haber hizmetlerini satın almakta, buna karşılık, kendisi 20 dünya haber ajansının ulusal haberlerini almaktadır. 104 ülkeye hergün haber dağıttığı gibi, Fransız hükümeti Agence France Presse'in baş müşterisidir.

Agence France Presse özerk bir kuruluştur, yönetim kurulundaki sekiz üyesini Fransız basını temsil etmektedir.

### B) *Reuters* <sup>14</sup>

Reuters kâr gayesi gütmeyen, Birleşik Krallık, Avustralya ve Yeni Zelanda gazetelerinin sahip olduğu bir kooperatiftir. Reuters hiçbir zaman İngiltere içindeki abonelerine ulusal haber satmakta, yurtdışına İngiltere'nin iç haber ajansı olan **Press Association**'ın haberlerini satmaktadır.

Reuters'in 60 ülkede bürosu bulunmaktadır. 110 ülkeye ayrıca haber dağıtmaktadır.

(12) *ibid.*, s. 166.

(13) *ibid.*, s. 319.

(14) *ibid.*, s. 359-360.



### 3.3 S.S.C.B Haber Ajansı : TASS<sup>15</sup>

Dünyanın beşinci büyük haber ajansı olan Tass'ın (Telegrafnoie Agenstvo Sovietskavo Soyusa) merkezi Moskova'dadır. S.S.C.B'nin resmi ajansı olan Tass, 15 Sovyet cumhuriyetine dünya haberlerini vermekten ve cumhuriyetler arasında haber göndermekten sorumlu bulunmaktadır.

S.S.C.B içinde 3650 kadar gazete, dergi, radyo ve televizyon istasyonuna haber satan Tass, Kiril alfabesini kolay bir şekilde uygulayan telekslerle haberlerini ulaştırmaktadır. Yurtdışında, 30 kadar haber ajansı ile antlaşma yoluyla haber alışverişi yapmaktadır.

## 4. Haber Ajansları ve Hukuki Düzen

Yukarıda anlatılan beş büyük haber ajansının kuruluşlarında görüldüğü gibi, haber ajansları gibi gerek ulusal gerekse uluslararası kitle haberleşmesinde büyük rol oynayan kuruluşların çalışmasında tıpkı üç büyük kitle haberleşme aracı olan **basın**, **radyo** ve **televizyon** da olduğu gibi siyasal rejimlerin uyguladıkları politikanın rolü oldukça büyüktür. «Zira, kitle haberleşme araçlarının varlıklarının temeli olan haberleşme özgürlüğü, bu araçların bulunduğu ülkenin siyasal yapısı ve düzeyi ile uygulanabilme olanağına kavuşabilmektedir. Kitle haberleşmesinin işleyebilmesi için gerekli olan haberleşme özgürlüğünün kullanılması, o ülkenin siyasal yapısını ortaya çıkarabilmekte ve yansıtmaktadır.»<sup>16</sup>

Haber ajansları üç büyük kitle haberleşme aracından olan basının içinde yer aldıklarından, siyasal rejimler tarafından kitle haberleşmesi ve araçları üzerinde uygulanan politika gereği olarak, kurulup çalışabilmektedirler. Siyasal rejimlerin kitle haberleşmesi bakımından uyguladıkları politika, genellikle, bunların işlemesine hiç karışmama veya çeşitli yollara başvurarak işlemelerine karışma şeklinde kendini göstermektedir.

Birinci şekilde, siyasal rejimler, hiç karışmama politikası ile kitle haberleşmesini serbest, kesin ve tarafsız olarak çalışma ve işleyebilme olanakları tanımaktadırlar. Daha başka bir deyişle, «siyasal yönetim kitle haberleşmesini, rejiminin temelinde yatan

(15) *ibid.*, s. 409-410.

(16) Oya Tokgöz, *Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri: Mukayeseli Bir Araştırma*, (Basılmamış doktora tezi, s. 40-41).

gerçeğin aranıp bulunması için»,<sup>17</sup> zemin hazırlayacak bir araç olarak görmektedir. Bu şekil bir düzende işleyen kitle haberleşmesi serbest haberleşme olarak nitelenebilmektedir.<sup>18</sup>

İkinci şekilde ise siyasal rejim, resmi felsefesini kitle haberleşmesi yoluyla yaymaktadır. Bu şekil kitle haberleşmesinde, kitleleri yöneltmek ve gütmek amaç olduğundan, haberleşme özgürlüğü ancak güdümlü şekilde bulunmaktadır. Bu bakımdan, siyasal rejimin çeşitli yollarla kitle haberleşmesine karışmasını ve düzenlemesini **güdümlü haberleşme** olarak tanımlamak mümkün olmaktadır.<sup>19</sup>

Yukarıda verilen iki ayırmadan, birincisi Batı demokrasilerindeki, ikincisi ise Marksist rejimlerle, az gelişmiş ülkelerin haberleşme sistemlerini teorik olarak yansıtmaktadır.

