

**ABD'NİN EN BÜYÜK HABER AJANSLARI :
AP VE UPI**

Yrd.Doç.Dr.Yasemin G. İNCEOĞLU
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
İletişim Fakültesi

Uluslararası haberleşmenin %10'unu "haberler" in oluşturduğu düşünülecek olursa, Haber Ajanslarının ne denli önemli oldukları gerçeği ortaya çıkar. Çok kısa bir süre öncesine kadar Haber Ajansları günde birkaç bin sözcük üretirken, artık günümüzde bu sayı dakikada 9000 sözcük veya daha üstüne çıkabilmektedir. Şüphesiz bunda haberleşme uydusu ile birlikte bilgisayarın uluslararası haber akışındaki kanal kapasitelerini arttırmış olmasının büyük rolü vardır.

Ancak Haber Ajansları, hızla gelişen ve değişim gösteren teknolojiye karşı savaş verirken, bir yandan haber içeriğini değişik biçimlerde sunmaya ve basının haber gereksinimlerini karşılamak için uğraş verip diğer yandan, bilgisayar ve uydu iletişim çağı gibi yeniliklere ayak uydurabilmek için, 1970'lerin ortalarında büyük harcamalara da girmişlerdir. Bu arada, yalnız TV haberleri ve Haber Ajansları değil, aynı zamanda ulusal ve uluslararası haber kaynağı olan gazeteler de önemlerinden kaybederek, bu darbeden paylarını almışlardır.

Biz bu yazımızda, Haber Ajanslarının gelişiminde teknoloji ve basın endüstrisinin rolü, 1965'den beri iki büyük Amerikan haber ajansının sahip olduğu teknik ve ekonomik olanakları ele alıp, bu gelişmelerin haber ajanslarının haber geçmelerindeki etkilerinden söz edeceğiz.

ABD'de Haber Ajanslarının kuruluşu 19.yy.'ın ortalarına rastlar. O yıllarda Boston limanında bulunan muhabirler, yelkenliler kiralayıp denize açılarak, Avrupa'dan gelen gemilerdeki yolcu ve tayfalarla görüşüp onlardan sağladıkları haberleri gazetelerine ulaştırırlardı.

1846'da ABD, Meksika ile savaşa girdiğinde haberler, tren, buharlı gemi ve telgraf ile naklediliyordu.(1) 1846-48 yılları arasında New York'da yayınlanan altı gazete, haber toplamaktaki güçlükleri yenmek ve ağır masrafların önüne geçmek düşüncesiyle biraraya gelerek, bir kooperatif halinde, ajans kurmaya karar vermişlerdir.(2)

Boston gazetelerinin 1848 yılında kurulan AP (Associated Press) 'ye katılmasından sonra, tek tek ve bölgesel gruplar halinde katılmalar sürdü. Çok geçmeden West Associated Press, Southern Associated Press, Philadelphia Associated Press vb. grupları oluştu. New York'ta kurulu AP bunların tümüne en önemli haberleri iletiyordu. Bölgelelikle ajansın yöresel haber toplama örgütleri de oluşmaya başladı.(3)

Diğer büyük ajans olan UPI (United Press International)'ın tarihçesine bakıldığında, ünlü gazete patronu Scripps'in 1907'de, "United Press", diğer ünlü gazete patronu Hearst'in ise "International News Service" ajanslarının hizmete girdiğini ve bu iki ajansın 1958'de birleşerek, günümüzdeki UPI'yi oluşturduklarını görüyoruz.

"International News Service" in yurtdışı haber elemanının olmaması, İngilizlerin Alman sempatanlığından dolayı International News Service'a kablo hizmeti vermemesi, ABD Yüksek Mahkemesinin, AP'nin haberinin, INS'nin kendi haberiymiş gibi yayınlaması olayını ortaya çıkarması vs. gibi nedenlerden ötürü, AP, UPI'ye göre doğru habercilikte hep bir adım önde gittiğini kanıtlamıştır.

1930'larda yapılan bir araştırmada, AP'nin daha güven verici bir ajans olması na karşın, 1963'de yapılan bir başka anket sonucu, UPI'nin haberlerinin daha yorumlayıcı, yerel ve renkli haberler kullanan, boşlukları doldurucu nitelikte oldukları ortaya çıkmıştır.(4)

1960'lara gelindiğinde TV'nun da iletişim yaşamına girmesi ile, bu kuruluşlar, habercilikte yalnız hızın değil, aynı zamanda konunun derinliğine analizinin de önemli olduğu gerçeğini kavramış oldular.

