T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİMDALI

Agence France Presse ve Anadolu Ajansı'nın Karşılaştırılması

(DOKTORA TEZİ)

TEZ DANIŞMANI:
Prof. Dr. Suat GEZGİN

HAZIRLAYAN:
Özgür GÖNENÇ

2502970414

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

İSTANBUL-2000

İçten ilgisi ve desteği için değerli dekanımız Sayın Prof. Dr. Nükhet GÜZ'e, tez süresince her aşamada desteğini, ilgisini ve yardımlarını esirgemeyen danışmanım Sayın Prof. Dr. Suat GEZGİN'e. Tezi okuyarak zamanlarını ayıran sayın Doç. Dr. Edibe SÖZEN ve Doç. Dr. Gül BATUŞ'a, tezi okuyarak ajans deneyimlerini aktaran Sayın Öğr. Gör. Atilla GİRGİN'e, çalışmanın başlangıcından bugüne kadar gösterdikleri sabır, çaba ve yoğun çalışma için dostlarım ve meslektaşlarım Dr. Aslı YAPAR ve Araş. Gör. Güleda YÜCEDOĞAN'a, her zaman yanımda olan ve beni maddi manevi destekleyen aileme, anneanneme sevgili anne ve babama en içten teşekkürlerimi sunmayı bir gönül borcu sayarım.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....**1-8**

1. AJANS NEDİR.....**9-23**

1.1 Ajansın Tanımı.....**11-16**

1.2 Haber Ajanslarının Tarihçesi.....**16-20**

1.3 Haber Ajansının İşlevi.....**20-23**

2. AGENCE FRANCE PRESSE (AFP).....**24-99**

2.1 Agence France Presse'in Tarihçesi.....**25-35**

2.2 Agence France Presse'in Yasal Statüsü.....**36-40**

2.3 Ajansın İç Örgütlenmesi.....**40-42**

2.4 Agence France Presse'in Kapsama Alanı.....**42-52**

2.5 Agence France Presse'in Teknik Olanakları **52-57**

2.6 Agence France Presse ve Haber.....**57-58**

2.6.1 Agence France Presse'in Uluslararası Haberler Birimi.....**58-61**

2.6.2 Fransa Haberleri Masası (Desk France).....**61**

2.6.3 Ekonomi Haberleri Masası (Desk Economique)).....**62-67**

2.6.4 Spor Haberleri.....**68-71**

2.6.5 Bilim Kültür Sanat Haberleri.....**72-73**

2.7 Fotoğraf Hizmetleri.....**73-82**

2.8 Grafikle Haber Hizmetleri.....**82-86**

2.9 Uluslararası Teknoloji Satışları Bölümü.....**86-89**

2.10 Multimedya Hizmetleri.....**89-93**

2.11 Uluslararası Satışlar Birimi.....**93-95**

2.6.12 Agence France Presse'in Televizyon Programları ve Bloomberg Televizyonu.....**95-96**

2.13 AFP'nin Bugünkü Durumu.....**96-99**

3. ANADOLU AJANSI.....**100-147**

3. 1 Anadolu Ajansı'nın Tarihçesi.....**100-111**

3. 2 Yasal Statü.....**112-120**

3. 3 Anadolu Ajansı'nın İç Örgütlenmesi.....**120-122**

3. 4 Anadolu Ajansı'nın Parlamento Haberleri.....**123**

3. 5 Anadolu Ajansı'nın İç Haberler.....**123-124**

3. 6 Anadolu Ajansı'nın Dış Haberler.....**124-126**

3. 7 Anadolu Ajansı'nın Ekonomi Haberler.....**126-128**

3. 8 Anadolu Ajansı'nın Spor Haberleri.....**128-129**

3. 9 Bilim Kültür Haberleri.....**129**

3. 10 Fotoğraf Hizmetleri.....**129-133**

3. 11 Abonelik Hizmetleri.....**133-135**

3. 12 Anadolu Ajansı'nın Yayın Organı: Radyo Anadolu.....**135-137**

3. 13 Anadolu Ajansı'nın Kullandığı Teknikler.....**137-138**

3.13.1 Eski Sistemi (Teleks Sistemi).....138-139

3.13.2 Yeni Sistem (Bilgisayar Sistemi).....139-145

3.13.3 Uydu Sistemi.....145-146

3. 14 Anadolu Ajansı'nın Bugünkü Durumu.....146-147

4. AGENCE FRANCE PRESSE VE ANADOLU AJANSI'NIN KARŞILAŞTIRILMASI.....148-164

SONUÇ 165-182

EKLER.....183-255

EK 1.....184-193

EK 2.....194

EK 3.....195-199

EK 4.....200-246

EK 5.....247-248

EK 6.....249-250

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

EK 7.....251-253

EK 8.....254

KAYNAKÇA 255-260

GİRİŞ

İletişim, insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. Bireyler yaşadıkları toplumda, hangi sosyo-ekonomik konumda olurlarsa olsunlar, çağlar boyunca iletişime son derece önem vermişlerdir.

İnsanların iletişime ve iletişim araçlarına olan gereksinimi nedeniyle, bu alanda, insan zekasını, düşünce ve düş gücünün sınırlarını zorlayan boyutta gelişmeler meydana gelmiştir. Bu gelişmeler küreselleşen dünyada tam bir yarışa dönüşmüş, buluşlar ve yenilikler birbirini izlemiştir.

İnsanoğlu, gezegenimizde yaşamaya başladığı günden bu yana beslenme, barınma gibi içgüdülerinden sonra iletişim kurmayı keşfetmiştir. Dumanla, davul çalarak, hayvan boynuzlarından kendilerince anlamı olan sesler çıkararak iletişim gereksinimini karşılamaya çalışmıştır. Bu yöntemler bugün bile bazı ilkel topluluklarda kullanılmaktadır.

Dünyada yaşayan bazı kavimlerde bu yöntemler halen kullanılırken, uygar dünyadaki iletişim araçları baş döndürücü bir hızla gelişmiştir. Telsizden radyoya, gazetelerden televizyonlara, bilgisayarlardan GSM şebekeleriyle çalışan cep telefonlarına kadar çeşitli iletişim araçlarındaki gelişmeler, insanoğlunun iletişim gereksinimini karşılamak için, bu araçlara verdiği önemi göstermektedir.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU

İletişimdeki gelişme, insanoğlunu ilkel yaşantıdan koparıp, dünyayı, toplumları yönetir duruma getirmiş ve zaman kavramını yok etmiştir. Ülkeler ve toplumlar arasındaki bilgi aktarımı, ekinsel, toplumsal ve ekonomik gelişmelerdeki sınırları kaldırmıştır. Bunun sonucu olarak da dünya ülkeleri birbirleriyle iç içe girerek çalışma gereğini duymuşlardır. Böylece de küreselleşme başlamıştır.

İletişimde temel ilke hiç kuşkusuz, insanların gerek kendi çevrelerinde gerekse uzaklarda oluşan gelişmelerle ilgili bilgi edinmesidir. İnsanlar, yaşadıkları toplumlarda kendilerini iletişimle koruyabilmektedirler. Toplumlar ve ülkeler, iletişim olgusuyla birbirlerine üstünlük sağlayabilmektedirler. Savaşlar bile çok iyi oluşturulan iletişim ağları sayesinde kazanılmaktadır.

Bu nedenle insanlar, bilgi edinme hakkını, yaşamdaki temel haklardan biri olarak görmekte ve buna sahip çıkmaktadırlar. İletişim olgusuna sahip çıkma ilkesi bugün de insanoğlunun en önemli savaşımını oluşturmaktadır.

İnsanların yaşam biçimi ya da yaşamlarının bir parçası durumuna gelen iletişimin en önemli unsurları gazeteler, radyolar, televizyonlar, dergiler ve kitaplardır. Bu araçların hemen hepsi, insanların iletişim gereksinimini karşılayan yayın organlarıdır.

İnsanlar bu yayın organları sayesinde toplumda seslerini duyurabilmişler, birbirleriyle yakınlaşmışlardır. Böylece bilgi edinme gereksinimlerini karşılayabilme yolunda bir adım atarak düşüncelerini açıklama olanağı bulmuşlardır.

İletişimde gazeteciliğin yeri son derece önemlidir. Dünyada 150 yılı aşkın süre önce yazma ve yazılmışların basımı işlemiyle başlayan gazetecilik, bütün dünya ülkelerinde demokrasinin en önemli unsuru olarak görülmüş ve özgürlüklerin temel ilkesi olarak kabul edilmiştir.

Yıllar önce derme çatma küçük matbaalarda başlayan gazete yayımcılığı, teknolojinin gelişmesi ve bu gelişmenin basın sektörüne uygulanması ile giderek gelişmiş ve bugünkü konumuna ulaşmıştır.

Daha sonra radyo istasyonları ve televizyon kanalları devreye girerek, günümüzde medya olarak tanımlanan, görsel-işitsel ve yazılı basın oluşmuştur. Gazeteciliğin bu üç unsuru ile insanlar, ülkeler ve toplumlar birbirlerine yaklaşmış, bilgi, kültür, ekonomi ve toplumsal yaşam açısından özellikle ülkeler arasındaki sınırları kaldırmıştır.

Telsiz, telefon, teleks, faks, bilgisayarın gelişmesi ve bu teknolojik gelişmelerin de kullanılmasıyla basın, dünyanın en çağdaş sektörlerinden biri durumuna gelmiştir. Özellikle de internetin bütün dünyayı birbirine bağlaması sonucunda, insanlar daha hızlı bilgi edinme olanaklarına sahip olmuşlardır.

Bu gelişmeler, çağımızda insanların, gelişen olayları bir gün sonra değil, saniyesi saniyesine öğrenme olanağını yaratmıştır. Yazılı, görsel-işitsel kitle iletişim araçlarının gelişmesinde hiç kuşkusuz teknolojinin baş döndürücü bir hızla gelişmesinin de rolü büyüktür.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Yazılı basın kuruluşları olan gazeteler, bilgisayar ortamına geçmekte gecikmemişler, radyo istasyonları ve televizyon kanalları da bu teknoloji ürünlerini kullanarak geniş kitlelere ulaşmayı başarmışlardır.

İletişimin diğer araçları olan, teleks, faks, telefon, telsiz, cep telefonları, bilgisayar ve internet ortamındaki gelişmeler de basının, bugünkü tanımı ile medyanın hızla gelişmesine yol açmıştır.

Küreselleşen dünyada bugün gazetecilik alanında bütün ülkeler hemen hemen aynı çağdaş iletişim araçlarını kullanarak hedef kitleye ulaşmaya çalışmaktadırlar. İnsanların iletişime verdikleri önem, bu olguyu yaşamlarının ayrılmaz ve vazgeçilmez parçası olarak görmelerine yol açmıştır.

Teknolojik gelişmeler basın sektörünün hızla gelişmesine neden olurken, bazı tabular da yıkılmış, radyo ve televizyon yayıncılığı, ülkemizde devlet tekelinden çıkarılarak özel sektör tarafından da yürütülmeye başlanmıştır.

Bu gelişmeyle, ülkemizin hemen her kentinde yerel radyo istasyonları ve televizyon kanalları kurulmuş, yerel yazılı basın organları ile birleşen bu yayın organları, illerde son derece önemli bir medya örgütü oluşturmuştur.

Ulusal gazeteler, televizyon kanalları ve radyo istasyonları ise toplumun ülkesinden ve dünyadan bilgi edinme olanaklarını kolaylaştırmıştır. Basın kuruluşlarının çoğalması ve gelişmesi ile

halkın ülkenin denetimi konusundaki ağırlığı daha da artmış, demokrasi içindeki gücü de önem kazanmıştır.

Yazılı, görsel-işitsel basın kuruluşlarındaki bu gelişmeler 2000'li yıllarda daha da artacaktır. Bu gelişmeler sayesinde, görsel-işitsel basın organlarının ulaştığı hedef kitleler genişlemekte ve yazılı basın ise giderek çeşitlenmektedir. Böylelikle gazetecilik yeni çağda bütün dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de gücünü ve önemini sürdürmektedir.

Basın kuruluşları olan gazetelerle radyo istasyonları ve televizyon kanalları, teknolojik gelişmelerin yanı sıra, haber alma, bilgi edinme alanlarında da bazı kaynaklarca beslenmektedir. Medya kuruluşlarının haber alma konusundaki özgün örgütlenme modellerinin yanı sıra kendi kuruluşlarının dışındaki kaynaklardan da yararlanmaktadır.

Bu kaynaklar, ülkemizde ve dünya ülkelerinde varolan haber alma kaynaklarıdır. Gazetelerden, radyo istasyonlarından ve televizyon kanallarından biraz daha farklı bir örgütlenmeyle çalışan bu basın kuruluşları "Haber Ajanslarıdır".

Bu araştırmada, gazetecilik etkinliklerinde son derece önemli kuruluşlar olan haber ajanslarını ele alınacaktır. Bu bağlamda, Türkiye'nin en önemli haber ajansı olan Anadolu Ajansı (A.A.) ile Fransa'nın ve dünyanın en önemli haber ajanslarından biri olan Agence France Presse (AFP)'nin karşılaştırılmasını konu olarak belirledik.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Çalışmamızda, ajansları konu olarak seçmemizin temel nedeni, haber ajanslarının basın sektöründe son derece önemli olmaları, ayrıca hızlı habercilik yapmaları nedeniyle basın kuruluşlarının işlerini kolaylaştırarak iletişimin bir tür temelini oluşturmalarıdır.

Haber ajanslarını konu olarak seçmemizin bir diğer nedeni de haber ajanslarının medya için son derece önemli oluşu ve gerek Agence France Presse'in gerekse Anadolu Ajansı'nın yukarıda söz edilen teknolojik gelişmelerden olabildiğince yararlanmasıdır.

Yalnızca 80 yıllık bir geçmişi bulunan ve bir ulusal ajans olan Anadolu Ajansı ile 165 yıllık bir geçmişi bulunan ve bir dünya ajansı durumuna gelmiş olan Agence France Presse (AFP) ile karşılaştırmamızın nedeni, Agence France Presse (AFP)'nin Anadolu Ajansı (A.A.) için bir model oluşturabileceği ve Anadolu Ajansı'na (A.A.) yeni bir yapılaşmaya gidebilmesi yolunda yardımcı olabileceği düşüncesidir.

Biz de bu düşünceden yola çıkarak ülkemizin ilk ve en önemli haber ajansı olan Anadolu Ajansı'nı (A.A.), Fransa'nın ve dünyanın en önemli haber ajanslarından biri olan Agence France Presse (AFP) modeliyle karşılaştırarak iletişim çağında yeni bir yapılaşmaya gidebilmesi için neler yapması ve nasıl bir yol izlemesi gerektiği konusunda kuramlar oluşturmaya çalıştık.

Bu çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde genel olarak ajansın tanımını yapılmaktadır. Daha sonra genel olarak

dünyadaki haber ajanslarının tarihçesinden ve işlevlerinden söz edilmektedir.

Araştırmamızın ikinci bölümünü, gerek Fransa'nın gerekse dünyanın en önemli haber ajanslarından biri olan Agence France Presse'e (AFP) ayırmıştır. Bu bölümde, Agence France Presse (AFP)'nin tarihçesinden, yasal statüsünden, iç örgütlenmesinden, işlevlerinden, dünyadaki kapsama alanından, genel hizmetlerinden söz ederek Agence France Presse'i (AFP) bütün yönleriyle ayrıntılı olarak tanıtılmaktadır.

Araştırmanın üçüncü bölümünü ülkemizin en önemli ulusal haber ajansı olan Anadolu Ajansı'na (A.A.) ayırmıştır. Bu bölümde Anadolu Ajansı'nın (A.A.) tarihçesinden, yasal statüsünden, işlevlerinden, iç örgütlenmesinden, yurt içi ve yurt dışındaki bürolarından genel hizmetlerinden söz ederek Anadolu Ajansı (A.A.) bütün yönleriyle ayrıntılı olarak tanıtılmaktadır.

Dördüncü bölümün her iki ajansın birbiriyle karşılaştırması yapılmaktadır. Bu bölümde gerek Anadolu Ajansı'nın gerekse Agence France Presse'in (AFP), ortak, benzer ve ayrılan yönlerini belirtilmeye çalışılacaktır.

Araştırmamızın son bölümü olan sonuç bölümünde ise Milli Mücadele yıllarında Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulan ve ülkemizin ilk haber ajansı olan Anadolu Ajansı'nın iletişim çağında küreselleşen dünyada Agence France Presse (AFP)'yi model alarak yeni bir yapılaşmaya gidip gidemeyeceğini böyle bir yapılaşmaya

gidebilmesi için nasıl bir yol izlemesi ve neler yapması gerektiği konusunu irdelenmeye çalışılmıştır.

Çalışma yöntemi olarak gözlemleme ve gözlemlenen bilgilerin kaynaklarla doğrulanması yani kaynakça taraması yöntemi seçilmiştir. Araştırma aşamasında Agence France Presse ve Anadolu Ajanslarında birer ay süreyle staj yapılmış ve her iki ajansın çalışma biçimi de gözlemlenmiştir.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

1. AJANS NEDİR?

Küreselleşen dünyamızda kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte haber aktarımının önemi giderek artmaktadır. Bu bağlamda haber ajanslarının günümüzdeki önemi de artmış ve geniş kitlelere haber ulaşmasında birincil derecede bir konuma ulaşmıştır.

"Hükümetler arası gidip gelen mesajlar hariç, uluslararası iletişimde en önemli unsur haber akışıdır. Dolayısıyla nelerin haber konusu olarak seçildiği, haber konularının nasıl işlendiği (habere dönüştürüldüğü), kime dağıtıldığı büyük önem taşır. Çünkü birbiriyle sürekli etkileşim halindeki ulus ve devletler arasındaki ilişkiler önemli ölçüde haberlere göre biçimlenir."[1]

Haber, eskiden beri, her dönemde önemli bir mal olmuştur. Gazeteler ise bu malın taşımacılığını yapan ayrıcalıklı kuruluşlardır. Basının gelişmesi ve haber alanının genişlemesi, haberi toplama ve aktarma işinde uzmanlaşmış kuruluşların doğmasına yol açmıştır.

"Haber ajansı adı verilen bu kuruluşlar 19. yüzyılda telgrafın kullanılmasıyla birlikte gelişmişlerdir. Günümüzde ise uziletişim araçlarından yararlanarak müşteri ağını genişletmiş ve dünya çapında, gerek medya dünyasında gerekse kamu ve özel kuruluşlardan aboneler elde etmişlerdir. Toplumun artan bilgi

[1] ZEYTİNLİ Murat, Uluslararası Haber Dolaşımının Sorunları, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, Kasım-Aralık 1996, s: 1101.

edinme gereksinimini göze alarak ürünlerini çeşitlendirmişler ve insan unsurunun olduğu her sektörde kendilerini göstermişlerdir." [2]

Kitle iletişim araçları basının işlevinin ve içeriğinin gelişmesinde ve değişmesinde önemli bir işlev üstlenmişlerdir. *"Teknolojinin gelişmesiyle birlikte uluslararası haber iletimi de artık daha kolay olmaktadır."*[3] Oysa 19. yüzyıla kadar gazetelerde daha çok ulusal haberlere yer verilmiştir. Dış haberler ise daha çok yurt dışından gelen mektuplar ve yolcular kanalıyla oluşturulmuştur.

Ancak bu durum haberlerin gecikmeli olarak okuyucuya ulaşmasına yol açmıştır. Bu nedenle haberleşmede ilk kez posta güvercinleri ilk haber ajansının kurulmasıyla birlikte kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde posta güvercinlerinin yerini telefon, teleks, faks, internet gibi haberi anında ulaştıran çağdaş araçlar almıştır.

"Haberleri olay yerinden bir gazetenin yazı işleri odasına veya radyo ve televizyon istasyonuna aktaran, şu veya bu oranda karmaşık bir yapıya sahip şebekeler arasında, her basın işletmesinin yurtdışı ve yurtiçi muhabirlerinden oluşan kendine özgü bir iletişim ağı vardır. Ama hiçbir yayın organının, en zengin ülkenin en zengin organı bile olsa kendi olanaklarıyla ne dünya çapında ne de ulusal çapta bütün güncel olayları kapsayabileceği düşünülebilir. Bu nedenle bütün basın organları kendi dışlarındaki

---

[2] ALBERT Pierre, La Presse, PUF Yayınları, Paris, 1996, s:27.

[3] YÜCEDOĞAN Güleda, Türkiye'de ve Fransa'da Gazeteci Kimliği Sorunu, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1998, s: 78.

ve herkese açık haber kaynaklarına yani haber ajanslarına başvurmak zorundadır."[4]

Bu bölümde, iletişimde bu denli önemli birer aracı kurum olan haber ajanslarının tanımı, tarihçesi, işlevi ve türleri ele alınmaktadır.

1.1 Ajansın Tanımı

Dilimize Fransızca'dan girmiş olan ajans sözcüğü çeşitli işlerle uğraşan büro, acente anlamına gelmektedir. Fransızca'da "Agence", İngilizce'de "Agency", İtalyanca'da "Agenzia", Almanca'da "Agentur", İspanyolca'da "Agencia" denmektedir.

İngilizce'de de hareket, güç, başkaları adına hareket etmekle yetkilendirilmiş kişi ya da kuruluş anlamına gelmekle birlikte, gerek Fransızca'da, gerekse İngilizce'de ajans dendiğinde ilk akla gelen haber alma, haber toplama, haber yayma kuruluşları olmaktadır.

Ajans, sözcük anlamı olarak, vasıta, fail, etkinlik, vekalet, acenta demektir. Ajans aynı zamanda şu anlamlara da gelmektedir.

"a)Çeşitli işlerle uğraşan büro
b)Haber alma, haber toplama, haber yayma kuruluşu
c)Haber, haber bülteni."[5]

---

[4] GAILLARD Philippe, Gazetecilik, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991, s: 43.

[5] Meydan Larousse Ansiklopedisi, Cilt 4, s: 956.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Haber ajansları hiç kuşkusuz günümüzde gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde haber alışverişinde etkin rol oynamaktadır. 19. yüzyılın ilk yarısından itibaren devreye giren haber ajansları, basın endüstrisinde ayrı bir bölüm oluşturmaktadır.

"Günümüzde haber ajansları dünyanın çeşitli kıtalarına ve bölgelerine, gerek yazılı gerekse görsel-işitsel basına yerel, ulusal, uluslararası kaynaklı haber sağlama yönünden hizmet götürmektedirler."[6]

Gerçekten haber ajansları ilk kurulduklarından beri gazetecilik yapan ya da iletişim sürecinde yer alan kuruluşlara haber bulma görevini yüklenmişlerdir. Halen de yüklenmektedirler.

Bu bakımdan belki en basit şekilde *"Haber ajansını, kitle iletişim araçlarına ortak hizmet götürme işlevini yerine getiren kuruluşlar olarak tanımlayabiliriz. Haber ajansı, gazete, radyo, televizyon, dergiler gibi kitle iletişim araçlarına haber temin eden bir kuruluştur. Bu tanım, haber ajanslarının günümüzde gördüğü işlevler dikkate alınınca, yine eksik kalmaktadır. Haber ajansları, kitle iletişim araçlarına fotoğraf, eleştiri, karikatür, resimli roman, röportaj gibi haberlerin tamamlayıcı ürünlerinin de sağlanmasında rol oynamaktadır.*

Bu bakımdan UNESCO'nun verdiği tanımı kullanmak yerinde olacaktır. Haber ajansı hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlayan

[6] TOKGÖZ,Oya, Temel Gazetecilik, İmge Yayınevi, Ankara, 1994, s: 103.

güncellikle ilgili belgelerini bulup, bunları kitle iletişim araçlarına, onları ikna etmenin dışında kalmak üzere yayan, yasaların hükümlerine, ticaret kurallarına uygun olarak verdiği ölçüde tam ve tarafsız bir hizmet götüren kuruluşlardır."[7] diye tanımlamak olasıdır.

Haber ajansları, gazete, dergi, radyo ve televizyon ile diğer kitle iletişim araçları için ulusal ya da uluslararası düzeyde haber toplayıp abonelerine aktarmaktadır.

Aboneler de bu hizmet karşılığında haber maliyetini paylaşmaktadırlar. Kaynakları çok yaygın bile olsa, bütün kitle iletişim araçları, önemli ölçüde haber ajanslarına bağımlıdırlar.

Batıdaki bazı büyük kentlerde, gazeteler, radyo istasyonları ve televizyon kanalları, polis, adliye, kamu kuruluşları gibi konularda günlük haber toplamak amacıyla işbirliği yapmaktadırlar.

Ulusal ajanslar, borsa ve spor haberleriyle benzeri konuları da kapsayacak biçimde daha geniş bir alanda hizmet vermektedirler. Aynı zamanda dünya haberlerini toplayıp dağıtan birkaç ajans bulunmaktadır.

"Haber yorumları, özel kuşaklar, haber fotoğrafları, radyo için ses bantları, televizyon haber programları için video ve film kayıtları gibi hizmet türleriyle birlikte ajansların etkinlik alanı daha da genişlemiştir. Bu örgütlenme içinde her üye, kendi yayın

[7] TOKGÖZ,Oya , Agy., s: 106.

çevresinden topladığı haberleri ortak kullanım için tek bir merkeze aktarmaktadır." [8]

Ulusal haber ajanslarının en önemli özelliği etkinliklerinden bir kâr ya da kazanç beklemiyor olmalarıdır. Aboneleri bulundukları ülke ile sınırlı olup gelirlerinin önemli bir bölümünü devlet karşılamaktadır.

Ancak bu durum ulusal haber ajanslarının dış ülkelerde muhabir bulundurmadıkları anlamına gelmemektedir. Bununla birlikte dış haberlerin büyük bir bölümü uluslararası ajanslarla yapılan anlaşmalardan elde edilmektedir. Ülkemizdeki Anadolu Ajansı ulusal bir ajans niteliği taşımaktadır.

"(...) Ulusal haber ajanslarının çoğu kendi bölgelerinde dahi etkin olamamakta ve yalnızca uluslararası değil, zaman zaman ülke içindeki haberler de o ülkenin insanlarına dört büyük batılı haber ajansı aracılığıyla duyurulmaktadır."[9]

Uluslararası haber ajansları ise dünyaya yayılan geniş haber ağlarıyla gelişen olayları anında abonelerine ulaştırmayı başarabilen iletişim araçlarıdır. Bu ajansların özellikleri, dünyanın her tarafında oldukça fazla sayıda muhabir bulundurmaları; gelen haberleri oldukça geniş bir abone kitlesine ulaştırabilecek teknik alt yapıya sahip olmalarıdır.

---

[8] Ana Britannica, Cilt X, Gelişim Yayınları İstanbul 1994 s: 228.

[9] ÖZCAN Zafer, Uluslararası Haberleşme ve Az Gelişmiş Ülkeler, Dayanışma Yayınları, Ankara, 1983, s: 19.

Yani ulusal ve uluslararası ajanslar başlıca merkezlerde muhabir bulundurmakta ve haber dağıtımını kolaylaştırmak için bürolar açmaktadırlar.

Haber ajansları ister yerel, ister ulusal, isterse uluslararası nitelikte olsun temel amaçları büyük bir hızla haber toplama ve topladıkları haberleri müşterilerine ulaştırmaktır.

"Günümüzde bilgiye ulaşmak, doğru bilgiye en kısa sürede ve en hızlı biçimde ulaşmak giderek önem kazanmıştır. İçinde yaşadığımız bilgi çağında insanlar artık yalnızca kendi çevrelerinde gelişen olaylara değil tüm dünya olaylarına ilgi duymaktadırlar."[10]

Günün yirmi dört saati haber alma yarışında savaşım veren ajanslar açısından hız oldukça önemlidir. Ajansların bir diğer özelliği ise hizmetlerini belirli bir ücret karşılığında satmalarıdır.

Haber ajansları ellerinde bulunan gelişmiş teknolojik araçlar yardımıyla gazetecilerin yaptıkları haber toplama ve iletme görevini, ulusal ve uluslararası boyutta oldukça hızlı ve yaygın bir biçimde yerine getirmektedirler.

Bununla birlikte geniş halk kitlelerinin ajanslarla doğrudan bir ilişkisi yoktur. *"Bazen onları AFP, AP, Reuters, gibi isimlerle görseler de haber ajansları halk kitleleri için az tanınan bir galaksidir. Haber ajansları günlük haberlerin dörtte üçünü*

[10] YAPAR Aslı, Basında Etik, İletişim Fakültesi Dergisi IV, İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul , 1997, s: 16.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

oluşturmaktadır. Öyleyse haber ajansları çağımızın yapısını belirleyen en önemli aktörlerden biridir. Eğer ajanslar etkinliklerine son verirlerse gerek yazılı gerekse görsel basında ağır yaralar olacaktır. Bu durumdan aynı zamanda kamu ve özel kuruluşlar politik, ekonomik, finans ve spor çevreleri etkilenecektir." [11]

Günümüzde haber ajanslarının sayısı giderek artmaktadır. Ancak teknolojik yeniliklere ayak uydurabilenler ve teknolojiyi yakından izleyenler uluslararası bir konuma gelebilmektedir. Bu tür ajanslara örnek olarak şunlar sayılabilir: Associoted Press (A.P., ABD), REUTERS (İngiltere), Agence France Press (AFP, Fransa).

1.2. Haber Ajanslarının Tarihçesi

İlk haber ajansı 1811 yılında Samuel Gilbert adlı bir tüccar tarafından Amerika Birleşik Devletleri'nde kurulmuştur. Ancak haberin para karşılığı satılması çok eski dönemlere dayanmaktadır.

"Günümüz haber ajansları, 19. yüzyıldan beri kurulmaya başlamıştır. Ama haberin para karşılığı satılması örnekleri daha önceki dönemlerde de görülür. 14. yüzyılın Avrupası'nda çıkan savaşlarda, krallıklar, karşı taraf gelişmeler hakkında bilgi edinebilmek amacıyla İtalyan tüccarlarından haber elde etmek istediler. Bu olaylar, haber toplayıp satmanın tarihte belki ilk örnekleri olmuştur."[12]

---

[11] PIGEAT Henri, Les Agences de Presse, Documentation Française, Paris, 1997, s: 5.

[12] ADİL İdris, Haberde Dışa Bağımlılık, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1991, s: 24.

O yıllarda ticaret merkezi olan Boston'da halk Avrupa'daki gelişmeleri limana gelen gemilerden öğrenebilmektedir. Samuel Gilbert gemicilerden aldığı haberleri bir deftere kaydederek bugünkü ajans haberciliğine ilk adımı atmıştır. Bu defterler halkın olduğu kadar dönemin gazetelerinin de ilgisini çekmiştir.

Haber piyasasında, gazetelerin gelişmesiyle göze çarpan bir ilerleme yaşamış ve bu durum haber ajanslarının öneminin artmasına yol açmıştır.

"Gazetelerin gündeme gelmesiyle, bilgi kadar, bilgiyi toplama problemleri de kendisini göstermeye başladı. Hele Birinci Dünya Savaşı ile birlikte bu ihtiyaç kurumlaşmayı zorunlu hale getirdi. Çünkü ajansların, savaşın gerekçesini anlatmada, Propaganda hizmetlerinde büyük etkisi bulunduğu görüldü. (...) Bu faaliyetler neticesinde çeşitli ajanslar kuruldu."[13]

Gerçek anlamda ilk haber ajansı 1835 yılının Ağustos ayında, Fransa'da Charles Louis Havas tarafından kurulan bir çeviri bürosudur. *"1832 yılının Ağustos ayında Waterloo yenilgisinden sonra servetini yitirmiş olan tüccar ve bankacı, 49 yaşındaki Charles Louis Havas, Paris'te gazetelerin ve matbaaların bulunduğu bölgede bir daire kiralamıştır. Daha sonra Jean-Jaques Rousseau Caddesi 3 numarada bulunan Hôtel de Bouillon'un avlusunda yabancı gazeteler için ilk çeviri bürosunu açmıştır."* [14]

---

[13] KAHRAMAN Fevzi, Habercilik ve Ajanslar, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, Kasım-Aralık 1996, s: 1116.

[14] MATHIEN Michel-CONSO Catherine, Les Agences de Presse Internationales, s:26.

Havas kurduğu bu büroda, birçok Avrupa ülkesinde görevli olan muhabirlerden yararlanarak elde ettiği haberleri abonelerine satmaya başlamıştır. Havas'ın Paris, Londra-Brüksel arasında sürdürülen bu haber iletişimi telgrafında bulunmasıyla birlikte büyük bir hız kazanmıştır. Ajans, Paris'teki günlük gazetelere, işadamlarına, bankacılara hizmet veren ilk uluslararası haber ajansı olmuştur.

Telgrafin ortaya çıkışından sonra, ajanslar, insanları dünyada olup bitenden bilgilendirme konusunda en hızlı ve en iyi kaynak durumuna dönüşmüşlerdir. Böylelikle ajansların müşterileri durmaksızın artmış ve gazeteler de büyük tiraj kazanmışlardır. Örneğin, Küçük Paris Gazetesi, 1869 yılında 600.000 tiraja ulaşmıştır. 1857 yılından itibaren ise reklamlar ajansın gelişmesinde ve refaha ulaşmasında önemli bir rol oynamıştır.

"Mayıs 1837'de, devlet iletişim alanındaki etkinlikleri tekeline alarak sinyal yayınını yasaklamıştır. 1838 yılında ise resmi bültenlerin ve bakanlık birimlerinin yayınladığı gazetelerde iletişim kurma işini Havas'a emanet etmiştir." [15]

1851 yılında Alman asıllı Julius Reuter Londra'da Reuters Haber Ajansı'nı kurmuştur. Bunu 1855 yılında Almanya'da kurulan Wolff Haber Ajansı izlemiştir. Daha sonra da uluslararası haberlerin kapsama alanını genişletmek amacıyla, Havas Reuter ve Wolff aralarında anlaşmaya varmışlardır.

[15] Agy., s.29

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU

1848 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde Associated Press Ajansı New York Associated Press Ajansı adı altında kurulmuştur. *"Ajans sözcüğü ilk kez modern anlamda New York Associated Press tarafından kullanılmıştır. Bu ajans 1848 yılında ajansların duayeni olarak kurulmuştur."* [16] Bu ajans daha sonra diğer eyaletlerde de yaygınlaşmıştır. 1885 yılında kurulan Western Associated Press Ajansı 1892 yılında Associated Press Ajansı adını almıştır.