İki şekilde de, hukuki bakımdan farklılık, haber dağıtma ve yayma yönünden, birinci şekilde haberler üzerinde tekel durumunun olmaması, buna karşılık ikinci şekilde ise tekelin az veya çok ölçüde mevcut bulunmasıdır.<sup>20</sup>

UNESCO, serbest haberleşme sistemi altında çalışan haber ajanslarını üç gruba ayırmaktadır:<sup>21</sup>

- 1 — özel, adi, ticari işletme şeklinde çalışanlar
- 2 — kooperatif şeklinde düzenlenen veya basın ve haberleşme kuruluşlarının yönetimi ve denetimi altına konulmuş olanlar
- 3 — özel statülü işletme olarak çalıştırılanlar.

Güdümlü haberleşmenin mevcut bulunduğu ülkelerde kurulmuş bulunan haber ajansları için, UNESCO, «bunların hukuki statülerinin önemli olmadığı, fakat kuruluşu yönetenlerin dikkate alınmak gerektiği»<sup>22</sup> üzerinde durmaktadır.

Haber ajanslarının kuruluşları ve işleyişleri ülkeden ülkeye göre değişmektedir. Genellikle, ajanslar, basın işletmeleri şeklinde kabul edilmektedirler.<sup>23</sup> Haber ajanslarında, özellikle muhabir ola-

(17) *ibid.*, s. 44.

(18) (Feyyaz Gölcüklü, *Haberleşme Hukuku, Basın, Radyo-Televizyon*, (Ankara, Sevinç Matbaası, 1970), s. 9.

(19) *ibid.*, s. 9-10.

(20) *Les Agences Télégraphiques D'information, op. cit.*, s. 28.

(21) *ibid.*, s. 28.

(22) *ibid.*, s. 33.

(23) *ibid.*, s. 33.

rak çalışanlar, serbest haberleşme sistemi olan ülkelerde, ajansın hukuki şekli ne olursa olsun, gazetecilere tanınan bütün hak ve yetkilerden yararlanmaktadırlar.<sup>24</sup>

Gerek serbest haberleşme gerekse güdümlü haberleşme sistemlerinin bulunduğu ülkelerde, haber ajansları haber toplamak bakımından büyük güçlüklerle karşılaşmamaktadırlar. Asıl önemli olan sorun, uluslararası haberlerin toplanıp dağıtılmasındadır. Serbest haberleşme sistemi bulunan ülkelerdeki haber ajansları bakımından, uluslararası haberler ticari sözleşmeler gereğince dağıtılmaktadır. Uluslararası haberlerin dağıtılması için ödenen ücretler bakımından çeşitli tarifeler kullanılmaktadır.<sup>25</sup>

Haber ajanslarının kendi ülkesi dışında, yurtdışı muhabir buldurması, bunlar aracılığı ile haber toplayıp dağıtması uluslararası bir sorun yaratmaktadır. Yurtdışı muhabirin ajansına haberi ulaştırması için ne gibi olanaklar kendisine tanınacaktır veya tanınmayacaktır konusu, yıllardır üzerinde durulan bir sorundur.

Yukarıdaki sorun bir yana, uluslararası haberlerin temini bakımından uygulanan iki yol bulunmaktadır. Haber ajansları, uluslararası haberleri temin edebilmek ve dağıtabilmek için, karşılıklı **değiş tokuş sözleşmeleri** veya **abone sözleşmeleri** imzalamakla bu sorunu biraz hafifletmektedirler.

Değiş tokuş sözleşmelerinde, iki ajans ulusal haberlerini değiştirmektedirler. Abone sözleşmesinde ise, ajans veya ajanslar, diğer bir ajansın yayınladığı bültenlere belirli ücret karşılığında abone olmaktadır.<sup>26</sup> Bütün bunlar bir yana, ajanslar tarafından verilen haberlerin korunması, daha başka bir deyişle, ajansta çalışan muhabirin korunması, savunulması sorunu, hukuki bakımdan hâlâ bir çözüme kavuşturulmamış durumdadır.<sup>27</sup>

## 5. Türkiye'deki Durum

Türkiye'de de gerek yazılı gerekse sözlü basın büyük ölçüde, haber ajanslarının kendilerine sağladığı büyük kolaylıklardan yararlanmaktadırlar. Daha açık bir deyişle, Türkiye'de haber ajansları verdiklerinin semeresini rahatlıkla alabilmektedirler.