Haberde güvenilirlik ve hız açısından gazeteciliğin bel kemiğini oluşturan AP tüm gücünü Amerikan yazılı basınından alırken, UPI radyo-TV yapımcılarından da destek görmüştür.

1960'lardaki durum gözden geçirilecek olduğunda, günlük gazetelerin %40'dan fazla bir bölümünün AP'ye, %25 gibi bir oranın UPI'ye, geri kalan %25'in, her iki ajansla ve %5'in ise hiçbir ajansla çalışmayanların oluşturduğunu ortaya koymaktadır.(5)

Özde, her iki kuruluş finansal güvence, teknolojik yenilik ve müşteri ilişkileri bakımından 1960'ların ortalarında başabaş gitmişlerdir. Bu ajanslarda artan idari masraflar çoğunlukla alışagelmış olayların nakledilmesine bağlanmıştır. (Olimpiyatlar, Başkanlık Seçimleri vs.) 1970'lere gelindiğinde şu nedenlerle UPI'nin varlığı tehlikeye düşmüştür: 1-Gerekli teknolojik yenilikleri karşılamak için yaptığı büyük harcamalar, 2-Haber geçme konusunda ajansın kendini yenileme gerekliliği, 3- Yerel gazetelerin sayısal açıdan düşüş kaydetmesi ve bu yüzden ajansların kendilerine yeni gelir kaynakları bulma çabaları.

1971'de 1300 gazeteci arasında yapılan araştırma sonucu; en güvenilir haber ajansı olarak AP seçilirken, UPI beşinci sırada yer almıştır.(6)

1974-82 yılları arasında her iki ajans kendini yenilerken, zaman zaman bilgisayar-uydu bağlantılı sistemlerini de devreye sokmuşlardır. 1976'da, Lazer-foto servislerini kullanıma sokmakla, girilen haberler anında ve hızlı bir biçimde direkt olarak abonelerin bilgisayarlarına gönderilmiş oluyordu.

Aynı yıl , UPI abonelerinin çıkarlarını gözetin ve yönetim politikaları konularında çalışan 15 üyeli "Basın Danışmanlık Kurulu" adı altında bir Kurul oluşturmuştur. (7) 1977'de abone sayısını %9.5 oranında arttıran Ajans, Şubat 1968'de yıllık 2.2 milyon dolara ulaşan telgraf hattı kiralama masrafını karşılamak için işçi ücretlerinde 9-9,5 aylık dondurma talebinde bulunmuş, bu isteği sendika tarafından 642'ye karşı 32 oyla kabul edilmiştir.

1978'de beş milyon dolar zarar eden ve Basın Danışmanlık Kurulu'na arka çıkan Scripps, bir yıl sonra UPI'nin satışa çıkarıldığını duyurmuştur. İngiliz Reuter's ve diğer haber ajansları önceleri bu satışla ilgilenmiş gibi görünmüşlerse de pek bir sonuç çıkmamıştır. 1975 - 1985 yılları arasında 221 günlük gazete abonesini kaybeden UPI'nin yedi yıl süren iflas ve karışıklık durumu yayıncıların ve halkın güvenini sarsmıştır.(8) Ajansın abonelerini kaybetmesinde , en çok ülkeyi etkisi altına alan ekonomik krizden etkilenip reklam gelirlerinin düşmesi nedeniyle Ajansın finansal açıdan zor duruma düşmesi olayı rol oynamıştır.

Şubat 1980'de UPI, sektörde kendine bir ortak arayışındayken "Business Week" dergisinin Ajansla ilgili şu yorumu dikkate değerdir: "Bir büyük gazetenin haber müdürü UPI'nin daha hızlı ve canlı ancak daha az güvenilir haber verirken, Washington haberlerinde mükemmel, özellikle ABD Yüksek Mahkemesi haberlerinde çok başarılı olduğunu ifade etmektedir. Ajans, tayfun, sel ve diğer doğal afetleri bildirmede iyi iken, okuyucuyu hoplatacak haber yazamamaktadır".(9)

22 Haziran 1982'de Scripps şirketi, UPI'yi, gazetecilik deneyimi olmayan, ancak İnsan Hakları savunucusu ve Vietnam Savaşı aleyhtarı iki gence satmıştır. Ancak birtakım karmaşalara sahne olmuş olan Ajans, 1983'de 14.8 milyon, 1984'de 11.1 milyon dolarlık zarara uğramış, bulunduğu taahhütlere rağmen, giderek büyüyen borç ve açıklarını durduramamıştır.

