

ULUSLARARASI HABER AJANSLARI

Atilla GİRGIN*

Abstract

Dans ce texte on nous parle des agences de presse internationale, de leur fonction et de la place de ces agences dans le monde de la communication. En plus on fait la definition de l'emperialisme et de l'information.

.....

Uluslararası iletişimin temel direği sayılan haber ajansları, kitle iletişim araçları için hızlı haber akışını sağlayan son derece önemli kuruluşlardır. Çünkü ellerinde bulundurdukları teknolojik olanakların üstünlüğü nedeniyle haber alma, toplama ve yayma işlemlerini, öteki kitle iletişim araçlarına oranla daha hızlı bir biçimde gerçekleştirmekte, aynı zamanda aldıkları ve yaydıkları haberleri de ucuza mal edebilmektedirler.¹

* *Yard.Doç.Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi.*
1 Oya Tokgöz, *Temel Gazetecilik*, İmge Kitabevi, Ankara: 1994, s. 106.

Uluslararası haber ajansları, kitle iletişim araçlarının yayımladıkları haberlerin çok büyük bir bölümünün belirleyicisi kurumlardır. Yakın yıllarda, çeşitli iletişim tekniklerinin ortaya çıkışı ve yoğun biçimde kullanılmaya başlayışıyla, uluslararası haber ajanslarının etkinliğinin ortadan kalkacağı sanılmıştır. Oysa söz konusu ajanslar, yeni teknolojileri kendilerine uyarlayarak, günümüzde de güçlerini ve etkinliklerini sürdürmeyi bilmişlerdir.²

Hangi haberlerin basılacağını, yayımlanacağını ve hangi haberleri pek çok insanın aklına bile getirmemesi gerektiğini belirleyenler genellikle haber ajanslarıdır. Bazı özel ve yerel haberlerin dışında, kitle iletişim araçlarının gündemini, haber bölümlerinin günlük çalışma hızı, biçim ve yöntemlerini haber ajansları belirlemektedir.³

Bu ajanslar, kitle iletişimi dünyasının önemli bir parçasını oluşturmalarına rağmen, haber tüketicileriyle doğrudan ilişki içinde olmadıklarından pek tanınmamakta, hatta kitle iletişimindeki güç ve etkileri bile tam anlamıyla bilinmemektedir. Söz konusu haber ajansları 1,5 yüzyılı aşkın bir süre, önce gazetelerin, sonra radyoların daha sonra da televizyonların ana haber kaynağı olmuşlardır.⁴

Gazeteler ile radyo ve televizyon istasyonları, halkın doğruları öğrenmesi, hem yakın çevresinde, hem de çok uzaklarda olan biten hakkında bilgi edinmesi için haber vermekle

2 Michel Mathien ve Catherine Conso, **Les Agences de Presse Internationales**, Presses Universitaires de France, Paris: 1997, s. 3.

3 Wolf Schneider ve Paul-Josef Raue, **Gazetecinin El Kitabı**, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara: 2000, s. 15.

4 Atilia Girgin, "Haber Ajansları ve Ajans Haberciliği", (Basılmamış Ders Notları, İ. Ü. Basın Yayın Yüksekokulu, 1991) s. 11.

yükümlüdürler. Bu üç kitle iletişim aracı haberi bireye ulaştırırken, çoğu kez haberin asıl üreticisi, haber ajansıdır.

Haberi bireyin önüne koyan, gözüne ya da kulağına seslenen kitle iletişim araçlarının, her şeye rağmen belirli bir kişilikleri bulunmaktadır. Hedef kitle bu kişiselliği, "şu gazete, bu radyo, şu televizyon" diyerek kabul etmiştir. Örneğin, Irak'ın Kuveyt'e saldırmasını Bağdat Radyo ve Televizyonu ve Irak gazeteleri ile Amerikan gazeteleri, radyoları ve televizyonları aynı yönde, aynı nitelermelerle, aynı yorumlarla vermez.

