

HABER AJANSLARININ İLETİŞİMDEKİ KONUMU VE ÖNEMİ

Özgür GÖNENÇ*

La Situation et l'Importance des Agence de Presse Dans la Communication

Dans cet article, on a parlé de l'importance et de la position des agences de presse dans la communication. D'abord on a donné la définition des agences de presse puis on a parlé de la situation dans le monde entier et en Turquie.

Après avoir fait la définition des agences et après avoir parlé de leurs positions et de leurs importances on a donné des exemples de l'Agence Anatolie et des exemples des agences qui existent dans le monde entier.

A la fin de l'article on a parlé des établissements de médias. On a parlé ensuite de la fondation des agences de presse au sein des facultés de communication.

Haber ajansları, basındaki hızlı ve güvenilir haber akışını sağlayan son derece önemli kuruluşlardır. Görsel-ışitsel ve yazılı basının haber, bilgi ve görüntü gereksinimini önemli ölçüde sağlayan bu kuruluşlar ülkemizde ve dünyada basın sektörüne damgasını vurmuşlardır. Sürekli gelişme ve teknolojik yenilenme içinde olan haber ajansları yazılı ve görsel-ışitsel basının can damarıdır. Ajanslardan yararlanmayan televizyon kanalı, gazete, dergi ve benzeri yayın kuruluşları olduğunu düşünmek olası değildir. Ajanslar kuruluş amaçları ve gerçekleştirdikleri hizmet gereği bütün dünyada çok büyük boyutta örgütlenmişlerdir. Haber ajansları bütün dünyada meydana gelen

* Araş.Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

olayları dünya kamuoyuna anında bildirmek görevini üstlenmiş kuruluşlardır. Hızlı, tarafsız, ayrıntılı ve doğru habercilik yapıyor olmaları onları, dünya basınının vazgeçemedikleri kuruluşlar durumuna getirmiştir.

Haber ajansları, ülkemizde olduğu gibi dünyada da yazılı basından daha sonra görsel-işitsel medya alanında hizmet vermeye başlamışlardır. Yazılı basını oluşturan gazetelerin, dergilerin ve öteki medya kuruluşlarının ulaşamadıkları yerlerden haber üretmek, bilgi aktarmak ve dünya basını ile içiçe girme gereksinimi haber ajanslarının doğmasına neden olmuştur. Haber ajanslarının kurulması bir televizyon kanalı kurmak ya da bir gazete işletmesi kurmak kadar masraflı olmadığı, gazetelerde olduğu gibi tiraj ya da televizyon kanallarında olduğu gibi rating (izlenme oranı) kaygısı taşımadığı için, ülkemizde ve dünyada hızla gelişmiştir. Yazılı ve görsel-işitsel basın da kendi haber alma ağlarını yurt içindeki ve dünyadaki örgütlenmelerini biraz da ajanslara güvenerek geliştirmemişler, bu örgütlenmelerin getireceği yüksek harcamalardan tasarruf etme yoluna gitmişlerdir.

Ajansların örgütlenme konusunda önemli bir yükümlülüğü bulunmaktadır. Bir yazılı ya da görsel basın kuruluşu, Türkiye'nin uzak bir köşesinde muhabir bulunduramayabilir. Ancak ajanslar çok uzak köşelerde bile muhabir çalıştırmak zorundadırlar. Ajanslar gazetelerin, televizyon kanallarının ve radyo istasyonlarının bilgi, haber ve görsel malzeme gereksinimlerini karşılamak zorundadırlar. Ülkemizin, adı belki de yalnızca o yörede oturanlar tarafından bilinen bir kasabasında ya da bir köyünde meydana gelen bir olayı kamuoyuna duyuran yine ajanslardır.

Yayın kuruluşları çok seyrek olarak meydana gelebilecek olay için, o bölgede sürekli muhabir bulundurma masrafını göze alamazlar. Ancak ajanslar bu bölgede çalışmak zorundadırlar. Bir ajansın örgütü ne kadar geniş olursa o kadar çok haber verme olanağına sahip olur. Bu durum, ajansçılıkta güvenilir olmayı da beraberinde getirmektedir. Bütün bu olgular birleştiğinde o haber ajansı, yayın kuruluşları tarafından tercih edilen bir ajans durumuna gelir.

Ajanslar için önemli olan Radyo, televizyon, gazete ve dergilerin kendilerine abone olmalarıdır. Ajanslar bütün dünyada birbirleriyle rekabet içindedirler. Meydana gelen bir olayı yayın kuruluşlarına duyurmak için yarışır. Ajansların bir olayı ya da bir haberi ya da birbirlerinden birkaç dakika önce vermiş olmaları bile onlar

için çok önemlidir. Haber akışında saatler değil dakikalar önemlidir çünkü....

Bugün gerek medyaların çoğalması gerekse haber alma isteminin evrim geçirmesi sonucunda ajansların etkinlikleri de değişime uğramıştır. Dünya gündemini, yer kürenin herhangi bir noktasındaki medya kuruluşlarına ulaştırdığı gibi, medya dünyası dışından da müşteri edinmeye başlamışlardır. Bu değişim çerçevesinde, haber ajansları, politika dünyasından, ekonomi ve finans çevrelerinden edindikleri abonelerine de hizmet götürmektedirler.