New York'taki ajans buna karşı çıkmak istemişse de bunda başarılı olamamıştır. Böylelikle günümüzdeki Associated Press Ajansı'nın temelleri de atılmıştır. Bu tarihten sonra dünyanın çeşitli ülkelerindeki ajansların sayısı giderek artmıştır.

İkinci Dünya Savaşı sırasında Fransa'nın Almanlar tarafından işgali ile birlikte Havas Ajansı da ve diğer pek çok ajans gibi kapanmak zorunda kalmıştır. Reuter Ajansı Avrupa'da çalışan tek ajans olarak kalmıştır. Havas savaştan sonra Agence France Presse adını alarak yeniden etkinliklerini sürdürmeye başlamıştır. Havas Haber Ajansı'nın Agence France Presse adını almasından sonra gücü artmış, ajans daha da gelişmiştir.

Ülkemizde haber ajanslarının işlevsel bir konuma gelmesi ise 19. yüzyılın sonlarına dayanmaktadır. Avrupa ve Amerika ile kıyaslandığında bunun ajans haberciliği alanı için oldukça geç bir tarih olduğunu söylemek olasıdır.

---

[16] LAFFONT Robert , Un siecle de Chasse aux Nouvelles, CPFJ Yayınları, Paris, 1935, s: 22.

Ayrıca ülkemizde bu dönemde ajans alanında yapılan çalışmaların yalnızca ulusal bir niteliği bulunduğunu da vurgulamak gerekmektedir. Ancak ülkemizde Ajans Haberciliği'nin gelişmemiş olmasının en temel nedenlerinden birinin, basının, Osmanlı İmparatorluğu'na Batılı ülkelerden geç girmesinden kaynaklandığını da unutmamak gerekmektedir.

"Osmanlı Basını o dönemlerde emekleme çağında ve Avrupa'dan üç yüz yıla yakın bir süre gerideydi. Takvim-i Vakayi (1831) ilk gazete kabul edilmekle birlikte buna kıyasla gerçek anlamda gazeteler 20 yıl kadar sonra görülmeye başlanacaktı."[17]

Bu nedenle Osmanlı Dönemi'ndeki ilk haber ajansları 1880'li yıllarda kurulan Osmanlı Telgraf Ajansı ve Ajans Costantinopl olmuştur. Daha sonra 1920 yılında Anadolu Ajansı kurulmuştur.

1.3 Haber Ajansının İşlevi

Haber ajansları, genellikle basın sanayinin ayrı bir bölümünü oluşturdukları gibi, kuruluşları, işleyişleri ve iç dinamikleri bakımından varoldukları ülkelerin hukuki rejimlerine göre değişiklikler göstermekle birlikte haber toplama, yazma ve iletme görevlerini yerine getirmektedirler. Günümüzde gerek ulusal gerek uluslararası düzeyde haber alışverişinde en etkin rol oynayan iletişim araçları hiç kuşkusuz haber ajansları olmaktadır.

---

[17] KOLOĞLU Orhan, Osmanlıdan Günümüze Türkiye'de Basın, İletişim Yayınları, İstanbul 1992, s: 54.

"Haber ajansının temel işlevi, haber almak, toplamak ve yaymaktır. Haber ise insanoğlunun düşünce ve uygarlık planında en fazla gereksinim duyduğu ve yararlandığı bilgi öğelerinden biridir. Bu öğe kişinin ve toplumların ileriyi görmesinde, gelişmesinde, doğruları seçmesinde, ilerlemesinde, sağduyusunu geliştirmesinde, eğriyle doğruyu ayırt etmesinde, bireyler ve toplumların birbirlerine yakınlaşıp anlaşmalarında hemen her zaman başrolü oynamıştır." [18]

Günümüzde 119 ülkede haber ajansı bulunmaktadır. Bu ajanslar, *"Geniş muhabir ağıyla bütün dünyada örgütlenmişlerdir. Haberleri toplayan muhabirler, bunları ajans merkezine geçmektedirler."*[19] Böylelikle küreselleşen dünyamızda haberlerin büyük bir bölümü gazetelere ilk olarak ajanslar tarafından geçilmektedir.

Haberlerin geçilmesi sırasında en modern uziletişim araçları kullanılmaktadır. Bu araçların kullanımı bilgi edinmek isteyen kitlenin genişlemesine yol açmaktadır. Haberler toplandıktan sonra ajansın müşterilerine gönderilmektedir.

Basın kuruluşları, radyolar, televizyon kanalları, bankalar, borsalar bu haberleri, eskiden teleksle gönderilmekteyken şimdi bilgisayar terminalleri aracılığıyla haber akışı gerçekleştirilmektedir.

---

[18] SEÇİM Filiz, TURAN Seyfettin Haber Ajansları, E.A.Ü Yayınları s: 32.

[19] ALBERT Pierre, La Presse, PUF Yayınları, Paris, 1996, s:27.

Bir haber ajansı için, haberin işlenmesi belli başlı üç aşamadan geçmektedir.

- Haberin toplanması,
- Habere şekil verilmesi,
- Haberin aktarımı,

Bu üç aşama iki ölçüte bağlı olarak gelişmektedir.

- Müşterilerin istemi ve niteliği,
- Haber aktarımında kullanılan teknik olanaklar.

Ayrıca ajanslar 3 ölçüte göre sınıflandırılmıştır.

- Muhabir şebekelerinin yeri ve önemine göre,
- Servislerin ulusal ya da uluslararası olmasına göre,
- Müşterilerin ulusal ya da uluslararası niteliğine göre,

Haber servislerinin sayısındaki artışa karşın, her gün dünyada basılıp yayınlanmakta olan haberlerin çoğu birkaç büyük ajans tarafından dağıtılmaktadır. Çünkü habercilikte ulaşılan düzeyi korumanın gereği olan; düzenli olarak haber üretilen merkezlerde deneyimli muhabirler bulundurmak ya da onları beklenmedik bir sırada gelişen büyük ve önemli olayların yaşandığı bölgelere göndermek olanağına yalnızca büyük ajanslar sahiptir.

Dünya ajansları, öteki ajanslar ve iş yaptıkları basın-yayın kuruluşları çeşitli düzeylerde ilişki içindedirler. Bunların çoğu kilit

noktalardaki temsilcilerinin topladığı haberleri tamamlamak için ulusal ya da yerel ajansların haber servislerini de satın almaktadırlar.

Reuters ve Agence France Presse gibi bazı uluslararası haber ajansları, ulusal ajanslara, ülkelerindeki abonelerine ulaştıracakları yurt içi haberlerle birlikte dağıtılmak üzere dünya çapında bir haber dosyası sağlamaktadırlar. ABD'deki dünya haber ajansları ise Amerika dışındaki basın yayın kuruluşlarına dünya haberlerini genellikle kendileri doğrudan aktarmaktadır.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU

2. AGENCE FRANCE PRESSE (AFP)

Genel bir haber ajansı olan Agence France Presse, günümüzde gündemin her alanında varlığını etkin bir biçimde sürdürmektedir. Politika, diplomasi, ekonomi, çeşitli olaylar, fakat en çok günlük yaşam, kültür, bilim, gösteri dünyası alanlarında etkinlik göstermektedir.

Gerek medyadaki, gerekse medya dışındaki müşterilerin gereksinimine yanıt vermek amacıyla ulusal ve uluslararası en büyük olaylarda kendini göstermiştir: 1953'te Stalin'in ölümünü, 1997'de Diana'nın trajik ölümünü, 1999'da Ürdün Kralı Hüseyin'in ölümünü, Ben Johnson'un diskalifiye edilmesini, Afganistan'ın eski diktatörü Necibullah'ın asılmasını ilk duyuran, 1991 Ağustosundaki darbeden sonra Mihail Gorbaçov'la Karadeniz kıyısındaki evinde ilk görüşmeyi yapan da yine Agence France Presse'dir.

Agence France Presse, gündemi oluşturan her alanda dünya çapında haber akışı sağlamaktadır. Genel haberler ve finans haberleri alanında çok güçlüdür. *"165 ülkede kurulmuş bürolarında, 1200'ü gazeteci ve yazdığı haber başına ücret alan, 250'si foto muhabiri yaklaşık 2000 çalışanı bulunmaktadır. AFP altı dilde 2 milyon sözcük yayınlamaktadır. Yayın yaptığı diller Fransızca, İngilizce, İspanyolca, Almanca, Arapça, Portekizce'dir. Yılda 365 gün, 24 saat yayın yapmaktadır."*[20]

[20] AFP Broşürü, AFP Yayınları Paris Nisan 1999, s:2.

Aynı zamanda Agence France Presse büyük olaylarda ve uyuşmazlıklarda gündemin belirlenmesinde etkili olmaya çalışmaktadır. Bu olaylar bazıları şunlardır:

- *"Hong Kong'un Çin'e yeniden bağlanması*
- *Filistin topraklarındaki ayaklanma*
- *Çeçenistan'daki savaş*
  Peru'daki uzun rehin alma olayı" [21]

2.1 Agence France Presse'in Tarihçesi

Haber ajanslarının en eskisi olan Agence France Presse 165 yılı aşkın bir süredir varlığını sürdürmektedir. Havas Ajansı'nın mirasçısı olarak görülen Agence France Presse, günümüzde dünya haber ajanslarının en önemlilerinden biri sayılmaktadır.

1835 yılında bir çeviri bürosunu kuran ve yöneten Charles Louis Havas, bu büroyu kısa sürede bir haber aktarım şirketine dönüştürmüştür.

"Bu büro 1835 yılının Aralık ayında Ajans Havas adını almıştır. Devletin de desteğiyle kısa sürede gelişmiş ve elektrikli telgraf döneminde haber tekelini eline geçirmiştir. Haberleri gazetelere imzalı olarak dağıtmış ve dağıttığı haberleri devlet kaynaklarından almıştır. Fransa içinde ve dışında bürolar kurmuştur. Gazeteler, Havas Ajansının bürolarının masraflarının

[21] AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Mart 1999, s: 4.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

bir kısmını paylaşmaktaydılar. 1870 yılına gelindiğinde Havas Ajansı rakipsizdi." [22]

Charles Louis Havas'ın ilkesi hızlı ve çabuk habercilik yapmaktır. Birkaç yıl içinde haberlerin hızı, gerçek bir hava hattı oluşturan güvercinlerle artmıştır. O dönemde en çok kullanılan ulaşım aracı atlar olmuştur. Havas ise Paris-Boulogne arasında posta güvercinleri kullanmıştır. Bu posta güvercinleri sayesinde haberler, Brüksel'den Londra'ya dört saatte ulaşmaktadır. Atların aynı mesafeyi on dört saatte kat ettiği göz önünde bulundurulursa haber iletimi alanında büyük bir hızın yakalanmaya çalışıldığı görülmektedir.

"Havas Ajansı kurulduğu yıllarda ayrımını yaptığı haberleri göndermekte kullandığı posta güvercinleri New York Sun ve Baltimore Sun Gazetelerinin kullandığı güvercinlerdi. 1837 yılından itibaren Times da güvercinleri kullanmıştır. 1840 yılına gelindiğinde Charles Havas öğlene doğru Paris gazetelerine haber geçmeye başlamaktaydı. Bu haberler sabah Belçika gazetelerinde yer almaktaydı. Londra ve Brüksel arasında yapılan bu posta iletisi zaman kazandırmaktaydı."[23]

Charles Havas, 1832 yılında bütün Avrupa'yı dolaşarak muhabirler bulmuştur. 1830 yılından itibaren Kral Louis-Philippe'in iktidarında Fransa'da basın özgürlüğü yaygınlaşmış, buna bağlı olarak da gazete tirajları artmıştır.

---

[22] ALBERT Pierre, Histoire de la Presse, PUF Yayınları, Paris, 1996, s:.36.

[23] Agy., s: 40.

Ünlü Fransız yazar Honoré de Balzac 1840 yılında yazdığı bir yazıda Havas Ajansı'nın büyümesinden ve gelişmesinden söz etmiştir. Balzac'a göre haber aktarım olanakları ajansın başarısının anahtarlarından biri olmuştur.

"1832 yılının Ağustos ayında birçok muhabirle temas kurarak Paris'te açılan "Bureau Havas" yabancı gazetelerle dergilerin çevirilerini yapmakta ve yapılan bu çevirileri müşterilere dağıtmaktaydı. Gerçekte böyle bir büro açma fikri yabancı gazetelerin çevirilerini yapıp gazetelere haber sağlamaya yönelikti. Dışarıda kurulan bürolar tamamen çeviri bürolarıydı. Bu büroların kökenine bakıldığında Venedik Cumhuriyet Senatosu'nun diplomatlarına yazdığı "Fogli d'Avizzi"ler görülmektedir. Hatta Almanya'da 16.yüzyılın ikinci yarısında bankacı Függler'ler, Augsburg'da tecimsel amaçlı "Ordinari Zeitungen" adıyla Avrupa'nın belli başlı kentlerinde toplanan haberlere benzeyen haberler yayınlanmaktaydı." [24]

Telgrafin Samuel Morse tarafından bulunuşuyla iletişim alanında büyük bir yenilik yaşanmıştır. Telgraf, 1845 yılında Havas tarafından haber iletme aracı olarak kullanılmıştır.

Aynı yıl, ajans bünyesinde yalnızca haber toplama işiyle değil reklam işiyle de ilgilenilmiştir. Bu özellik tamamlayıcı öğe olmuştur.

[24] Agy., s: 619.

1850'li yılların başında, Havas Ajansı'nın rakipleri ortaya çıkmıştır. Alman asıllı olan Paul Julius Reuter, önceleri Havas ile birlikte çalışmış daha sonra 1851 yılında Londra'da Havas'a rakip kendi ajansını kurmuştur.

Bu arada, 1854-1856 yıllarında Kırım Savaşı sırasında Avrupa Telgraf Şebekesi St. Petersburg'a kadar yayılmıştır. Böylelikle özel muhabirlerin geçtikleri ajans haberleri batı başkentlerine kolaylıkla ulaşabilmiştir.

İkinci İmparatorluk döneminden sonra ajans sağlam bir ün ve çok önemli bir müşteri kitlesi kazanmıştır. Bu dönemde köşe yazarları Havas'ı referans olarak göstermişlerdir. Ajansın ünü, Kırım Savaşı'nı duyurmasıyla daha da artmıştır.

Havas Ajansı kuruluşundan bu yana az çok resmi bir görünüm sunmuştur. Resmi haberler çoğunlukla bakanlıklardan almıştır.

1866 yılında eski ve yeni kıtaları birbirine bağlayan kablo işlevsel hale gelmiştir. Haber akışı görülmemiş bir çabukluk kazanmıştır. 15 Nisan 1865 tarihinde Başkan Abraham Lincoln'e suikast haberi, 11 günde Paris'e ulaşabilmiştir. Bu o dönem için oldukça önemli bir olay olmuştur.

Havas Ajansı 1852-1870 yılları arasındaki 2. İmparatorluk ve 3. Cumhuriyet'in büyük bölümünde altın çağını yaşamıştır.

1870 yılında ilk kez Avrupa'ya haber, Atlantik ötesinden, Amerika'dan sualtı kablosu sayesinde gelmiştir. Bu durum, Havas, Reuter ve Wolff'a ayrılma ve dünyayı paylaşarak haber aktarım masraflarını hafifletme olanağı tanımıştır.

Konumlarını sağlamlaştırılabilmek amacıyla üç Avrupalı Ajans dünyayı etkinlik bölgelerine göre paylaşıp ortak telgraf şebekeleri kurmakta gecikmemişlerdir. Buna göre Havas, Güney Avrupa'yı ve Fransa'yı, Wolff, Latin Amerika'yı, Orta ve Kuzey Avrupa'yı, Reuter ise Britanya İmparatorluğunu almıştır.

Bu arada kurulan bir dördüncü ajans Associated Press, 1848 yılından itibaren Kuzey Amerika'yı almıştır. Ajansların kurduğu bu kartel Birinci Dünya Savaşı'nın eşiğine kadar sürmüştür.

"Geleneksel olarak AFP, Kıta Avrupası'nda, Latin dünyasında ve Afrika'da güçlüdür. 25 yıldan bu yana Orta Doğu'da önemli konumlar elde etmiştir. 1985 yılından sonra geliştirdiği telefoto yöntemiyle Amerika'daki günlük gazetelerde Associated Press (AP)'den sonra en fazla hizmet götüren ikinci ajanstır. AFP, Yalnızca İngilizce hizmet vermeyen tek ajanstır." [25]

19. yüzyılın sonuna doğru yapılan iki buluş, telefon ve teleks ajanslara, haberlerinin hacmini arttırma olanağı tanımıştır. Paris'teki bazı günlük gazeteler teleks sistemine 1920'li yılların başında

[25] PIGEAT Henri, agy., s: 90.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
'ON

geçmişlerdir. Bundan önce Ajans haberlerinin abonelere dağıtımı, uzun süre, bisikletli dağıtıcılarla yapılmıştır.

Kafelere kurulan telekslerle at yarış sonuçları yayınlanmaya başlanmıştır. Bundan önce de zaten Havas Ajansı, Paris'teki birçok banka ve kafeye "tickers" ve "printing" adı verilen kendi geliştirdiği sistemleri kurarak at yarışı ve finans haberlerini yaymaktadır.

20. yüzyılla birlikte ajans haberciliği bağlamında ilk güçlükler yaşanmaya başlanmıştır. Wolff Ajansı her şeyini kaybederken Reuter Ajansı ve Havas Ajansı belirli bir zaman daha ayakta kalabilmişlerdir.

1920'li yıllarda Havas Ajansı tecimsel biçimine karşın bağımsızlığını korumayı başarmıştır. Bazen reklam verenler ajans üzerinde bir baskı kurmaya çalışsa da bu durum her zaman zayıf bir tehlike olarak kalmıştır.

Ajans yarı devlet tekeli görünümüne karşın devlete karşı da bağımsızlığını korumayı bilmiştir. Havas Ajansı basına bir hükümet bildirisini aktardığında her zaman için "Notes Havas" diye yazmaktadır. Ajansın birbirini izleyen birçok yöneticisi ajansın kuruluşundan bu yana tarafsızlığın ve bağımsızlığını koruyabilmek için gerekeni yapmaya çalışmışlardır. Bu durum ajansın dünya çapında bir ün kazanmasını sağlamıştır.

1930'lu yıllarda ağır siyasal koşulların kurumları da etkilemesi, Havas Ajansı'nda çalışan gazetecilerin işlerini daha da

karmaşık duruma getirmiştir. Hızla artan rekabet ortamı ve propaganda tarafsızlığı güçleştirmiştir.

İkinci Dünya Savaşı Agence France Presse'in çalışma koşullarını güçleştirmiştir. 1940 yılında Fransa'nın Almanya tarafından işgal edilmesi sonucunda, Havas etkinlik alanını ulusal olaylarla sınırlamak zorunda kalmıştır.

Savaş sonrası, "haber" bölümü ile "reklam" bölümü birbirlerinden ayrılmışlardır. *"Devlet haber bölümü için ajansa 24 milyon FF yardım yapmıştır. Reklam bölümü ise karma ekonomik şirket konumunu korumuştur."*[26]

O dönemde Havas Ajansı bir holding görünümü kazanmıştır. Ajans Haber ve Reklam bölümü olmak üzere iki bölüme ayrılmıştır. Zaman içerisinde Reklam bölümü, haber bölümünden daha önemli bir konuma gelmiştir.

"14 Ocak 1920 tarihinde Havas Genel Reklam Şirketini satın almış ve reklamlar ajans için önemli bir gelir kaynağı durumuna gelmiştir. Öte yandan haber toplama harcamalarını kısabilmek için devlete bağımlı duruma gelmeye başlamıştır. 1924 yılında ajans ilk kez devletten para almıştır. 1931 yılında Dışişleri Bakanlığı ajans tarafından yapılan harcamaları 800.000 FF ile desteklemiştir. 1938 yılında ise haber dalının yarattığı bütçe açığı

[26] Agy., s: 625.

yine Dışişleri Bakanlığı tarafından 42 milyon FF ile kapatılmıştır."[27]

1939 yılından sonra Havas, 200'den fazla gazeteye reklam hizmeti vermeye başlamıştır. 1945 yılından sonra bu durum yasa dışı sayılmış ve reklam ile haber bölümleri birbirlerinden bütünüyle ayrılmışlardır. Güçlüklerle geçen savaş döneminden ve yaşanan bu bölünmelerden sonra, ajansta parçalanmalar başlamıştır. Bunun sonucunda da Agence France Presse* kurulmuştur.

Havas'ın haber bölümü O.F.I adını almış ve Havas'ın bütün bürolarını denetlemeye başlamıştır. Havas'ın Londra bürosu bu duruma karşı savaş açmış ve "Bağımsız Fransız Ajansı" adını almıştır.

Agence France Presse'in çalışanları ve yöneticileri Jean Marin'in etrafında toplanarak 20 Ağustos 1944 günü ilk ajans haberini yayımlamışlardır*. Böylece, AFP mahreciyle günümüze kadar hiç kesilmeden süren bir haber akışı başlamıştır.

Yayınlanan ikinci ajans haberi bir savaş bildirisi olmuş ve bisikletli dağıtıcılar bu haberleri gazetelere ve radyolara taşımışlardır.

---

[27] BAUDELOT Philippe, agy., s: 624.

* AFP'nin kronolojik gelişimi için Bkz Ek 1.

* Bkz. Ek 2.

Fransa'da kurulan geçici hükümet, Ajans'a bir statü kazandırılması konusunda karar almıştır. Bu geçici statü ilk kez 30 Eylül 1944'te çıkarılan yasayla belirlenmiştir. Bu yasa ve 11 Ekim 1944'te çıkarılan diğer bir yasa ile de ajansın bağımsızlığı garanti altına alınmıştır.

1948 yılında hazırlanan yasalarla Agence France Presse'in bağımsızlığı tam anlamıyla sağlanmıştır.

"Bu yasa mali sorunların nasıl çözüleceğine açıklık getirmeye çalışmıştır. Aynı zamanda da verimli olmayan dış gelirlerin terk edilmesini öngörmüş ama ajansın gelir kaynaklarının ne olacağı sorusuna açıklık getirememiştir."[28]

1957 ile 1975 yılları arasında Agence France Presse'de birçok teknolojik yenilik meydana gelmiştir. Bu yıllar arasında, ajans, etkinliklerini iki katına, cirosunu dört katına çıkarmayı başarmıştır. Agence France Presse, dünyadaki dört büyük ajanstan biri olmuştur.

Ajans'ın en önemli müşterilerinden birisi devlettir. Ancak burada devlet ödeneği söz konusu değildir. Agence France Presse, Bakanlıklara, Valiliklere, Elçiliklere hizmet vermektedir. Bu bağlamda, Fransız medya kuruluşları arasında büyük gruplardan sonra 12. 13. sırayı almaktadır.

[28] BAUDELOT Philippe, agy., s: 629.

Agence France Presse, 1983 yılının Ekim ayından sonra Fransa'da özel radyoların patlamasıyla birlikte radyolara verdiği hizmeti de geliştirmiştir. Bu alanda Agence France Presse, yüz kadar müşteriye hizmet vermektedir. 1989 yılından sonra, radyo alanında Agence France Presse'e rakip olacak başka haber ajansları da ortaya çıkmıştır. Agence France Presse, ayrıca 1984 yılından sonra GAMMA televizyonu ile bir anlaşma yaparak televizyon alanında da bir atılımda bulunmuştur.

1980'li yılların sonunda Agence France Presse, telefoto hizmeti sayesinde ABD'de de müşteri edinmiştir. Ama ajans Amerikan haber piyasasına doğrudan girebilme düşünü hiçbir zaman gerçekleştirememiştir.

1990'lı yıllarda medya kuruluşları dışındaki müşterilerden elde edilen sonuçlar AGORA adı verilen veri bankalarında değerlendirilmeye başlanmıştır.

4 Şubat 1991 tarihinde Agence France Presse ve Britanya Finans Ajansı Extee, finansal ve ekonomik haberlerin İngilizce olarak yayınlanmasına yönelik bir ortaklık anlaşması yapmışlardır. Bu sayede, Avrupa kaynaklı ekonomik haberler bütün dünyaya uydu aracılığı ile yayılmaktadır.

Agence France Presse, diğer birçok kuruluş gibi internetin iletişim alanına girmesiyle bir bocalama dönemi yaşamıştır. Ancak bu dönem kısa sürede atlatılmış, internet aracılığıyla hızlı bir biçimde haber iletiminin yararları değerlendirilmiştir.

Bilgisayar sisteminin haber iletiminde kullanılmaya başlanmasından kısa bir sonra teleks kullanımdan kalkmıştır. Günümüzde Paris'teki bürolarda teleks kullanılmamaktadır. Ancak bilgisayar donanımı olmayan, ülkeler bağlı bulundukları bürolara teleks aracılığıyla haber geçmektedirler.

Bunun için bazı bürolarda günümüzde de zorunlu olarak teleks kullanılmaktadır. *"Bilgisayar donanımından yoksun olan ülkeler bağlı bulundukları merkeze teleksle haber geçseler bile merkez bunları Paris'e bilgisayarla geçmektedirler."* [29]

1998 yılında AFP çeşitli internet kuruluşlarıyla işbirliği gerçekleştirerek İnternet üzerinden yayına başlamıştır. Aynı yıl Agence France Presse ve Çin İnternet Anonim Şirketi, Dünya Kupası ile ilgili Çince internet hizmet birimini devreye sokmuş ve Agence France Presse, Asya'nın da internetten ulaşabileceği fotoğraf servisini kurmuştur.

Böylelikle Agence France Presse hizmet birimlerini internet üzerinde giderek yaygınlaştırmış ve internet aboneleri için yeni haber servisleri kurulmuştur.

Günümüzde internet üzerinden Agence France Presse'e ulaşmak oldukça kolaylaşmıştır. İnternetin yaygınlaşması tüm dünyada olduğu gibi Fransa'da Haber Ajanslarına ve haberciliğe yeni bir boyut getirmiştir.

---

[29] Agy., s:3-4.

2.2 Agence France Presse'in Yasal Statüsü

Fransa'daki haber ajanslarıyla ilgili yasal düzenlemeler 2 Kasım 1945 tarih ve 45-2646 sayılı yasaya göre yapılmış daha sonra bu düzenlemeler 26 Aralık 1957'deki 57-1323, 19 Ekim 1970'deki 70-945 ve 1 Ağustos 1986'daki 86-897 sayılı yasalarla değişikliğe uğramıştır. 15 Aralık 1958 tarihinde çıkarılan kararnameyle de Agence France Presse'in reklam bölümü yasal olarak düzenlemiştir. Günümüzde Agence France Presse bu yasalarla varlığını sürdürmeye devam etmektedir.

Fransa'daki tüm basın ajanslarının bağlı bulunduğu Fransız Ajanslar Birliği (Fédération Française des Agences de Presse-FFAP)*, ajansların uyması gereken yükümlülük şemalarının hazırlanmasına geniş ölçüde katkıda bulunmuştur.

Bu Birliğe üye tüm ajanslar 1944 yılında bir anlaşma imzalayarak belirlenen genel ilkelere saygılı olacaklarını belirtmişleridir. Agence France Presse de bu ilkeler doğrultusunda etkinliğini sürdürmektedir. Bu genel ilkelerden bazıları şunlardır:

- Ajanslar tarafından verilen her haberin faturalanması sırasında Katma Değer Vergisi üzerinden % 5.50 indirimli tarife uygulanmaktadır.

---

* Fransa'da CPPAP tarafından tanınmış ve isimleri resmi gazetede yayınlanmış olan kuruluşlar "Haber Ajansı" olarak adlandırılmak zorundadırlar. FFAP her zaman mesleği savunan, önemli kazançların meşruiyetine önem veren, kuruluşların vergi alanında ve toplumsal alanda yaptıklarını gözeten bir kuruluştur. FFAP aynı zamanda, ajansları ekonomik ve hukuksal açıdan zor duruma düşürecek bütün olumsuzluklara karşı da önlemler almaktadır. FFAP, sendikalara, iyi çalışmaları için gerekli yönetsel, teknik, hukuksal yapıyı kazandırmıştır. Bütün etkinlikleri düzenlemekte ve her etkinliğin getirisini gözetmektedir.

- Ajans tarafından basılan haber bültenlerinde posta tarifeleri yeğlenmektedir.

- Aynı ürünü, aynı zamanda, aynı müşterilere götüren haber ajansları için uziletişim tarifelerinde indirim uygulanmaktadır. Bu ilkeler bazı unsurları da yasaklamıştır.

- Ajansların bütün reklamları bir tek kuruluşa vermesi yasaklanmıştır.

- Müşterilere ücretsiz olarak haber sağlanması yasaklanmıştır.

- Bir ajansın doğrudan ya da dolaylı olarak yabancı bir hükümetten fon kabul etmesi yasaklanmıştır.

- Cirolarının büyük çoğunluğunu süreli ya da günlük gazetelerle, radyolarla, televizyon kanallarıyla birlikte gerçekleştirmek bir zorunluluktur.

Bununla birlikte çıkarılan yasalar ajansın bağımsızlığını garanti altına almaya yeterli olmamıştır.

1948 yılı içerisinde Agence France Presse'in bağımsızlığı konusunda yasa tasarıları Millet Meclisi'ne sunulmuştur. Bu yasa tasarıları Havas-Presse Information adıyla anonim bir şirket kurulmasını öngörmektedir. Bu ajansın kuruluşuna birçok haber

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU

örgütü katılacaktır. Ama bu durum finans sorununun nasıl çözüleceğine bir açıklık getirmemektedir.

"Bu kuruluşun bir genel müdürü ve işletme komitesi olacaktır. Bu yasa aynı zamanda verimli olmayan dış getirilerin terk edilmesini, ajansın iki bölüne ayrılmasını, ve kamu kuruluşu olmasını öngörmektedir. Bu yasa tasarısı ajansın gelir kaynaklarının ne olacağı konusuna kesinlik kazandırmamaktadır".[30]

1957 yılında Agence France Presse'e yasal konum kazandırma çalışmaları uzun politik tartışmalara yol açmıştır. Bu yasal statü Agence France Presse'e bağımsız bir kuruluş olarak gerek Fransa'daki gerekse Fransa dışındaki haber örgütlerini bilgilendirme olanağı tanımaktadır.

Aynı yıl Fransız Parlamentosu tarafından oylanarak çıkarılan yasaya göre Agence France Presse'in statüsü belirlenmiştir*. *"Agence France Presse nedeni ne olursa olsun tarafsızlık ve kesinlik konusunda etki altına alınamaz Hiçbir nedenden ötürü politik, ekonomik, ideolojik çıkar gruplarının denetimi altına giremez. Ajansın amacı Fransa'da olduğu kadar Fransa dışında da bilgilendirme unsurlarının kesinliğini ve tarafsızlığını aramaktır. Ajansın hedefi dünya çapında bir haber örgütü olmaktır."*[31]

---

[30] Statut d'Agence France Presse, Journal Officiel de la Republique Française, s: 629.

* Yasanın önemli maddeleri için Bkz. Ek.3

[31] Agy., s: 642.

Bu statü Agence France Presse'e gerek kamu gerekse özel oluşumlara karşı bağımsızlığını koruma olanağı da tanımıştır.

"AFP bugünkü kooperatif tipi ve kendine özgü statüsüne Fransız Parlamentosu'nun 1957'de kabul ettiği bir yasa ile kavuştu. Yasa, çoğunluk oyuna sahip France Presse ile radyo, TV, kamu kuruluşları ve ajans çalışanlarının temsil edildiği bir yönetim konseyini işin başına yerleştirmiştir"[32].

Geçmişteki deneyimlerden ders alınmış ve ajansın bir kamu kuruluşu olarak tam bağımsız olamayacağı görülmüştür. Ayrıca Agence France Presse'i devletin her türlü denetiminden uzak tutmak gerekmiştir. Bu noktadan yola çıkılarak 1957 yılından sonra ajansta hiçbir finansal denetçi ya da muhasebeyle ilgili bir teftiş olmamıştır.

Ajansın bağımsızlığını güçlendirmek amacıyla devlet ödeneği sistemine son verilmiştir. Sonunda 10 Ocak 1957 tarihinde çıkarılan 13 no'lu yasaya göre ajansın gelirleri müşterilerine sattığı haber hizmetlerinden ve kendi sahip olduğu taşınmazlardan gelmesine karar verilmiştir.

Kamu kuruluşlarına ve devlete verilen haber hizmetleri devletle ajans arasında yapılan özel anlaşmalarla belirlenecektir. Bu anlaşma aynı zamanda abonmanlık ücretlerinin oranını belirlemektedir. Bu sistem tutarlıdır ve devleti ajansın müşterisi yapmaktadır.

---

[32] İNCEOĞLU Yasemin Doç.Dr., Uluslararası Medya, Der Yayınları, İstanbul, 1997, s: 170.

"Diğer abonelerle tek farkı abonelik ücretlerinin vadeleri tiraj gerektirmemiştir. Devletle AFP arasındaki her anlaşma 180.000 nüshayı içermekteydi. Böylece AFP bütçesini dengeleme olanağı bulmuştur. Eğer harcamalar artarsa abonmanlık ücretleri de artacaktır."[33]

Böylece ajans yalnızca müşterilerden gelen gelirle ayakta durur duruma gelmiş, bunun yanı sıra gelirlerinin yarısı tek bir müşteriden gelmiştir. Böylece finans sorunu bağımsızlık zedelenmeden çözülmüştür. Yasa Agence France Presse'in bağımsızlığını gözetir duruma gelmiştir. Ayrıca oluşturulan bir üst kurul bu tarafsızlığa uyulup uyulmadığını denetlemektedir.

Ajansın gelirleri, ajansa abone olan diğer ajans, gazete, radyo, televizyon ve kamu kuruluşlarının ödedikleri abonelik ücretleriyle sağlanmaktadır. Fransız gazeteleri tirajlarına göre ücret ödemektedirler. Personel harcamaları tüm harcamaların % 60'ını yayın aktarım harcamaları da % 20'sini oluşturmaktadır.

2.3 Ajansın İç Örgütlenmesi

Agence France Presse üç yıllığına seçilen ve 15 üyeden oluşan bir yönetim kurulu tarafından yönetilmektedir. Bu kurul bünyesinde profesyoneller çoğunluktadır.