Ancak bunlara haber ileten uluslararası kuruluşların yorum ve nitelme içermeyen gerçekleri yansıtmaları beklenir, istenir. Ne var ki bu, hiçbir zaman böyle gerçekleşmemektedir. Uluslararası haber ajansları, ulusal, bölgesel ya da uluslararası çıkarlar söz konusu olduğunda, bilgiyi çarpıtmada bir sakınca görmedikleri gibi bu konuda birlikte hareket ederek tek ses olabilmektedirler.⁵

Bu nedenle haber ajanslarından söz edildiğinde, gazete, radyo ve televizyon gibi öteki kitle iletişim araçlarından ayrı bir değerlendirme yapılmaktadır. Bu değerlendirmenin iki temel noktası bulunmaktadır. Biri haber tekelciliği, öteki ise dengesiz haber akışıdır.⁶

Emperyalizm

Emperyalizm, bir başka tanımla, tekellerin ve malî sermayenin kurulduğu, sermaye ihracının birinci planda önem kazandığı, dünyanın uluslararası tröst ve karteller arasında

⁵ Nurdoğan Rigel, *İleti Tasarımında Haber*, Der Yayınları, İstanbul: 2000, s. 79.
⁶ Filiz Seçim ve Seyfettin Turan, *Haber Ajansları*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir: 1994, s. 126.

paylaşılmasının başlamış olduğu ve dünyadaki bütün toprakların, en büyük kapitalist ülkeler arasında bölüşülmesinin tamamlanmış bulunduğu bir gelişme aşamasına ulaşmış kapitalizmdir.

Günümüzde böyle bire bir tablo görülmemesine rağmen, geniş anlamdaki emperyalist ilişkide, merkez ülkenin egemen güçleri, çevre (azgelişmiş) ülkenin egemen güçlerine nüfuz ederek, her ikisinin egemen güçlerinin yararına işleyen bir süreç yaratmaktadır.

Ancak, merkez ve çevre ülkelerin egemen güçleri arasında bir ittifak kurulurken, her iki ülkenin çalışan sınıfları arasında bir ittifakın gerçekleştirilmesi ise önlenmeye çalışılmaktadır.

(Azgelişmişlik kavramını açıklamak için genelde, nüfus çokluğu, tarıma dayalı ekonomi, doğal zenginlikler yokluğu, milli gelirin dağılımındaki eşitsizlik, milli gelirden kişi başına düşen payda azlık ve eğitim yetersizliği gibi ölçütler kullanılır. Ancak temel özellik [bağımlılık]tır.) 7

Bağımlılık

Emperyalist ülkeler (Günümüzde, liberal ekonomik düzenin uygulayıcısı gelişmiş ülkeler) ile gelişmekte olan (azgelişmiş) ülkeler arasındaki egemenlik ilişkisi, uluslararası bir deyim olan "emperyalizmin beş boyutu" çerçevesinde şöyle değerlendirilebilir:

1) Ekonomik: Eşitsiz altyapı, kaynak, teknoloji, üretim, iş bölümü, değişim, dağılım ve tüketim. Merkez ulus (egemen devlet), çevre ülkelere yardım eder görünürse de, aslında onları sömürmektedir.

7 Gaetano Mosca, *Siyasi Doktrinler Tarihi*, Varlık Yayınları, İstanbul: 1968, s. 296.

2) Siyasal: Karar alma işlevinin, çevre ülkeden merkez ülkeye aktarılması. (Bazı ülkeler karar üretirler, ötekiler de bunları uygularlar. Kararların alınması, ya başvuru ya karşılıklı danışma yolları ya da doğrudan model taklidi biçiminde gerçekleşebilir.)

3) Askeri: Gerekli teknolojik aygıtları geliştirecek endüstriyel kapasiteleri bulunan merkez devletin, aynı özelliğe askeri alanda da sahip olması ve bunu, doğrudan ya da dolaylı yollarla, az gelişmiş ülkelere yönelik bir tehdit unsuru olarak kullanması doğaldır.