Ülkemizin en eski haber ajanslarından olan Anadolu Ajansı (AA) Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulmuştur. Kurtuluş Savaşı sırasında Türk'ün sesini dünyaya duyurmak için kurulmuş olan Anadolu Ajansı (AA) bugün ülkede ve dünyada son derece yaygın bir haber alma örgütü kurmuştur. Anadolu Ajansı'nın kuruluşundan yıllar sonra, ajansçılık özel sektörün de ilgi alanına girmiş, gazeteler özel haber ajansları kurmaya başlamışlardır. Türk Haberler Ajansı, Türkiye'de kurulmuş ilk özel ajanstır. Daha sonra gazeteler, kendi yurt haberler servislerini ajans statüsüne çevirmişlerdir. Hürriyet Haber Ajansı, Milliyet Haber Ajansı, Sabah Haber Ajansı, İhlas Haber Ajansı kurulmuştur.

Bu ajanslar kendi gazeteleri için özgün haber üretmekle birlikte öteki yayın kuruluşlarına özellikle de radyo istasyonları ve televizyon kanallarına da hizmet götürmektedirler. Ancak ülkemizde basın-yayın kuruluşlarının kendilerine özgü yapıları, ekonomik koşullar, yayın kuruluşları dışında başka ajanslarla çalışmaya çok sıcak bakmamaları sonucu özel haber ajansları gelişmemiş ve çoğalamamıştır. Gazetelerin bünyesinde kurulan haber ajansları ise kurumsallaşamamıştır. Bu ajanslar çok daha kapalı devre çalışarak az harcama ile gazetelerine haber, bilgi, görsel malzeme sağlama yolunu seçmişlerdir.

Bu nedenle dünya ölçüleri içinde Türkiye'de yalnızca Anadolu Ajansı'nın adından söz etmek mümkündür. Anadolu Ajansı (AA) bütün dünya ile içiçe girmiş bir biçimde çalıştığı için Türkiye'de olduğu kadar dünyanın pek çok yerinde de bilinmekte ve haberlerine güvenilmektedir. Bu niteliği ile Anadolu Ajansı (AA) ülkemizin temsilciliği gibi bir görevi de üstlenmiş durumdadır.

Dünya ülkelerine baktığımızda Fransız haber ajansı Agence France Presse (AFP), Reuter, United Press International (UPI), Associated Press (AP) gibi ajanslar dünyanın bütün ülkelerinde medya

dünyası tarafından bilinen güvenilir haber kuruluşlarıdır. Dünyanın bütün ülkelerinde muhabirleri ve her bölgede anlaşmalı oldukları yayın kuruluşları bulunmaktadır. Son derece gelişmiş teknolojilerle çalıştıkları için topladıkları haberleri yaptıkları televizyon çekimleri sonucunda elde ettikleri görüntüleri ve çektikleri fotoğrafları dünyanın her yerine ulaştırma olanağına sahip bulunmaktadırlar.

Dünyadaki yayın kuruluşları olaylarla ilgili bilgileri çoğunlukla, kendi özgün haber kaynaklarından önce ajanslardan öğrenmektedirler. Bu yaygın örgütlenme biçimi de ajansçılığa ayrı bir önem kazandırmaktadır. Ajansların yaygın örgüt kurma, hızlı ve güvenilir haber verme özelliği ve görevi, gerek yazılı gerekse görsel-işitsel basma da büyük avantajlar sağlamaktadır. Örneğin dünyanın uzak bir köşesindeki yanardağın yeniden lav püskürtmeye başlaması ya da deprem, uçak kazası gibi büyük felaketlere neden olan olaylardan, politik ve ekonomik gelişmelere ve hareketliliğe kadar tüm haberler, yayın kuruluşları tarafından ajanslardan öğrenilir.

Yayın kuruluşları bu olayları izleme politikalarını saptar. Bazen haberin tamamını ajanstan alır, bazen de bölgeye ekip göndermeye karar verir. Ajanslar özellikle televizyon yayınlarının yaygınlaşması ve çoğalmasından sonra büyük önem kazanmıştır. Çünkü ajanslar olayları dakikası dakikasına bildirmekle yükümlüdür. Bu yüzden özellikle televizyon kuruluşları için önemli bir haber kaynağı durumuna gelmişlerdir.

Yayın kuruluşları kendi özgün haber kaynaklarıyla ulaşamadıkları haberleri, haberi aldıkları ajansın adını kullanarak yayımlar. Böylece hem sorumluluğu haberle paylaşmış olur hem de haberi atlamak gibi bir sorunla karşı karşıya kalmaktan kurtulmuş olur. Bunun yanı sıra yayın kuruluşları haberin ayrıntısı için da haber ajanslarından yararlanabilmektedirler. Kısacası, ajanslar, yayın kuruluşlarını önce bilgilendirir sonra da haberin ayrıntılarını geçerek önemli bir boşluğu doldurulmasını sağlar.

Kimi yerel gazeteler, radyolar, haber toplamak için eleman çalıştırmak yerine yalnızca haber ajanslarına abone olarak bu gereksinimlerini karşılarlar. Böylece yalnızca abonelik ücreti ödeyerek yayın hayatlarını sürdürmekte ve büyük masraflar yapmaktan kurtulmaktadırlar. Haber ajansları bu nitelikleriyle giderek gelişen basın kuruluşları olarak basın sektöründeki önemini güçlendirerek sürdürmektedirler.

İletişim Fakülteleri de öğrencileri kuramsal bilgilerin yanı sıra mesleğe uygulama açısından hazırlayabilmek açısından bünyelerinde haber ajansları kurmuşlardır. Böylece bir bakıma genç gazeteci adayları, gazete, televizyon radyo ve benzeri yayın kuruluşlarında ajansçılığı öğrenme olanağına sahip bulunmaktadırlar. Ajansçılık, henüz üniversite sıralarındayken öğrencilerin karşılaştığı önemli bir gazetecilik dalı olarak karşımıza çıkmaktadır.