Diğer yandan, Ağustos 1983'deki bir olay ile, UPI'nin AP'ye göre daha az güvenilir olduğu gerçeği bir kez daha ortaya çıkmıştır. Olay kısaca şöyle gelişmiştir: Yıllardan beri, ABD'de sürgün yaşayan Filipinli politikacı ve Başkan Marcos'a karşı ülkede hüküm süren muhalefetin lideri Benigno Aquino, ABD'deki sürgünden Manila'ya gelmiş fakat uçaktan inerken silahlı saldırıya uğrayarak öldürülmüştür. Bu haber, ABD Başkenti Washington D.C'ye ve başkentin en etkin gazetesi "Washington

Post" a Manila Hava Meydanı'nda olaya tanık olan UPI muhabiri Max Vanzi aracılığıyla AP'ye nazaran üç buçuk saat önce duyurulduğu halde, eski alışkanlıklardan dolayı UPI'ye güvenemeyen gazete sorumluları bu haberi yayınlamakta tereddüte düşmüşler, Aquino'nun Manila'ya varışında tutuklandığını yazmakla yetinmişlerdir.(10)

Nisan 1985'de UPI, 1850 işçisine maaş çeklerini karşılayacak yeterli fonları olmadığından, ödeme yapamayacağını bildirmiş ve üç gün içinde alacaklılardan korunmak için iflas istemi ile mahkemeye başvurmuştur. Meksika'daki 62 günlük gazetenin sahibi milyarder Mario Vazquez Rana 1986'da UPI'yi ele geçirmiştir. 1988'e girildiğinde, UPI'nin aylık kaybı bir milyon dolar olarak belirlenmiş, Vazquez %95'lik hisseyi elinde tutarken ajansın yönetimini bir yatırım grubu olan ve Vazquez ile UPI'yi 1986'da almak için rekabete giren World News Network'a bırakmıştır.

Zira 1987'de UPI'nin kaybının 18 milyona ulaşması sonucu, şirket bünyesinde değişiklik yapılmıştır. Toplam 150 kişi işten çıkarılmış, 10 milyon dolar idari masrafları kesintiye uğramış ve WNW'ın beş milyon doları UPI yönetimine aktarılmıştır.

1988'de ise WNW onbeş milyon dolar değerinde araç gereç ve diğer masraflar için Avrupa ve Amerika'dan yatırım sermayesi arama yoluna gitmiştir. 1990 yılında UPI'nin hemen hemen tüm hissesi UPI'yi kurtarmak amacıyla oluşturulan bir yatırım grubu olan Infotechnology'nin eline geçmişti.(%99)

Eleştirmenlere göre, UPI'nin başarısızlığındaki en büyük etken, ABD'deki ajans hizmetinin doğal yapısından kaynaklanmaktadır. UPI her zaman için öncelikli kar amacı güden bir kuruluşken, rakibi AP abonelerce desteklenen, masrafları karşılanan, kar amacı gütmeyen bir kurum olmuştur. AP'nin her zaman için parası olduğundan çok eleman ve çok yönlü habercilik söz konusu olabilmıştır. Ayrıca ek haber servislerinin sayısal artışı (örneğin, "New York Times", "Los Angeles Times", "Washington Post" gibi gazetelerin haber ajansları gibi) da AP'nin olanaklarına sahip olmayan UPI'nin haber satmasına büyük ölçüde engel olmuştur.(12)

1989 yılı itibariyle Haber Servisleri ve Abone Sayıları :(13)

Los Angeles Times/Washington Post News Service	650
New York Times News Service	500
Scripps-Howard News Service	350
Knight-Ridder Tribune Information Services	270
Copley News Service	175
Christian Science Monitor News Service	118
Newhouse News Service	77

SONUÇ

1960'lardan günümüze kadar uzanan süreç içinde Amerikan haber ajanslarının geleceği hakkında iki soru yöneltilmiştir; bunlardan biri , bu iki ajanstan biri yok olduğu takdirde, haber dünyasının bundan etkileniş biçiminin nasıl olacağı, öbürü ise; pazarda iki büyük ajansa yer olup olmadığıdır. Yeni iletişim teknolojilerinin yaygın olarak kullanımı ile, özellikle 1950'lerden itibaren gazete editörlerinin tatmin edici yoruma dayalı haber alamamaları, onları, muhabirlerini devreye sokup kendi haber ajanslarını kurmalarına yönelmiştir.