4) Kültürel: Emperyalizmin 4. boyutu "kültür"dür. Merkez ulus çevreye kültür aşladığı gibi modellik de eder. Çevredeki kültür denetim altına alınır, kapitalist değerler ve ilişkiler yerleştirilmeye çalışılır. Böylece, bu global toplumsallaşma süreci içinde, sistemin yaygınlaşması ve meşrulaşması gerçekleştirilir.

5) İletişim: Uluslararası iletişim 4 değişik biçimde gerçekleştirilmektedir:

A) Uluslararası örgütler tarafından. (BM, UNESCO, AB, AET, OPEC, FAO, NATO, IMF, OECD vb.)

B) Devletler arasında diplomatik yollarla.

C) Özel kurum ve kuruluşlar arasında iletişim araçlarıyla.

D) Kitle iletişim araçlarıyla.

Emperyalizm, dünyaya çok uluslu ekonomik şirketler aracılığıyla nüfuz etmekte ve girdiği az gelişmiş ülkenin egemen güçleriyle de işbirliği yapmaktadır. Bu şirketler, girdikleri ülkelere etkinliklerini sürdürürken, dünya halkları arasındaki iletişim de,

ağırlıklı olarak yine Batı kaynaklı medya kurumları, teknolojileri ve ürünleri aracılığıyla denetim altında tutulmaktadır.⁸

Haber Akışı

Bu değerlendirme çerçevesinde, "Emperyalizmin iletişim boyutunun özel bir dalının da, kültürel ve iletişim alanlarının kesiştiği 'haber akışı' alanı olduğu" ortaya çıkmaktadır. Dünyanın belli başlı haber ajansları, emperyalist ülkelerin elinde ve denetimindedir.

Bu ajanslar "uluslararası şirket" olarak tanıtılsalar da kendilerini ana ülke hükümetlerine bağlayan birer mülkiyet ve denetim yapılarına sahiptirler. Örgütlenme yapıları ise dünya ölçeğinde faaliyet gösteren ticari şirketlerinkine benzemektedir.⁹

Her biri tüm dünya üzerinde faaliyet gösterirken, en büyük ölçüde egemen oldukları bölgeler, kendi ülkelerinin bir zamanlar sömürgeleştirdiği, ekonomik, siyasal ve kültürel açılardan denetim altında tuttıkları yörelerdir.

Örneğin AP, Amerika kıtasında, Latin Amerika ve Uzakdoğu'da; AFP, "Francophone" Afrika'da; Reuters ise "Anglo-saxon" Afrika ve İngiliz Uluslar Topluluğu (Commonwealth) ülkelerinde büyük etkinlik kurmuşlardır.

İletişim konusundaki dikey iş bölümü, haber sisteminde çevre ülkelerin olay üretmeleri, merkezin bunları habere dönüştürmesi biçiminde belirir. Bu da sorunları merkezin gözüyle

⁸ **Monographs (I)**, Commission Internationale d'Etude Sur Les Problemes De La Communication, Unesco, Paris: 1980, s. 8.

⁹ Zafer Özcan, **Uluslararası İletişim ve Azgelişmiş Ülkeler**, Dayanışma Yayınları, Ankara: 1983, s. 19.

görüp değerlendiren gazetecilerin görevlendirilmesi, yetiştirilmesi ve olayları merkezin çıkarlarına göre süzgeçten geçiren bir iletişim ağının yaratılmasıyla olur.