(24) *ibid.*, s. 33.

(25) *ibid.*, s. 33, 34.

(26) *ibid.*, s. 35.

(27) *ibid.*, s. 35.

Osmanlı İmparatorluğunun son zamanlarında Havas ve Reuter gibi yabancı özel haber ajanslarının çalışmalarına tanıklık eden Türk toplumu,<sup>28</sup> haber ajansı kurmanın gerekli olduğunu İstiklâl Savaşını verirken anlamıştır. Atatürk, Ankara'da T.B.M.M. Hükümetini kurduğu zaman, İstanbul'daki basına faaliyetlerini anlatabilmek için, 6 Nisan 1920'de küçük bir haber bürosu kurmuştur. Küçük bir personel kadrosu ve şapirograf teksir makinesi ile işe başlayan büro, 1 Mart 1925 tarihinde devletin de ortak olduğu bugünkü **Anadolu Ajansı** şeklini almıştır.<sup>29</sup>

Bugün Anadolu Ajansının yanında iki özel haber ajansı Türkiye'nin haberleşme sisteminde söz sahibi bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi 1950 yılında Kadri Kayabal tarafından kurulan **Türk Haberler Ajansıdır**.<sup>30</sup> Diğeri ise Hürriyet Matbaacılık A.Ş tarafından 1 Mayıs 1963'te gerçekleştirilen **Haber Ajansıdır**.<sup>31</sup> Anılan üç haber ajansının yanında diğer küçük haber ajansları bulunmaktaysa da, haber alışverişinde fazla önemli olmamaktadırlar.

«Gazetelere, haber ajansları neşriyatına ve belli aralıklarla yayınlanan diğer bütün basılmış eserlere **mevkute**» diyen Basın Kanûnununun 3. maddesi gereğince, Türkiye'de haber ajanslarının kurulması bakımından gazete çıkarılması için gereken hükümler uygulanmaktadır.<sup>32</sup> Buna göre, haber ajansının kurulması, bir izne tâbi değildir, fakat adının, sahibinin ve varsa sorumlu müdürünün ad, uyruk, ve ikâmetgahlarını gösterir bir beyannamenin, çalışılacak yerin en büyük mülkiye âmirliğine verilmesi gerekmektedir.

Özel haber ajansları bakımından anlatılan yukarıdaki durum dışında, 1961 Anayasası ve 1486 sayılı kanunla getirilen değişiklikler gereğince, «devlet tarafından kurulan veya devletten malî yardım alan haber ajanslarının tarafsızlığı esastır».<sup>33</sup>

Hukuki düzenleme açısından, Türk Haberler Ajansı ile Haber Ajansı Basın Kanûnu hükümlerine tâbidirler. Anadolu Ajansı ise,

(28) Hıfzı Topuz, *L'Information Internationale dans la presse turque*, Paris; C.E.L.S.E, 1960, s. 44-45.

(29) Anadolu Ajansının 48. yılında çıkardığı broşür, Ankara 1969, Mehmet Ali Kışlalı, *Özel ve Ulusal Ajanslar*, BYYO'da 1971 yılında verilen konferans, teksir.

(30) Türk Haberler Ajansı Ankara Bürosundan alınan bilgiler.

(31) Haber Ajansı Ankara Bürosundan alınan bilgiler.

(32) *Basın Kanûnu*, madde 8-9.

(33) *T.C. Resmî Gazete*, 22 Eylül 1971, sayı 13964.

devletin de payı bulunan bir anonim şirket olduğundan, ve devletten malî yardım aldığından, tarafsız olmak durumundadır.