"AFP'nin 15 kişilik Yönetim Kurulu'nda bulunan üyelerin 8'i Fransa'da yayınlanan günlük gazetelerden seçilen

[33] Agy., s: 641.

temsilcilerden, 2'si Fransız radyo ve televizyonundan, 3'ü AFP'nin hizmetlerinden yararlanan kamu hizmetleri temsilcilerinden, 2'si AFP içinden- bunlardan biri profesyonel gazeteci olmalıdır- seçilmektedir." [34]

Yönetim Kurulu, hem Başkanlık hem Genel Müdürlük görevini yapacak olan kişiyi üç yıllığına seçmektedir. Bu kişi, Agence France Presse'in bütün iç işleyişinden ve dış bağlantılarından sorumludur.

Agence France Presse'in bağımsızlığı ve tarafsızlığı bağımsız kişilerden ve yargıçlardan oluşan bir üst kurulun denetimi altındadır. Ajansın ekonomik dengesi ise Sayıştay'dan iki üye tarafından oluşturulan bir finansal komisyon tarafından sağlanmaktadır.

Ajans France Presse, Haber Yönetimi Birimi, Genel Yönetim Birimi, Uziletişim ve Teknik Hizmetler Yönetimi Birimi olmak üzere üç büyük bölüme ayrılmıştır.

Yönetimde bulunan iki üyeden biri Taşra bürolarından diğeri de Fransa dışındaki bürolardan sorumludur. Agence France Presse'nin Taşra'da 13 bürosu, Fransa dışında 108 bürosu ve muhabirleri bulunmaktadır. 803 gazeteci, 127 muhabir, 293 kadrolu teknik eleman, 723 yönetimle ilgili hizmet birimlerinde çalışmaktadır.

---

[34] BULUT M. Ali, Çağımızın Güç Kaynağı Olarak Haber Ajansları, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, Kasım-Aralık 1996, s: 1131.

"Paris'teki merkezde AFP 13.032 m² alanda 11 katlı binada hizmet vermektedir. Dünya çapında AFP, 2500 teleks, 358 telgraf, 47 terminal ve 50 yazıcı, 40 frekans, 30 yayın anteni, 34 aktarıcı, 11 telefoto makinesi kullanmaktadır."[35]

2.4 Agence France Presse'in Kapsama Alanı

Agence France Presse geçmişte son derece merkeziyetçi bir yönetim sergilemiştir. Tecimsel, yazınsal, teknik ve yönetsel planlamaların tümü Paris'teki merkezde yapılmaktadır. Yıllar geçtikçe Agence France Presse diğer ajansları da örnek alarak (Reuter ve Associated Press), abonelerinin dileklerine ve gereksinimlerine daha iyi yanıt verebilmek amacıyla merkezden uzaklaşarak bölgeselleşme kararı almıştır. Bunun için de Fransa dışında bölge temsilcilikleri açmıştır.

Farklı bürolardan gelen bütün haber metinleri, fotoğraflar, grafikler belli başlı 5 kutup aracılığıyla müşterilere dağıtılmaya başlanmıştır. Paris, Washington, Hong Kong, Lefkoşe, Montevideo.

Diğer birimler tarihsel ve ekonomik nedenlerden ötürü bu ana yönetim birimlerine bağlanmıştır. Latin Amerika Bölgesi için Uruguay'ın başkenti Montevideo'da bir büro kurulmuştur. Amerika Kıtası bölümü iki yıldan beri ikiye ayrılmış durumdadır. ABD ve Kanada'ya hizmet veren Kuzey Amerika bölümü Washington'da, Latin Amerika'ya hizmet götüren büro ise Montevideo'da üstlenmiştir.

---

[35] GUILBAUD Hervé ile yapılan görüşme Bkz. Ek 4.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Paris'teki yazı işleri müdürlüğünden Güney Afrika'ya kadar bütün haberlerin toplanışını denetlemekle yükümlüdür. Bu alan içinde 40 kadar büro ve alt bürolar bulunmaktadır.

Kuzey Amerika bölgesi ele alındığında bu bölgenin dil açısında homojen bir bölge olduğu görülmektedir. Çünkü halkın % 95'i İngilizce konuşmaktadır. Bunun yanı sıra Kanada'da Québec'te Fransızca konuşan aboneler bulunmaktadır. ABD'de Latin Amerikalı müşteri portföyü de bulunmaktadır. Bu homojenlik bölgenin yönetilmesini kolaylaştırmakta ve verim alınmasını sağlamaktadır. Bu örgütlenme sayesinde bilgi aktarımı daha etkin bir duruma getirilmiştir.

Böylece bölgede olup biten daha kolay bir biçimde izlenmektedir. Bir yazı işleri müdürü, örneğin Nijerya'da darbe olduğunda yalnız bununla ilgilenmektedir. Balkanlarda, Romanya'da Avusturya'da, İtalya'da bir olay meydana geldiğinde, haberlerin toplanması ve fotoğrafların çekilmesi o yörenin bağlı bulunduğu büro muhabirleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Yazı işleri müdürü haber gelir gelmez müdahale edebilmektedir. Eğer haberlerin çevrilmesi gerekiyorsa çeviriler ilgili birimler tarafından yapılmaktadır.

Aynı zamanda tecimsel sorunlara da müdahale edebilmektedir. Böylece bir sorun çıktığında ya da bir abone sorununu Agence France Presse'e ilettiğinde daha hızlı hareket edebilme olanağı doğmaktadır.

Agence France Presse'in özünde koruması gereken iki kavram hızlılık ve her an her şeyi kullanıma sunabilme kavramlarıdır.

Teknik düzeyde de durum aynıdır. Teknisyen yalnızca sorumlu olduğu konu ya da kurumla ilgilenmektedir. Böylelikle teknisyenler ilgilendikleri müşterileri çok iyi tanımaktadır. Müşteriye yönelik her türlü teknik hizmet Agence France Presse'in teknisyenleri tarafından karşılanmaktadır.

Teknik düzlemde, ajansın, kablolu ya da uydu yayıncılığı aracılığıyla diğer bütün bürolarla doğrudan bağlantısı vardır. Radyo yayıncılığı ise iyonosfer tabakasının değişik koşullarına bağlıdır. Bu durum mevsimlere göre değişmektedir.

Avrupa-Afrika bürosu ekonomik nedenlerden ötürü Paris'te örgütlenmiştir. Bu bölgeyle ilgilenen teknisyenler, ticari yöneticiler, işletmeciler Paris'te örgütlenmelerine karşın bölge üzerinde yetkindirler.

Avrupa-Afrika bölümüne bir yazı işleri müdürü atanması bölgeselleşmenin tamamlanmasına yönelik atılan ilk adım olmuştur. Agence France Presse'in en geniş bölgelerinden olan bu bölge zaten yıllardan beri yönetsel özerklik sergilemektedir.

Agence France Presse için önemli olan bir başka nokta ise Avrupa bürosunun Paris'te örgütlenmesi zorunluluğudur. Ancak bu bir bölge birimini merkezde öğütlemek güçlüğü gibi bir sorunu da

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, bölge bürosunu Paris'teki merkezin yakınına kurmamak için gerekli adımlar atılmıştır.

Avrupa Bölgesi'nde Moskova, Londra büroları dışında Roma ve Madrid büroları bulunmaktadır. Bunların dışındaki önemli bürolar ise şunlardır: Ankara, Varşova, Baltık ülkeleri, Stockholm'dan yönetilen İskandinav ülkeleri, Brüksel, La Haye, Prag, Viyana, Bükreş.

Afrika'da 42 ülke, Kuzey Amerika'da 2 ülke, Latin Amerika'da 20 ülke, Asya'da 18 ülke, Avrupa'da 26 ülke, Okyanusya'da 2 ülke, Yakın Doğu'da 19 ülke Agence France Presse üye olmuş durumdadır.

Agence France Presse'in diğer haber ajanslarıyla hizmet tabakasına dayanan anlaşmaları bulunmaktadır. Agence France Presse dünya çapında bir haber aktarım hizmeti sunup ulusal haber hizmeti almaktadır.

Anlaşmalı olduğu 54 ajansın 20'si Avrupa, 14'ü Afrika, 5'i Yakın Doğu, 9'u Asya, 6'sı Amerika'da bulunan ajanstır. Ayrıca, Agence France Presse, karşılıksız olarak 15 ajansa hizmet vermektedir. Bu 15 ajansın 5'i Afrika'da, 3'ü Yakın Doğu'da, 4'ü Asya'da, 3'ü Amerika'dadır.

Agence France Presse, anlaşmalı olduğu ülkelerin çoğunun ulusal ajanslarına haber aktarım hizmeti vermektedir. Yalnızca Belçika ve İsviçre'de, ajans, özel bir anlaşma ile doğrudan bu

ülkelerin gazete, radyo ve televizyonlarına haber satmaktadır. Bu aboneler Agence France Presse ve diğer ulusal ajanslar arasında paylaşılmıştır.

1997 yılında, Agence France Presse'in Tiran'da büro açmak gibi bir atılımı olmuştur. Agence France Presse'in Tiran ve eski S.S.C.B dışında Baltık ülkelerinde de varlığını güçlendirdiği görülmektedir.

Agence France Presse, ayrıca Polonya'nın başkenti Varşova'da da çok güçlüdür. Bunun dışında Bakü, Almati, Kiev'de bürolar açılmıştır. Bunlar 1-2 kişilik küçük bürolardır. Burada çalışan kişiler yüksek performansla Fransızca ve İngilizce olarak hizmet vermektedirler.

"Bugün, Kiev'de ekonomiyle ilgili haber yazmak oldukça güçtür. Orta Asya'nın sorunları herkesi ilgilendirir duruma gelmiştir. Burada hep arayış içinde olan ve kendini geliştiren bir haber şebekesi bulunmaktadır. Bu arayış, bölgede haberin nereden çıkacağını belirlemeye ve rekabette üstün gelmeye yöneliktir. Avrupa Kıtası'nda 19'u birincil, 12'si ikincil toplam 31 büro bulunmaktadır. İkincil büro olarak Bakü, Almati, Kiev ve Tiran büroları sayılmaktadır." [36]

Agence France Presse'de iki tür gazeteci bulunmaktadır. Bunlardan birincisi merkezdeki Fransız gazeteciler, ikincisi de

[36] Agence France Presse Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1998, s: 1.

Agence France Presse'den aylık alan yerel muhabirlerdir. Bu yerel muhabirler işe alındıkları ülkede çalışmaktadır.

Bu ülkelerde çalışan gazeteciler zamanlarının önemli bir bölümünü Agence France Presse'e ayırmakta, yani % 100 Agence France Presse için çalışmaktadır. Agence France Presse'in ayrıca bu ülkelere gönderdikleri haber başına ücret alan muhabirleri bulunmaktadır. Afrika'da 11 ana büro, 4 ikincil büro, Avrupa'da 162 gazeteci ve foto muhabiri, bulunmaktadır. Bunların 64'ü merkezdedir. Afrika'da 54 gazeteci çalışmaktadır.

"AFP, dünya üzerinde Afrika Kıtası'na öncelik vermeyi düşünen tek ajanstır. Afrika'da sürekli ekip bulundurmaktadır. Burada önemli olan yalnızca verimlilik değil aynı zamanda müşterilerin bölgeye önem veren tek ajans olmasıyla ünlenmiş AFP'ye yöneldikleri olgusu da önemli bir noktadır."[37]

Ankara'da, Bonn bürosundan gelen Florence Biedermann isimli Fransız bir hanım tarafından yönetilen çok iyi bir ekip bulunmaktadır. Agence France Presse'in Ankara'da 4, İstanbul'da 2 gazetecisi bulunmaktadır. İstanbul'daki gazeteciler İngilizce ve Almanca bilmektedirler.

"AFP, örneğin, seçimlerin yankılarını Washington'un, Brüksel'in, Nato'nun düşüncelerini yayınlamaktadır. Anadolu Ajansı ise yalnızca Türkiye ile ilgili haberleri vermektedir.

[37] AFP Broşürü AFP Yayınları Şubat 1999 s: 2.

Washington ya da Londra söz konusu olduğunda AFP öne geçmektedir." [38]

Agence France Presse'in kapsama alanı konusunda değinilmesi gereken bir önemli konu da "Desk" adı verilen haber masalarıdır. Bu haber masaları müşterilere dağıtılan haberlerin kesişme noktasıdır. Haber masalarında çalışan gazetecilerin görevi, alınan haberleri tekrar okumak gerekiyorsa çevirisini yapmak ve seçmektir. Daha sonra bu haberleri medya dünyasındaki ya da medya dünyası dışındaki müşterilerine gereksinimlerine göre yollamaktır.

"Ajansın merkezinde "DESK" adı verilen haber masaları bulunmaktadır. Gündemi oluşturan haberler bu haber masalarından müşterilere dağılmaktadır. Bu haberler bazen, doğrudan gazeteler tarafından alınmaktadır. Ajanslar, isteğe bağlı olarak, makaleler, görüşmeler, anlatılar, yayınlamaktadır. Bu alanda da ajans güçlü bir rekabet ortamında bulunmaktadır."[39]

Fransızca haber masaları büyük kentler dışında, Fransızca konuşulan, Avrupa, Afrika, Kuzey Amerika ve Orta Doğu ülkelerine götürmektedir. Orta Doğu ülkelerine, Agence France Presse, Arapça hizmet de götürmektedir.

Ayrıca Lefkoşe'de de İngilizce haber servisi bulunmaktadır. İngilizce haber masaları, Paris, Washington, Hong Kong,

[38] AFP Broşürü AFP Yayınları Ocak 1999 s: 3.

[39] ALBERT Pierre, agy, s: 28.

Lefkoşe'dir. Bu haber masaları Orta Avrupa, Büyük Britanya, Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada'ya hizmet götürmektedir.

İspanyolca Haber Masası, İspanya, Güney Amerika, Orta Amerika, Karaibler'e hizmet vermektedir. Rio de Janeiro'daki haber masası ise Portekizce konuşan müşterilere seslenmektedir. Bonn'da kurulmuş olan Almanca haber masası ise, Almanya, Avusturya, Lüksemburg, İsviçre'nin Almanca konuşulan kantonları ve Doğu Avrupa'daki müşterilere hizmet sunmaktadır.

"AFP'nin İspanyolca hizmet veren haber masası kurma projeleri sonuç vermiş ve Paris, Washington, Hong Kong Lefkoşe'den sonra 1 Ocak 1999 tarihinde Uruguay'ın başkenti Montevideo'da büro kurulmuştur. AFP'nin Latin Amerika bürosu buradan yönetilmektedir. Belli başlı 9 büro bulunmaktadır. Meksika, San Jose, Havana, Caracas, Bogota, Lima, Santiago, Buenos Aires, Rio, Portekiz.

Bunların dışında 7 adet ikinci derece büro bulunmaktadır. Saint Dominique, Haiti, Quido, La Paz, Brezilya, Sao Paolo. Buralarda 16'sı merkezde olmak üzere 175 personel çalışmaktadır. AFP'nin buradaki abone sayısı 350'nin üzerindedir. Bu abonelerden 200'ü günlük gazetelerdir. Bürolar bölgenin titizliğine ve gereksinimlerine yanıt vermeyi bilmişlerdir." [40]

[40] AFP COM Antenne, AFP Yayınları, Paris, 1999, s: 8.

İspanyolca Haber Masası'nın kuruluş amacı Avrupa ve Afrika'nın birimlerine gerek tecimsel gerekse yazınsal devingenlik kazanmaktadır. Her şeyi yerli yerine oturtmak amacıyla Jean-Pierre Gallois ve Herve Guilbaud'nun önderliğinde gruplar oluşturulmuştur.

"Bölgeselleşmenin bir diğer önemi de Avrupa ve Afrika haber masalarından yollanan haberlerin artık Paris tarafından işlenmeyecek olmasıdır. Bu haberlerinin kopyalarının dışarıda işlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle Washington bürosuna bir haber kanalı olan AMW aracılığıyla haberleri işleme yetkisi verilmiştir. Aynı zamanda Uruguay'ın başkenti Montevideo ve Filipinler'in başkenti Manila'da Fransızca konuşulan bölgesel şebekeler kurma yetkisi verilmiştir. Bu şebeke sayesinde Fransızca konuşulan bölgelerin kapsama alanı güçlendirilmiştir." [41]

Agence France Presse, Latin Amerika'da yaptığı sözleşmelerle varlığını güçlendirmiştir. Günümüzde, Agence France Presse sekizden fazla ulusal ve uluslararası ajansın savaşım verdiği bir piyasada konumunu güçlendirmeye çalışmaktadır. 1999 yılında fotoğraf masasının da Montevideo'ya gelmesiyle Agence France Presse"in bu bölgedeki etkinliği daha da artmıştır.

Agence France Presse, her bölgenin kendi özgünlüğüne dikkat etmektedir. Bütün ülkelerin medya kuruluşları ve ulusal ajanslarıyla sıkı ilişkiler kurmuştur. Dört ana yönetim birimi ve bunlara bağlı bürolar bulunmaktadır. Burada çalışan gazetecilerin görevi haber metinlerini ve fotoğrafları bölgelere göre dağıtmaktır.

[41] Agy., s: 10-11.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Paris'te bulunan, merkezi Fransa, Avrupa ve Afrika'yı içine almaktadır. Fransa'da Agence France Presse'in yerel büroları ve muhabirleri bulunmaktadır. Agence France Presse Avrupa'nın tüm büyük başkentlerinde ve kentlerinde varlığını sürdürmektedir. Brüksel'deki gazeteciler genellikle Avrupa Topluluğu'nu izlemektedirler.

Burada Fransızca, İngilizce, Almanca, İspanyolca hizmet verilmektedir. Afrika'da, Agence France Presse, kıtanın gerek kuzeyinde gerekse güneyinde iyi örgütlenmiş bir ajans niteliğindedir.

Washington'da yönetim birimi Amerika Kıtası'nı yönetmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde gazeteciler ve foto muhabirleri Beyaz Saray'ı Pentagon'u, Wall Street'i Los Angeles, Miami gibi yerleri izlemektedirler. Buradaki yayın dilleri, İngilizce, Fransızca, İspanyolca'dır.

Hong Kong'daki yönetim birimi, Asya ve Pasifik'teki haber toplama ve yayınlama işini sağlamaktadır. Buradaki yayın dilleri İngilizce ve Fransızca'dır. AFP, Pekin'de büro açan ve Asya'lı müşterilerine İngilizce hizmet veren ilk batılı ajanstır.

"Yakın ve Orta Doğu'da bulunan müşterilere Lefkoşe'de bulunan yönetim birimi hizmet vermektedir. Ayrıca Arapça haber masası da buradadır. Lefkoşe'de haber üretimi İngilizce, Fransızca

ve Arapça olarak yapılmaktadır. AFP Arapça hizmet veren ilk dünya ajansıdır. Bu hizmeti günde 24 saat gerçekleştirmektedir." [42]

2.5 Agence France Presse'in Teknik Olanakları

Agence France Presse haberleri müşterilerine gönderebilmek için haber aktarım hatları kullanmaktadır. Bunlardan ilki olan Fransızca haber aktarım hattı, bütün dünyadan gelen haberleri müşterilerinin kullanımına sunmaktadır. Bu hat üzerinde Fransa'dan gelen haberlerin oranı % 60, Fransa dışından gelen haberlerin oranı ise % 40'dır.

Haberler, politika, diplomasi, ekonomi, spor, kültür, bilim, tıp, din, adalet gibi konuları içermektedir. Bu hat üzerindeki haberlerin sayısı günde 120.000 sözcüktür. EUA ve EUB denilen Avrupa aktarım hatları ise Doğu ve Batı Avrupa'ya yöneliktir. Bu hat üzerindeki günlük haber sayısı 70.000 sözcüğü bulmaktadır. Kuzey Amerika ve Kanada'ya yönelik olan haber aktarım hattında ise haber sayısı günde 50-70 bin sözcük arasındadır.

"Yakın ve Orta Doğu haber aktarım hattı ise Lefkoşe, Yakın Doğu ve Kuzey Afrika'ya yöneliktir. Bu hat üzerindeki haber sayısı günlük 50-70 bin sözcüğü bulmaktadır. Afrika Haber aktarım hattı üzerinden yayınlanan haberlerin sayısı ise günde 50.000-70.000 sözcük arasındadır. Gündemin önemli olayları günde dört kez bütün haber aktarım hatlarından yararlanmaktadır." [43]

---

[42] Agence France Presse Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Aralık 1998, s: 4.

[43] Agence France Presse Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Mart 1998, s: 14.

Her bölge içinde bulunduğu koşullara göre yayın yapma ve yayın alma olanağına sahiptir. Agence France Presse'in uydu yayını 1986 yılından beri sürmektedir ve yayın hatları bulunmaktadır.

Bu yayınlarda EUTELSAT uydularından yararlanılmaktadır. 332.5 E denilen ve Güney Amerika'yla Afrika'yı içine alan bir uydu sistemi bulunmaktadır. EUTELSAT uydusu batı kanadını kapsarken, bir başka uydu da Afrika'nın bir bölümünü kapsamaktadır. Aynı zamanda özel bir kapsama alanı olacak uydular üzerinde çalışılmaktadır.

Her haber uydudan geçmektedir. Bu sisteme çok noktalı sistem adı verilmektedir. Uyduların 5 adet kapsama alanı bulunmaktadır. Paris'te iki bölge vardır: Fransa Bölgesi, Avrupa-Afrika Bölgesi, Kuzey Amerika için Washington Bölgesi, Güney Amerika için Montevideo, Asya için Hong Kong, Orta Doğu için Lefkoşe bölgeleri.

İşleyişin bütün verilerini ortaya koyan üçgen bulunmaktadır. Eğer bölgeler birbirleriyle kesişecek olursa yayınların yönü de hızı da değişmektedir. Hizmet birimlerinin tek elde toplanmasını sağlayan bir komite oluşturulmuştur.

Telefon hattı üzerinden çok fazla ücret ödenmektedir. Bu durumu engellemek için yeni bir sistem yaratılmıştır. Bu sistemde, hat açık bile olsa bir şey gönderilmediği sürece ücret ödenmemektedir. Oysa ki telefon açık kaldığında her an için ödeme

yapılması zorunludur. Bu konuyla ilgili 1999 yılının Haziran ayında Berlin'e taşınmış olan Bonn Bürosu'nda bir şebeke bulunmaktadır.

Örneğin Anadolu Ajansı Paris'ten bir fotoğraf istediği zaman, bu fotoğraf uydu aracılığıyla Washington ya da Montevideo üzerinden gelmektedir. Bu iki merkez birbirlerine bağlı bulunmaktadır.

Her ikisinde de fotoğraf arşivi bulunmaktadır. Fakat aboneler fotoğrafın nereden geldiğini bilmemektedirler. Bu sisteme şebekeler adı verilmekte ve her bölgenin kendi süresi bulunmaktadır. Anadolu Ajansı için Ankara ile Paris arasında bir şebeke bulunmaktadır. Gönderilen bütün veriler bir örgü halinde getirilmektedir. Her örgü kendi içinde bölümlere ayrılmaktadır.

Bu sistemin avantajı gönderilen parça başına ücret alınmasıdır. Bu sistem şebekelerden daha az ücret ödenerek yararlanma olanağı tanımaktadır. Her abonenin hat üzerinde yeri olmaktadır.

Şebekeler çıkış durumuna göre kurulmuştur. Bu şebekeler, Lefkoşe, La Haye, Madrid gibi kentlerde de vardır. Bu bir protokole bağlanmıştır. Her hattın bir İngilizce bir de Fransızca tarafı bulunmaktadır. Bir şebekenin kurulabilmesi için her iki tarafa da aygıtlar yerleştirilmesi gerekmektedir.

Haberler, numaralandırılarak paket program durumuna getirilmiştir. Bu sisteme protokol sistemi denilmektedir. Bu sistemde

modemle yapılanların tümü yapılmaktadır. PC'de üç kat daha güçlü aygıtlar bulunmaktadır.

Gözetmen adı verilen kişiler, günde 24 saat, bir sorun olduğunda çağrılmakta ve sistemdeki bütün sorunları çözebilmektedirler. Bu kişiler bir arıza olduğunda bunu bilgisayarlar üzerinde görebilmektedirler. Bu sistem 1984-1985 yıllarından beri bulunmaktadır.

Konsol sistemi ise 80'li yıllardan beri vardır. Agence France Presse'in konsolu ilk kez 1984 yılında kurulmuştur. Bu yıllarda ilk olarak Windows sistemi tasarlanmış ve buradan yola çıkılmıştır.

Bu konsollarda daha çok haber metinleri yer almaktadır. Ayrıca fotoğraflar için çalışma merkezleri bulunmaktadır. Grafikle haber için de durum aynıdır. Paris'te, Washington'da Montevideo'da, Madrid'de Finlandiya'da konsollar bulunmaktadır.

Haber metinleri için belli başlı üç sistemden yararlanılmaktadır. Üçüncü aşamada bulunan büyük sistem Paris'te Borsa Meydanı'ndaki binanın 5. katındadır. Bir diğer sistemin ise Hong Kong'tadır.

Bunun dışında DELTA adı verilen ve Washington'da bulunan konsol, 24 saat süreyle hizmet vermektedir. Konsolların işlevleri aynıdır. Ankara'daki konsol ile Paris'teki konsol arasında fark yoktur. Ankara'da bulunan Küçük Igor Paris'teki üçüncü aşama

sistemiyle çalışmaktadır. Ankara'dan gelen her şey Paris'e gelmektedir.

Agence France Presse uluslararası ölçütlerde çalışmaktadır. Doldurulması gereken bir çok açık alan bulunmaktadır. Gazeteciler bu alanları doldurmak için çok uğraşmaktadırlar. Doldurulması gereken ayrıntılı bölgeler bulunmaktadır.

Bu işi kolaylaştırmak için alanları kendiliğinden dolduran sistemler yaratılmıştır. Bu ölçüt, bütün haber metinlerini özellikle de grafikle haberleri arşivlendirmeye olanak tanımaktadır.

Bu sistem fotoğrafların işleyişini yapan merkezi sisteme bağlıdır. Bu durum rekabet için çok önemlidir. Ayrıca Avis denilen ve uydu yayınını almayı sağlayan aygıtlar bulunmaktadır. Haber metinlerini ve grafikle haberleri aynı anda alamamaktadır. Müşteriler, şebekeden yaptıkları işi güçlendirmek için yararlanmaktadırlar.

AFP INMARSAT (Uluslararası Denizcilik Uydusu) uydusu üzerinden yayın yapmaktadır. Bu uydu önceleri gemiler için kullanılmıştır. Ayrıca EUTELSAT denilen, kutuplar dışında bütün yeryüzünü içine alan uydular bulunmaktadır. Agence France Presse, INMARSAT'a girme olanağı tanıyan programlar hazırlamaktadır. INMARSAT uydusu sayesinde çölün ortasından bile haber gönderilebilmektedir. INMARSAT santrali sayesinde fakslar hızlı bir biçimde yollanmaktadır. INMARSAT da EUTELSAT gibi yığışımdır.

Bir röportaj yapıldığında, eğer çölün ortasında ya da her türlü iletişimin kesik olduğu savaş olan ülkelerde bile olunsa cep telefonlarını kullanarak INMARSAT uydusu aracılığıyla iletişim kurulabilmektedir. Bu biraz pahalı bir sistemdir fakat yine de iletişim olanağı tanımaktadır.

Agence France Presse teknik olanaklar açısından bir çok yayın sistemi kullanmaktadır. Bunlardan biri de AFP DIT. B denilen yayın sistemidir. "*Bu teknoloji, AFP'ye müşterilerine hızlı ve nitelikli belge aktarma olanağı tanımaktadır. Bir çok haber ajansı AFP'nin bu hizmetlerinden yararlanmaktadır. AFP'nin muhabirleri ve temsilcileri haberlerini anında bu sistemden geçmektedirler.*" [44]

2.6 Agence France Presse ve Haber

Bütün ajans haberleri haberin kaynağını belirtmek zorundadır. Kaynaklar olabildiğince kesin olmalı ve bir olay hakkındaki yorum ve yargılar da kaynakla birlikte belirtilmelidir.

Agence France Presse de diğer bütün haber ajansları gibi doğruluk ilkesini temel amaç saymakta ve tüm haberlerinde kaynak göstermektedir.

Doğrulanmış Kaynak, Agence France Presse'in güvenilirliği ile ilgili önemle üzerinde durulan bir konudur. Bu konuda kesin kurallara uyulmak zorunludur. Burada amaç resmi olan ya da

[44] AFP COM Antenne AFP Yayınları Ocak 1999, s: 5.

olmayan kaynakların ayrımının yapılmasıdır. Bir kaynağın ağzından çıkan sözler tırnak içine alınarak yazılmalıdır. Bu kuralda hiçbir ayırım bulunmamaktadır.

Bir ajansın görevi her şeyden önce olayları anlatmaktır. Ajans olayları öncesinden sonrasına izlemekle yükümlüdür. Olaydan 36-48 saat önce 400-600 sözcük bir ön haber yazılmaktadır. Olayı daha sonra günlük olarak yayınlamaktadır. Olayda beklenen bütün ana hatlar yazılmaktadır. Açılış haberi ise 200-300 sözcükten oluşmakta ve olayın meydana geldiği sabah yazılmaktadır.

Olay sonrası, olayın içeriği ile ilgili belli başlı bilgileri sunan haberdir. Bu haber 400-600 sözcük arasında olmaktadır.

Haberin türü ne olursa olsun genel olarak haberlerin arşivlenmesi gerekmektedir. En önemli haberler için dosyalama işlemi yapılmaktadır. Haberler isim verilmiş dosyalara kaydedilip buradan geri çağırılmaktadırlar.

2.6.1 Agence France Presse'in Uluslararası Haberler Birimi

Uluslararası Haberler Servisi'nde (Service International), İngilizce ve Almanca bilen gazeteciler çalışmaktadır. Gazeteciler genelde 4 yıl süreyle bu serviste kalmakta sonra yer değiştirmektedirler.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Gelen haberlerin değerlendirilmesi ve işlenmesi 09.00-21.00 saatleri arasında burada yapılmaktadır. Saat 21.00'den sonra ise Uluslararası Haberler Masası (Desk International) ertesi günün sabahına kadar haberleri işlemektedir.

Her gün Dışişleri Bakanlığı'nın, Unesco'nun bildirileri faksla gelmektedir. Bu gelen haberlerin ayrımı yapıldıktan sonra ilgili hizmet birimlerine gönderilmektedir. Yapılacak olan işler ajandalara not edilmektedir.

Bunun dışında gazetelerin liderler ile yaptıkları görüşmeler yayınlanmaktadır. Bu görüşmeler bazen gazeteler tarafından yollanmakta bazen de Agence France Presse tarafından alınmaktadır.

Sabahları göreve gelen gazeteciler gazeteleri okuduktan sonra sabah toplantıları yapmaktadırlar. Eğer bir kongre ya da toplantı ile ilgili haber gelmişse bu haber ilgili servise yollanmaktadır. Önce kısa ajans haberi şeklinde 60 kelime olarak yazılan haber geliştirilerek ve işlenerek 600 kelimelik bir haber durumuna getirilmektedir. Bu serviste işlenen hiçbir haber doğrudan yollanmamaktadır. Önce Uluslararası Haberler Masası'na gitmekte burada bir yanlış olup olmadığı kontrol edildikten sonra Uluslararası Haberler Masası tarafından müşteri ve abonelere yollanmaktadır. Gelen haberlerin sayısı güncelliğe göre değişmektedir.

Agence France Presse'in gerek Elysée Sarayı'nda gerekse Senato'da büroları bulunmaktadır. Bu bürolar aracılığıyla ya da basın

sözcüleri aracılığıyla konuşmaların tam metni diğer ajanslara yollanmaktadır.

Uluslararası Haberler Servisi uluslararası hizmete açık bir servistir. Burada yapılan iş genel olarak Fransızca olan haberlerin toplanması ve dışarıya yollanmasıdır. Avrupa ülkelerinden gelen öneriler bir araya getirilerek müşterilere gönderilmektedir. Müşterilere bu teklifleri Uluslararası Haberler Masası'na yapmaktadır. Ajans yorum yapmamakta yalnızca olayları müşterilerine sunmaktadır.

Agence France Presse'in çeşitli bürolarından gelen haberler "Uluslararası Haberler Masası"na ulaştığında, bu haberler defalarca okunmakta, anlaşılabilir olup olmadığına bakılmaktadır. Yazım hataları düzeltilmektedir. Eğer önemli bir hata varsa, bu hata haberin geldiği kaynağa bildirilmektedir. Örneğin Türkiye'de seçimlerle ilgili bir hata varsa Ankara bürosuna bildirilmektedir.

Gelen haberlerin tümü 600 sözcük üzerinden yapılmaktadır. Gelen haber 600 sözcüğü biraz geçerse (630 sözcük) gibi, haber kesilmemektedir. Fakat 800 sözcük olursa kesilmektedir. Bu haberler Avrupa ülkelerindeki müşterilere aynı zamanda Fransız gazetelerine gönderilmektedir.

Günün sonuna gelindiğinde, gün içerisinde meydana gelen bütün gelişmeler bir araya getirilerek bir bütün oluşturulmakta ve haberin tamamı abonelere ulaştırılmaktadır. Haberlerin iletilmesinde öncelik sırası bulunmaktadır.

Haberlerin sunumunda "Le Monde en Bref" (Kısaca Dünya) adı verilen bir sistem vardır. Bu sistem uluslararası gündemin özetidir. Hafta içi günde üç kez, hafta sonu bir kez yayınlanmaktadır (04.00, 10.00, 15.00 GMT).

Gelen bilgiler bir ya da iki paragraf halinde önem sırasına göre sıralanmaktadır. En önemli haberler en başa gelmektedir. Spor haberleri türündeki haberler ise diğer haberleri izlemektedirler. Bu haberler* 1200 sözcüğü geçmemektedir.

2.6.2 Fransa Haberleri Masası

Burada yalnızca Fransa ile ilgili haberler yer almaktadır. Fransa'nın çeşitli bürolarından gelen haberler burada değerlendirilmektedir. Bu haberler okunup düzeltildikten sonra abonelere yollanmaktadır.

Yazı işleri müdürünün bütün haberleri okumasına olanak yoktur. Yalnızca o gün hangi konularda kaç haber yazılacağına karar vermekte ve önemli kararları almaktadır. Fakat bazen çok önemli haberleri okuduğu da olmaktadır. Haberlerde kullanılan dil çok sınırlı bir dildir. Edebi bir dil kullanmak Agence France Presse'in alışkanlığı arasında yer almamaktadır.

* Uluslararası haberlere örnek olarak Bkz Ek 5.