Böylece uluslararası iletişim, kurulu ekonomik düzenin bir tamamlayıcısı, bir destekçisi olarak düzenlenir ve sürdürülür. Azgelişmiş ülke uluslarının bilinçlenmeleri, haber ve bilgileri tam ve doğru olarak edinmeleri, dünyayı özgür bir biçimde algılamaları ve yorumlamaları engellenir; var olan uluslararası yapıyı meşrulaştırıcı ve sağlamaştırıcı her türlü önlem alınır. Tekelci büyük ajanslar, gelişme halindeki ülkeleri haber yönünden besler görünürken, oralara gelişmiş ülkelerin ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal egemenliğini de, dolaylı olarak taşımaktadırlar. ¹⁰

Çünkü, gelişmiş Batılı ülkeler, iletişim araçlarının mülkiyeti ve onları denetim altında tutma açısından, azgelişmiş ülkelere oranla büyük bir üstünlüğe sahiptirler. İletişim araçlarının gerek niteliksel, gerekse niceliksel açıdan önemli bir bölümü, bu gelişmiş ülkelerin elinde ve denetimindedir. Örneğin 1960 yılında bir Batılı ajans, haberinde “Marksist Başkan Allende” deyimini kullanmıştır. Aynı ajans hiçbir haberinde “kapitalist Başkan Johnson” dememiştir. Arap Birliği İletişim Dairesi Müdürü Mahmut Triki bu konuda şunları söylemiştir:

“Dünyadaki olaylara çok uluslu dev ajansların gözlüğüyle bakmanız, büyük tehlike oluşturuyor. Bundan en çok zarar görenlerin başında da Türkiye geliyor... Geçtiğimiz yıllarda, Birleşmiş Milletler’de Kıbrıs konusundaki bir oylamada en büyük ajansın kameramanı, uzun uzun Türk delegesine ‘zoom’ yaptı. Ve

10 Özcan, a. g. y. , s. 98.

tek 'red' oyunun Türkiye tarafından verildiği birkaç kez tekrar edildi. Seyircide ister istemez Türkiye'nin haksız, yalnız ve kötü olduğu izlenimi uyandırıldı ve biz bunu yayınladık. Gönül isterdi ki, Türkiye ile aramızda bir haber iletişim bağı bulunsun... ve bu büyük ajansın esiri olmadan Türkiye'nin görüşünü de yansıtabilelim." 11

Ekonomik Gerçekler

Haber dolaşımındaki dengesizliğin temelinde, ekonomik gerçekler yatmaktadır. Ekonomik açıdan güçlü olan, teknik olarak da yeterli donanıma sahiptir. Bu gerçek, kitle iletişiminde ve özellikle uluslararası haber ajanslarının yayın politikalarında kendini yoğun bir biçimde hissettirmektedir.

Dolayısıyla uluslararası iletişimde güçlü olanın sözü geçmekte, iletişim teknolojilerini geliştiren toplumlar, haberlerin toplanması ve dağıtılması konularında da büyük bir avantaja sahip olmaktadırlar. 12

"Güç Kaynağı" Olarak Haber Ajansları

Bir ülkeyi öteki ülkeler arasında farklı konuma taşıyan bazı değerler vardır. "güç kaynakları" diye adlandırılan bu kaynaklar, elverişli coğrafi konum, doğal zenginlikler, nitelikli işgücü, 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.

11 Seçim ve Turhan, a. g. y. , s. 24.

12 Ceyda Iğaz, "Uluslararası Haberleşme Sistemi ve Az Gelişmiş Ülkeler", İ. Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, sayı 9, İstanbul: 1999, ss. 103-106.

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

Çağımız sıcak savaşlardan çok daha çetin kurallar ve çok daha acımasız yöntemlerle gerçekleştirilen soğuk savaşlar da yaşamıştır. Ülkeler söz konusu yöntemleri ve bazı araçları kullanarak, bir başka ülkeyi etkileri altında tutmaya çalışırlar. Soğuk savaşın araçlarından en önemlileri ise iletişim teknikleridir, ağlardır, kitle iletişim araçlarıdır ve dolayısıyla haber ajanslarıdır. ¹³