Ancak bu ajansların ortaya çıkmasıyla her ne kadar UPI'nin mali durumu olumsuz yönde etkilenmişse de, bu iki büyük ajansın yok olması arasında bir bağlantının olacağı düşünülmemelidir.

Zira büyük ihtimalle bu iki Ajansın sahneden çekilmesi, pazarın onlara ufak gelmesinden değil, yeni değişimlere ayak uyduramadıklarından veya yeni müşteri kitlelerine ulaşamadıklarından ötürü olacaktır.

Madem ki Ajanslar, ülke okuyucularına haber geçen, mücadeleli, değişkenlik gösteren pazarın katılımcıdır, o zaman bu konunun gerektirdiği kuralları uygulamak zorundadırlar. İşte "Amerikan gazeteciliğinin büyük motoru" olarak tanımlanan AP, UPI'yi esasen bu yüzden geride bırakmıştır.

AP, kadrosu içinde yaptığı teknolojik yenilikleri takip etmiş, UPI'nin "büyük fırsatları" kaçırma gibi yanılığlarına düşmemiştir. Buna verilebilecek en belirgin örnek, 1960 ortalarında UPI'nin New York bürosunun Dow Jones şirketi ile ortaklaşa kuracakları bir Uluslararası Haber Ajansı konusunda anlayamayıp, UPI'nin bu fırsatı, rakibi AP'ye kendi elleriyle sunmasıdır. Bu fırsatı kaçırıp UPI bu kez de kendi bağımsız ajansını Tokyo'da kurma girişimlerinde bulunmuşsa da müşteri bulamama yüzünden ajans birkaç ay içinde kapanmıştır.

Öyle anlaşılıyor ki, içinde bulunduğumuz haberleşme çağında Haber Ajansları ayakta kalmayı başarabilmek için hizmet alanlarını genişleterek, değişen koşullara ayak uydurabilmelidirler. Ancak, basın sektörünün son yıllarda ABD'de durgun olduğu gözönünde tutulacak olursa, Haber Ajanslarının yalnız geniş hizmet alanı ve yeniliklere açık olmaları değil, aynı zamanda seçkin ve kaliteli kadrolara sahip olmak veya değişik hedef izleyici kitlelerine hitap etmek gibi yöntemlere de başvurmaları gerekmektedir.

DİPNOTLAR

1. John C.Merrill, **Global Journalism, Survey of International Communication**, Second Edition, Longman:NY, 1991, s.32-33.

2. Hasan Refik Ertuğ, **Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi**, C1., İstanbul, 1990, s.82-83.
3. Seyfettin Turhan, Haber Ajansları, Çoğaltma, s. 28.
4. Richard Schwarzlose, **The American Wire Services: A Study of Their Development as a Social Institution** (NY:Arno Press, 1078),p.267.
5. Michael W.Singletary "Newspaper Use of Supplemental Services", 1960-73, Journalism Quarterly 52(1975):750.
6. Johnstone, Slawski, Bowman, **The News People:A Sociological Portrait Of American Journalists and Their Work** (Urbana:University of Illinois Press, 1976), p.224.
7. **"Beaton Puts UPI's Future in Hands of Advisory Board"**, Editor and Publisher (April 20,1974), p.26.
8. Editor and Publisher International Yearbooks 1975-1985.
9. "UPI:A News Seller Tries To Sell Itself", Business Week (Feb 18,1980), p.70.
10. İsmet Giritli, **Günümüzde Haberleşme ve Bazı Sorunları**, İstanbul, 1984, s.80.
11. Cook, Gomery, Lichty, **The Future of News**, The Woodrow Wilson Center Press, Washington D.C. 1992, s.154.
12. John Morton, "UPI's New Strategy", Washington Journalism Review (January/February 1989):10.
13. Presstime, (May 1989).