2.6.3 Ekonomi Haberleri Masası

1970'li yıllardan beri Agence France Presse çalışanlarında, Fransa'nın diğer OECD ülkelerine oranla ekonomi alanına geç kaldığı gibi bir endişe bulunmaktadır. Agence France Presse her zaman Fransız toplumunun aynası olmaya çabalamıştır.

Fransa'nın uluslararası alanda bütünleşmesi Agence France Presse için de önemli bir olgu yaratmıştır. Agence France Presse'in ekonomi haberlerine abone olan 250 müşterisi bulunmaktadır. Medyalar müşteri grubunun çok küçük bir azınlığını oluşturmaktadır.

"Müşteriler arasında şirketler, meslek örgütleri, bakanlıklar ve sektörde gelişmiş olan büyük kuruluşlar bulunmaktadır. Her birinin gereksinimi farklıdır. Ekonomi servisinin kuruluşu 1970'li yıllara rastlamaktadır. Bu alanda Amerikalılara oranla AFP'nin bir gecikmesi bulunmakla birlikte daha sonra işletme alanında memnunluk verici gelişmeler kaydedilmiştir." [45]

Değinilmesi gereken ikinci bir konu ise servisin nasıl çalıştığıdır. Bu servis aynı bir ajansın çalıştığı gibi çalışmaktadır. Bu demektir ki "input-output" sistemi görülmek isteniyorsa Paris masasına başvurulması gerekmektedir. Her şeyin bir masadan geçmesi ajansın en büyük geleneğidir. Masa, müşterilerin gereksinimlerine göre yürümektedir.

[45] AFP ECO Broşürü, AFP Yayınları, Paris 1999, s: 1.

"Medyalar ise Fransa haberlerini izlemeyi sürdürmektedirler. Durmaksızın yeniden yönlendirilmeye gidilmektedir. Masa, müşteriler düzeyinde onların gereksinimlerini yönetmekte ve dışa vurmaktadır. Ekonomi Haberleri Masası'nın Japonya'da ve Amerika'da çok uluslu müşterileri bulunmaktadır."[46] Bu müşteriler gereksinimlerini Tokyo'dan talep etmektedirler.

Örneğin Renault Brezilya'da bir fabrika açıyorsa bu durumda haberi ısmarlaması gerekmektedir. Bir haberi kontrol etme işlemi ajansın her yanında bulunabilmektedir. Bu bir örgütlenme geleneğidir. Ekonomi masasını farklı kılan kendilerine özgü yalnızca ekonomi haberleri veren bir şebekesi bulunmasıdır.

Bütün Akdeniz bölgelerini ilgilendiren bir haber oluğu zaman Fransa masası haberi almaktadır. Şirket sahiplerini ilgilendiren haber olduğunda Fransa Haberleri Masası (Desk France) kendi haberlerine bakmakta, Ekonomi Masası kendi haberlerine bakmaktadır. Fransa masası medya ile (gazeteler, radyo-televizyon) ilgilenmektedir.

Fransa Haberleri Masası ekonomi masasının kararlaştırdığı haberlere girebilmektedir. Taşrada çalışan bütün muhabirler ve Fransa dışında çalışan servisler buradan geçmek zorundadırlar. Haberlerin sentezi burada yapılmaktadır. Dünyanın dört bir yanından gelen ve farklı dilleri konuşan insanlar bulunmaktadır.

---

[46] Agy., s. 2.

30 yıldan bu yana birçok değişiklikler olmuştur. Gerilimli anlar yaşandığı kadar anlaşmaların yapıldığına da tanık olunmuştur. Ekonomi Masası'nın yabancı müşterileri bulunmaktadır. Ekonomi Masası medyalara hizmet vermektedir. Kendini ilgilendiren haberleri toplamakta ve abonelere yollamaktadır. Bu ajansın en eski etkinliğidir.

Ekonomi ile ilgili Hong-Kong'da İngilizce Haber Masası bulunmaktadır. Ayrıca, Lefkoşe ve Washington'da da haber masaları bulunmaktadır. Bu haber masaları merkezden uzaklaşmış ve bölgeselleşmiş haber masalarıdır.

Haberleri Paris'teki merkeze göndermektedirler. Ayrıca ekonomi masası için çalışan toplumsal masa da bulunmaktadır. Toplumsal haberlerin gerekliliğini geniş anlamda görmek gerekmektedir.

"Burada çalışan insanlar yalnızca ekonomi öğrenimi görmüş insanlar değildir. Ekonominin yanı sıra bir çok alanda eğitim görmüşlerdir." [47]

Bütün ekonomi ve finans haberleri anında mikro-bilgisayarlar üzerinde yer almaktadır. 1100 gazeteci, 2000, haber başına ücret alan gazeteci, her gün altı dilde bir milyonun üzerinde haber geçmektedirler. Bu 5000 sayfalık bir kitaba eşdeğerdedir.

[47] AFP Broşürü AFP Yayınları Şubat 1998, s: 3.

Bu hız ve güvenilirlik Agence France Presse'in her gün 800 haber geçmesine olarak tanımaktadır. Agence France Presse'in ekonomi haberleri masası 400 ekonomi, finans, sanayi ve toplumsal haber geçmektedirler.

Agence France Presse'in uydu aracılığı ile gelen haberler sistemli olarak denetlenmektedir. Agence France Presse ekonomi haberleri masası haberlerine girebilmek için bir Macintosh ya da bir PC ve uydu anten alıcısı gerekmektedir.

Ekonomiyle ilgili haberler arasında tarımla, otomotivle, bankalarla, borsayla, döviz kurlarıyla, dış ekonomiyle, Fransız ekonomisiyle, enerjiyle, çevreyle, donanımla, sanayiyle uluslararası örgütlenmelerle, hammaddelerle, medyayla, denizcilikle, altın borsasıyla, ulaşımla, turizmle, iletişimle, ilgili haberler yer almaktadır.

"Gelen bütün bu haberler, müşteriler tarafından belirlenen ölçütlere göre seçilmekte ve kendiliğinden basılmakta ya da depolanmaktadır. Depolanan bilgilere daha sonra yeniden giriş yapılmaktadır." [48]

İtalya'daki sigorta şirketleriyle ilgili haberler, Avrupa döviz borsalarıyla ilgili haberler, işten çıkarılanlarla ilgili haberler, Londra Borsası, İtalyan sanayisiyle ilgili haberler, Irak-Rusya petrol boru hattıyla ilgili haberler, İsviçre'deki saatçilik ve mücevhercilikle ilgili haberler, Japonya'daki ekonomi zirvesiyle ilgili haberler, Arjantin,

[48] Vous Devez Savoir, AFP Yayınları, Paris, 1999, s: 1-2.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Meksika, Peru, Venezuela, Brezilya gibi Latin Amerika ülkelerinin ekonomileriyle ilgili haberler ekonomi servisinin haber portföyünde yer alan haberlerden bazılarıdır.

"Ekonomi haberleri içinde yer alan bir diğer haber ise Paris Belediye Başkanı Jean Tiberi'nin temiz Paris için taksi şoförlerine çok görev düştüğü ve temiz yakıt kullanmaları konusunda onlara gerekli desteği sağlayacağı ile ilgili haberdir." [49]

Agence France Presse'in Ekonomi Haberleri Masası bünyesinde ayrıca AFP MAT adı altında bir bölüm bulunmaktadır. Bu bölüm Ekonomi Masası'nın hammaddelerle ilgili bölümüdür. Örneğin, buğday, mısır, arpa fiyatlarıyla ilgili haberler yer almaktadır. Madensel hammaddelerden çok tarımla ilgili hammaddelerin fiyatları yer almaktadır.

"Tarımda kullanılan hammaddelerle ilgili ABD'nin Chicago kentinde bir hammadde borsası bulunmaktadır. AFP'nin ekonomi haberleri masasına bağlı AFP MAT birimi tarımda kullanılan bu hammaddelerle ilgili bilgi aktaran bir servis durumundadır. Bu konuyla ilgili dünyanın dört bir yanındaki pazarları yakından izlemektedir."[50]

Ekonomi Haberleri Masasının diğer haber masalarından farkı, Ekonomi Haberleri Masası'nın arkasında haberleri düzeltecek bir merkezin bulunmayışıdır.

---

[49] Agy., s: 3-4.

[50] AFP Broşürü AFP Yayınları Ocak 1998 s: 6-7.

Eğer haberlerde bir yanlışlık olursa müşteriler de haberleri yanlış alırsa sorumluluk ekonomi haberleri masasına aittir. Bu masa haber kaynaklarının güvenilir olduğunu varsaymakta ve kaynaklar hakkında araştırma yapmamaktadır.

Bunun dışında Agence France Presse'in bir de finans hizmetleri bulunmaktadır. Bütün dünyadaki finansal etkinlikler, Agence France Presse'in farklı kanallarında çalışan uzman gazeteciler tarafından verilmektedir. Fransızca olan SEF-AFP, kanalı günde 105.000 sözcük halinde ve 23 farklı bölümde sunmaktadır. Finans kanalı ise piyasanın profesyonelleri içindir.

"AFP finans hattı Fransızca olarak finansla ilgili gündemi, döviz kurlarını, borsayı, doğrudan anında yayınlamaktadır. AFH-hammadde, dünya pazarı hakkındaki bütün haberleri geçmektedir. AFX hattının % 50'si AFP'nin % 50'si Financial Times Information'nındır. Bu hat ekonomi ve finans haberlerini İngilizce olarak anında geçmektedir." [51]

Borsa alanında ise, Paris Borsası'ndan sağlanan haberler ve aboneler tarafından belirlenen değerler yayınlanmaktadır. Bu şemalar Fransa'da borsa konularında uzman bir ajans olan "Mavi Kota" ajansı tarafından sağlanmaktadır.

[51] AFP Global News, AFP Yayınları, Paris, 1999, s:1-2.

2.6.4 Spor Haberleri

Agence France Presse, spor gündemini altı dilde yayınlamaktadır. Sporun yanında tamamlayıcı ürünler de tasarlamaktadır. Fransızca olarak yayınladığı haberler 25.000 kelimeyi bulmaktadır. Yayınladığı haberler arasında ulusal ve uluslararası karşılaşmalar, bütün spor etkinlikleri, federasyon açıklamaları, dopingle ilgili haberler, spor ekonomisiyle ilgili haberler. spor yaşamıyla ilgili haberler yer almaktadır.

Agence France Presse internet üzerindeki bir hizmet birimi sayesinde 1998 Dünya Futbol Kupası'nda ses getiren bir başarı kazanmıştır. Agence France Presse doğrudan spor sistemiyle, bütün spor haberlerini Fransızca olarak incelemek olasıdır. Bunun için modeme bağlı bir bilgisayar yeterlidir.

"AFP ayrıca minitel üzerinden de spor haberlerini ve karşılaşmalarının sonuçlarını anında yayınlamaktadır. Bu hizmetin ücreti dakikası 2.23 FF'dır. AFP spor servisi 30 farklı alanda isteğe göre günde 300 ajans haberi geçmektedir. AFP'nin spor haberleri Fransızca ve İngilizce olarak iki dilde mikro-bilgisayarlarda günde 24 saat kullanıma sunulmaktadır. Bu haberlere nereden olursa olsun ulaşılabilmektedir." [52]

Spor dallarından hangisine öncelik veriliyorsa Agence France Presse tercihe göre ilgili spor dalına ilişkin ajans haberlerini

[52] Global News, AFP yayınları, Paris, Nisan 1999, s:1.

abonelerine göndermektedir. Bu bilgiler, abonelere anında ya da istedikleri zaman ulaşmaktadır.

1995 yılından beri Agence France Presse'in dünya spor gündemiyle ilgili olan haberlerini AFP Direct sistemi yardımıyla incelenmesine olanak tanınmaktadır. *"Yalnızca bir anahtar kelime kesin bir tarih ya da saat girerek AFP DIRECT yardımıyla arşivlediği bütün haberlerin içinden abonenin istediği haber ya da haberleri alıp isteyen aboneye aktarmaktadır. AFP DIRECT sistemi sayesinde bu bilgilere bir modem, bir mikro-bilgisayar bir PC ya da Macintosh ile ulaşılabilmektedir."* [53]

1993 yılının Nisan ayında spor servisi Orta Doğu'daki müşteriler için Arapça spor haberleri vermeye başlamıştır. Agence France Presse, Arapça spor haberleri yayınlayan tek ajanstır. Günde 50 kadar ajans haberinden oluşan yelpazesiyle Arapça konuşan ülkelere seslenmektedir.

Bölgedeki gazeteler gereksinimlerinin % 90'ını bu yolla karşılamaktadırlar. Lefkoşe'de bulunan Arapça haber masası, 1988 yılından beri haberleri işleyerek günde 150-200 genel haber yayınlamaktadır.

Bazı haberler özel olarak gönderilen muhabirler tarafından verilmektedir. Bu, 15-31 Ağustos 1999 tarihleri arasında Ürdün'ün başkenti Amman'da gerçekleşen Arap Oyunları için ve 15 –29

[53] Agy., s:2.

Ağustos tarihleri arasında İspanya'nın Sevilla kentindeki Dünya Atletizm Şampiyonası için uygulanmıştır.

Spor Haberleri ekibi dışarıdan Fransızca olarak gelen haberleri ve bölgesel haberleri Fransızca ve Arapça olarak yayınlamaktadır. Agence France Presse futbolda çok iyi bir yer tutmaktadır. Aynı zamanda atletizm, yüzme, tenis ve basketbolda da iyidir.

Aynı önem uluslararası gösterilere ve Arap etkinliklerine de verilmektedir. Büroda çalışan 5 gazeteci bulunmaktadır. 4'ü Dubai bürosuna bağlıdır. 1'i Kahire bürosuna bağlıdır. Parça başına ücret alan gazeteciler ise 10 adettir. Bunların 9'u Körfez'de, 1'i Kudüs'tedir.

Arapça spor servisi, günde 40 ile 100 haber üretmektedir. Bugün 3'ü bölge dışında olmak üzere 50 abonesi bulunmaktadır. Her spor olayında, Lefkoşe, abone olmayan medyalara "Özel haber metni hizmeti" vermektedir.

Bu hizmet, spor olaylarından 7-10 gün önce başlamaktadır. Bu tür denemelerden sonra Agence France Presse sürekli aboneler elde etmektedir. Fotoğraf için de aynı yöntem izlenmektedir. Müşterilerin Arapça elektronik posta yoluyla da abone olma olasılıkları bulunmaktadır.

"Ürdün'de yapılacak olan Arap oyunları için ve sonra da Sydney'deki Olimpiyat Oyunları için gelecek 2000 yılından itibaren

AFP medyalara Arapça olarak internet üzerinden spor haberleri satmaya çalışacaktır. Spor ekipleri gelecek aylarda Arapça spor haberleri için veri bankaları oluşturmaktadırlar."[54]

Agence France Presse, Orta Doğu Bölgesi 15 ülkeden oluşmaktadır. Suudi Arabistan, Bahreyn, Kıbrıs, Mısır, Birleşik Arap Emirlikleri, Irak, İran, İsrail, Kuveyt, Lübnan, Sudan, Suriye, Yemen. Bürolar ise Beyrut, Dubai, Kahire, Kudüs, Tahran'da bulunmaktadır. Bu bürolarda çalışan gazetecilerin sayısı ise şu şekildedir:

"130 sürekli gazeteci
68 gazeteci
11 foto muhabiri
13 teknisyen
2 ticari işlerle görevli personel
73 haber başına ücret alan gazeteci" [55]

Agence France Presse, ayrıca at yarışı haberlerinde de çok güçlüdür. Yılda 365 gün PMU ile ortaklaşa olarak at yarışlarının sonuçlarını anında yayınlamaktadır. At yarışlarını yayınlamak çok teknik bir konudur. Gerek Fransa içinden gerekse Fransa dışından bir çok müşteriye seslenmektedir. Bunun dışında, Agence France Presse'in yayın şebekesi üzerindeki çok sayıda muhabir tarafından sağlanmakta ve bütün dünya ülkelerine hizmet götürülmektedir.

---

[54] AFP Com Antenne, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1999, s: 20.

[55] Agy., s:21.

2.6.5 Bilim-Kültür-Sanat Haberleri

Her gün, uluslararası olaylar, sanat, şov, spor, bilim, politika, ekonomi, edebiyat, müzik, sinema, televizyon, radyo, tıp konularıyla ilgili her gün ortalama 10.000 sözcükten oluşan ajans haberi geçmektedir.

Ayrıca abonelere magazin haberleri ve flaş haberler yaratan hizmet birimleri bulunmaktadır. Bu haberlerin özelliği, hızlı, güçlü ve tarafsız olmasıdır. Bu ajans haberleri, Fransızca, İngilizce, İspanyolca, Almanca, Portekizce olarak yayınlanmaktadır. Bu haberler elektronik posta yoluyla da dağıtılmaktadır.

Agence France Presse, bilimle ilgili haber bültenleri yayınlamaktadır. Bunun dışında bilimle ilgili fotoğraf ve grafik de yapmaktadır. Bilimle ilgili altı konu başlığı bulunmaktadır.

"***-Araştırma Örgütlenmesi ve Politikası:*** *Araştırmanın işletmesi, işbirliği anlaşmaları, teknik ve bilimsel konular yer almaktadır.*

-Fiziksel Bilimler ve Sistemler: *Uçak mühendisliği, astronomi, kimya, iklim bilimi, enerji, uzay, coğrafya, bilgi-işlem, elektronik, matematik, meteoroloji, nükleer, okyanus bilim, fizik, kutup bölgeleri türünde konulara yer verilmektedir.*

-Hayat Bilimleri: *Biyoloji, botanik, ekoloji, çevre, tıp, zooloji haberleri yer almaktadır.*

- ***Beşeri Bilimler:*** *Antropoloji, arkeoloji, kültür, nüfus bilimi, etnoloji, müzecilik.ile ilgili haberler yer almaktadır.*

- ***Teknik Bilimler:*** *Dünya çapındaki yeni teknolojik gelişmelerle ilgili haberlere yer verilmektedir."* [56]

Kültür haberleri ise Fransızca olarak ve değişik konularda günde 50 haberlik bir oranla yayınlanmaktadır. Bu haberlerde, sinema, tiyatro, edebiyat, yeni çıkan kitaplar, müzik (rock, jazz, opera) dans, çeşitlemeler, kitap fiyatları, yayın evlerinin etkinleri, radyo ve televizyon programları gibi konulara yer verilmektedir.

2.7 Fotoğraf Hizmetleri

Günümüzde, Agence France Presse, eğer üç büyük ajansın arasındaki konumunu koruyabiliyorsa bunu 1985 yılında gerçekleştirdiği telefoto hizmetine borçludur. Agence France Presse'in kuruluşundan beri fotoğraf hizmeti bulunmaktadır. Ancak bu hizmet daha çok Fransız müşterilere yöneliktir.

Daha sonraki dönemlerde fotoğrafın Fransa içine dağıtımı çağdaşlaştırılmıştır. 1985 yılından itibaren dijital sistemi geliştirilerek uluslararası alanda fotoğraf dağıtımının öncülerinden biri olmuştur.

Agence France Presse'in görüntü hizmetleri veren birimlerine günde 24 saat ulaşılabilmektedir. Basındaki editörlere ve internet

[56] AFP Science, AFP Yayınları, 1999, s. 1.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

abonelerine sürekli fotoğraf sağlanmaktadır. 250.000 fotoğraf bulunan bir arşivin yanı sıra günde 500 belge eklenmektedir.

Agence France Presse'in uluslararası fotoğraf servisinde 450 röportajcı, foto muhabiri, editörler ve diğer çalışanlar, üretip işledikleri binlerce fotoğrafı, her gün bütün dünyaya aktarmaktadırlar. Agence France Presse, her bölgedeki müşterilerin gereksinimlerine günde 24 saat yanıt vermektedir. Güncel fotoğrafların sayısı günde 600'dür.

Agence France Presse ayrıca gerek Fransa'ya gerekse Fransa dışına sipariş üzerine fotoğraf yollamaktadır. *"AFP'nin fotoğraf arşivinde, 1930'lu yıllardan günümüze 7.000.000 fotoğraf bulunmaktadır."* [57]

Agence France Presse'in fotoğraf hizmetleri, diğer haber ajanslarının fotoğraf hizmetleriyle aynıdır. Fotoğraf miktarı genellikle günlük gazeteler içindir. Bazı fotoğraflar ise haftalık ve günlük gazeteler için kullanılmaktadır.

Bu fotoğraflar AP ve Reuter tarafından da beslenmektedir. Fotoğrafların kapsama alanı, Washington, Paris, Hong Kong bölgeleri tarafından yapılmaktadır. Foto muhabirleri, kendi bölgelerinin kapsamı alanı içine giren yerlerden sorumludurlar. Fotoğraf üretimi, Paris'e doğru gelmektedir.

---

[57] AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Şubat 1998, s: 8.

Fotoğrafların aktarımı uydu aracılığıyla yapılmaktadır. Uyduyla aktarım sistemi, fotoğraf, haber metni ve grafikle haber metni için geçerlidir. Müşteriler yalnızca fotoğrafı alabilmektedirler.

Bazı bölgelerdeki gazeteler İngilizce metin yerine Fransızca resim altı girilmiş fotoğraf da alabilmektedirler. Bazıları da Fransızca haber metniyle birlikte, Fransızca alt yazılı fotoğraf istemektedir. Daha sonraları bu sistem geliştirilmiş ve bir arada toplanmıştır. Örneğin Hint Okyanusu ve Asya Spor Oyunları yapıldığında, fotoğraf ve metinler hatla gönderilmektedir çünkü uydu sistemi fazla gelişmiş değildir. Fotoğraflar geleneksel yöntemlerle dağıtılmaktadır.

Şimdilerde, fotoğraflar, PC ve Macintosh üzerinde çalışılmaktadır. Spor sayfası, haber metinlerinin ayırımı, yapılmaktadır. Fotoğraf ürünleri, müşterilerin istem ve ilgilerine göre değerlendirilmektedir.

Örneğin Tayland fotoğrafları Arianne füzesi aracılığıyla yayınlanmaktadır. Tayland gazeteleri, Agence France Presse'in Bangkok bürosundan fotoğraf isteminde bulunmaktadır. Eğer istenilen fotoğraf birden fazlaysa, Agence France Presse, bu isteği Paris'e iletmektedir. Bu fotoğraflar telefotoyla yalnızca istemi yapan Tayland gazetelerine gönderilmektedir.

Sözgelimi, bir Japon müşteri, açık arttırmaya konulan bir Van Gogh tablosuyla ilgili haber istediğinde, fotoğraf istenmemiş bile olsa haberle birlikte Agence France Presse'in Hong Kong

bürosuna yollanmaktadır. Hong Kong da onu Tokyo'ya yollamaktadır.

Olaylara giden foto muhabirleri motorsiklet kullanmaktadır. Örneğin 8 gün süren Roland Garros Tenis Turnuvası'nın haberlerine eldeki olanaklarla ulaşılmaktadır. İnsanlar bu yerlere en çabuk biçimde gitmektedirler. Spor olaylarının yapıldığı yerde ya da statta büro kurulmakta ve karşılaşmalar yerinden izlenmektedir.

Taşradan gelen foto muhabirleri için de aynı şey söz konusudur. Beklenmedik olayların fotoğrafları Paris'e gönderilmekte ve burada karar verilmektedir. Üretimin az olduğu ya da hiç olmadığı günlerde en az ilginç olanı vermek gerekmektedir.

Teknik olanağı fazla olmayan foto muhabirleri yerinde çalışmaktadırlar. Fotoğraflar cep telefonlarıyla yollanmaktadır. Bu tür fotoğraflar merkeze geldiğinde üzerlerinde yeniden çalışılmakta, seçilmekte, ayrılmakta ve resim altları yazılmakta, kadrajları ve renk ayarları yapılmaktadır. Agence France Presse'de 250 adet foto muhabiri çalışmaktadır. Merkezde 13 foto muhabiri bulunmaktadır.

Foto muhabirleri olaya giderken kendi motosikletlerini ya da Agence France Presse tarafından kendilerine sağlanan motosikletleri kullanmaktadırlar. Fotoğraf servisi önceleri Paris'te yer almış sonra tüm Fransa'yı kapsamıştır. 1985 yılında ise uluslararası olmuştur.

Agence France Presse'in fotoğraf servisiyle Fransa'da bulunan ünlü fotoğraf ajansı SIPA arasında farklılıklar

bulunmaktadır. Fakat çalışma sistemleri giderek birbirlerininkine yaklaşmaktadır. SIPA'nın muhabirlerinden gelen fotoğraflar uzun sürede Paris'e ulaşmaktadır.

Ticari taktik olarak SIPA'nın amacı satılacak çok farklı fotoğraf elde etmektir. Her gazeteye farklı fotoğraflar yollamaktadır. Fotoğrafi elde etme süresi çok yavaş olduğundan fotoğraflar gereken çabuklukta gelmemekte ve olayların günlük gazetelerde görüntülenmesi gecikmektedir.

SIPA, ticari amaç gütmekte ve farklı kişilere çok farklı özgün fotoğraf satmaktadır. Agence France Presse ise fotoğrafları herkesin aynı günde kullanabilmesi için arşivlemektedir. Aynı fotoğraf SIPA tarafından, Express, Le Point, Paris Match gibi dergilere satılmaktadır. Bu dergiler olaydan birkaç gün sonra çıkmakta ve her biri olayı farklı biçimde görüntülemektedir. SIPA ticari amaç gütmekte Agence France Presse ise, herkes için büyük bir alanı kapsamaktadır.

SIPA fotoğrafi çok iyi kaliteden vermekte Agence France Presse ise orta kaliteden çalışmaktadır. SIPA ve Agence France Presse rekabet yapmamaktadır. Çünkü aynı gazetelere hizmet vermemektedir. SIPA'nın amacı en iyi fotoğrafi yapmaktır. Agence France Pressenin ise çok iyi bir alım ve dağıtım tekniği bulunmaktadır. Agence France Presse'in arşivi film şeklindedir. Agence France Presse'in fotoğrafları ekran üzerinde görmek gibi bir sistemi bulunmaktadır. Fotoğrafi, metni, grafikle haberi almaktadır.

Herkes gereken soruları sorarak gereksinim duyduklarını istemektedir. Bu işlem çok hızlı olarak yapılmaktadır. Genellikle günlük üretimin tamamı yollanmaktadır. Her müşteriyle ilgilenen bir haber masası bulunmaktadır. Fransa'ya gelen her fotoğraf Fransa içine yollanmamaktadır.

Arşivdeki fotoğraflar için internetten Agence France Presse sitesine girmek gerekmektedir. Her müşteri kendisine verilen giriş kodunu kullanarak istediği fotoğrafa ulaşabilmektedir. Gelecekte fotoğrafı almasa da giriş kodu olacaktır. Bunun için önce uyduya çıkmakta sonra normal sisteme dönmektedir.

Arşivlerde çalışanlar eldeki fotoğrafları tek tek numaralandırmaktadırlar. Günlük gazeteler için fotoğraflar bilgisayarlarla yapılmaktadır. Eğer 15 yıllık bir fotoğraf isteniyorsa tarayıcı (scanner) üzerinden taranmaktadır. Çok eski fotoğraflar tarayıcıdan geçmezse sayısı girilememektedir.

Fotoğraf konusunda uluslararası komisyonun sorumluluğu büyüktür. Bu ölçütlere bütün dünya uymak zorundadır. Bütün fotoğraf üreticileri ve foto muhabirleri bu kurala uymak zorundadırlar.

Agence France Presse'in foto muhabirleri maaşla çalışan kişilerdir. SIPA'da ise çekilen fotoğrafın kaç kez kullanıldığı ile orantılı olarak gerek SIPA'nın gerekse çalışanların alacağı para değişmektedir. 3000 kez kullanılmış filmle 3 kez kullanılmış filmin ücreti aynı değildir.

Agence France Presse'deki foto muhabirleri maaşlı oldukları için her zaman aynı ücreti almaktadırlar. SIPA fotoğrafı müşterilerine gönderirken kaç kez kullanıldığına bakmaktadır. Agence France Presse ise fotoğrafın kaç kez kullanıldığına bakmadan belirlenen fiyat üzerinden abonelere göndermektedir.

Agence France Presse ayrıca bütün dünya gündemini, günde 50-60 fotoğraf gibi bir rakamla uydu aracılığıyla yollamaktadır. Photoplus adı verilen bir sistemle, 7'si renkli olmak üzere günde 15 fotoğraf müşterilere yollanmaktadır. Ayrıca günde 10 kadar renkli siyah-beyaz karışık magazin fotoğrafları gönderilmektedir.

Agence France Presse özel olaylarla ilgili (Moda, Olimpiyat Oyunları, Paris-Dakar Rallisi, Dünya Kupası, Cannes Film Festivali, Papa'nın Ziyareti) 50'nin üzerinde diapozitif yayınlamaktadır.

Agence France Presse, uluslararası bir fotoğraf hizmeti vermektedir. Yılda 70.000 fotoğraf yayımlamaktadır. Arşivinde ise 7.000.000 fotoğraf bulunmaktadır. Sayısal olarak fotoğraf aktarımı yapan tek ajanstır. Dünya gündemiyle ilgili renkli ve siyah beyaz olmak üzere 250 fotoğraf yayınlamaktadır. Dünya gündemi ayrıca grafik ve haritalarla da uydu şebekeleriyle dünyanın her yanına dağılmaktadır.

"Dağıtılan bu belgeler, Fransızca, İngilizce, Almanca, İspanyolca olarak dağıtılmaktadır. Videolar aracılığıyla Fransızca haberler her 10 dakikada bir tam olarak verilmektedir. İşitsel hizmet olarak da bağımsız yerel

radyolara yönelik canlı müzik programları yayınlanmaktadır. İşitsel hizmet birimi aynı zamanda Fransız medya kuruluşlarına AFP muhabirleri aracılığıyla sesli haberler sunmaktadır." [58]

Agence France Presse'in fotoğraf hizmetlerinde kullandığı önemli sistemlerden birisi de Image Forum sistemidir. Bu sistem ajans müşterilerine arşivin tamamını ya da bir bölümünü sağlayan bir vitrindir.

Image Forum, internet aracılığıyla müşterilere Agence France Presse'in uluslararası fotoğraf servisine günde 24 saat girme olanağı tanımaktadır. Image Forum, Agence France Presse'in arşivlerine ait olan dünyanın dört bir yanında çekilmiş fotoğraflara anında giriş yapılmasına olanak tanıyan bir sistemdir.

Image Forum yoluyla günde 150.000 fotoğraf abonelerin kullanımına sunulmaktadır. Bu sayıya her gün 500 kadar belge eklenmektedir.

Image Forum günlük gazetelerde çalışan bütün görüntü profesyonellerine, magazin ve televizyon gazetecilerine, Web sitelerine, elektronik gazetelere hitap etmektedir. Gezegende meydana gelen bütün olaylarla ilgili bol miktarda görüntü içermektedir.

---

[58] Agence France Presse Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Mayıs 1999, s: 11.

Image Forum sistemi fotoğrafların en hızlı ve en kolay biçimde gönderilme yoludur. Agence France Presse'nin bu sistemine bağlanmak isteyen bütün abonelere, Image Forum'a kolaylıkla ulaşmalarını sağlayan bir giriş kodu verilmektedir. Aboneler bu giriş kodu sayesinde internet üzerinden Image Forum'a kolaylıkla girebilmektedirler.

1999 yılının başında Agence France Presse'in fotoğrafları internet ile girilebilir duruma gelmiştir. Bu bilgisayar herkese açık değildir. Bu fotoğrafları kullanabilmek için aylık ya da kullanılacak parça başına ücret ödemek gerekmektedir. Grafikler için de aynı durum söz konusudur. Image Forum sistemi iki veri üzerine oturmuştur. Birincisi on günlük haberleri kapsamaktadır. İkincisi ise arşivden çıkan fotoğraflar ile ilgilidir.

Veri bankaları İngilizce ve Fransızca olarak alt yazılandırılmış fotoğraflar içermektedir. Konular AFP tarafından belirlenen dosyalarda bulunmaktadır. Bu konular bölgelere göre de düzenlenmiş olabilirler. Image Forum aynı zamanda bir yada birden fazla görüntü elde etme ve onları diğer kullanıcılardan saklama olanağını vermektedir. Bu durumu abonelikle belirlemek mümkündür. Bu durum aynı zamanda fotoğraf bankalarına girişe sınırlama getirme olanağı tanımaktadır.

"Bu işlev AFP'ye bir tür koruma ve müşterileri gereksinim duymadıkları konularla boğmama olanağı tanımaktadır. Bilgisayar bütün fotoğraf alışverişinin izlerini taşımakta ve bölgesel müşterilere giriş ve müşterileri faturalandırma işini yönetme

olanağını tanımaktadır. Bütün bu sistemlerin işletilmesinde kullanılan bilgisayarlar PC'dir ve Windows işletim sistemiyle çalışmaktadır."[59]

2.8 Grafikle Haber Hizmetleri

Grafikle haber servisinin görevi, yazılı basına görsel haber sağlamaktır. Agence France Presse'de haber metinlerini daha görülebilir bir duruma getirmek temel ilkedir.

Bu serviste her zaman rakam tabanı üzerinde çalışılmaktadır. Bu hizmet biriminin işi görüntülerle öykü anlatmak ve haberleri rakamlarla vermektir. Müşteriler haberleri İngilizce, Fransızca, Almanca, İspanyolca olmak üzere dört dilde almaktadırlar. Asya kıtası ile ilgilenen küçük bir merkez bulunmaktadır. Fransızca hizmet Belçika ve Kanada'nın Fransızca konuşan müşterilerine yöneliktir.

Grafikle haber daha açıklayıcı olmaktadır. Grafik demek görüntüyle haberin birleşmesi demektir. Görüntünün her zaman bir gücü olmalıdır. Yazılı basında haberi açıklamanın iki biçimi vardır: Fotoğraf ve grafikle haber. Fotoğraf bazen ilginç öğeler ortaya koymamaktadır. Bu durumda haber metni aynı belge üzerinde görüntüye çevrilmektedir. Grafik değişik şekiller olan küçük bir çizimdir. Grafikle haber yapabilmek için çizim yapmayı bilen gazetecilere gereksinim duyulmaktadır.

---

[59] AFP COM Antenne Magazine, AFP Yayınları, Aralık 1998, s: 18.

Her gün haber metninin sentezine eşdeğerde görüntü oluşturulmaktadır. Bu, Agence France Presse'in tekniğidir. Televizyonda verilen haberlerin grafiği yapılmamaktadır. Grafikle haber Türk gazetelerine de yollanmaktadır.