Nitekim bugün “dünyanın jandarma güçleri” durumundaki bütün devletlerin, uluslararası ölçekli, tüm dünya ülkelerine haber, haber malzemesi ve görüntü dağıtan haber ajansları vardır. Görsel, işitsel ve yazılı basın, haber, bilgi ve görüntü gereksinimini büyük ölçüde karşılayan bu kuruluşlar, tüm ülkelerde kitle iletişim araçlarının başlıca kurumu ve can damarı sayılmaktadırlar. Çünkü uluslararası yayın yapan bir haber ajansı, bulunduğu ülkenin uluslararası ortamda en etkin tanıtım ve koşullandırma araçlarından biridir. ¹⁴

"Uluslararası" Nitelik

"Uluslararası" niteliği taşımanın ölçütü, öteki ülkelerde büro açmış olmak ya da muhabir bulundurmamak değil, doğrudan kamuoyuna haber ulaştıran kitle iletişim araçları arasında abonelerinin olmasıdır. Örneğin Anadolu Ajansı, yurt dışında birçok

¹³ Girgin, a. g. y. , s. 13.

¹⁴ Mehmet Ali Bulut, "Çağımızın Güç Kaynağı Olarak Haber Ajansları", *Yeni Türkiye*, 96/12, ss. 1125-1134.

bürosu ve muhabiri bulunmasına, radyo dalgalarıyla Endonezya'dan Alaska'ya kadar yabancı dillerde yayın yapmasına, öteki ülke ajanslarından aboneleri ve onlarla haber değişimi anlaşmaları olmasına rağmen, uluslararası haber ajansı sayılmaz. Çünkü öteki ülkelerin doğrudan kamuoyuna haber ulaştırın kitle iletişim araçları arasında aboneleri yoktur.

Bir haber ajansı, her başkentte bir ya da birkaç muhabir bulundurduğu için "uluslararası" sayılmaz. Ölçüt bu olursa, eski Sovyetler Birliği'nin TASS (şimdiki Rusya'nın İtar-Tass), Çin Halk Cumhuriyeti'nin Xinhua ya da Vatikan'ın Fides ajanslarının da, uluslararası 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 uluslararası sayılmalıdır. Uluslararası haber ajansı, etkisi hizmetlerini satmak için bulunduğu yerlerin sayısıyla orantılı olan ticari bir kuruluştur.¹⁵

Sürekli gelişme ve teknolojik yenilenme içinde olan ve böylesi etkin bir güce sahip bulunan uluslararası haber ajansları, öteki çok uluslu girişimlerle karşılaştırıldığında, küçük kalmakta, mali güçleriyle ancak son sıralarda yer almaktadırlar. Ancak bu şirketlerin güçleri ve önemleri, mali kapasitelerinde değil, çağdaş toplumun ana değişkenini, yani haber tekeliğini ellerinde bulundurmalarındadır.

Çünkü, dünya üzerindeki kitle iletişim araçlarının tamamına yakını, söz konusu haber ajanslarının 1859 yılında işbirliği

15 Henri Pigeat, *Le Nouveau Désordre Mondial de l'Information*, Hachette, Paris: 1987, s. 37.

anlaşmaları imzalayarak başlattıkları ve günümüzde de sürdürdükleri haber tekel ve kartelleri yüzünden, buldukları ülke dışındaki haberlerin büyük bölümünü, kendi özgün haber kaynaklarından önce bu ajansların haber bültenlerinden sağlamaktadırlar.¹⁶

Uluslararası Haber Üretimi

Uluslararası haber üretim ve dağıtım hizmeti, uzun yıllar AP (Associated Press), UPI (United Press International), AFP (Agence France Presse), Reuters ve TASS'ın önderliğinde yürütülmüştür. Bu hizmet günümüzde, 1970'li yıllarda UPI'nı el değiştirerek küçülmesi, 1992'de de Sovyetler Birliği'nin çöküşüyle TASS'ın (yeni adıyla Itar-Tass) etkinliğinin azalması sonucu, Amerika Birleşik Devleti (AP), Fransa (AFP) ve İngiltere (Reuters) kökenli üç ajansın etkin denetimi altındadır.¹⁷