Anadolu Ajansı, 1925 yılında kurulduğundan beri, devletin de ortak olduğu bir anonim şirkettir. Atatürk, şirket kurulurken, hisse senetlerinin 49 % ni, Maliye Bakanlığına 51 % ise basınla uğraşan çeşitli özel kişilere dağıtmıştır. Bugün aynı durum devam etmekle beraber, özel şahısların elinde bulunan senetlerin birkaç kişi dışında kimin elinde kaldığı pek bilinmemektedir.<sup>34</sup>

Anadolu Ajansının yanında özel ticari işletme olarak çalıştırılan Türk Haberler Ajansı da bir anonim şirkettir. 1950'de Kadri Kayabal tarafından kurulan Türk Haberler Ajansı, 1958 yılında büyütülerek ortaklığa **Tercüman**, **Milliyet** ve **Dünya** gazeteleri ile **Hayat** Mecmuası eklenmiştir. Bugün için sermayenin 51 % Kadri Kayabal'ın, geri kalan 49 % ise Tercüman, Milliyet, Dünya ve Hayat'a ait bulunmaktadır.<sup>35</sup>

1963 yılında gerçekleştirilen Haber Ajansı da bir anonim şirket olarak çalışmaktadır. Şirkette en büyük pay Hürriyet Matbaacılık A.Ş.'nindir. Yalnız Hürriyet Gazetesine haber sattığından, giderlerini Hürriyet karşılamaktadır.<sup>36</sup>

Anadolu Ajansının yönetim merkezi Ankara'dadır. Türk Haberler Ajansı ile Haber Ajansları, Türk gazeteciliğinin merkezi durumunda olan İstanbul'da kurulduklarından, merkezleri halen orada bulunmaktadır.

Anadolu Ajansı, Adana, İzmir, İstanbul'da bürolar bulundurmakta,<sup>37</sup> Türk Haberler Ajansı ise Ankara, İzmir, Eskişehir, Edirne, Samsun, Adana, Antalya, Diyarbakır, Erzurum'da büro çalıştırmaktadır.<sup>38</sup> Haber Ajansının büroları ise Ankara, İzmir, Adana, Samsun, Diyarbakır ve Bursa'da bulunmaktadır.<sup>39</sup>

(34) Anadolu Ajansından alınan bilgiler.

Bugün için en çok elinde senet olanlar :

1 — Yakup Kadro Karaosmanoğlu halen Anadolu Ajansı Yönetim Kurulu Başkanı 75 pay

2 — Ahmet Ağaoğlu ve varisleri 75 pay

3 — Falih Rıfki Atay ve varisleri 75 pay

4 — Bahadır Dülger ve varisleri 50 pay

5 — Ruşen Eşref Ünaydın ve varisleri 50 pay

(35) Türk Haberler Ajansından alınan bilgiler.

(36) Haber Ajansından alınan bilgiler.

(37) Anadolu Ajansından alınan bilgiler.

(38) Türk Haberler Ajansı Ankara Bürosundan alınan bilgiler.

(39) Haber Ajansı Ankara Bürosundan alınan bilgiler. Son aylarda, sayılan bürolara Antalya ile Eskişehir büroları da eklenmiştir.

Anadolu Ajansının Türkiye'nin her il ve ilçe merkezinde muhabiri olmasına karşılık,<sup>40</sup> Türk Haberler Ajansının yukarıda sayılan bürolarının bulunduğu iller dışında her il ve ilçede tam zamanlı olarak çalışan muhabirleri bulunmaktadır.<sup>41</sup> Haber Ajansı'nin ise muhabirleri 430 il ve ilçede görevlidirler.<sup>42</sup>

Anadolu Ajansı'nın Bonn'da dış bürosu bulunmasına karşılık,<sup>43</sup> Haber Ajansı ve Türk Haberler Ajansı dış büro çalıştırmamaktadırlar. Haber Ajansının Reuters ile karşılıklı haber alıp verme antlaşması mevcuttur.<sup>44</sup> Türk Haberler Ajansının United Press International ve Reuters ile haber alma ve satma bakımından resmi sözleşmesi olduğu gibi, iki yabancı ajansın çeşitli yurtdışı bürolarında, onlarla beraber çalışan Türk Haberler Ajansı muhabirleri bulunmaktadır.<sup>45</sup>

Anadolu Ajansı ile Türk Haberler Ajansı günlük haber bültenleri içinde dış haberlere de yer vermektedir. Türk Haberler Ajansı dış kaynaklı haberlerini yukarıda anlatıldığı şekilde sağlarken, Anadolu Ajansı **Atina Haber Ajansı**, **Tanyug** (Yugoslav), **Tass**, ve **D.P.A** (Federal Almanya) ile karşılıklı haber alışverişinde bulunmaktadır. Ayrıca, Anadolu Ajansı **Associated Press** ile **Agence France Presse**'in dünya bültenine abone bulunmaktadır.<sup>46</sup>