Haberlerde genellikle Agence France Presse logosu kullanılmaktadır. Avrupa gazeteleri AFP logosunu % 80 oranında kullanmaktadır. Bazen kaldırmaktadırlar. Çin gazeteleri AFP logosunu Çince kullanmaktadır.

Bu serviste haber işlenmemektedir. Grafik, tasarım konularına ritim kazandırılmasına olanak tanımaktadır. Olayları televizyonda gösterir gibi göstermektedir. Örneğin bir Apache helikopterinin nasıl kullanıldığı grafikle anlatılabilmektedir ya da bir bombardıman olduğunda televizyon görüntüleri net olmadığından, olayı grafikle anlatmak daha pratik olmaktadır. Konular seçilmekte ve grafik üzerinde çalışılmaktadır.

Çizim yapmasını bilenler aynı zamanda haber aktarmasını da bilmek zorundadırlar. Görsel bir sonuç elde etmek için ekip halinde çalışılmaktadır. Burada çalışanların çoğu Güzel Sanatlar Akademisi mezunlarıdır. Bunun yanı sıra haberle de ilgilenmeleri gerekmektedir. Eğer haberle ilgilenmezlerse çizim etkisiz kalmaktadır.

Agence France Presse'in grafikle haber servisinde sabah gazete okumadan gelen grafiker çalışamaz. Burada çalışan grafikerlerin gazeteleri karıştırmış olması gerekmektedir. Haberleri nasıl işleyecekleri konusunda düşünce üretebilmelidirler.

Her gün abonelere gün içinde sağlanacak belli başlı notlar yollanmaktadır. Almanca ve İngilizce tahminler verilmektedir. Konular genellikle İngilizce, Fransızca, Almanca olarak verilmektedir. Öğlende ilk tahminler ve işlenen konular verilmektedir. Akşam, gün içindeki çeşitli haberler verilmektedir. Haberler her an geliştirilmektedir.

Bir örnek vermek gerekirse, saat 19.00'da önemli bir haber varsa bu haber verilmektedir. Grafik bitmişse gündeme en yakın grafik yeniden yapılmaktadır. Grafikle haber, her büroda yapılmamaktadır. Paris, Bonn ve Hong Kong olmak üzere üç büroda hazırlanmaktadır.

Bütün İngilizce konuşan ülkelerin gazetelerine ve Türkçe Gazetelere de yollanmaktadır. Anadolu Ajansı'na yollanmamaktadır. Anadolu Ajansı, Agence France Presse'in grafikle haber servisine abone değildir. Grafikle haber için işbirliği anlaşması bulunmamaktadır.

Burada çalışanlar aynı gazeteciler gibi araştırma yaparak çalışmaktadırlar. Yalnız sonunda yazı yazmak yerine grafik çizmektedirler.

Çizimler yapılmadan önce bürolardan çizimi yapılacak olan yerin planı alınmaktadır. Her gün bu tür çalışmalar yapılmaktadır. Bazen dış bürolar aranmakta ve rakamlar istenmektedir.

Çizimler, Macintosh ya da PC üzerinde yapılmaktadır. Logiciel (yazılım aracı) ve Excel kullanılmaktadır. Daha sonra logiciel'in (yazılım aracı) Freehand çizim programına başvurulmaktadır. Bu serviste haberler aranmakta bulunmakta ve biçimlendirilmektedir. Burada yapılan çalışma makale yazıp sonra onu şekillendirmek gibidir.

Agence France Presse grafik servisinin dünya çapında üç yüz abonesi bulunmaktadır. Agence France Presse'in kendisi de bu hizmete abonedir.

Uydu fotoğrafi gibi kendine özgü ürünler grafiklendirip Agence France Presse uydusundan müşterilere yollanmaktadır. Müşteriler kendilerinde bulunan anten sayesinde doğrudan bilgisayara girebilmekte ve yeniden çevirisini yapabilmektedirler. Agence France Presse grafik servisi dört dilde çalışmaktadır. Gazeteler kendileri için en uygun dili seçip çevirisini yapmaktadırlar.

Gazeteler, Agence France Presse'e abonelik ücreti olarak aylık 1000 dolar ödemektedirler. Agence France Presse grafikleri sistemli olarak göndermektedir. Aboneler ise işlerine geleni almaktadırlar. Agence France Presse grafik alanında, renkli ve siyah-beyaz olmak üzere günde 6-12 arası grafik yayınlamaktadır.

"Bu işlem AFP'nin bütün gazeteleri ile koordineli olarak pazardan cumaya İngilizce, Fransızca, Almanca, ve İspanyolca olarak yapılmaktadır. AFP çok büyük olayları, ara haberlerle vermek durumundadır. AFP'nin grafik sanatçıları ve editörleri

Paris, Bonn ve Hong Kong'da bulunmaktadır. Müşteriler bu grafikleri, günde üç kez almaktadırlar. Grafikler, müşteriler tarafından alınmakta ve gerekirse kendi dillerine çevrilmektedir."[60]

Agence France Presse'in grafikle haber servisi, dünya gündemini anında çizilmektedir. Politika, diplomasi, ekonomi, spor, bilim, tıp, alanında grafikle haber vermektedir. *"Ayrıca Olimpiyat Oyunları, Dünya Kupası, Seçimler, gibi olayların ayrı bir kapsamı alanı bulunmaktadır. Grafikle haber servisi de AFP'nin diğer servisleri gibi bölgelere göre hizmet vermektedir. Bu hizmeti basının gereksinimlerine göre ayarlamaktadır. Bu hizmet uydu aracılığıyla verilmektedir."*[61]

Gündemde olan ve grafiklendirilen haberler, 5 kıtaya gerek bilgisayarlar gerekse uydu aracılığıyla, yayınlanmaktadır. Graphique Web sistemi yalnızca internet siteleri kullanıcıları için tasarlanmıştır. Böylece bütün dünya gündemi anında grafiklerle belirlenmektedir.

2.9 Uluslararası Teknoloji Satışları Bölümü

Bu servis mühendislerle teknisyenler arasında bağ kurmak için oluşturulmuştur. Agence France Presse mühendisleri, gazeteciler ve yazı işleri çalışanları için DELTA adı verilen ve 6-7 yıldır çok iyi işleyen bir sistem geliştirmişlerdir. Bu sistem bütün Avrupa ülkelerinde kullanılmaktadır.

---

[60] AFP Graphics News Service, AFP yayınları, Paris, 1999 s:1-2.

[61] AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris,Ocak 1999, s: 1.

DELTA sistemi Agence France Presse tarafından yaratılan bir logiciel (yazılım aracı)* dir. Bu, Ajans haberlerinin alınması için gerekli, dünya çapında bir yazım sistemidir. Abonelerine bu sistem, Agence France Presse tarafından gönderilmektedir.

Bu sistemin satışı Agence France Presse'in yaygınlaşması ve gelişimi açısından son derece önemlidir. Bu nedenle, Ajans'ın teknik servisi bu konu üzerinde özenle çalışmaktadır. Servisin özel müşterileri bulunmaktadır. Bu servis, Fransızca'nın yanı sıra, İngilizce, Arapça, İspanyolca, İtalyanca, Portekizce ve Almanca olarak da hizmet vermektedir.

Satış sırasında ajanslara hangi sistemi kullandıkları sorulmaktadır. Teknik servis çalışanlarından bir randevu alınmakta ve müşteri ziyaret edilmektedir. Müşteriler ile, şimdi kullandıkları sistem ile gelecekte kullanacakları sistem üzerine görüşmeler yapılmaktadır.

"AFP'nin bu hizmet birimi, öneriler yapmakta ve fiyat üzerinde tartışılmaktadır. Logiciel, Hardware, Software üzerinde tartışılmaktadır. Yapılan iş budur. Anlaşma, sözleşme sistemi ile çalışılmaktadır. Bu işin önemli bir parçasıdır. İş sistemin kurulmasıyla başlamaktadır. Daha sonra müşteriler ile satış sonrası hizmet anlaşmaları yapılmaktadır. Yazı işleri müdürü ile de anlaşılabilmektedir. Bu servis için önemli olan, müşterilerin

* Logiciel (yazılım aracı) ajans haberlerini elinde tutmakta, konularına göre ayırmakta ve abonelere isteme göre göndermektedir.

gereksinimlerini dinlemek ve ajans için bir şeyler yaratabilmektir."[62]

Agence France Presse'in bu servisi Bloomberg adı verilen bir finansal şirketle işbirliği yapmaktadır. Müşterileri, genellikle Orta Doğu, Tunus Haber Ajansı'dır. Avrupa'da da müşterileri bulunmaktadır. Polonya, Romanya, Çekoslovakya, Portekiz, İspanya bu müşterilerden bazılarıdır.

Ayrıca Image Forum adı verilen bir sistem kurulmuştur. Bu sistemde yer alan mültimedya "server" sayesinde, yalnızca fotoğraf isteyen müşteriler belirlenmektedir.

DELTA sistemi, haber metinleri için, Image Forum ise internette fotoğraf aktarımı için geliştirilmiş sistemlerdir. Bu sistemlerin her ikisi de ticari sistemlerdir ve bunları alabilmek için özel aletlere gerekmemektedir.

Agence France Presse, Reuter ve Associated Press (AP)'den sonra dünyada üçüncü ajans olduğu ileri sürülse de aslında teknik olanaklar bakımından ilk sırada yer almaktadır. Bununla birlikte AP ve Reuter ajanslarının kendilerine özgü geliştirdikleri sistemleri bulunmaktadır.

Bloomberg sistemi finansal bir sistemdir. Aynı adı taşıyan televizyon kanalları Agence France Presse ile ortaklığa girmiştir. Bunlara aynı zamanda Canal Plus de ortaktır.

---

[62] AFP COM, AFP Yayınları, 1999, s: 14.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Bunların dışında, teknolojik hizmetler birimi ticaretle de uğraşmaktadır. Müşterileri genellikle yazlı basın, ve diğer haber ajanslarıdır. Agence France Presse mühendisleri tarafından geliştirilen, bu sistemler teknolojinin kurulması, işletilmesi bakımı gibi hizmetleri de içermektedir.

"Bu teknolojinin kapsadığı alanlar şunlardır: Görüntünün alınması, fotoğrafların işlenmesi ve yayınlanmasıdır. Bu işler, Mac, PC Desk, Image Forum, Impoint II, Amis'de yapılmaktadır. Metinle ilgili olarak ise Yazı sistemlerinin alınması, işlenmesi ve yayınlanmasında kullanılan sistemler Phase III, Delta, Igor, AFP Micro Réseau (AFP Mikro-Şebeke), AFP Micro İnternet. Uziletişim ve şebeke olarak da uydu bağlantıları, uydu istasyonları, geçici şeritler, uzmanlaşmış bağlantılar bulunmaktadır." [63]

2.10 Multimedia Hizmetleri

Agence France Presse'in bu hizmet birimi de ajansın müşterisidir. Mültimedya üzerinden yeniden dağıtım yapmaktadır. France-Télécom tarafından geliştirilen Minitel adlı sistem gerek Fransa'da gerekse Fransa dışında başarı sağlayan bir sistemdir.

Bu sistem, telefon şebekeleri aracılığıyla teleteks ürünlerine ulaşmayı ve çabuk dağıtım yapmayı sağlamaktadır. Abonelikten daha pahalı olan bu sistem Agence France Presse'in haberlerine giriş olanağı sağlamaktadır. Çok sayıda insan bu sistemi almaktadır. Logiciel (yazılım aracı) yardımı ile isteme göre haberleri seçme

[63] AFP COM, AFP Yayınları, Paris, Şubat 1999, s: 16.

olasılığı bulunmaktadır. Örneğin Logiciel (yazılım aracı) yardımı ile yalnızca Türkiye'yi ilgilendiren bir haber seçilebilmektedir.

Agence France Presse'in İngilizce, Fransızca bütün haberleri isteyen her kuruluşa, şirkete ya da medyaya gönderilebilmektedir. İsteme göre tüm haberleri almak yerine yalnızca ilgi duyulan haberler de alınabilmektedir. Örneğin Türkiye'nin ekonomisi ile ilgili haberleri almak ve ona göre ücret ödemek olasıdır.

"Örneğin Güney Amerika ilgili haberler Avrupalıları ilgilendirmemekte bunun için bu haberler gönderilmemektedir." [64]

Bu hizmete internet üzerinden de ulaşılabilmektedir. Örneğin Türkiye'nin ekonomisi ile ilgili bir internet sitesi açıldığında buraya yalnızca ekonomi haberleri gelmektedir. Logiciel (yazılım aracı) haberi alınca onu Web sayfasına dönüştürmekte ve aboneye yollamaktadır. Haberler birbiri ardına gelmektedirler.

"En önemli haber üçüncü sıraya geldiğinde diğer ikisini geriye itmektedir. Buna kronolojik sistem denmektedir. Küçük bir haber gelse bile diğerlerini devre dışı bırakmaktadır. Sistemin sorunu budur." [65]

Bu serviste çalışan gazeteciler haberi okuyup yeniden yazmakta ve önem derecesine göre sıralamaktadırlar. Bu durum dışarıdan gelen haberler için de aynıdır.

---

[64] AFP COM Antenne AFP Yayınları Nisan 1999 s:12.

[65] AFP COM, AFP Yayınları, Paris, Mart 1999, s: 7-8.

Bu serviste Agence France Presse'in internet sitesi de tasarlanmaktadır. Ajans'ın bütün haberleri internet sitesinde yer almaktadır.

Agence France Presse'in mültimedya servisine abone olan internet siteleri de bulunmaktadır. Örneğin doktorlar için ayrı bir internet sitesine yer verilmiştir. Burada doktorlara yönelik yayınlar yapılmakta, yenilikler duyurulmaktadır. Mültimedya servisi doktorlara yalnızca tıp ile ilgili gündemi vermektedir. Tıp hakkındaki kendilerine internetten gönderilen tüm haberler otomatik olarak yapılmaktadır.

Dünyanın dört bir yanından gelen haberler bu serviste dilimlenmektedir. *"Örneğin futbolla ilgilenenlere futbol haberleri, tenisle ilgilenenlere tenis haberleri yollanmaktadır. Bu servis bir haber masası değildir ve haber üretmemektedir. Haberleri almakta ve onları sıralamaktadır. Gelen haberlerin düzeltilmesini de yapmamaktadır. Gelen haberlerin düzeltilmiş ve gönderilmeye hazır durumda olduğunu varsaymaktadır."* [66]

Burada çalışan gazeteciler internet üzerinde Fransızca gazete de yayınlamaktadır. Bu gazetede çeşitli konular bulunmaktadır.

Bu servis haberi aramamaktadır, üretim servisi değildir. Örneğin Uluslararası Haberler Masası bir haber gönderdiğinde haber buradan geçmemektedir. Uluslararası Haberler Masası, Spor Haberleri Masası, Fransa Haberleri Masası çalışanlar haberleri

[66] Agy., s: 10.

gerçekleştirerek bu servisin denetimi altındaki hat üzerinden abonelere yollamaktadırlar. Türkiye, haberleri İngilizce olarak almaktadır.

Multimedya servisinde ise haberler alınmakta ve isteme göre seçim yapılmaktadır. Müşteri* haberi bu servisten istemektedir. *"Minitel sistemi sayesinde AFP'nin her türlü genel haberlerine yılda 365 gün, günde 24 saat abone olmaksızın doğrudan girebilmektedir. Bu genel haberler kapsamına borsa haberleri, spor haberleri, at yarışı, ekonomi ve finans ile ilgili haberler, hammadde ile ilgili haberler, seçimle ilgili haberler girmektedir."* [67]

Haberlerin aktarımında coğrafi konum, yüzölçümü, nüfus, başkent, dil, din, tarih, siyasal kurumlar, ekonomi, silahlı kuvvetler gibi unsurlar göz önüne alınarak sınıflandırma yapılmaktadır.

Aktarılan haberlerin içinde bakanlıklarla birlikte hükümetlerin listesi, bilim, kültür, spor alanlarında önemli kişilerin yaşam öyküleri, uluslararası anlaşmalar, sözleşmeler, politikacıların duyuruları, uluslararası zirvelerin önemli noktaları yer almaktadır.

---

* Bu hizmetin ücreti şöyledir:

A T yarışı ile ilgili haberler: 3615/3623 AFP (2,23 F/mn)

Ekonomi ve finans haberleri yabancı borsalar, portföy yönetimleri : 3615 AFP Bourse (2,23 F/mn)

Her türlü spor haberleri : 3615 AFP Sport (2,23 F/mn),

Hammadde ile ilgili haberler (tahıllar, yağlı ürünler, kahve, kakao, şeker, demirsiz metaller, dövizler) : 3617/3623 AFP Mat (5,57 F/mn).

[67] Agy., s: 13.

Güncel olaylar tarih sırasına göre sıralanmaktadır. Ayrıca konulara göre dosyalama işlemi de yapılmaktadır. Sentezler, bilançolar, dünya gündemini oluşturan önemli olayların analizleri önem derecesine göre dosyalanmaktadır.

2.11 Uluslararası Satışlar Birimi

Uluslararası satışlarda önemli olan, kullanıcıların haberi kullanma hakkını mı yoksa yeniden üretim hakkını mı elde etmek istedikleridir. Yani haberi alan müşterinin, haberi kendi içlerinde mi kullandığı yoksa yeniden üretip dışarı mı sattığı önemlidir.

Eğer telif hakkı istenmiyorsa, haber yalnızca içeride kullanılacaksa, yani haberi Agence France Presse hakkında araştırma yapan bir üniversiteli, bir elçilik, bir şirket istiyorsa ücret duruma göre değişiklik göstermektedir. Bu durum şirketin önemine göre değişmektedir. Şirket, 20 ortaklıysa ücret farklı, 100 ortaklıysa ücret farklıdır. Ortak sayısına göre tarife yükselmektedir.

Bir örnek verilecek olursa, bir Büyükelçiliğe gönderilen haberin aylık ücreti 5000 FF'dır. Eğer aynı haberi bir gazete hem içeride hem dışarıda kullanmak istiyorsa ayda 100.000 FF ödemek zorundadırlar.

Medya alanında ise, durum medyanın önem derecesine göre değişmektedir. Ücret, yayının günlük, haftalık, aylık olmasına göre ya da sektör yayının olup olmamasına göre belirlenmektedir. Her kategoriye ayrı tarife uygulanmaktadır. Örneğin 50.000 tirajlı bir

günlük gazetenin ödeyeceği ücret 500.000 FF'a kadar çıkabilmektedir.

Radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarında, tiraj söz konusu değildir. Televizyon kanallarında yayınlanan programların izlenme ve radyo programlarının da dinlenme oranları çok önemlidir. Radyo istasyonları ve televizyon kanalları için tarife 5000 FF ile 100.000 FF arasında değişmektedir.

Eğer abone olmak isteyen, bir dış ajans ise tarife yükselmektedir. Ajanslar, Fransız medyasından daha yüksek ücret ödemektedirler. Bu ücret ülkeye ve ajansın önemine göre değişmektedir. Bu konudaki en önemli ülkelerden birisi de Japonya'dır. Çünkü bu ülkede gazetecilik oldukça gelişmiştir ve Japon basınının gazetecilik etkinlikleri çok önemlidir. Agence France Presse'in, Jiji Press Ajansıyla bir anlaşması bulunmaktadır.

Aslında abonelik işlemlerinin nasıl gerçekleştiği sorusuna yanıt vermek oldukça güçtür. Ayrıca Agence France Presse, mültimedya sistemi sayesinde haberlerin incelenmesi de yapılmaktadır. Bu durum medya için ayrı bir hacim durumundadır.

Bu durum yazılı basın için de aynıdır. Örneğin Agence France Presse'in bilgilendirme servisinde, spor haberleri yer almaktadır. Spor haberlerine çok yer ayıran bir gazete abone olmak istediğinde diğer gazeteden daha fazla ücret ödemektedir.

Ekonomi gazeteleri için de durum aynıdır. Bütün gazetelerin bir ekonomi bölümü bulunmaktadır. Eğer gazete yalnızca ekonomi gazetesi ise ücret daha yüksek olmaktadır. Bu durum aylık ve haftalık yayınlar için de geçerlidir. Bunun düzenlenmesi için birçok parametre bulunmaktadır. Abonelik ücretlerinin dağılımı şu biçimdedir:

% 12'si Fransız medyası

% 22'si dış ülkelerden

% 48'si Çeşitli Bakanlıklardan, elçilikler, konsolosluklar, valilikler.

Böylece % 82 gibi bir orana ulaşılmaktadır. Geriye kalan % 18 ise farklı hizmet sektörlerinden ve kaynaklardan gelmektedir.

Aboneliğin gerçekleşmesindeki en önemli koşullardan birisi bölgeselliğe uymaktır. Dış bürolarda görev yapan müdürler ticari işlerle de ilgilenmektedirler. Bu durum grafikle haber ve fotoğraf bölümleri için de geçerlidir. Yalnızca fotoğraflara ya da yalnızca haber metinlerine abone olan müşteriler bulunmaktadır.

2.12 Agence France Presse'inTelevizyon Programları ve Bloomberg Televizyonu

Bu birim, Fransa'daki ve Fransa dışındaki televizyon kanallarına hizmet götürmektedir. Bütün bu programlar Agence Intermode adı verilen bir birim tarafından hazırlanmakta ve Agence France Presse tarafından uydu aracılığıyla yayınlanmaktadır.

Agence France Presse'in hizmet verdiği 51 Avrupa televizyon kanalı bulunmaktadır. Fransa'daki televizyon kanallarının çoğu Agence France Presse ile çalışmaktadır. Agence France Presse aynı zamanda kablolu yayının bulunduğu illerde abonelerin gereksinimlerine yanıt vermektedir.

Program şemaları her çarşamba, bir sonraki cumartesiden başlayan haftaya göre yapılmaktadır. Her gün yapılan değişiklikler ve ertesi günün programları abonelere duyurulmaktadır.

Amerikan Bloomberg Ajansı, AFP ile ortaklığa girerek bir televizyon yayını gerçekleştirmektedirler. Bu televizyon kanalı uydu ve kablolu yayın aracılığıyla kesintisiz genel haber yayını gerçekleştirmektedir.

Bu televizyon kanalı, 30 dakikalık zaman dilimini Agence France Presse'in anında yayınladığı acil haberlere ayırmaktadır. Bloomberg kanalında ayrıca ulusal ve uluslararası televizyon gazetesi, ekonomi gazetesi, finans piyasaları, magazin sayfaları, röportajlar, günde 24 saat yayınlanmaktadır.

2.13 AFP'nin Bugünkü Durumu

Günümüzde, Agence France Presse, dünya çapında bir ajans olma konumunu korumaktadır. Güncelliğin her alanında geniş muhabir ağı sayesinde etkin bir biçimde varlığını sürdürmekte ve eksiksiz bir bilgilendirme yelpazesi sunmaktadır.

Agence France Presse'de çalışanlardan 1200'ü gazeteci, 200'ü foto muhabiridir. Bunun dışında, yazdığı haber başına ücret alan, beş kıta üzerine dağılmış 2000 muhabiri bulunmaktadır. Agence France Presse, dünyada meydana gelen bütün olayları anında abonelerine geçmektedir.

Agence France Presse, günde 24 saat, yılda 365 gün iki milyon sözcüğü altı dilde yayınlamaktadır. Haberlerini yayınlamada kullandığı diller, Fransızca, İngilizce, Almanca, İspanyolca, Arapça, Portekizce'dir.

"AFP aynı zamanda Asya Kıtası'nda da haberciliğin lideri durumundadır. Arapça yayın yapan ilk haber ajansıdır. Agence France Presse'in Afrika Kıtası'ndaki varlığı da çok güçlüdür. AFP haberlerinin en önemli özellikleri, hızı, gücü ve güvenilirliğidir." [68]

Agence France Presse'in teknik açıdan bugünkü durumu şöyledir:

"- Modeme bağlanmış mikro-bilgisayar üzerinden, AFP, günde 24 saat Fransızca olarak hizmet vermektedir. Müşterilerinin gündemi anında izlemesine olanak tanımaktadır.

- AFP, 1995 yılının Ocak ayından beri, bütün ürünlerine ulaşılmasına olanak tanıyan teknikler geliştirmiştir.

[68] AFP Global News AFP Yayınları Paris Nisan 1999 s:1

- Müşteriler, çok ölçütlü araştırma gereçleri yardımıyla bu bilgi yığınından her an yararlanmaktadırlar.

- AFP'de her gün 1000'in üzerinde Fransızca habere doğrudan ulaşılabilmeketdir. Dünya gündemini oluşturan bu haberler, sekiz bölüm olarak sınıflandırılmıştır. Bu bölümlerin kapsamına, politika, uluslararası haberler, spor haberleri, ekonomi haberleri, finans haberleri, sanat ve kültür haberleri girmektedir.

- Araştırma yapılmak istendiğinde, bu araştırma tarihe, saate, güne, anahtar kelimeye ya da bölüme göre yapılmaktadır.

- AFP'ye müşterilerin doğrudan bağlanabilmeleri için bin modem ve mikro-bilgisayar birleşimi yeterli olmaktadır.

- AFP'ye doğrudan girişi korumak amacıyla giriş kodu kullanılmaktadır. Bu yazılımlar gerek Macintosh gerekse PC için uygundur."[69]

Agence France Presse aynı zamanda Fransa'daki WEB siteleri üzerindeki varlığını da sürdürmektedir. Fransa'da editörlerin yaptığı anlaşmalar çoğalmaktadır. İnternet gazetesi de ayrı bir hizmettir. 12 ayrı konu başlığı ve fotoğraf galerileri bulunmaktadır.

Haberler multimedya masası tarafından sınıflandırılmış ve sıralanmıştır. Fotoğraflar haber metnine bağlıdır. Her ikisi de WEB'e

[69] AFP Global News, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1998, s: 2.

uyum sağlamaktadır. Ajans haberleri ve görüntüler sürekli yenilenmektedir. Birinci sayfa en önemli haberleri toplamaktadır.

"Agence France Presse'in en önemli ürünlerinden biri olan İnternet gazetesi şirketleri anında bilgilendirilmektedir. WEB sitelerinin diğer aktörleri ise "Araştırma motoru" adı verilen YAHOO ve NOMADE'dır. Bu sistem elektronik posta (e-mail) yoluyla AFP müşterilerine ilgi alanlarına göre, gazetecilerin denetimi altında haber sunmaktadır. WEB sitelerinde kişiye özel konular kendiliğinden beslenmektedir."[70]

YAHOO web sitesi üzerinde, AFP haberlerinin incelenmesi 1998 yılının ikinci yarısında Reuter ve Associated Press'in bu alandaki varlıklarına karşı artmıştır. Fotoğraf hizmeti için Agence France Presse, fotoğraf veri bankalarına girişi sağlayan Image Forum adı verilen ve hızlı fotoğraf üretimi sağlayan bir sistem geliştirmiştir.

"Bunun dışında, AFP'nin grafikle haber servisi de WEB'e yönelik sadeleştirilmiş grafikler gerçekleştirmeye başlamıştır. WEB sayfaları, 1998 yılından başlayarak büyük bir ilerleme kaydetmiştir. Bu konuyla ilgili olarak Fransa'da 40'ın üzerinde sözleşme imzalanmıştır."[71]

---

[70] AFP Com Antenne, AFP Yayınları, Paris, 1999, s:10.

[71] Agy., s: 11.

3. ANADOLU AJANSI

Ülkemizde haber ajansı denince hiç kuşkusuz akla ilk gelen Anadolu Ajansı'dır. Cumhuriyetimizden de yaşlı bir kurum olan Anadolu Ajansı (A.A.), 1920-1923 yılları arasındaki dönemde ulusal kurtuluşta ve yeni Türk Devleti'nin alt yapısının hazırlanmasında oldukça önemli bir görev üstlenmiştir. Anadolu Ajansı'nın tarihçesine geçmeden önce Osmanlı Dönemi'nde kurulmuş bazı haber ajanslarından söz etmek gerekmektedir.

3.1 Anadolu Ajansı'nın Tarihçesi

II. Abdülhamit'in istibdat döneminde, Türk gazeteleri yabancı ülkelerde özel muhabir bulundurabilecek durumda değildiler. Yalnızca eğitim için dışarıya giden bazı aydınlar gazetelerle anlaşarak onlara sürekli olarak yazı ve mektup göndermişlerdir. Böylece her ünlü gazetenin dışarıda bir muhabiri bulunmuştur.

Örneğin Ali Kemal ve Dr. Adnan Adıvar Paris'ten "İkdam" gazetesine yazmışlar, Zekeriya Sertel de Amerika'dan mektuplar göndermiştir. Gazetecilerin bir olayı izlemek için dışarıya gönderilmeleri olağan değildir. Ama herhangi bir nedenle dışarıya giden gazeteciler buralarda meydana gelen olayları geniş yazı konusu yapmışlardır.

Büyük İstanbul gazetelerinin genellikle İstanbul'daki ajans bürolarıyla anlaşmaları vardır. Dış haberlerle ilgili bültenleri de bu ajanslardan alınmaktadırlar.

1854 yılında İstanbul birden bire yabancı basının ilgisini çeken bir konuma gelmiştir. Bunun nedeni o dönemde Kırım Savaşı'nın başlamış olmasıdır. Kırım Savaşı'na Fransızlar da katılmışlardır. İstanbul Kırım yolu üzerinde olduğundan gemiler Kırım'a gitmek için İstanbul'dan geçmek zorunda kalmışlardır. O yıllarda ajansçılık yeni başlamıştır. Havas Ajansı kurulalı yalnızca 19 yıl olmuştur. 1854 yılında Havas İstanbul'a ilk muhabirlerini yollamıştır.

"İngiliz Reuter Ajansı da İstanbul'un önemini anlamakta gecikmemişti. İstanbul'u Hindistan yolu üzerinde gören Reuter Ajansı da İstanbul'a özel bir muhabir yollamıştı. Bu muhabir öyle iyi çalışmıştır ki 1866 yılında hükümet telgraf haberlerinde Reuter'e öncelik tanıdığını açıklamıştı." [72]

20. yüzyılın başlarında Osmanlı'da bir ulusal ajans kurma eğilimi ortaya çıkmıştır. Salih Gürcü'nün kurduğu Osmanlı Telgraf Ajansı'na yarı resmi bir nitelik kazandırmıştır.

Ancak, Osmanlı Devleti Almanya'ya yakın bir politika izlerken devletin dış politikasına aykırı tutumundan dolayı Fransız yanlısı Salih Gürcü'nün ajansla ilişiği kesilmiştir. Osmanlı Telgraf Ajansı daha sonra fazla bir varlık gösterememiştir.

Bu dönemde kurulan bir başka Osmanlı Ajansı olan Osmanlı Milli Telgraf Ajansı Alman haber servislerinden alınan bültenleri

[72] TOPUZ Hıfzı, Türk Basın Tarihi, Gerçek Yayınları, İstanbul, 1996, s: 55.

yayınlamıştır. 1. Dünya Savaşı sonunda Almanların yenilgisi üzerine kapatılmıştır.

"Osmanlı Telgraf Ajansı'nın kapatılmasından sonra Mondros Mütarekesi'nin ardından Damat Ferit Hükümeti arasında varılan anlaşma gereğince 1914-1918 yılları arasında, Türkiye Havas Reuter adında bir ajans kurularak yabancılara haber ayrıcalığı verilmiştir."[73]

Yenilgiden sonra İstanbul'a yerleşen yabancılar Türkiye'de kendi haberlerini yayacak bir ajans kurmaya kalkmışlardır. Türkiye Havas-Reuter Ajansı 1920 yılının Nisan ayında bu amaçla kurulmuştur. Anadolu Ajansı kurulduktan sonra ise Türkiye-Havas-Reuter ajansına yapacak iş kalmamıştır. Havas ve Reuter Ajansları yalnızca mali ve ekonomik bülten yayınlamakla yetinmişlerdir.

"1922 yılında Osmanlı Telgraf Ajansı yeniden canlandırılmaya çalışılmış ve Havas-Reuter ile anlaşma imzalanmıştır. 3 Ekim 1923 tarihinde bütün yetkiler Anadolu Ajansı'nda toplanmıştır. Böylece Havas-Reuter'in Türkiye'deki etkinliği de sona ermiştir." [74]

Milli Mücadele sırasında Kuvay-i Milliye hareketinin düşünce eylemlerini dünyaya duyurmak amacıyla Gazi Mustafa

---

[73] KOLOĞLU Orhan, Havas-Reuter'den Anadolu Ajansı'na, ÇGD Yayınları, Ankara, 1994, s: 18-20,

[74] TOPUZ Hıfzı, agy., s: 69.

Kemal Paşa'nın da Türkiye-Havas-Reuter Ajansı'ndan yararlandığı dönemler olmuştur.

Ancak bu ajans yabancı kaynaklı olduğundan, bu kuruluşa karşı her zaman dikkatli olunmuştur. *"Nutuk'ta yer alan, Saltanat Şurası'nın Türkiye'nin büyük devletlerinden birinin himayesine girmekten yana olduğu yolundaki Türkiye-Havas-Reuter'in haberi ile ilgili değerlendirmesi, Atatürk'ün bu ajansa olan güvensizliğini ortaya koymaktadır."*[75]

Anadolu Ajansı (A.A.) Kurtuluş Savaşı'nın zor günlerinde, Anadolu'daki gelişmeleri ülke içine ve dışına duyurmak amacıyla 6 Nisan 1920 tarihinde kurulmuş olan bir haber örgütüdür.

"Anadolu Ajansı'nın başlıca iki amacı vardır: Ulusal birliği engellemek amacıyla yapılan iç ve dış kışkırtmalara karşı önlem almak; Kurtuluş Savaşı ile ilgili karar ve bilgileri halka duyurmak."[76]

Anadolu Ajansı'nın kurulması Türkiye'de iletişimin gelişmesi açısından önemli bir yer tutmaktadır. Uzun yıllar boyunca pek çok yayın örgütünün tek haber kaynağı olmuştur.

Ülkedeki gelişmeleri izleyen, duyuran, kitle iletişim araçlarını tümü, kent dışında ya da yurt dışında muhabir bulunduramayacakları

---

[75] ATATÜRK M. Kemal, Nutuk, Kültür Bakanlığı Yayınları, C.I, 3.b., Ankara 1989 s:33.

[76] GİRGİN Atilla, Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi, İstanbul, 1997, s: 31.

için Anadolu Ajansı yurt dışında olup biteni, özel sözleşmelerle, uluslararası haber ajanslarından çevirip aktarmıştır.