Bugün başlıca haber tekelleri diye bilinen AP, AFP, Reuter's, hep kendi ülkelerinin ya da daha geniş kapsamıyla gelişmiş ülkelerin haberlerini gelişmemiş ülkelere taşımakta; oralardan gelişmiş ülkelere yönelik haber trafiği ise "seçmeli" ve "beklenmedik" haber düzeyinde kalmaktadır. Bir başka deyişle gelişmiş ülkelerin tekeli büyük ajansları az gelişmiş, ya da gelişmekte olan ülkelere haber toplarken "istisnalar" kuralını uygulamaktadırlar.

16 Oliver Boyd-Barrett ve Terhi Rantanen, "News Agencies", **The Media: And Introduction**, Addison Wesley Longman Ltd., New York: 1998, ss. 53-63.

17 Harry Drost, **The World's New Media**, Longman Group UK Limited, London: 1991. s. 536.

Özellikle yazılı haber alanında, AP, AFP ve Reuters gibi uluslararası haber ajansları, etkinliklerini tüm dünyada sürdürürken, az gelişmiş ülkelere yalnızca yabancı ülkelere değil, sık sık kendi ülkelerinden bile haberler sunmaktadır. Bu ajanslar bir yandan da birçok bağımsız ülke ajansının da bir ölçüde “sözcüsü” durumundadırlar. Bunların arasında gelişmekte olan ülkeler ile Avrupa Birliği ülkelerinin ajansları da bulunmaktadır. Bu üç haber ajansının çeşitli ülkelerde, 500’e yakın bürosu ya da temsilciliği bulunmaktadır. Bu ajanslar, söz konusu bürolarda kendi milliyetlerindeki gazetecilerin denetiminde, yerli halktan görevliler de çalıştırmaktadırlar. Yine, bu üç haber ajansına, dünya çapında abone ve müşteri olan medya kuruluşu sayısı 18.000’i aşmıştır. ¹⁸

Günlük haber dalgalarının 2/3’ü dolaylı ya da dolaysız New York’tan gelmektedir. Büyük haber ajanslarında çalışan gazetecilerin 2/3’ünden fazlası Amerikalı ya da Avrupalı’dır ve dünyaya o gözle bakmaktadırlar. Günlük gazetelerin en deneyimli yurtdışı muhabirleri bile ajansların gücüne karşı koyamamakta, ülkelerindeki yazı işlerine, dış kaynaklı bir haberi kabul ettirmeyi çok azı başarabilmektedir. Bu konuda, anılan muhabirlere söylenen şu olmaktadır: Ajanslar böyle bir haber bildirmedir! Başka bir konunuz yok mu?” ¹⁹

Latin Amerika ülkelerinde, iletişim konusunda yapılan bir araştırma, AP ajansının bölgedeki tüm haberlerin %80’ini geçtiğini ortaya koymuştur. Öteki yörelerde de durum daha farklı değildir. Uluslararası haber ajanslarının, haber seçiminde izledikleri ölçüt ise

18 Mathien et Conso, a. g. y. , s. 6.

19 Schneider ve Raue, a. g. y. , s.18.

bilinçli ya da içgüdüsel bir biçimde, uluslararası ekonomik sistemin kaynağını bulduğu kapitalist ülkelerin çıkarları olmaktadır.

Örneğin söz konusu haber ajansları, Mozambik ve Angola iç savaşlarında, gerçeğin aksi olarak “yerel güçlerin yenilgiye uğradıkları” biçiminde haberler vererek dünya kamuoyuna dezenformasyon (yanlış bilgilendirme) uygulamışlardır. Bu tür uygulamalar sık sık yapılmakta, özellikle ülkeler arası ilişkiler içerikli haberlerde, uluslararası haber ajansının ait olduğu ülkenin dış politikası, haberlerin temel ölçütünü oluşturmaktadır. Bu yöntem de, her ne kadar “uluslararası” nitelik taşıyalar da, bu haber ajanslarının “ulusal” işlevlerini unutmadıklarının bir kanıtıdır.