Anadolu Ajansının abonelerine haber satışı bakımından uyguladığı abone ücreti gazetelerin tirajlarına göre değişmektedir. Anadolu Ajansının haber satış hizmeti ya teleks makinesi kiralama yoluyla ya da teksir edilmiş bülten gönderme şeklindedir. Bugün için aylık teleks makinesi için alınan kira bedeli 350 T.L'dir.<sup>47</sup>

Türk Haberler Ajansı da Anadolu Ajansı gibi aynı şekilde çalışmaktadır, fakat uyguladığı tarifeler Anadolu Ajansına oranla daha yüksektir.<sup>48</sup> Haber Ajansı, karşılıklı antlaşmaya göre haber satan bir ajans şeklinde kurulmuştur. 1970 yılı sonlarına kadar gazetelere abone karşılığında haber satarken, haber maliyetinin art-

(40) Anadolu Ajansından alınan bilgiler.

(41) Türk Haberler Ajansından alınan bilgiler.

(42) Haber Ajansından alınan bilgiler.

(43) Anadolu Ajansının daha önceleri Atina, Beyrut gibi şehirlerde dış büroları bulunmakla beraber., malî olanaklar yüzünden kapatılmıştır.

(44) Haber Ajansı Ankara Bürosundan alınan bilgiler.

(45) Türk Haberler Ajansı Ankara Bürosundan alınan bilgiler.

(46) Anadolu Ajansından alınan bilgiler.

(47) *ibid.*

(48) Türk Haberler Ajansından alınan bilgiler

ması ile, haber satış fiyatlarını yükseltince, gazeteler abonelerini bu ajanstan kesmişlerdir. Bugün yalnız Hürriyet Gazetesi ile TRT'ye haber satmaktadır.<sup>49</sup>

Anadolu Ajansının aboneleri arasında Türkiye'deki bütün gazeteler, büyükelçilikler, TRT, Basın Yayın Genel Müdürlüğü, Silâhlı Kuvvetler, iktisadi servisi bakımından ise ilgili Bakanlıklar ve bankalar ile özel teşebbüs bulunmaktadır.<sup>50</sup> Türk Haberler Ajansı, haberlerini, Türkiye'de pek çok sayıda gazete, TRT'ye ve Basın ve Yayın Genel Müdürlüğüne satmaktadır.<sup>51</sup>

Anadolu Ajansı diğer iki ajanstan farklı olarak, Gölbaşı'nda (Ankara) 9.10.1967'de kurulan telsiz istasyonu aracılığı ile Türkiye haberlerini Fransızca olarak iki saat müddetle telsiz yayını ile dünyaya aynı anda vermektedir. Verilenler, Londra'dan Endonezya'ya, Moskova'da Kahireye kadar duyulabilmektedir. Ayrıca, aynı istasyonla Batı Almanya radyolarına Türk işçileri için Türkiye haberleri verilmektedir.<sup>52</sup>

Türkiye'de gazeteciliğin hemen hemen bir buçuk yüzyıllık bir geçmişi olmasına rağmen, ajansçılık çok yenidir. Atatürk'ün duyduğu ihtiyaçla başlatılan ajansçılığın ancak 1960'lardan sonra gerçek hüviyeti anlaşılmıştır. Bugün için mevcut üç büyük ajans şu özellikleri taşımaktadırlar :

1 — Ajanslar hâlâ pratik, günlük ihtiyaçlar karşısında ortaya çıktıklarından, haberlerini gazeteler pek kullanmamaktadırlar. Yalnız büyük gazeteler bunların haberlerine rağbet etmektedirler.

2 — Olanakları ölçüsünde haber toplayıp yayabilmektedirler. Daha başka bir deyişle çabuk haber ulaştıramamaktadırlar.

3 — Verdikleri dış haberleri bakımından yabancı ajanslara bağlı kalmaktadırlar; olayları yerinden izleyemememektedirler.

4 — Abone ücretleri bakımından, tirajlara göre ücret alındığından, oranlı bir durum söz konusu olamamaktadır.

5 — Ajanslar, küçük gazeteler bakımından, bültenleri kullandığı ölçüde, haber maliyetini düşürmekte, hattâ muhabirlerin yerini almaktadırlar.

(49) Haber Ajansından alınan bilgiler.

(50) Anadolu Ajansından alınan bilgiler.

(51) Türk Haberler Ajansından alınan bilgiler.

(52) Anadolu Ajansı 48. yıl broşürü, Ocak 1969.