"Mustafa Kemal, Anadolu Ajansı'nın haber iletimi konusuyla yakından ilgiliydi. Anadolu'da örgütlenmeye çalışan ulusal direniş hareketi konusunda yapılan çalışmaların duyurulması, bunların katkı ve desteğin sağlanması için ajansın kurulması gerekli görülmüştür."[77]

Anadolu Ajansı'nın (A.A) kuruluş amacı Anadolu'da yürütülen ulusal hareketle ilgili olarak ülke içinde ve dışında Ankara yönetiminin haberlerini yaymaktır. *"Böyle bir çabayı Osmanlı Dönemindeki gibi yabancı yayın organlarına bırakılması söz konusu değildir."*[78]

Anadolu Ajansı'nın kuruluşu, Kurtuluş Savaşı sırasında Yunus Nadi ile Halide Edip'in çalışmaları sonucu gerçekleşmiştir. 31 Mart 1920 tarihinde Halide Edip ve Yunus Nadi buluştuklarında, Halide Edip Yunus Nadi'ye bir ajans örgütünün kurulması ve bu yolla haberlerin iç ve dış dünyaya ulaştırılmasını önermiştir.

Anadolu Ajansı Türk Anonim Şirketi'nin kurucuları arasında şu isimler yer almaktadır: *"Ahmet Ağaoğlu, Mahmut Soydan, Yakup Kadri Karaosmanoğlu, Ruşen Eşref Ünaydın, Falih Rıfkı Atay, Tevfik Koperler, Hikmet Bayur, Alaaddin Bey (ilk Genel Müdür),*

[77] ALEMDAR Korkmaz, İletişim ve Tarih, İmge Kitabevi, Ankara , s: 58.

[78] Agy., s: 60.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Hidayet Akımsar (İstanbul Temsilcisi), Enver Nurettin (Edirne Temsilcisi), Kemalettin Kamu (Baş yazar)." [79]

Halide Edip ajansın adı konusunda öneriler yapmıştır. "Türk Ajansı", "Ankara Ajansı", "Anadolu Ajansı" isimlerini önermiştir. Bu isimler arasından, Yunus Nadi, Anadolu Ajansı isminin seçmiştir.

Daha sonra Halide Edip ve Yunus Nadi Anadolu Ajansı düşüncesini Mustafa Kemal'e açmışlar ve Anadolu Ajansı'nın kurulması konusunda anlaştıklarını bildirmişlerdir. Ajans haberlerinin, telgrafhanesi olan her yere ulaşabileceğini, olmayan yerlerde de camilere ilan biçiminde asılmasını önermişlerdir.

Ayrıca dünyanın ne düşündüğünü anlamak için İngilizce ve Fransızca gazetelerinin önde gelenlerinin getirilmesinin de yararlı olacağını dile getirmişlerdir.

Anadolu Ajansı, Türk kamuoyunu yanlış yollara sürükleyecek, ulusal birliği tehlikeye düşürecek iç ve dış yayınlara karşı ulusu uyarmak, ulusal kurtuluşu sağlayacak karar ve hareketleri, Büyük Millet Meclisi'nin kararlarını günü gününe halka ulaştırmak suretiyle hükümetle halk arasındaki bağlantıyı kurmakla görevlendirilmiştir.

"6 Nisan 1920 tarihinde Anadolu Ajansı kurulduktan sonra, ajansın işlerini yürütmekle görevlendirilen Yunus Nadi, bu kurumu

[79] BENGİ Hilmi, Türkiye'de Haber Ajanscılığı ve Anadolu Ajansı, Ankara, 1998, s:

örgütlenmesi ve dış dünya ile ilişkilerini sağlamak amacıyla hemen çalışmalara başlamıştır."[80]

Anadolu Ajansı (A.A) kurtulduktan sonra hemen çalışmaya başlamıştır. 13 Nisan 1920 tarihinden başlayarak iç ve dış dünya haberlerini "Anadolu Ajansı Tebligatı" başlığı altında yayınlamıştır.

Anadolu Ajansı'nın halka duyurduğu ilk bildiriyi 6 Nisan 1920 tarihinde yayınlamıştır* .

Ajans kurulduğu yıllarda ancak bir kişi tarafından yönetilmiştir. Ajansın ne ülke içinde ne de ülke dışında muhabirleri bulunmamıştır.

Kuruluşu sırasında Anadolu Ajansı'nın belli başlı iki amacı bulunmaktaydı. *"Bunlardan birincisi ulusal birliği tehlikeye düşürecek kışkırtmalara karşı önlem almak, ikincisi ise Kurtuluş Savaşı ve eylemleriyle ilgili haberleri halka duyurmaktır."* [81]

Anadolu Ajansı kurulmadan önce, Ulusal Kurtuluş Savaşı konusundaki haberlerin Anadolu'ya ulaşması konusunda yoğun bir istek bulunmuştur.

"İnebolu'lu gençler, 4 Nisan 1919 tarihinde haberleri zamanında öğrenebilmek amacıyla Mustafa Kemal Atatürk'e bir

---

[80] ÖZKAYA Yücel, Atatürk Araştırmaları Merkezi Dergisi, Ankara, Mart 1985 s: 591.

* Bkz. Ek 2.

[81] TOPUZ Hıfzı, agy., s: 78.

yazı yazmışlardı. Mustafa Kemal Atatürk ise 20 Nisan 1920 tarihinde verdiği yanıtta, Anadolu'nun gereksinim duyduğu haberlerin artık Anadolu Ajansı tarafından sağlandığını, bu haberlerin köylere kadar yayılmasını gençlerden rica etmişti. Böylece Anadolu Ajansı haberlerinin ülkenin en uzak köşelerine kadar ulaşabilmesinin sağlanması hedeflenmekteydi." [82]

Anadolu Ajansı ulusal bağımsızlık mücadelesi ortamında kamuoyunu yanlış yollara sürükleyecek, ulusal birliği tehlikeye düşürecek iç ve dış yayınlara karşı milleti uyarmış, ulusal kurtuluşu sağlayacak karar ve hareketleri, Büyük Millet Meclisi'nin kararlarını, günü gününe halka ulaştırarak hükümet ile halk arasındaki bağlantıyı en iyi biçimde kurmaya çalışmıştır.

Büyük Millet Meclisi'nin kuruluşu, Meclis ve hükümet etkinlikleri, Mustafa Kemal'in Başkomutan oluşu, Kurtuluş Savaşı cephelerinden haberler, Büyük Taarruz, seferin iç ve dış kamuoyundaki yankıları, Cumhuriyetin ilanı, Gazi Mustafa Kemal Paşa'nın ilk Cumhurbaşkanı, İsmet Paşa'nın Türkiye Cumhuriyeti'ne ilk Başbakan oluşu, arka arkaya yapılan devrimler, Anadolu Ajansı tarafından geniş kitlelere duyurulmuştur.

Yeni Türk Alfabesi'nin yerleşmesinde de Anadolu Ajansı'nın önemli katkısı olmuştur. Yeni alfabenin 1929 yılı başından itibaren kullanılması kararı alınırken Anadolu Ajansı bu tarihten önce kendini Latin harflerini kullanmaya hazırlamıştır.

---

[82] ÖZKAYA Yücel, Atatürk Araştırmaları Merkezi Dergisi, Ankara, Mart 1985 s: 594.

Anadolu Ajansı İdare Meclisi 17 Eylül 1928 tarihli toplantıda şu kararı almıştır: *"Anadolu Ajansı tarafından neşredilmekte olan siyasi bültenlerin ba'dema yeni Türk harfleriyle intişarı takarrur etmiş ve idareye tebliğ edilmiştir, biçimindeki kararıyla bu doğrultuda ilk adım atılmış ve bu amaçla ajansa iki adet yazı makinesi satın alınmıştır."* [83]

Anadolu Ajansı resmen kurulduktan sonra, dağıtılan ilk bültenler Heyet-i Temsiliye Reisliği'nin mesajları olmuştur. Daha sonra merkez ve taşra örgütleri oluşturulmaya başlanmıştır. Yunus Nadi ve Halide Edip'ten sonra Hamdullah Suphi de Anadolu Ajansı'na destek vermiştir.

Aşamalı olarak 10 kişilik personel ve bir teksir makinesi biraraya getirilmiştir. O dönemde, bültenleri dizip matbaada basarak bol sayıda yaymak olanağı bulunmamaktadır. Çünkü Ankara'da yalnızca iki makine yer almaktadır: Bunlardan birincisi Vilayetinki ikincisi ise Meclisinkidir.

Ajans bültenleri şapiograf adı verilen teksir makineleriyle çoğaltılmakta bazen de altına kopya kağıdı konulup elle yazılmaktadır. Bu kopyalar telgrafhaneye gönderilmektedir. Matbaaları işletebilmek için mekanizmalar oluşturulmak gerekmiştir. Bunun için de o dönemde bir demiryolu memurundan yardım istenmiştir.

[83] BENGİ Hilmi, agy., 1998.

Gazeteci kadrolarını oluşturmak da kolay olmamıştır. Ankara'da bültenler elle yazılıp şehrin birkaç köşesindeki kara tahtalara asılmıştır. Halk haberleri buradan öğrenmeye başlamıştır.

Bugünkü Meteoroloji Genel Müdürlüğü'nün bulunduğu yerde Erkanı Harbiye Umumiye Reisliği'nden at sırtında haber getirilmiştir.

O dönemlerde Hakimiyet-i Milliye haftada iki ya da üç kez çıkmaktadır. Bazen de makinesinin eksikliği nedeniyle aksamaktadır. Ajans çok önemli olaylarda doğrudan halka satılmak üzere en son haberleri içeren bültenler çıkarmaktadır.

"Öte yandan, o günlerdeki Ajans çalışanlarından Nizamettin Nazif, hepsi asker olan dağıtıcıların dilleri dönmediğinden dolayı "ecenis, ecenis" diye bağırarak halka bülten sattığını anlatmaktaydı." [84]

Anadolu Ajansı'nın 1943-1965 yılları arasını kapsayan ikinci dönemi ise hem gelişme hem de istikrarsızlık dönemi olarak nitelendirilebilmektedir. Anadolu Ajansı her ne kadar sınırlı ve yetersiz görülürse görülsün geçmişe oranla bir gelişme süreci içinde bulunmuştur. O dönemde Ajans gerek dünyaya gerek Türkiye'ye daha fazla haber iletmeye çalışmaktadır.

"İstikrarsız olarak nitelendirilmesinin nedeni ise sürekli olarak bir yönetim sorunuyla karşılaştığı anlamda

[84] 6 Nisan 1996 tarihli Anadolu Ajansı Bülteni 3977 no'lu haber.

değildir. Türkiye'nin içinde bulunduğu politik çalkantılar, iktidar değişiklerinin yarattığı ortam A.A için önemli sorunlar oluşturmuştur. Bu iktidar değişiklikleri ajansın üzerinde politik etkiyi arttırmıştır. Ajans yönetimindeki istikrarsızlık genel politik ortamın bir sonucudur." [85]

Anadolu Ajansı 1965-1980 yılları arasındaki dönemde, ülkemizin yakın tarihinde meydana gelen olaylarla iç içe girmiştir. Bu dönemde yetersizliklere karşılaşmış ancak gelişimini sürdürmeye çalışmıştır.

Bunun yanı sıra artan siyasi bunalımlardan dolayı ülkenin içinde meydana gelen istikrarsızlık Anadolu Ajansı'nı da olumsuz yönde etkilemiştir. Bu dönemde de Anadolu Ajansı çeşitli baskılara maruz kalmıştır.

"A.A.'nın yönetimi 1965 yılından sonra önceki yıllara göre güçleştiği görülmüştür. A.A. hükümet değişiklikleri hızlandıkça, yerleşmiş bir tarafsız bir habercilik anlayışı olmadığı için de güçlüklerle karşılaşılmıştır. Siyasal istikrarsızlığın egemen olduğu dönemlerde ajans için güçlükler yaratmıştır." [86]

Günümüzde Anadolu Ajansı gerek örgütlenmesi gerekse yabancı ajans ve ajans birlikleri ile olan ilişkileri göz önünde tutulduğunda, özerk bir yapısı bulunan objektif habercilik kuralları

---

[85] KOLOĞLU Orhan Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın İletişim Yayınları İstanbul 1992 , s:40.

[86] ALEMDAR Korkmaz, Agy, s:112.

ile çalışan "Ulusal" ama uluslararası nitelik taşıyan bir haber ajansı durumundadır.

Anadolu Ajansı artık yalnızca haber vermemekte, habere ek olarak fotoğraf, veri tabloları, röportaj, hazır sayfa, çağrı mesajları geçebilmektedir.

Anadolu Ajansı, yerel ve ulusal düzeyde etkin olabildiği gibi uluslararası düzeyde de etkili olabilmektedir. Anadolu Ajansı ürünlerini belirli bir ücret karşılığında abonelerine iletmektedirler.

Anadolu Ajansı haberlerini bir ücret karşılığında abonelerine ulaştırırken çoğu kez kazanç amacı gütmemektedir. Doğrudan ya da dolaylı olarak devletten destek görmektedir.

Anadolu Ajansı'nın en önemli müşterisi kuşkusuz yazılı ve görsel-işitsel basın kuruluşlarıdır. Basın ve yayın kuruluşları, ticari kuruluşlar, finans kesimi ve özellikle de borsa için haber büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla Anadolu Ajansı'nın aboneleri arasında özel kuruluşlar, kamu kuruluşları, hatta kişiler de bulunabilmektedir.

"Anadolu Ajansı gerek ulusal ajanslarla gerekse yabancı ajanslarla karşılıklı haber alış verişine dayalı ücretli ya da ücretsiz işbirliği yapabilmektedir." [87]

[87] BENGİ Hilmi, agy., s:2.

3.2 Yasal Statü

Başlangıçta, bağımsız bir kurum olarak görev yapan Anadolu Ajansı, 8 Haziran 1920 tarihinde Basın Yayın Genel Müdürlüğü'nün bünyesine alınmıştır. Anadolu Ajansı, 1 Mart 1925 tarihinde 20 bin lira sermaye ile bugüne kadar süregelen Anonim Şirket statüsüne kavuşmuştur. Şirketin, 2000 hissesinin yarısı çalışanlarına satılmıştır.

Anadolu Ajansı'nda devlet payını %50'nin altında tutmaktır. Böylece, 2000 hisseden 955'i Hazinede diğer hisseler kişilerde kalmıştır. Bu bağlamda Anadolu Ajansı hisselerinin % 52'si kişilerde % 48'i hazinede olan bir Anonim Şirkettir. Yani Anadolu Ajansı, bir devlet kurumu ya da KİT değildir. Ajansın, tarafsızlığına gölge düşmemesi ve haberlerinin güvenilir olmasını sağlama bakımından daha kuruluş aşamasında bu konuya özen gösterilmiştir.

Ancak kurucularının büyük bölümü bugün hayatta olmadığından, mirasçılarının da ortaya çıkmaması yüzünden fiilen büyük ortak hazinenin etkinliği söz konusudur. Anadolu Ajansı "Devlet Ajansı'ndan" çok bir "Ulusal Ajans" statüsündedir.

1 Mart 1925 tarihli Anadolu Ajansı Türk Anonim Şirketi İç Tüzüğündeki bazı maddeler 1927, 1950, 1952, 1973, 1975, 1980, 1985, 1986 yıllarında değişikliğe uğramıştır. Anadolu Ajansı'nın bugünkü statüsünü düzenleyen Ana Sözleşme 11 Eylül 1986 tarih ve 1564 sayılı Ticaret Sicili Gazetesi'nde yayınlanmıştır.

19 Ağustos 1960 tarih ve 10582 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 57 sayılı Anadolu Ajansı Malları ve Personeli Hakkında Kanun ile Anadolu Ajansı Malları devlet malı sayılmış ve bu mallar aleyhine suç işleyenler hakkında genel hükümler çerçevesinde kovuşturma yapılacağı öngörülmüştür.

Anadolu Ajansı, devlete sunduğu haber hizmeti karşılığında Basın Yayın Genel Müdürlüğü ile imzalanan protokol çerçevesinde her yıl devlet bütçesinden giderlerinin önemli bir bölümünü karşılayacak oranda yardım görmektedir.

Ajansçılığın çok pahalı bir hizmet alanı olması yalnızca abonelerden gelen gelirlerin bu çarkı döndürmeye yetmemesi ve hemen hemen tüm ülkelerin ulusal ajanslarının belirli ölçülerde, açıktan ya da örtülü biçimde devlet desteği görmesi göz önünde tutulursa, bu durumu doğal karşılamak gerekmektedir.

Aslında Anadolu Ajansı'na olan devlet desteği, dolaylı bir biçimde (abone ücretlerinin düşük tutulması nedeniyle) basın yayın organlarına yapılmış olmaktadır.

Anadolu Ajansı, istese de siyasi açıdan taraflı bir yayın yapamamaktadır. Çünkü Anadolu Ajansı geçtiği haberlerle gerek yurt içinde gerekse yurt dışında güvenilirlik kazanmıştır. Türkiye'de yayın yapan her gazete ya da radyo televizyon kuruluşu, hangi siyasi eğilimde olursa olsun ilk olarak Anadolu Ajansı'na abone olmakla işe başlamaktadırlar.

Anadolu Ajansı'nın taraflı bir yayıncılık izlemesi abonelerinin bir kısmını kaybetmesi anlamına gelmektedir. Bu durum da ajansın güvenilirliğini ve saygınlığını yitirmesi gibi olumsuz bir sonuç doğuracaktır.

Siyasetçiler de Anadolu Ajansı'nın taraflı bir yayın izlemesi yanlısı değillerdir. Elbette her parti, kendi görüşünün ağırlıklı olarak sunulmasını istemektedir. Ancak, siyasetçilerin politikalarını belirlerken, karşılarındaki partilerin yöneticilerinin de görüşlerine ve değerlendirmelerine gereksinim duymaktadırlar.

Gerek bu özelliğin ve tarafsızlığın Anayasa tarafından güvence altına alınmış olması, gerek 80 yıllık geçmişin sağladığı deneyim ve dinamizm siyasi iktidarlara karşı bir zırh oluşturmaktadır. Anadolu Ajansı'nın "doğru ve tarafsız habercilik" olarak özetlenen yayın ilkeleri, daha kuruluş genelgesiyle Atatürk tarafından belirlenmiştir.

"Bununla birlikte Anadolu Ajansı sürekli "devletin" yanında bir habercilik anlayışı izlemektedir. Bir başka deyişle AA "devletin çıkarlarını, vatanın ve ulusun bölünmez bütünlüğünü ulusal güvenlik ve kamunun çıkarları" söz konusu olduğunda taraftır. Anadolu Ajansı bugün, yaklaşık 250 abonesine, 2 kanaldan günde ortalama 450 haber geçmektedir. Yoğun günlerde haber sayısı günde ortalama 540'a kadar yükselmektedir. Bunun yanı sıra günde ortalama 150 dolayında iç ve dış fotoğraf iletilmektedir." [88]

[88] BENGİ Hilmi, 3 Çeyrek Asırlık Çınar: Anadolu Ajansı, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, Kasım-Aralık 1996, s:1122.

Anadolu Ajansı'nın yasal statüsünden söz ederken aynı zamanda bu yasal statünün tarihsel gelişiminden de söz etmenin doğru olacağı kanısındayız.

"Anadolu Ajansı'nın çalışmaya başlamasından sonra çıkartılan "Matbuat ve İstihbarat Müdiriyet-i Umumiyesi" yasası konunun yalnızca bir haber ajansı çerçevesinde değil aynı zamanda propaganda çerçevesinde düşünüldüğünü göstermektedir. Bu yasa 7 Haziran 1920 tarihinde çıkarılmıştır.

Bu Genel Müdürlük Bakanlar Kurulu'nun bütün olanaklarından yararlanacak ve harcamaları Başbakan'ın onayı ile Genel Müdür tarafından yapılacaktır. Yasanın öngördüğü görevleri Genel Müdür ve Ajans Müdüründen başka 8 kişilik bir kadro yerine getirmekteydi. Yasanın en büyük yandaşlarından birisi de Tunalı Hilmi Bey'di. Bolu milletvekili olan Tunalı Hilmi Bey propaganda konusunda pek becerikli olunamadığını işaret etmiştir. Bunun nedeni olarak geçmişte yapılan hataları göstermiştir." [89]

Her iki görüşte, mecliste taraftar bulamamıştır. Çoğunluk yasanın önerildiği biçimde kabulünden yana oy kullanmıştır. Bununla birlikte tartışmalar uzun süre kapanmamıştır. Anadolu Ajansı eleştirilere ve olanakların sınırlılığına karşın çalışmalarını sürdürmüştür.

Anadolu Ajansı'nın çalışmalarının ilk yıllarındaki genel durum ve yasal düzenleme sözü edildiği biçimdedir. Bu durum

[89] ALEMDAR Korkmaz, İletişim ve Tarih, İmge Yayınları, Ankara, 1996, s: 65.

Lozan Barış Antlaşmasına kadar sürmüştür. Lozan Barış Antlaşmasından sonra ajansın yeniden örgütlenmesine yönelik yeni arayışlar başlamıştır.

"Anadolu Ajansı'nın yeniden düzenlenmesi 1924 yılı Bütçe Yasası sırasında gündeme gelmiştir. A.A.'ın hükümetin elinden çıkarak bir şirkete devredilmesi düşünülmüştür. Bu konudaki ilk düşünceler Şükrü Saraçoğlu tarafından getirilmiştir."[90]

Bu gelişmelerden 1 yıl sonra, 1925 yılının Mart ayından başlayarak Anadolu Ajansı Anonim Şirketi olarak çalışmaya başlamıştır. Anadolu Ajansı'nın Türk Anonim Şirketi'nin kuruluş statüsü 45 maddeden oluşmaktadır. Bu statünün 1. maddesi her türlü haberin toplanması Türkiye içinde ve dışında yayılması işini ajansın sorumluluğuna vermiştir.

"Statü toplanan haberin ücret karşılığı satılması gerektiğinden söz etmemiştir. Ama Anadolu Ajansı haberlerini satmıştır. Statüye göre şirketin sermayesi 20.000 liradır. Bu sermaye her biri on lira değerinde olan iki bin hisseye bölünmüştür. 5. maddeye göre hisse senetlerinin yarısı ajansta çalışanlara dağıtılmıştır. Şirketin Yönetim Kurulu 5-7 kişiden oluşmuştur. İlk Yönetim Kurulu'nu Kurucular Kurulu seçmiştir. Kuruluştan beş yıl sonra Yönetim Kurulu'nu şirket Genel Kurulu seçer duruma gelmiştir."[91]

---

[90] ADIVAR Halide Edip Türk'ün Ateşle İmtihanı s: 40

[91] NADİ Yunus Ankara'nın İlk Günleri Sel Yayınları 1955 s: 70.

Anadolu Ajansı kuruluş statüsü, şirketin süresini 25 yıl olarak belirlemiştir. Ajansta çalışanlar Türk olacaktır hükmü getirilmiş, yabancı teknisyenler ancak Ticaret Bakanlığı'nın izniyle çalışabilir denmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunu izleyen ilk yıllarda haber iletmekle görevli en büyük kuruluş Anadolu Ajansı kendi çalışmalarını kendine düzenleyebilecek bir yapıya kavuşturulmuştur.

"Şirket hisselerindeki bu dağılım önemli bir değişikliğin dışında hep aynı kalmıştır. Anadolu Ajansı hisselerinin çoğu sonradan Maliye Bakanlığı'na geçmiştir. Anadolu Ajansı'nın kuruluşundan Anonim Şirket durumuna gelinceye kadar yaptığı çalışmaların tam olarak değerlendirme olanağı olmamıştır." [92]

Anadolu Ajansı'nın 1920 yılı yasasındaki kadro olanakları çalışmalar konusunda bize fikir vermektedir. Anadolu Ajansı 1924 yılında toplam 26 kişilik kadrosu bulunmaktadır. Bunlardan 3 tanesi yazar, ikisi muhabir, on tanesi çevirmendir.

"Anadolu Ajansı Türk Anonim Şirketi fiilen 1925 yılı Haziran ayı başında, aynı yılın Mart, Nisan ve Mayıs aylarıyla ilgili işlemleri devralarak çalışmaya başlamıştır. Anadolu Ajansı bir Yönetim Kurulu'na sahiptir ve Genel Müdür tarafından yönetilmektedir."[93]

---

[92] Anadolu Ajansı. Kuruluşu, Tarihçesi, Sefahati T.C Maarif Müdürlüğü Yayınları İstanbul 1973., s: 70.

[93] ALEMDAR Korkmaz.,İletişim ve Tarih İmge Yayınları Ankara 1996 s: 74.

Hükümetlerle yakın ilişkiler bu dönemde de devam etmiştir. Ajansın çalışmaları hükümetin para yardımıyla yürütülmüştür. Anadolu Ajansı hiçbir zaman olağanüstü parasal olanaklarla donatılmadığı, bunu sağlayacak kaynakları sağlayamadığı için teknik gelişme çabaları oldukça sınırlı kalmıştır.

Anadolu Ajansı Türk Anonim Şirketi'nin kuruluşundan itibaren yaklaşık 25 yıllık bir dönemde, yönetim açısından bir istikrara sahiptir. Yönetim konusunda istikrarın görüldüğü ikinci kademe Genel Müdürlüktür. Ajansın ilk Genel Müdürü* Alaaddin Bey 21 Aralık 1930 tarihinde ölmüştür. Onun yerini Muvaffak Menemencioğlu Genel Müdür olmuştur. Bu görevde 1944 yılına kadar kalmıştır.

Anadolu Ajansı'nın 1920'de kuruluşunu izleyen yıllarda 1925'te Anonim Şirket durumuna dönüştürülmesinden sonra gerekli çalışmaları yapabilmesi için gereksinim duyulan para devlet bütçesinden karşılanmıştır. Devlet yardımı ajansın gelirinin en önemli ve vazgeçilmez bölümünü oluşturmuştur. Ajans, çalışmalarının karşılığı olarak abonelerinden ücret almıştır.

"Bu ücretlerin oluşturduğu gelirlerin genel gelir içindeki payı yıllara göre değişmekle birlikte genellikle devlet yardımının altındadır. Devlet, Anadolu Ajansı Türk Anonim Şirketi 1925-1941 yılına kadar yılda 150.000 lira yardımda bulunmuştur. Bu rakam 1926 yılında 125.000 olmuş, 1942 yılında 287.000 lira olmuştur. Bu rakama telgraf için ödenen para dahil değildir.

* Geçmişten günümüze Anadolu Ajansı Genel Müdürleri için bkz. Ek 6.

Devlet yardımı her ne kadar bu dönemlerde aynı kaldıysa da ajansın kendi çalışmaları sayesinde elde ettiği gelir şöyledir:

1925: 18.333 T.L
1930: 17.411 T.L
1935: 41.681 T.L
1940: 162.779 T.L

Anadolu Ajansı'nın abonman ücretleri, devlet yardımı olan 150.000 liranın altında kalmıştır. 1925 yılında devlet yardımının % 12'si, 1935 yılında % 28'i kadardır. Yalnızca II. Dünya Savaşı öncesinde ve savaşın ilk üç yılında gelirler devlet yardımının üstüne çıkmıştır." [94]

Hizmet için ödenen paralar, Anadolu Ajansı'nı devlet yardımı olmaksızın yaşatacak düzeye hiçbir zaman ulaşmamıştır. Gazetelerin olanakları daha fazla ücret ödemeye yetmemiştir. Anadolu Ajansı devlet yardımıyla çalışmalarını sürdüren, bunların bir kısmını çalışanlarına ücret olarak dağıtan, hizmetten sağladığı gelire hiçbir zaman güvenmeyen bir kuruluştur.

Genel durumuna bakıldığında, ajans, her yıl Basın Yayın Genel Müdürlüğü bütçesine konulan bir ödenekle yönetilmektedir. Abonelerden alınan ücretler ajansın masraflarını karşılayamamaktadır.

[94] ALEMDAR Korkmaz, agy., s: 90.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

265 sayılı yasa "Anadolu Ajansı ile Sözleşme" baylığını taşıyan 33. maddesi gereğince her yıl Basın yayın işlerinden sorumlu bakanlıkla Anadolu Ajansı arasında bir sözleşme yapılmıştır.

"Bu sözleşmede A.A devletçe verilecek ödeneğin ölçüsü ve ajans yöneticilerinin atanma ve denetim koşulları üzerinde maddeler bulunmaktadır. Ajansın devlet bütçesinden büyük bir ödenek alması ve yöneticilerin de hükümet tarafından seçilmesinden dolayı ajans bağımsızlığını yitirmiştir." [95]

3.3 Anadolu Ajansı'nın İç Örgütlenmesi*

Anadolu Ajansı'nın bugün, 500 dolayında kadrolu personeli bulunmaktadır. Bunun dörtte üçe yakını muhabirdir. 12'si bölge müdürlüğü, 8'i büro müdürlüğü olmak üzere 20 ilde temsilciliği* ve hemen hemen bütün ilçelerde görev yapan 850 dolayında yurt muhabirleri bulunmaktadır.

Anadolu Ajansı yurt dışında da örgütlenmiştir. Almati, Amsterdam, Aşkabat, Atina, Bağdat, Bakü, Belgrad, Berlin, Brüksel, Chicago, Lefkoşe, Londra, Moskova, New York, Strasbourg, Tahran, Taşkent, Üsküp ve Washington'da temsilcilikleri bulunmaktadır.

---

[95] TOPUZ Hıfzı, agy., s:80.

* Anadolu Ajansı'nın İç Örgütlenme Şeması için bkz. Ek 7.

* Anadolu Ajansı'nın bölge müdürlükleri için Bkz. Ek 8.

Bunların yanı sıra, Almanya'nın Hamburg, Hannover, Münih, Oberhausen kentleri ile Atina Temsilciliği'ne bağlı olarak Gümülcine ve Selanik'te Anadolu Ajansı muhabirleri bulunmaktadır.

Anadolu Ajansı'nın Associated Press (AP), Reuters, Agence France Presse (AFP) Deutche Press Agentur (DPA) ile karşılıklı abonelik çerçevesinde; aralarında Japonya'nın KYODO, Çin Halk Cumhuriyeti'nin XINHUA (Bu ajansın haberlerini Anadolu ajansı dağıtmakatdır.), Malezya'nın BERNAMA, İspanya'nın EFE, Yunanistan'ın ANA, Bulgaristan'ın BTA, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin TAK ajanslarının da bulunduğu 70'i aşkın ulusal haber ajansıyla karşılıklı haber değişimi temeline dayalı işbirliği anlaşmaları bulunmaktadır. Söz konusu anlaşmalar gereği, belirli dönemlerde eğitim amaçlı muhabir değişimi yapılmaktadır.

Anadolu Ajansı 1957 yılında kurulan ve Avrupa Haber Ajansları arasında mesleki ve teknik işbirliği olanaklarını geliştirmeyi amaçlayan Avrupa Haber Ajansları Birliği'nin üyesidir.

1963 yılında kurulan Asya-Pasifik Haber Ajansları Birliği'ne de üye olan Anadolu Ajansı, kuruluş toplantısı 1992 yılında İstanbul'da yapılan Akdeniz Haber Ajansları Birliği ile yine 1993 yılında Ankara'da kurulan Türkçe Konuşan Ülkeler Haber Ajansları Birliği, 1994 yılında Sofya'da temeli atılan Balkan Ülkeleri Haber Ajansları Birliği (ABNA) ve 27 Nisan 1997'de Tahran'da kurulan Ekonomik İşbirliği Örgütü (ECO) Üyesi Ülkeler Haber Ajansları Birliği (ECONA)'nın üyesidir.

Anadolu Ajansı'nın Yönetim Kurulu 5 kişiden oluşmaktadır. Bunun yanı sıra 1 Genel Müdür ve 2 Genel Müdür Yardımcısı bulunmaktadır.

"Anadolu Ajansı Anonim Şirketi Genel Kurulu şirket paydaşlarının tamamının temsil edildiği en yetkili üst organdır. Anadolu Ajansı Anonim Şirketi Genel Kurul tarafından seçilecek 5 üyeli Yönetim Kurulu'nca yönetilir ve temsil edilir. Yönetim Kurulu pay sahibi ortaklar arasından seçilir. Yönetim Kurulu ilk toplantısında kendi üyeleri arasından bir başkan ve bir başkan yardımcısı seçer.(...)

Anadolu Ajansı Anonim Şirketi Yönetim Kurulu, kendi üyeleri arasından birine murahhas üye Genel Müdür sıfatını verir ya da dışarıdan bir Genel Müdür atar."[96]

Anadolu Ajansı'nın dünyanın çeşitli kentlerine dağılmış muhabirleri de bulunmaktadır. Bununla birlikte, Anadolu Ajansı, Agence France Presse, Reuter, Associated Press gibi dünya çapında bir ajans olmadığı için yalnızca ulusal bir ajans niteliği taşımaktadır. Bu nedenle Anadolu Ajansı'nın dünyanın üç büyük devi sayılan haber ajanslarınınki gibi yaygın bir kapsama alanı bulunmamaktadır.

---

[96] AKGÜNER Tayfun-İLAL Ersan-ÖNGÖREN Gürsel, Kitle İletişim Mevzuatı, Der Yayınevi, İstanbul, 1995, s: 203-206.

3.4. Anadolu Ajansı'nın Parlamento Haberleri

Anadolu Ajansı muhabirleri, Türkiye Büyük Millet Meclisi'ndeki komisyon toplantılarını, gelişmeleri, görüşmeleri, partilerin grup toplantılarını, verilen gensoruları, meclis soruşturmalarını, bütçe görüşmeleri gibi ülkenin yaşamsal önem taşıyan konularının ele alındığı meclis müzakerelerini izlemektedir. Başbakan ve bakanları adım adım izlemektedirler.

Anadolu Ajansı parlamento haberleri, hızlı,doğru, yorumsuz ve tarafsız olarak verilmektedir. Anadolu Ajansı parlamento haberlerinde siyasetin barometresi durumundadır. Politika haberlerinin günlük ortalama haber sayısı 24.5'tir. Günlük ortalama sözcük sayısı 4201, haberin günlük oranı ise % 15 arasındadır.