MacBride Raporu

Nitekim bu gelişmeler üzerine üçüncü dünya ülkeleri, 1978 yılında, yeni bir “Dünya İletişim Düzeni” oluşturulması için Unesco bünyesinde girişimde bulunmuşlardır.²⁰

Bu girişim sonucu Unesco bünyesinde, İrlandalı devlet adamı, hem Nobel, hem Lenin Barış Ödülü sahibi Sean MacBride başkanlığında bir komisyon oluşturulmuştur. Daha sonraları “MacBride Komisyonu” olarak anılacak olan, “Comission Internationale de Communication”(CIC) Komisyona şu 16 gazeteci seçilmiştir:

“Elie Abel (ABD), Hubert Beuve Mery (Fransa), Elebe Ma Ekonzo (Zaire), Gabriel Garcia Marquez (Kolombiya), Sergei Losev (SSCB), Mochtar Lubis (Endonezya), Mustafa Masmudi (Tunus),

²⁰ *Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, 29-30 Temmuz 1999, Konya, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul: 2000, s. 48.*

Michio Nagai (Japonya), Fred Isaac Akporuaro Omu (Nijerya), Bogdan Osolnik (Yugoslavya), Gamalel Oteifi (Mısır), Johannes Pieter Pronk (Hollanda), Juan Somavia (Şili), Boobli George Verghese (Hindistan), Betty Zimmerman (Kanada).”²¹

CIC Başkanı Sean MacBride raporun önsözünde, komisyonun hareket noktasını şöyle özetlemiştir:

“Üçüncü Dünya Ülkeleri sanayileşmiş ülkelerden kendilerine yönelik haber akımı egemenliğini dengeli haber akımı özgürlüğüne müdahale olarak niteliyor ve saldırılarını bu noktada yoğunlaştırıyorlardı. Basın özgürlüğünün savunucuları, ulusal egemenliklerin müdahalecileri olarak anılıyordu. Haberin değişik değerlendirilişi, haberin rolü, gazetecilerin hakları ve sorumluluklarına ilişkin anlayışlar enine boyuna tartışıldı ve bunlar medyanın, dünyanın başlıca sorunlarına katkı sağlayabilecek güç kaynakları olarak görüldü.”

Komisyonun hazırladığı “Many Voices, One World”, (Çok Sesli Tek Dünya) adlı raporda, konuyla ilgili aksaklıklar belirtilmiş, bunların nedenleri ve giderilmesi için öneriler sıralanmıştır.

Raporda, temel görüş olarak, gelişmiş ülkelerle gelişme halinde olanlar ya da Üçüncü Dünya ülkeleri arasındaki haber akımının dengesizliği kabul edilmiştir. Raporda ayrıca, haber toplama ve dağılımının her iki yönde dengeli ve hakça yürütülebilmesi için ulusal ajansların kurulması, bunların kendi aralarında ve uluslararası nitelikteki büyük ajanslarla işbirliği yapmaları, gelişme halindeki ülkeler arasında iletişimi hızlandırmak ve pekiştirmek için bölgesel haber havuzları oluşturulması

21 Seçim ve Turhan, a. g. y. , s. 129.

öngörülmüştür. Raporda ayrıca, bu amaçların gerçekleşebilmesi için gelişmiş ülkelerden öteki ülkelere alanda uzman personel gönderilmesi ve hazırlanacak eğitim programlarıyla yerel elemanlar yetiştirilmesi de önerilmiştir.

Yeni İletişim Düzeni

Öte yandan, uluslararası iletişimdeki eşitsizlik ve dengesizliklere bir tepki olarak 1970 yıllarının başlarında ortaya atılan "Uluslararası Yeni Enformasyon ve İletişim Düzeni" (NWICO), Thomas L. Mc Pall tarafından şöyle değerlendirilmiştir:

"Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni, enformasyonun içeriğinde ve akışında daha eşit ve adaletli bir denge kurulmasını, ulusal iletişim politikalarının ulusal düzlemde gerçekleştirilebilme hakkının sağlanmasını ve son olarak da gelişmekte olan beklentilerini ve olaylarını daha doğru ve çarpıtmadan yansıtabilecek, uluslararası düzeyde iki yönlü enformasyon akışının gerçekleştirilmesini olanaklı kılmaya çalışan evrensel bir süreçtir." 22

Uluslararası iletişimdeki bu temel sorunun çözümü için, özellikle gelişmekte olan ülkelerin, kendi toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik amaçlarına uygun iletişim politikaları belirlemeleri gerekmektedir. Daha sonraki amaç ise kendi ulusal ajanslarını güçlendirerek, bilgiye aracısız ulaşma aşamasına gelmek olmalıdır.

22 Thomas L. Mc Pall, "Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni" *Enformasyon Devrimi Efsanesi*, Çev. ve Der. Yusuf Kaplan, Rey Yayınları, Kayseri: 1991, s. 142.

Bu yöntemle, uluslararası tekeli ajansların etkilerinin, tamamen ortadan kaldırılmasa bile azaltılması mümkün olacaktır. 23

Kaynakça

- Boyd-Barrett, Oliver. Terhi Rantanen. "News Agencies", **The Media: And Introduction**. Addison Wesley Longman Ltd. New York, 1998.
- Bulut, Mehmet Ali. "Çağımızın Güç Kaynağı Olarak Haber Ajansları". **Yeni Türkiye**, 96/12.
- Drost, Harry. **The World's New Media**. Longman Group UK Limited. London, 1991.
- Girgin, Atilla. "Haber Ajansları ve Ajans Haberciliği". (Basılmamış Ders Notları, İ. Ü. Basın Yayın Yüksekokulu, 1991)
- İlgaz, Ceyda. "Uluslararası Haberleşme Sistemi ve Az Gelişmiş Ülkeler". **İ. Ü. İletişim Fakültesi Dergisi**, sayı 9. İstanbul, 1999.
- Mathien, Michel. Catherine Conso. **Les Agences de Presse Internationales**. Presses Universitaires de France. Paris, 1997.
- Mc Pall, Thomas L. "Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni" **Enformasyon Devrimi Efsanesi**. Çev. ve Der. Yusuf Kaplan. Rey Yayınları. Kayseri, 1991.
- Monographies (I)**. Commission Internationale d'Etude Sur Les Problemes De La Communication. Unesco. Paris, 1980.
- Mosca, Gaetano. **Siyasi Doktrinler Tarihi**. Varlık Yayınları. İstanbul, 1968.

23 Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları, 2-3 Ekim 1997, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul: 1998, s. 79.

- Özcan, Zafer. **Uluslararası İletişim ve Azgelişmiş Ülkeler.** Dayanışma Yayınları. Ankara, 1983.
- Pigeat, Henri. **Le Nouveau Désordre Mondial de l'Information.** Hachette. Paris, 1987.
- Rigel, Nurdoğan. **İleti Tasarımında Haber.** Der Yayınları. İstanbul, 2000.
- Schneider, Wolf. Paul-Josef Raue. **Gazetecinin El Kitabı.** Konrad Adenauer Vakfı Yayını. Ankara, 2000.
- Seçim, Filiz. Seyfettin Turan, **Haber Ajansları.** Anadolu Üniversitesi Yayınları. Eskişehir, 1994.
- Tokgöz, Oya. **Temel Gazetecilik.** İmge Kitabevi. Ankara, 1994.
- Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları,** 2-3 Ekim 1997, İstanbul. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. İstanbul, 1998. s. 79.
- Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim,** 29-30 Temmuz 1999, Konya. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. İstanbul, 2000.