3.5 Anadolu Ajansı'nın İç Haberleri

Anadolu Ajansı siyasi partilerin genel merkezlerinden gelişmeleri, parti liderleriyle görüşmeleri, Milli Güvenlik, Genelkurmay Başkanlığı, Milli Savunma Bakanlığı haberlerini, güvenlik, polis, asayiş olaylarını, Yüksek Yargı Organlarının kararlarını, Adliye koridorlarını, resmi gazetede yayınlanan kanun, kararname, yönetmelik, bildirge ve atamalar, eğitimle ilgili haberler, üniversitelerle ilgili haberler, gençlikle ilgili haberler, bilim ve teknoloji alanındaki buluşlar ile ilgili haberler, sanat, kültür, magazin, moda dünyasından haberlere yer verilmektedir.

Bunun yanı sıra, Vilayet, İl Özel İdaresi, Kaymakamlıklar, Büyük Şehir Belediyesi, İlçe Belediyeleri, Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı'na bağlı kuruluşlar, Hastaneler, Doğumevleri, Klinikler, Meteoroloji İşleri Müdürlüğü, Veteriner İşleri, Milli Piyango İdaresi, PTT, Tübitak, Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı kuruluşlar, Kredi ve Yurtlar Kurumu, Üniversiteler, Okullar Yurtlar ile ilgili haberler sunmaktadır.

Ayrıca, Adalet Bakanlığı'na bağlı kuruluşlar, Merkez ilçe ve Adliyeleri, Devlet Güvenlik Mahkemesi, Askeri Mahkeme, Milli Savunma Bakanlığı'na bağlı kuruluşlar, İçişleri Bakanlığı'na bağlı kuruluşlar, Emniyet Müdürlüğü, Jandarma Komutanlığı, Kaçakçılık, İstihbarat, Deniz Kaza, Hava, Deniz, Kara Kuvvetleri Komutanlığı'na bağlı kuruluşlar, Harp Okulları, Gümrük Muhafaza ile ilgili haberler üzerinde önemle durulmaktadır.

3.6 Anadolu Ajansı'nın Dış Haberleri

Anadolu Ajansı'nın yurt dışında 20 temsilciliği bulunmaktadır. Bu temsilcilikler sayesinde Anadolu Ajansı dünyanın çeşitli yerlerinde muhabir bulundurma olanağı elde etmiştir. Anadolu Ajansı, 70'i aşkın ülkenin ulusal ajansları ile haber alış verişi yapmaktadır.

Anadolu Ajansı'nın iş birliği yaptığı ajanslardan kimileri şunlardır:

ABD: Associated Press (AP), İngiltere:Reuters (REU), Fransa: Agence France Presse (AFP), Almanya: Deutche Press Agentur (DPA), İtalya: Ansa, Rusya: Itar-Tass, KKTC: Tak, Macaristan: MTI, Mısır: Mena, Çin: Xinhua, Endonezya: Antara, Japonya: Kyodo, Güney Kore: Yonhap, Portekiz: Lusa, İspanya: Efe, Azerbaycan: Azertag, Kazakistan: Kazgak, Kırgızistan:Kırgızkabar, Türkmenistan: Türkmenpress, Özbekistan: Uztak bu ajanslardan birkaçına örnektir.

Bunun dışında, Anadolu Ajansı'nın anlaşmalı olduğu ve dış haberlerinin ana kaynağı olan yabancı haber ajansları şu şekilde sıralanabilir: Avrupa Arap Ajansları Birliği (FANA), Pan Arap News Agency (PANA), Hollanda Haber Ajansı (ANP), Fas Haber Ajansı (MAP), Polonya Haber Ajansı PAP), Tunus Haber Ajansı (TAP), Bulgaristan Telgraf Ajansı (BTA), Cezayir Haber Ajansı (APS), Libya Haber Ajansı (JANA), Avrupa Ajanslar Birliği (BELGA), Portekiz Haber Ajansı (ANOP), Bangladeş Haber Ajansı (BSS), Afganistan Haber Ajansı (BAKHTAR), Arnavutluk Haber Ajansı (ATA), Suudi Arabistan Haber Ajansı (SPA), Irak Haber Ajansı (INA), Çekoslovak Haber Ajansı (ÇTK), Birleşik Arap Emirlikleri Haber Ajansı (WAM), İran Haber Ajansı (IRNA), Romanya Haber Ajansı (AGERPRESS), Yunanistan Haber Ajansı (ATHENS), Sudan Haber Ajansı (SUNA), Pakistan Haber Ajansı (APP), Asya Pasifik Haber Ajansı (OANA), Uluslararası İslam Ajansları (IINA), Kuveyt Haber Ajansı (KUNA), Katar Haber Ajansı (ONA), Suriye Haber Ajansı (SANA), Hindistan Haber Ajansı (PTI).

Anadolu Ajansı'nın kullandığı dış haberlerin % 15.4'ü New York ve Washington çıkışlıdır. Günlük ortalama dış haber oranı % 68,9 düzeyindedir.

Anadolu Ajansı bültenlerinde yer alan günlük ortalama 68.9 haberin 3.3'ü Moskova, 1.5'i Pekin, 2.5'i Paris, 4.9'u Londra, 4.17'si Frankfurt, Bonn ve Brüksel çıkışlıdır. Atina çıkışlı haberlerin sayısı 4.5, Tahran ve Bağdat çıkışlı haberlerin sayısı 2.3'tür.

Diğer gelişmiş ülke kentleri çıkışlı haberlerin sayısı 8.2 düzeyindedir. Diğer gelişme yolunda olan ülkelerden gelen haberlerin oranı %29.2'dir.

Anadolu Ajansı haberlerinin çıkış itibariyle değerlendirilmesinde, bu haberlerin % 46'sının gelişme yolundaki ülkelerden yazıldığı, % 54'ünün gelişmiş ülke çıkışlı olduğu görülmektedir.

Haberlerin çıkış merkezleri içinde en yüksek payı New York ve Washington'a aittir. Buna karşılık Anadolu Ajansı'nın muhabir bulundurmadığı Moskova, Pekin ve Paris çıkışlı haberlerin payı ise oldukça düşüktür.

Anadolu Ajansı Dış Haberler Servisi Ankara Gölbaşı'ndaki PTT vericisi aracılığıyla Türkiye'deki gelişmeleri İngilizce, Fransızca ve Almanca olarak Türkiye'nin gözüyle dünyadaki medya kuruluşlarına sunmaktadır.

3.7 Anadolu Ajansı'nın Ekonomi Haberleri

Anadolu Ajansı ekonomi haberleriyle de iş ve ekonomi dünyasının hizmetindedir. Ekonomi ile ilgili kararların tüm ayrıntıları, Dünya Bankası, Avrupa Birliği, GATT ve OECD'nin veri ve raporları, Merkez Bankası ve Türk Bankacılık dünyasından haberler, her türlü ekonomik gösterge, yorum ve analizler, uluslararası finans kuruluşlarının verileri, Türkiye ve dünyada piyasa hareketleri, iş dünyasından haberler, röportajlar, enflasyon döviz, dış alım, dış satım, banka kredi ve faiz haberleri, Menkul Kıymetler Borsası ile ilgili haberler. New York (Wall Street), Tokyo (Nikkei), Londra (FTSE), Franfurt (Dax) gibi yabancı borsalarla ilgili haberler yer almaktadır.

Anadolu Ajansı'nın ekonomi haberleri kapsamına, petrol piyasalarıyla ilgili haberler (New York, Batı Teksas, Londra, Dubai), Altın borsasıyla ilgili haberler (Zürich, Londra, Hong Kong) de girmektedir.

Bunların dışında Anadolu Ajansı'nın ekonomi haberleri kapsamında, Holdingler, Meslek Odaları, Türkiye Demir Çelik İşletmeleri Genel Müdürlüğü, SEKA, TÜPRAŞ, Devlet Demir yolları, Türkiye Hava Meydanları İşletmesi, Deniz Nakliyat, Türk Hava Yolları, Liman Deniz İşletmeleri, Türkiye Kimya Sanayi Kurumu, Çevre Müsteşarlığı, Etibank, Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, Serbest Bölgeler Daire Başkanlığı, Devlet Malzeme Ofisi, Çaykur, Tekel, Defterdarlık, Türkiye Zirai Donatım Kurumu, Türkiye Şeker

Fabrikaları, Türkiye Halk Bankası, Makine ve Kimya Endüstrisi Kurumu, İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV), Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonu, Türk Standartları Enstitüsü (TSE), Türkiye Elektrik Kurumu (TEK), Maden Tetkik Arama (MTA), Devlet Su İşleri (DSİ), Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE), Türkiye Cumhuriyeti Karayolları (TCK), Mali Müşavirlikler, Muhasebeciler Birliği, Bankalar Birliği ile ilgili haberler yer almaktadır.

Ekonomi haberlerinin haber sayısı 12.1 günlük sözcük sayısı 2105, haberlerin günlük oranı %20'dir.

3.8 Spor Haberleri

Anadolu Ajansı spor etkinlikleriyle ilgili haberlere de yer vermektedir. Spor dalında zengin bir haber mönüsü sunmaktadır. Futbol basketbol, hentbol, voleybol, güreş, boks, kayak, atletizm, binicilik dağcılık, judo, karate, yüzme, sutopu, tenis, masa tenisi, okçuluk, badminton gibi bir çok spor dalında haberler vermektedir.

Spor adamlarıyla röportajlar, futbol, basketbol, hentbol voleybol liglerinden maç sonuçları puan cetvelleri, Avrupa ve Amerika futbol ligi ve kupalarının maç sonuçları, transfer dosyaları, ilginç araştırmalar yayınlanmaktadır.

Anadolu Ajansı bunun dışında Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı, spor kulüpleri, sportif müsabakalar, sportif çalışmalar, spor tesisleriyle ilgili haberler, spor eğitim kampları, üniversite ve

askeri okullar, spor etkinlikleri, Belediye spor haberleri ile ilgili haberler yer almaktadır.

Spor haberlerinin günlük ortalama haber sayısı 2.1, günlük sözcük sayısı 178,3, haberlerin günlük oranı % 1.7'dir.

3.9 Bilim Kültür Haberleri

Anadolu Ajansı'nda, Agence France Presse (AFP)'de olduğu gibi bilim-kültür-sanat haberlerine ayrı bir bölüm ayrılmamıştır. Sanat-magazin türündeki haberler, iç haberler kapsamında verilmektedir. Anadolu Ajansı'nın sanat haberlerine verdiği yer oldukça azdır. Bu tür haberlerin sayısı oldukça az, yüzdesi de oldukça düşüktür.

3.10 Fotoğraf Hizmetleri

Fotoğraf alma, işleme ve abonelere aktarma işlevlerini 1993 yılında bilgisayar sistemlerini kullanarak gerçekleştirmeye başlayan Anadolu Ajansı (A.A) standartları fazla belirginleşmeyen ve yeni sayılan dijital iletişim için çalışan fotoğraf teknolojisinin son ürünleriyle donatılmıştır.

Bu bilgisayar sisteminin tüm bakım onarım işlemleri Anadolu Ajansı'nın teknik elemanları tarafından gerçekleştirilmektedir.

Fotoğraf sistemleri Ankara ve İstanbul'da bulunan bilgisayar sistemleri ve aktarım aygıtlarıyla gönderilmektedir. Kimi zamanda

fotoğraf aktarımını hızlı olarak telefon hattı üzerinden modemle yapmaktadır.

Anadolu Ajansı 1998 yılı sonuna kadar AP'nin fotoğraf ve haberlerinin dağıtımının sorumluluğunu üstlenmiştir. Ancak 1999 yılı başından başlayarak Anadolu Ajansı'nın fotoğraf kaynakları yalnızca kendisi olmuştur.

Ancak uzak aktarım için fotoğrafı gönderen muhabir, modem kullanmaktadır. Günümüzde elde bulunan tüm fotoğraf protokol ve teknolojisini destekleyen Anadolu Ajansı'nın fotoğraf sistemi, 1994 yılı içerisinde dijital iletişimin yeni geliştirilmiş biçimi olan DIT-3 teknolojisi ile de desteklenmiştir.

Bu sistem X25 iletişim protokolü ile Anadolu Ajansı'na haber iletimini daha geniş alana yayabilmesi için gerekli özellikleri sağlamıştır. Yeni sistemin bakım, onarım, koruma işlemleri ile fotoğrafın aktarımı, işlenmesi ve iletimi, bilgisayar sistemini destekleyebilen yüksek teknik bilgi birikimi ve işgücü potansiyeli ile Anadolu Ajansı günümüzde çağdaş teknolojiye sahip bir ajans konumundadır.

Gelişen teknolojiyle kendisini yenilemiş olan Anadolu Ajansı, dünyayı abonelerinin ayağına getirmektedir. Çekilen fotoğraflar, foto aktarım cihazı, modem aracılığıyla Anadolu Ajansı'nın Ankara'daki bilgisayar sistemine ulaştırılmaktadır. Entegre devreler sayesinde fotoğraflar sınıflandırılmakta ve konusuna göre kodlandırılmaktadır.

Her gün yüzlerce fotoğraf özenle işlenerek medyanın hizmetine sunulmaktadır. Anadolu Ajansı'nın yeni hizmete soktuğu elektronik Karanlık Oda sistemi dünyanın en gelişmiş birkaç ajansı tarafından da kullanılmaktadır.

Ayrıca Türkiye'deki önemli olaylara ilişkin eskiden siyah-beyaz 1985 yılından bu yana renkli fotoğrafları yabancı haber ajanslarına iletmektedir. Anadolu Ajansı dış fotoğrafları, yaptığı anlaşmalarla yabancı ajanslardan, yurt dışında bulunan muhabirlerden ya da devlet görevlilerinin dış ülke ziyaretlerinde olduğu dönemlerde özel olarak gönderdiği muhabirlerden sağlamaktadır.

Dijital olarak gelen fotoğraf sinyalleri Ankara-İstanbul arasında bulunan data hattıyla İstanbul Bölge Müdürlüğü'ne ulaşmaktadır. İstanbul Bölge Müdürlüğü'ne gelen dijital fotoğraf sinyalleri dijital-analog dönüşüm sistemiyle analog fotoğrafa dönüştürülmektedir.

Anadolu Ajansı Türkiye içinden günde ortalama 18X24 ölçülerinde 100'den fazla fotoğraf geçmektedir. Bu fotoğrafların 10 kadarı İstanbul Bölge Müdürlüğü tarafından abonelerin hizmetine sunulmaktadır.

Gazetelerin çeşitli kentlerdeki muhabirleri tarafından çekilen fotoğraflar, Anadolu Ajansı'nın Bölge Müdürlükleri ve bürolarındaki fotoğraf kanalları aracılığıyla gazete merkezlerine ulaştırılmaktadır.

Anadolu Ajansı özel fotoğraf hizmeti olarak günde ortalama 5-6 fotoğrafı abonelerine geçmektedir.

"Anadolu Ajansı ayrıca 1993 yılından beri fotoğraf toplama ve dağıtma işlevlerini bilgisayar sistemlerini kullanarak yapmaktadır. Çekilen fotoğraflar taşınabilir bilgisayarlarla (Laptop) merkezdeki ana bilgisayara aktarılmaktadır. Crosfield ve AP firmalarının ana bilgisayarında (fotoğraf edit cihazları) yardımıyla işlenen fotoğraflar yine aynı sistemlere sahip abonelere iletilmektedir." [97]

Günümüzde Anadolu Ajansı haberde olduğu gibi, fotoğraflarını VBI üzerinden abonelere ulaştırmaya başlamıştır. Bir renkli fotoğraf 2 dakikada dijital fomatta abonelere iletilebilmektedir. Bu sistemde, haberde olduğu gibi fotoğraflar Türksat 1C uydusu üzerinden, TRT 2 ve TRT İNT yayınlarına bindirilmiş fotoğraf sinyalleriyle çanak anten, kablolu yayın ya da düzgün yayın olan yerlerde çatı anteni aracılığı ile alınabilmektedir.

Bilgisayarda bulunan kod çözücü kart ile çözülen bilgilerden elde edilen fotoğraflar, bilgisayarın belleğine kayıt edilmektedir. Kayıt edilen fotoğraflarla farklı serviste bulunan kullanıcılara ulaşılabilmektedir. İstenilen fotoğraf, photoshop programı aracılığıyla istenilen boyutlarda kağıda basmadan gazete sayfasına yerleştirilmektedir. Fotoğrafları almak için NT işletim sistemi kullanan Server bilgisayarlar Ajans tarafından abonelere verilmektedir. Uydudan fotoğrafların alınması işlemi, profesyonel

[97] Bengi Hilm, agy., s:1124.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

olarak çanak anten kurmayan bir şirkete ajans tarafından yaptırılmaktadır.

Anadolu Ajansı VBI Footoğraf iletim sistemi ile günde ortalama 80-100 adet renkli fotoğrafi en hızlı şekilde, gecikmesiz abonelerine iletmektedir.

Yine 1999 yılından başlayarak Anadolu Ajansı fotoğraflarını, Ankara'da kurulan İntranet Sistemi ile, dileyen abone, telefon ile bu sisteme bağlanarak, sistemde bulunan fotoğrafları görmekte ve beğendiği fotoğrafi kendi sistemine çekmektedir. Bu sistemden yararlanmak isteyenlere, kullanıcı adı ve şifre verilerek güvenlik sağlanmaktadır.

Sistem her kullanıcı için istatistik bilgiler tutmakta ve her ayın başında bu bilgilere bakılarak, sistemden alınan fotoğraf bedeli belirlenmektedir. Abone bu sisteme ulaşmak için internete ulaşmak için kullandığı internet explorer ya da nestcape gibi programları kullanabilmektedir.

3.11 Abonelik Hizmetleri

Anadolu Ajansı'nın hizmetlerinden yararlanmak isteyen kişi, kurum ya da kuruluşlar Anadolu Ajansı'na belirle bir ücret karşılığında abone olmak durumundadırlar. Anadolu Ajansı aboneleriyle aylık ödemeli ve 1 yıl süreli hizmet sözleşmeleri yapmaktadır.

Gazete ve dergilerden ücret alınırken esas alınan ölçüt söz konusu gazete ve dergilerin tirajlarıdır. Gazeteler, 4000-5000 ve daha yüksek tirajları için aşamalı olarak yükselen bir oranla her yılbaşında Anadolu Ajansı Yönetim Kurulu tarafından belirlenen bir ücreti aylık olarak ödemektedirler.

Dergiler için tirajı 10.000'den az ya da 25.000 den az 25.000'den fazla olmak üzere üçlü bir abone ücreti ölçüsü bulunmaktadır. Öteki abonelerin ücretleri de Yönetim Kurulu tarafından piyasa koşulları göz önünde bulundurularak belirlenmektedir.

Yabancı ajansların özgün bültenlerinin satış ücretleri de her yıl düzenlenmektedir. Anadolu Ajansı ayrıca fotoğraf hizmetleri için de her yılbaşında belirlenen bir abone ücreti ve fotoğraf hizmeti ücreti uygulanmaktadır.

Anadolu Ajansı'nın bütçesinin 3/5'i abone ve hizmet gelirlerinden gelmektedir. Anadolu Ajansı'nın aboneleri arasında Gazeteler, dergiler, basın ve yayın kuruluşları, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), yabancı ajanslar, Büyükelçilikler, Başkonsolosluklar, yabancı gazetelerin temsilcilikleri, yabancı radyolar, yerli ajanslar, özel şirket ve kuruluşlar, siyasi partiler bulunmaktadır.

Abonelik ücretleri gazetelerin tirajlarıyla orantılı ücretler dolar bazında alınmaktadır. Bu ücret her ay o günkü döviz kuru üzerinden belirlenmektedir. Ücret gazeteler için 500 ile 4000 dolar

arasında değişmektedir. Televizyon kanallarına uygulanan fiyatlar, kanalların, ulusal, bölgesel ya da yöresel olmasına göre değişmektedir.

Televizyon kanallarının ödediği abonelik ücretleri 1000-2500 dolar arasında değişmektedir. Televizyon kanallarında tiraj diye bir şey söz konusu olmadığından, kanalların ödeyeceği ücretler, izlenme oranlarına göre belirlenmektedir.

Fotoğraf dağıtımı Barter sistemine göre yapılmaktadır. Ekonomi ya da spor haberleri için abone olmak isteyenler daha düşük bir ücret ödemektedirler.

3.12 Anadolu Ajansı'nın Yayın Organı: Radyo Anadolu

1992 yılında özel radyo ve televizyonların fiilen yayına başlamasıyla Anadolu Ajansı bu alandaki etkinliklerini genişletme gereğini duymuştur. Başlangıçta CNN türü bir televizyon haber kanalının kurulması hedeflenmişse de bu yatırımların pahalı olması nedeniyle vazgeçilmiştir. Haber ağırlıklı bir radyo kurulması ve özel televizyonlara görüntü hizmeti sunacak birimin oluşturulmasıyla yetinilmiştir.

Radyo Anadolu adıyla FM bandından önce Ankara'ya sonra da İstanbul'a yönelik olarak yayın hayatına başlayan Anadolu Ajansı Radyosu, her yarım saatte bir, en yeni haberleri dileyicisine sunmaktadır. Bunun yanı sıra haber saatleri dışında meydana gelen sıcak gelişmeleri de anında duyurmaktadır. Kablolu TV'nin bütün

kanallarını tek ekranda gösteren VPX bandının fonunda ses olarak Radyo Anadolu'nun verilişi de dinleyici sayısının yaygınlaşmasında etkili olmuştur.

Radyo Anadolu 54. Hükümetin Türk Cumhuriyetlerine dönük iletişim politikası çerçevesinde "Avrasya Radyo'ya" dönüştürülmüştür. Bunun amacı, Türk dünyasından haberler ve müziklerle, Anadolu ile Kafkasya ve Orta Asya'yı kucaklaştırmaktır. Ancak bu durumun gerçekleşebilmesi için gereksinim duyulan alt yapı oldukça pahalı olduğundan henüz uygulanamamıştır.

Anadolu Ajansı'nın Radyosu olan Radyo Anadolu'nun stüdyoları son derece kaliteli ve gelişmiş cihazlarla donatılmıştır. Günde 24 saat 30 dakikada bir haber yayını yapan Radyo Anadolu, FM 103.7'den yayın yapmakta ve yurttaki ve dünyadaki gelişmeleri anında abonelerine duyurmaktadır.

Radyo Anadolu'nun diskotek'inde 2000 adet compact disc bulunmaktadır. Country'den rock'a, blues'dan jazz'a oldies'den new age'e kadar uzanan yelpazede seçkin bir repertuar bulunmaktadır.

24 saat kesintisiz yayın yapan Radyo Anadolu'da Avrupa, İngiltere, Amerika, İtalya, Almanya hatta Uzak doğu müzik listelerinden seçmeler bulunmaktadır. Yeni çıkan albümlerin tanıtımlarını, Rock, Blues, Jazz, Latin, New Age dünyasının eski ve yeni şarkılarını Radyo Anadolu gün içine yayılmış programlarında dinlenebilmektedir.

Yurt içi ve yurt dışı bağlantılı ekonomi haberlerini özellikle de borsa günlüğünü hafta içi her gün abonelerine iletmektedir.

Radyo Anadolu'nun 5 KW gücü bulunmaktadır. Bir bölgede yayın yaparken, eğer o bölgede daha güçlü bir frekans varsa Radyo Anadolu'nun yayınını engelleyebilmektedir.

3.13 Anadolu Ajansı'nın Kullandığı Teknikler

Anadolu Ajansı, kuruluş aşamasında Osmanlı Bankası'ndan alınan bir daktilo ile yayın yaşamına başlamıştır. Kurtuluş Savaşı sırasında, Kuvay-i Milliye'nin çalışmaları ile ilgili yaptığı haberleri teksir makinesiyle çoğaltarak oldukça güç koşullarda dağıtmıştır.

Türkiye Cumhuriyeti kuruluncaya dek kullanılan teknik araç gereç daktilo, teksir makinesi ve kısmen telgraf kanalları olmuştur. Cumhuriyet'in ilk dönemlerinde telgraf daha yoğun bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Reuter-Havas Ajansı'nın telsiz dinleme ve telek cihazlarının Anadolu Ajansı'na devredilmesiyle, Ajans ilk çağdaş teknolojik araç gerece sahip olmuştur.

1940'lı yıllarda, Anadolu Ajansı, PTT'nin telgraf kanalları yerine teleks kanallarını kullanmaya başlamıştır. Böylece aboneler, elden bülten yerine, teleks kanalları aracılığıyla ile 50 baud hızında, ajanstan kiraladıkları teleks yazıcı cihazı ile haberleri almışlardır.

1986 yılında bilgisayar teknolojisi ile tanışan Anadolu Ajansı, büyük bir teknolojik sıçrama gerçekleştirmiştir. 1987 yılı

sonunda haberler, 1988 yılı sonlarında fotoğraflar uydu aracılığıyla yurtiçi ve yurtdışı abonelerine ulaştırılmaya başlamıştır. Bundan sonraki aşama olarak kendi uydu kanallarını kullanarak haber ve fotoğrafi birlikte bütün dünyaya ulaştırmak amaçlanmaktadır.

Kısaca Anadolu Ajansı'nın geçmişten günümüze teknolojik açıdan geçirdiği evreleri üç bölümde incelemek olasıdır:

- Eski Sistem (Teleks Sistemi)
- Yeni Sistem (Bilgisayar Sistemi)
- Uydu Sistemi

3. 13.1 Eski Sistem (Teleks Sistemi)

Anadolu Ajansı'nın teknolojik hizmetleri gelişmeden önce haber toplama, yazma ve aktarma işlevleri eski sisteme göre yapılmıştır. Eski sisteme göre bu işlev şu şekilde yerine getirilmektedir: Anadolu Ajansı'nın çeşitli ölçütlere bağlı kalınarak ülkenin her yöresine yayılmış büroları bulunmaktadır. Bu bölge müdürlükleri ve bürolarda, izlenecek işlerin saati, yeri ve hangi muhabirin o işe gideceğinin kaydedildiği birer istihbarat defteri bulunmaktadır.

Her muhabir istihbarat defterinden işin yerini ve saatini öğrenmektedir. İşe giden muhabir, haber hakkındaki gerekli bilgi ve belgeleri aldıktan sonra, eğer o görev için ayrıca bir foto muhabiri görevlendirilmediyse, olayla ilgili fotoğrafları da kendisi çekerek

dönüşünde aldığı notları ve belgeleri daktilosuna yazarak haber yapmaktadır.

Muhabirin daktilo makinesi üzerinde yazdığı haber üzerinde, bağlı bulunduğu bölümün şefi ya da bölüm müdürü tarafından düzeltmeler yapılmaktadır. Düzeltilmiş haber, altında muhabirin, bölüm şefi ya da müdürünün parafiyla haberleşme servisine verilmektedir.

Haberleşme servisine gelen haberler, SIEMENS marka 37-H model perforeli teleks cihazıyla banda alınmaktadır. Haberin bandı önceliğine ve o günkü haber trafiğine göre, SIEMENS marka T61 model oto vericisiyle teleks dağıtım santralına gönderilmektedir. Teleks dağıtım santralı teleks sinyallerini abone sayısı kadar çoğaltmaktadır.

Abonelerin PTT'den kiraladıkları özel teleks hatları, dağıtım santralının çıkışına bağlanmıştır. Dağıtım santralının bu hatlar üzerinden gönderdiği teleks sinyalleri abonelerin Anadolu Ajansı'ndan kiraladığı Extel marka AH model teleks yazıcı aygıtlarında tekrardan yazıya dönüşmektedir.

3.13.2 Yeni Sistem (Bilgisayar Sistemi)

Başlangıçta çoğu elle yazılmış haberlerin panolara asılması, Ankara dışına telgrafla iletilmesi ile yola koyulan Anadolu Ajansı teleks devrini yaşadıktan sonra, 1986 yılında bilgisayar teknolojisine

adım atmıştır. İletişim teknolojisine paralel olarak Anadolu Ajansı da gelişmeler göstermiştir.

Anadolu Ajansı haberin alınması, işlenmesi abonelere ve tüm dünyaya iletimi için gerekli olan bütün aygıtların bakım ve onarımı ile abonelerdeki kişisel bilgisayar, yazıcı ve teleks aygıtlarının bakım ve onarımını da yapmaktadır.

Haber iletimi için gerekli olan elektronik aygıtların bir bölümü de teknik müdürlük bünyesinde tasarlanmakta ve piyasa maliyetinin çok altında üretilmektedir.

Anadolu Ajansı Teknik Müdürlüğü, Bilgisayar Sistem Desteği Bölümü, Elektronik İletişim Laboratuar Bölümü olarak iki çalışma grubundan oluşmaktadır. Her iki bölüm de koordineli olarak çalışarak, haber ve fotoğraf alma, işleme, iletme işlevlerini görmekte ve bilgisayar sistemlerinin etkin hizmet vermesini sağlamaktadırlar.

Haberin en hızlı biçimde kaynağından alınması ve abonelere ulaştırılması işlemi 1986 yılından bu yana bilgisayarlar aracılığıyla yapılmaktadır. Ankara merkezinde 2 adet DEC PDP 11/84 haber alma, işleme ve 1 adet DEC PDP 11/73 abone haber iletim sisteminden yararlanılmaktadır.

İstanbul ve İzmir'de ise bu üç işlevi aynı anda yapan 1 adet DEC PDP 11/73 bilgisayar sistemi bulunmaktadır. DEC PDP 11/84 bilgisayar sistemi 1MB kapasitede ana bellek 205 MB disk birimi ile

128 adet RS 232 PDP 11/73 bilgisayar sistemi ile 1 MB ana belleğe ve 180 MB disk birimine sahiptirler.

Yurt içi ve yurt dışındaki bürolar kişisel bilgisayarla modem üzerinden gönderilen haberler alınmakta ve ilgili haber işleme birimine yönlendirilmektedir. Bu işlem kendiliğinden yapılmaktadır. Ayrıca Associated Press (AP), Agence France Presse (AFP), Reuters, Qua (Katar Haber Ajansı)'dan gelen haberler de sisteme bağlı hatlar üzerinden girmektedir.

Merkezden ve merkez dışından oluşturulan, son şekli verilmiş haberler DEC PDP 11/73 Abone Haber İletim sistemine aktarılmakta, aboneler modem bağlantısı üzerinden kişisel bilgisayarı ile ya da telgraf hattı üzerinden bağlı olan hızlı yazıcılar aracılığıyla gönderilen haberleri almaktadırlar. Anadolu ajansı iletişim teknolojisindeki hızlı yenileşmeye ayak uydurmuş ve Atheer International Şirketi'ne sipariş edilen son derece yüksek kapasiteli yeni bir bilgisayar sistemine geçilmiştir.

Anadolu Ajansı, haber alma, işleme, iletme işlevleri için mevcut teknolojileri destekleyen üstün özelliklere sahip ve gelecekteki iletişim gelişmelerine uyum sağlayacak yeni sisteme kavuşmuştur. Halen kullanılmakta olan kişisel bilgisayar sistemleri yeni bilgisayar sistemlerine yerel ağ (Local Network) ile bağlanmıştır.

Yazılan haberler, bu ağ üzerinden belirtilen kişilere ya da iletilme aracıyla iletim bilgisayar sistemlerine gönderilmektedir. Yeni

sistemin her biri Motorola 88K CPU ve RISC teknoloji kullanan 128 MB kapasitede ana belleğe, 26B kapasitede sistem diski ile yedekleme için 500 MB kapasitede kartuş teyp birimine sahiptir.

Sistemin tamamında toplam 128 adet dış bağlantı birimi bulunmaktadır. Ana sistemleri haber işlevleri için ortaklaşa erişim yapacakları RAID 5 teknolojisini kullanan 106 B kapasitede disk birimine sahiptir.

Bu bilgisayar sistemi her yılın yayınlanmış haberlerini bir optik diskte saklayabilecek arşiv sistemine de sahip bulunmaktadır. Yeni bilgisayar sistemi iki adet haber alma, işleme iki adet dış bağlantı ile haber iletme sisteminden oluşmaktadır. 4 sistem donanımsal olarak aynı özelliklere sahip olmasına karşın farklı yazılımlar ile işlevleri ayrılmaktadır.

Bilgisayar teknolojisinin gelmesiyle eski sistem terk edilerek yeni sisteme geçilmiştir. Anadolu Ajansı 6 Eylül 1986 tarihinden başlayarak Ankara ve İstanbul'da bulunan abonelerine bilgisayar teknolojisini kullanarak haber iletmektedir.

Bu sistemde de daha önce kullanılan eski sistemde olduğu gibi muhabirler olaya gitmekte ve haber için gerekli bilgi ve belgeleri toplamaktadırlar. Muhabirler haberlerini bilgisayar terminalinin ekranına yazmaktadırlar. Bu bilgisayar terminalleri muhabirlerin kullandığı klavyeye göre düzenlenmiştir. Muhabirler bu terminallerde yazdıkları her türlü haberi düzeltme olanağına sahip bulunmaktadırlar.

Bu bilgisayar terminalleri yalnızca haber yazmak için kullanılmamaktadır. Terminallerde Anadolu Ajansı bilgisayar sistemine giren ve çıkan bütün iç ve dış haberleri izleme olanağı olduğu gibi kod verilerek istenilen haberler arşive kaldırılarak saklanabilmektedir. Anadolu Ajansı bilgisayar sistemiyle bir çok işlevi yerine getirmektedir.

Bilgisayar terminaline yazılan haberde muhabir istediği düzeltmeleri yaptıktan sonra haberi bir komutla sistemin belleğine göndermektedir. Muhabirlerin kullandıkları terminallerin gönderdikleri haberlerin başlıkları ve numaraları, muhabirin bağlı bulunduğu şefin ya da sorumlunun bilgisayar terminalinin yanındaki yazıcıda görülmektedir.

Haberin başlığını ve haber numarasını gören şef ya da sorumlu, haberi, kendi bilgisayar ekranına çağırmaktadır. Gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra muhabirin parafi yanına kendi parafini da ekleyerek haberi yeniden sisteme göndermektedir. Haberler kategorilerine göre ilgili bölüm müdürlüğünün bilgisayar terminalinin yanında bulunan yazıcıda haber başlığı ve numara sırasıyla çıkmaktadır.

Bu müdürlüğün sorumluları da haber numarasına göre haberi tekrar ekrana almaktadırlar. Gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra haber sisteme yeniden gönderilmektedir. Müdürlükler tarafından gönderilen haberlerin tümünün haber başlığı ve numarası Haber Redaksiyon ve Yayın Müdürlüğü'ndeki yazıcılarda görülmektedir. Burada da gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra habere son biçimi

verilmekte ve haber yayınlanmak üzere kanallar üzerinden abonelere yollanmaktadır.

Yeni sistemde haber bir kez bilgisayar terminaline yazılmaktadır. Oysa ki eski sistemde haber en az iki kez yazılmaktadır. Ayrıca yeni sistemde haberleşme servisine gerek kalmamıştır. Çünkü yeni sistemde haberler bant yapılmamaktadır.

Böylece daha az insan gücü kullanılmaktadır. Yeni sistemin en önemli özelliği hızlı olmasıdır. Sistem hızlı olduğundan yazılan bir haber en az dört kişi tarafından kontrol edilip yanlış varsa düzeltilebilmektedir.

Haberlerin tümünün Haber Redaksiyon ve Yayın Müdürlüğü tarafından yayına sokulması sayesinde de bütün haberlerde aynı dil ve biçim kullanılmaktadır.

Yeni sistemin hızı yüksektir. Bu sistemde bilgisayar terminallerinin hızı 2400 Baud (Bit/sn)'ye ayarlanmıştır. Bu hız 9600 Baud hızına kadar çıkarılabilmektedir. Bilgisayar terminallerinin yanında bulunan ve haber başlığı ile haber numarası yazılan yazıcıların hızı ise 300 Baud (Bit/sn)'dir. Anadolu Ajansı'nın tüm haberlerini iletmektedir.

Yeni sistemde abonelere bir saniyede 110/7= 15.7 harf geçilebilmektedir. Bu hız tam dolu bir sayfaya oranlandığında bir sayfanın 80 sütun X 40 satır olduğu düşünüldüğünde 3200 harf

alabildiğini kabul edilmektedir. 1 sayfa haber 3200/15.7= 203.8 sn=3.2 dakikada aboneye geçilebilmektedir.

3.13.3 Uydu Sistemi

Anadolu Ajansı'nın sonuç olarak bugün geldiği teknolojik nokta şudur: Motorola Bilgisayar sistemleri tabanlı her biri 128MB ana belleğe sahip ana bilgisayar sistemi ve bu sistemlerin ortak kullanıldığı 10 GB disk birimi Anadolu Ajansı'nın tüm iletişimini sağlamaktadır.

Haberler modem hattıyla kişisel bilgisayarlara, telgraf hattıyla da yazıcılara yollanarak abonelere ulaştırılmaktadır. Bölgelere haber iletiminde TÜRK TELECOM'un tek yönlü Turpak ITI bağlantısı kullanılmaktadır.

"TRT ile yapılan anlaşma çerçevesinde VBI adı verilen yöntemle AA Haberleri TRT 2 TRT INT ve TRT AVRASYA kanallarından tüm Türkiye'ye Avrupa'ya ve Türk Cumhuriyetleri'ne iletilebilecek TRT'nin söz konusu kanallarının izlenebildiği her yerden bir Decoder (şifre çözücü) aracılığıyla alınabilmektedir." [98]

Anadolu Ajansı 1997 yılında elindeki teknolojik yapısını oldukça genişletmiştir. 1997 yılı içerisinde elektronik uydu sistemi denilen bir sistemle abonelerine ulaşmaya başlamıştır. TRT 2 yayınlarının olduğu her yerde Anadolu Ajansı'na abone olabilme

[98] BENGİ Hilmi, agy., s:1123.

olanağı yaratılmıştır. Bu sistem sayesinde insanlar ajansa bireysel olarak da abone olmuşlardır.

TRT 2 yayınlarının izlenebildiği her yerde örneğin Şırnak'ta bir vatandaş 1000 dolar karşılığında ajanstan sağladığı decoder (şifre çözücü) sayesinde kendisine bir haber havuzu açabilmektedir. Yine kuracağı ucuz maliyetli bir bilgisayar aracılığıyla ajans haberlerini radyodan izleyebilmektedir.

1997-1998 yılları içerisinde girdiği uydu haberciliği (BIB) sistemi aracılığıyla teknolojik anlamda dünya haber ajanslarıyla aynı düzeye gelmiştir.

Bu sistemden başka, Anadolu Ajansı her gün Türkçe ve İngilizce haberlerinden oluşan bültenlerini internet adresi ile bütün dünyaya sunmaktadır.

3.14 Anadolu Ajansı'nın Bugünkü Durumu

Anadolu Ajansı, Türkiye'deki yerel ve ulusal gazete ve televizyonların abone olmak suretiyle, haber ve fotoğraf gereksinimlerini karşıladığı en büyük kurum ve kuruluşlardır.

En küçük yerleşim biriminden, en büyük yerleşim birimine kadar kaşeli muhabir adı verilen geniş bir muhabir ağına sahiptir. Ankara Genel merkez olmak üzere Adana, Antalya, Aydın, Bitlis, Bursa, Çanakkale, Diyarbakır, Eskişehir, İstanbul, İzmir, Trabzon

Bölge Müdürlükleri, Edirne, Gaziantep, Kayseri, Kocaeli, Konya Samsun, Sivas gibi illerde büroları bulundurmaktadır.

Ankara Genel Merkezde iç haberler, yurt haberleri ekonomi, dış haberler hizmet birimleri bulunmaktadır. Bunun dışında fotoğraf servisi ve parlamento haber müdürlüğü şeklindedir.

Anadolu Ajansı, Reuters, Associated Press (AP), Deutche Press Agentur gibi uluslararası ajanslarla bağlantıları bulunmaktadır. Bu bağlantılar karşılıklı haber alışverişinde büyük rol oynamaktadır.

Anadolu Ajansı'nın 500 dolayında kadrolu muhabiri bulunmaktadır. Bunun dışında yurt içinde ve yurt dışında toplam 500 dolayında kaşeli muhabiri bulunmaktadır.

4. AGENCE FRANCE PRESSE VE ANADOLU AJANSI'NIN KARŞILAŞTIRILMASI

Araştırmamızın dördüncü bölümünü, Agence France Presse (AFP) ile Türkiye'nin en büyük haber kuruluşu Anadolu Ajansı'nı (AA) karşılaştırmasına ayırdık. Bu çalışmamızın ilk üç bölümünde anlattıklarımızın ışığı altında, Fransa'nın ve dünyanın en önemli ajanslarından biri olan Agence France Presse (AFP) ile Türkiye'nin en önemli haber ajansı durumunda olan Anadolu Ajansı'nın kuruluş koşullarından yapısal durumlarına, haber ve görsel malzeme üretme yöntemlerinden dünyaya yayılma politikalarına, küreselleşen dünyada ajansların birbirleriyle entegrasyonuna, mali yapılarına kadar benzer ve farklı yönlerini belirlemeye çalıştık.

Ajanslarla ilgili bilgileri içeren bölümlerde aktardığımız gibi Fransa'nın ünlü ajansı Agence France Presse, 1835 yılında yani günümüzden 165 yıl önce iflas eden bir iş adamının çeviri bürosu kurmasıyla basın sektörüne ilk adımı atmıştır. Bu çeviri bürosunun kısa sürede haber ajansına dönüşmesiyle, o dönem için dünyada ilk ve tek örneği olan haber ajansı doğmuştur. Agence France Presse bugünkü çağdaş haber ajansçılığının ilk örneğini oluşturmuştur.

Anadolu Ajansı ise 1920 yılında işgal döneminde İstanbul'da etkinliklerini sürdüren ve Agence France Presse'in temelini oluşturan Havas Ajansı'nın, Reuter ile ortak çalışmalarından esinlenerek, iki ünlü yazar ve gazetecinin önerisiyle Mustafa Kemal Atatürk tarafından kurulmuştur.

Görüldüğü gibi her iki ajansın kuruluşlarında, Fransa ve Türkiye'nin siyasi, ekonomik, toplumsal, koşulları farklılık göstermektedir. Agence France Presse, Fransa'nın savaştan ve toplumsal kargaşadan uzak olduğu 19. yüzyılın sonlarına doğru kurulmuş ve bu nedenle hızlı bir gelişme göstererek bugünkü yaygın konumuna gelmiştir.

Agence France Presse ile Anadolu Ajansı arasındaki önemli farklardan biri basın sektörüne giriş dönemleridir. İki ajans arasında Agence France Presse lehine 85 yıllık bir zaman farkı bulunmaktadır. Agence France Presse, bu zaman farkını ve dünyada tek olma özelliğini çok iyi değerlendirerek gelişme sürecini tamamlamıştır.

Anadolu Ajansı, 80 yıllık çalışma sürecinde Türkiye'nin geçirdiği siyasi, toplumsal ve ekonomik koşullara bağlı olarak gelişimini sürdürmüştür. Anadolu Ajansı tarihi süreci içinde zaman zaman devletin ve politikacıların denetiminde kaldığı için bu gelişme sürecinde gecikmeler yaşanmıştır.

Anadolu Ajansı, Türkiye'nin işgal altında bulunduğu çökmüş bir imparatorluktan yeni bir devlet oluşturmaya çabalandığı, milletin bir bütün olarak ülkeyi kurtarmaya yöneldiği, savaşın yarattığı ekonomik güçlüklerin doruk noktasına çıktığı bir dönemde kurulmuştur.

Atatürk'ün ifadesiyle Anadolu Ajansı'nın o dönemdeki tek görevi milletin sesini dünyaya duyurmak savaş hakkındaki bilgileri Türk ve dünya kamuoyuna aktarmak olmuştur. Anadolu Ajansı bu

görevini yerine getirebilmek için o yokluk döneminde büyük bir özveri ile çalışmalarını sürdürmüş, gelişmeyi ikinci plana atmıştır.

Agence France Presse ile Anadolu Ajansı arasındaki bir diğer önemli ayrılık da statü farklılığıdır. Agence France Presse (AFP) 1852-1870 yılları arasında anonim şirkete dönüşmüştür. Anadolu Ajansı ise ilk kez 1925 yılında anonim şirket statüsüne kavuşmuştur. Ama kuruluş yılları göz önüne alındığında Agence France Presse kuruluşundan 17 yıl, Anadolu Ajansı ise 5 yıl sonra anonim şirket olmuştur.

Agence France Presse'in 17 yıllık gecikmesinin nedeni şirketin çeviri bürosundan ajansa dönüşmesinden ve dünyaya açılma politikasını tamamlamak için sermaye bulmakta gecikmesinden kaynaklanmıştır.

Anadolu Ajansı'nın bu konudaki başarısı Agence France Presse'e göre bir üstünlük sayılabilir, çünkü Cumhuriyetin ilk yıllarında şirketleşmeyi düşünüp ajansın bütçesini modern ekonomik modele göre ayarlamak gerçekten önemli bir gelişme olarak kabul edilebilmektedir.

Agence France Presse'in temelini oluşturan Havas Ajansı'nda 1914 yılında 350 kadrolu, 400 kaşeli muhabir çalışırken, Anadolu Ajansı ise o yıllarda henüz kurulmamıştır. 1924 yılına gelindiğinde ise Anadolu Ajansı'nda yalnızca 26 kişi çalışmaktadır.

Agence France Presse ile Anadolu Ajansı arasındaki bir diğer fark da şudur:

Agence France Presse'in ilk kurulduğu yıllarda reklam bölümü bulunmaktadır. 1920'li yıllara gelindiğinde, reklam gelirleri ajans için çok önemlidir ve 200'den fazla gazeteye reklam hizmeti vermektedir.

Anadolu Ajansı ise Kurtuluş Savaşı'nın ilk yıllarında Milli Mücadele'yi duyurmak amacıyla kurulduğu için ticari bir amaç gütmemiştir. Ticari bir amaç gütmediği için de reklamcılık çalışmalarına ve hizmetine yer vermemiştir.

1918 yılına gelindiğinde, o zamanki adıyla Havas Ajansı'nın geçtiği haberlerin sözcük sayısının 40.000'e ulaştığı belirlenmiştir. O yıllarda henüz kurulmamış olan Anadolu Ajansı'nın kuruluşunun ilk yıllarında geçtiği haberlerin kaç sözcükten oluştuğu konusunda ayrıntılı bilgi bulunmamaktadır. Eski yazının kullanıldığı o döneme ait bazı kaynakların olabileceği ama bunların nerelerde olduğunun bilinmediği ifade edilmiştir. Bununla beraber Anadolu Ajansı ile ilgili bilgi aldığımız kaynaklar Anadolu Ajansı'nın kuruluş yıllarında geçtiği haberlerin çok az olduğunu belirtmişlerdir.

Agence France Presse ile Anadolu Ajansı arasında önemli bir de benzerlik bulunmaktadır. Bu benzerlik her iki ajansın ilk yayınladıkları bültenlerin savaş dönemlerine rastlamasıdır. Anadolu Ajansı, ilk bültenini Kurtuluş Savaşı'nda yayınlamıştır. Oysa Agence France Presse, AFP mahreciyle ilk bültenini, Anadolu Ajansı'nınkine

benzer bir sosyal olayda yani II. Dünya Savaşı'nda yayınlamıştır. Bu benzerlik rastlantı gibi gözükmemektedir. Çünkü savaşlar, benzeri toplumsal olaylar ve doğal afetler ajansların temel uğraşılarının başında yer almaktadır.

Agence France Presse (AFP) ile Anadolu Ajansı arasındaki bir benzerlik de devlet yardımlarıyla ilgilidir. Agence France Presse, kuruluşunda bir özel sektör niteliği taşımasına karşın 1931 yılında düştüğü ekonomik bunalım nedeniyle ilk devlet yardımını almıştır. Fransa devletinin ağırlığı ve denetimi bu kuruluşta giderek kendini hissettirmeye başlamıştır.

O yıllarda Agence France Presse'in devlet denetimi altında olduğunu söylememiz olasıdır. Ama daha sonra Ajans, kendi ekonomik özgürlüğüne kavuşunca devlet yardımından arındırılmış ve özerk bir kuruluş olarak çalışmalarını günümüze dek sürdürmüştür. Bu yapısal gelişme ajansın hızla büyümesini de sağlamıştır.

1948-1957 yılları arasında hazırlanan yasa tasarıları ve çıkarılan yasaların tümü Agence France Presse'i korumaya yönelik olmuştur. 1957 yılında çıkarılan yasa Agence France Presse'e haberlerini tarafsız, güvenilir, eksiksiz bir biçimde abonelerine iletme olanağı tanımıştır.

Anadolu Ajansı, 1920 yılında bir devlet kuruluşu olarak çalışmaya başlamıştır. Bütçesinin tamamı devlet tarafından karşılanmıştır. Ancak 5 yıl sonra anonim şirket olduğunda devletin hissesi giderek azalmış ve % 50'lerin altına kadar düşmüştür. Buna

karşın devletin ağırlığı bu kuruluşta uzun yıllar hissedilmiştir. Devletin parasal ve yönetimsel ağırlığına karşın Anadolu Ajansı tarafsız doğru, ilkeli, hızlı ve ayrıntılı habercilik anlayışından vazgeçmemiştir.

Agence France Presse ile Anadolu Ajansı'nın bir ortak noktası da özgün gazetecilik ilkesini benimsemeleri, hiçbir politik baskı ve etki altında kalmadan haberlerini, görsel malzemelerini ve kendilerinden istenen çeşitli yazıları abonelerine iletmeleridir. Bu bağlamda her iki ajansın da devletin denetiminde olmadıklarını söylemek olasıdır.

Ancak Anadolu Ajansı'nın özellikle 1950-1960 yılları arasında politik baskıların altında olduğunu söylemek doğru olacaktır. Bu süreç Anadolu Ajansı'nın 80 yıllık tarihi içerisinde bir sıkıntı olarak görülmektedir. Anadolu Ajansı'nın tüm çalışma süreci değerlendirildiğinde ulusal haber kuruluşumuzun bu sıkıntıyı hızla aştığı da görülmüştür.

Agence France Presse ile Anadolu Ajansı arasındaki bir önemli fark da çalıştırdıkları eleman sayısıyla ilgilidir. Agence France Presse (AFP), bir dünya ajansıdır. Bu Ajans'ta, 803'ü gazeteci, 127'si muhabir, 293'ü teknik eleman, 723'ü yönetimle ilgili hizmet birimlerinde çalışan personel olmak üzere toplam 2000 kişi çalıştırmaktadır.

Anadolu Ajansı ulusal bir ajans olduğundan kadrolu personeli yalnızca 500 kişi dolayındadır. Bu 500 kişinin ¾'ü

muhabirdir. Anadolu Ajansı yalnızca Türkiye'nin 20 ilinde bölge müdürlükleri ve bürolar kurabilmiştir. Anadolu Ajansı'nın 850 dolayında kaşeli ya da kadrolu yurt muhabiri bulunmaktadır.

Agence France Presse (AFP) dünya çapında bir ajans olması nedeniyle 165 ülkede büroları bulunmaktadır. Bu büroların tamamında 2000'e yakın kaşeli muhabiriyle altı dilde (İngilizce, Fransızca, Almanca, Arapça, İspanyolca, Portekizce) hizmet vermektedir.

Anadolu Ajansı ise yalnızca ulusal düzeyde bir ajans olduğu için, Agence France Presse gibi dünya çapında bir ajans olmaması nedeniyle yurt dışındaki örgütlenmesi Agence France Presse kadar yaygın ve güçlü değildir.

Anadolu Ajansı'nın yurt dışında yalnızca 20 temsilciliği bulunmaktadır. Anadolu Ajansı yurt dışında yaygın bürolar kurmak yerine dünyaya yayılmış olan büyük ajanslarla işbirliği yapma yolunu seçmiştir. Anadolu Ajansı'nın yurt dışındaki örgütlenmesi Agence France Presse'inki kadar geniş bir alana yayılmadığı için Agence France Presse gibi altı dilde hizmet verememektedir.

Agence France Presse (AFP) ile Anadolu Ajansı (A.A) arasındaki bir diğer fark da dağıtım ağıyla ilgilidir. Agence France Presse (AFP), Afrika'da 42, Kuzey Amerika'da 2, Latin Amerika'da 20, Asya'da 18, Avrupa'da 26, Okyanusya'da 2, Yakın Doğu'da 19 ülkeye hizmet vermektedir. AFP, haberlerini 5 kutup üzerinden

müşterilerine ulaştırmaktadır. Bu beş kutup şunlardır: Paris, Washington, Hong Kong, Lefkoşe, Montevideo.

Anadolu Ajansı ise dünya çapında dağıtım ağına sahip bir ajans olmadığı için haberlerini dağıtmada böyle bir kutuplaşmaya gidememiştir. Yurt dışındaki temsilcilikleri o bölgelerin haberlerini Anadolu Ajansı'nın merkezine aktarmakla yükümlüdür. Agence France Presse'in tam tersine, bu temsilcilikler tek başlarına haber dağıtımı yapamamaktadır.

Ayrıca haberlerin toplanma ve abonelere dağıtılma yöntemleriyle ilgili de farklılıklar bulunmaktadır. Agence France Presse'de "Desk" adı verilen haber masaları bulunmaktadır.

"Desk" adı verilen bu haber masaları, müşterilere dağıtılan haberlerin kesişme noktalarıdır. Ajansa gelen tüm haberler ayrımı yapıldıktan sonra hizmet birimlerine gönderilmektedir. Agence France Presse'de bulunan haber yönetim birimleri "Desk International" (Uluslararası Haberler Masası), "Desk Economique" (Ekonomi Haberleri Masası), "Desk France" (Fransa Haberleri Masası)'dır.

Anadolu Ajansı'nda Agence France Presse'deki haber masalarının yerine haber müdürlükleri bulunmaktadır. Anadolu Ajansı'ndaki haber müdürlükleri şunlardır: Parlamento Haberleri Müdürlüğü, İç Haberler Müdürlüğü'ne bağlı İstihbarat Servisleri, Yurt Haberler Servisi, Sanat Magazin Servisi, Spor Servisi, Fotoğraf Servisi, Bölge Müdürlükleri ve Bürolardır.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Anadolu Ajansı'nda bunun dışında Ekonomi Haberleri Müdürlüğü, Dış Haberler Müdürlüğü'ne bağlı İngilizce Servisi, Fransızca Servisi, Dış Yayınlar Servisi bulunmaktadır. Ayrıca İdari İşler Müdürlüğü, Ulaştırma Amirliği de Anadolu Ajansı'nın hizmet birimleri arasındadır.

Agence France Presse'in çok güçlü bir Ekonomi Haberleri Masası vardır. Günde ortalama 800 haber geçmektedir. Finans, sanayi ve toplumsal haberlerinin sayısı günde 400'dür. 23 haber başlığı altında 65.000 sözcük geçmektedir.

Anadolu Ajansı'nın, Agence France Presse gibi dünyanın dört bir yanına yayılmış geniş bir örgütlenmesi bulunmadığından, ekonomi haberleri o kadar güçlü değildir. Bu konuda ayrıntılı ve ciddi bir istatistiksel verileri bulunmamaktadır. Ancak Anadolu Ajansı kaynakları bu oranın güçlü yabancı ajansların verdiği haberlerin % 20'si oranında olabileceğini ifade etmektedirler. Ayrıca ekonomi ağırlıklı ve yüksek tirajlı gazetelerde yaptığımız araştırmalarda Anadolu Ajansı'nın ekonomi alanında geçtiği haberlerin sayısının günlük 125-150 arasında olduğunu belirledik.

Agence France Presse (AFP) ile Anadolu Ajansı arasındaki bir diğer fark da mültimedya bölümünden kaynaklanan farktır. Agence France Presse'de gelen haberlerin önem derecesine göre sıralandığı ve abonelere yollandığı mültimedya adı verilen ve Agence France Presse'in müşterisi konumunda olan bir bölümdür.

Anadolu Ajansı'nda ise müşteri portföyü Agence France Presse'inki kadar geniş olmadığından mültimedya bölümü kurulmamıştır.

Agence France Presse (AFP) ile Anadolu Ajansı (A.A) arasındaki bir önemli fark da spor etkinlikleri alanındadır. Agence France Presse, spor gündemini 30 farklı alanda, günde 300 haber halinde 6 dilde vermektedir. Dünyanın her yanına yayılmış geniş muhabir ağı sayesinde yeryüzündeki tüm spor etkinliklerini izleyebilmekte ve bu spor etkinlikleriyle ilgili haberleri müşterilerine geçebilmektedir.

Anadolu Ajansı da spor etkinlikleriyle ilgili haberler vermektedir. Yaklaşık 15-20 spor dalında haber vermesine karşın, Anadolu Ajansı'nın spor dalında geçtiği günlük haber sayısı 2.1, sözcük sayısı ise 178.3'dir. Bu rakam, Agence France Presse'in rakamlarıyla karşılaştırıldığında oldukça düşük kalmaktadır.

Anadolu Ajansı'nın eleman sayısının yetersiz olması, özellikle yurt dışındaki amatör ve profesyonel düzeyde yapılan spor etkinliklerine yeteri kadar muhabir gönderememesi spor haberlerinin yüzdesinin düşük olması sonucunu beraberinde getirmektedir.

Agence France Presse ile Anadolu Ajansı arasındaki bir önemli fark da grafikle haber verme (Infographie) alanındadır. Agence France Presse (AFP)'in çok gelişmiş bir Grafikle Haber Servisi bulunmaktadır. Uluslararası önemli konuları grafikle

vermektedir. Bu servise Agence France Presse'in kendisi de abonedir ve dünya çapında 300 abonesi bulunmaktadır.

Anadolu Ajansı'nda Grafikle Haber Servisi adıyla ayrı hizmet birimi bulunmamaktadır. Grafikle haber yapılabilecek alt yapı bulunmasına karşın şu ana kadar Anadolu Ajansı bünyesinde grafikle haber hiç yapılmamıştır.

Anadolu Ajansı'nda böyle bir hizmetin bulunmamasının nedeni dünyadaki diğer haber ajanslarının bu alanda çok ileri gitmiş ve dünya piyasasını ele geçirmiş olmasıdır.

Bunun dışında Türkiye'deki gazeteler kendi bünyelerinde grafikerler bulundurmakta ve grafikle haberleri bu grafikerlere hazırlatmaktadır. Uluslararası önemli konularda da bu grafikleri AFP, AP, Reuters gibi dünya çapında ün yapmış büyük ajanslardan almaktadırlar. Anadolu Ajansı'nın kendisi de Agence France Presse'in grafikle haber servisine abone değildir.

Agence France Presse (AFP) ile Anadolu Ajansı arasındaki bir benzerlik de gazetecilerin çalışma biçimleriyle ilgilidir. Agence France Presse'de bir gazeteci olaya gittikten sonra olayla ilgili önce Fransızca'da "Dépêche" adı verilen kısa ajans haberini yollamaktadır. Bu kısa haberde, Ne? Nerede? Nasıl? Neden? Ne zaman? Kimin tarafından? Sorularına yanıt verecek biçimde hazırlanmaktadır.

Anlatılan olayın sonunda kesinlikle kaynak belirtilmektedir. Olayla ilgili yeni gelişmeler meydana geldiğinde, bu gelişmeler yine 5N 1K kuralına uygun biçimde haberlere eklenmektedir. Bu haberler yazılırken ters piramit kuralına göre düzenlenmektedir.

Anadolu Ajansı'nda çalışan gazeteciler de aynı Agence France Presse'in muhabirleri gibi gittikleri olaydan topladıkları belgeleri önce kısa haber haline getirmektedirler. Yazılan bu haberler daha sonraki gelişmelere göre genişletilmektedir.

Anadolu Ajansı'ndaki gazetecilerde aynı Agence France Presse'in gazetecileri gibi, haberleri 5N 1K kuralına göre yani Ne? Nerede? Nasıl? Neden? Ne zaman? Kimin tarafından? Sorularına yanıt verecek biçimde yazmaktadırlar. Anadolu Ajansı'nın muhabirleri de haberlerini ters piramit biçiminde düzenlemektedirler.

Dünyadaki tüm basın kuruluşlarının muhabirleri haberlerini oluştururlarken aynı yöntemleri kullanmaktadırlar. Anadolu Ajansı'nın haber toplama haber yazma ve haberleri aktarma konusundaki diğer bütün ajanslarla olan benzer özellikler göstermektedir.

Türkiye'ye yazılı basın görsel basın ve haber ajansçılığı batılı ülkelerden daha sonra gelmiştir. Bu nedenle gazetecilik kuralları batılı ülkelerde uygulanan kuralların aynısı olması çok doğaldır. Örneğin Türkiye'de gazetecilik terimleri çoğu Fransızca kökenlidir.

Ajansçılığın gösterdiği özelliklere bakacak olursak durum yine aynıdır. Çünkü haber ajansçılığı da Avrupa'daki ilk örneklerini gördüğümüz haber ajanslarından esinlenerek başlamıştır. O ajansların sistem ve kuralları Türkiye'deki ajanslar tarafından kullanılmaktadır. Ayrıca bu kurallar ve oluşturulan sistem basının evrensel kural ve sistemleridir.

Agence France Presse (AFP) ile Anadolu Ajansı arasındaki bir önemli fark da haberlerin iletilmesinde kullanılan teknolojilerle ilgilidir.

Agence France Presse'de teknolojik satışlar bölümü bulunmaktadır. Bu bölüm, haberlerin daha kolay yazılması ve aktarılması, fotoğrafların daha hızlı bir biçimde iletilmesini sağlayan elektronik aygıtlar üretmektedir. Bu alanda dünyada meydana gelen gelişmeleri çok yakından izleyen bölüm, yarattığı teknolojik ürünleri uluslararası piyasada pazarlayıp satışını gerçekleştirmektedir.

Agence France Presse bünyesine bulunan mühendis ve teknik elemanlar sayesinde üretip sattığı tüm teknolojik aygıtların bakım ve onarımını da yapmaktadır.

Anadolu Ajansı da haber iletimi için kullandığı elektronik aygıtların bir bölümünü Teknik Müdürlük bünyesinde tasarlamakta ve piyasa maliyetinin çok altında üretmektedir. Ama bu üretim yalnızca dışarıya fazla para gitmesini engellemek ve ajansın kendi gereksinimlerini karşılamak amacıyla yapılan bir içe dönük üretimdir.

Türkiye'nin elektronik sanayisi gelişmemiş olması nedeniyle, Anadolu Ajansı da teknoloji üretememektedir. Oysa Fransa'nın sanayisinin gelişmiş olması Agence France Presse'in bu alanda hem kendi gereksinimlerini karşılayacak hem de iç ve dış pazarlara açılacak teknoloji üretimini gerçekleştirmesini kolaylaştırmıştır.

Anadolu Ajansı haber iletimi için gerekli elektronik donanımın satın alımını yurt dışından yapmaktadır. Bu nedenle Agence France Presse'de Teknolojik Satışlar Birimi varken Anadolu Ajansı'nda yalnızca Teknik Hizmetler Müdürlüğü bulunmaktadır.

Agence France Presse (AFP) ile Anadolu Ajansı (A.A)'nın bir ortak yönü de her iki ajansın da haberlerini iletirken iletişim uydularından yararlanmalarıdır. Fransa'nın bu alandaki teknolojisi daha ileri düzeyde olduğundan, Agence France Presse daha gelişmiş uydu sistemlerinden yararlanmaktadır.

Agence France Presse (AFP) ile Anadolu Ajansı arasındaki bir başka fark ise anlaşmalı çalışılan ajanslarla ilgilidir. Agence France Presse'in anlaşmalı olduğu ajans sayısı 54'tür. Bu ajansların 20'si Avrupa'da, 14'ü Afrika'da, 5'i Yakın Doğu'da, 9'u Asya'da, 6'sı Amerika'da çalışmaktadır.

Agence France Presse aynı zamanda karşılıklı olarak 5'i Afrika'da, 3'ü Yakın Doğu'da, 4'ü Asya'da 3'ü Amerika'da bulunan toplam 15 ajansa hizmet götürmektedir. Agence France Presse, toplam 69 ajansla anlaşmalı olarak çalışmaktadır.

Anadolu Ajansı da dünya üzerindeki bazı ajanslarla anlaşmalıdır. Anadolu Ajansı, Agence France Presse kadar geniş bir alana hükmedemediği için anlaşmalı olduğu ajansların sayısı 30 kadardır. Bu oran Agence France Presse'in anlaşmalı ajanslarının yarısından azdır.

Agence France Presse ile Anadolu Ajansı arasındaki bir önemli fark da fotoğraf hizmetleri alanında görülmektedir. Agence France Presse'in fotoğraf hizmetleri son derece güçlüdür. Basındaki editörlere ve internet abonelerine sürekli olarak fotoğraf göndermektedir.

Agence France Presse'in fotoğraf arşivinde 1930'lu yıllardan günümüze 7.000.000 fotoğraf bulunmaktadır. Agence France Presse'in fotoğraf hizmetlerinde Image Forum adını verdiği bir sistemden yararlanmaktadır.

Anadolu Ajansı'nda fotoğraf alma ve aktarma işi 1993 yılından bu yana bilgisayarlar aracılığıyla yapılmaktadır. Anadolu Ajansı da çağın gerekliliklerine uyarak teknolojik gelişmeleri yakından izlemiş ve fotoğraf aktarım teknolojisinin en yeni ürünlerini kullanarak fotoğraflarını göndermeye başlamıştır.

Anadolu Ajansı bütün bu teknolojik gelişmeleri elbette ki bütçesiyle doğru olarak yapmaktadır. Anadolu Ajansı fotoğraf aktarımında photoshop adı verilen bir sistem kullanmaktadır.

1994 yılından başlayarak bu sistem DIT teknolojisiyle desteklenmiştir. Ama bu sistemlerin hiçbiri Agence France Presse tarafından yaratılıp kullanıma sokulan Image Forum sistemiyle eşdeğerde değildir.

Anadolu Ajansı fotoğraflarını PTT hatlarıyla aktarmaktadır. Anadolu Ajansı'ndan fotoğraf almak isteyen aboneler PTT'den hat kiralamak zorundadırlar.

Agence France Presse (AFP)'nin kullandığı gibi bir Image Forum sistemine benzeyen fotoğrafların internetten aktarımını sağlayan bir fotoğraf aktarım sistemi Anadolu Ajansı'nda bulunmaktadır.

Agence France Presse'de abonelik ücretleri, gazeteler için tirajlarına, televizyon kanalları için izlenme oranlarına (Rating), radyolar için de dinlenme oranlarına göre belirlenmektedir. Şirketler için ise abonelik ücretleri, şirketin çok ortaklı olup olmadığına göre değişmektedir.

Anadolu Ajansı'ndaki abonelik sistemi Agence France Presse'inkine benzer bir yöntemle yürütülmektedir. Anadolu Ajansı abonelerine uygulayacağı fiyatları belirlerken gazetelerin tirajlarını, televizyon kanallarının izlenme oranlarını göz önünde bulundurmaktadır.

Anadolu Ajansı aboneleriyle aylık ya da 1 yıllık sözleşmeler yapmaktadır. Anadolu Ajansı'nın abone gelirleri, tüm gelirlerinin

3/5'ini oluşturmaktadır. Abonelik ücretleri gazeteler için, tirajına göre, 500 ile 4000 dolar arasında değişmektedir.

Anadolu Ajansı'nın televizyon kanalları için uyguladığı ücret ise televizyon kanallarının izlenme oranına göre 1000 ile 2500 dolar arasındadır.

Agence France Presse dünya çapında ün kazanmış ve dünyanın her yanına hizmet götürmeyi başarmış bir ajans olduğu için uluslararası satışlar bölümü bulunmaktadır. Bütün abonelik hizmetleri bu bölüm tarafından yürütülmektedir.

Anadolu Ajansı ise ulusal nitelikte bir ajans olduğu için Anadolu Ajansı'nda yalnızca gazetelerin bünyesinde bulunan abone hizmetleri birimine benzeyen abone servisi bulunmaktadır. Uluslararası satışlar bölümü yoktur.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

SONUÇ

Hangi sektörde olursa olsun, bir kuruluşun gelişmesi; bulunduğu ülkenin ekonomik, toplumsal, ekinsel, politik yapısı ve yaşamı ile önemli paralellikler göstermektedir. Kuruluşların gelişmesini irdelerken sağlıklı ve doğru sonuca ulaşmak için, ülkenin koşullarını da göz önünde bulundurmanın uygun bir yöntem olduğunu düşünmekteyiz.

Bir ülke hangi oranda gelişiyorsa, kurum ve kuruluşlarındaki gelişmelerinin de benzer oranlarda gerçekleştiği görülmektedir. Kurumlar gelişme ve ileriye dönük yatırım planlarını yaparken, her ne kadar bilimsel, çağdaş, evrensel verilere ve yöntemlere başvururlarsa vursunlar, ülkenin içinde bulunduğu koşullardan da etkilenmektedirler. Bu olgu kurumlarla toplumlar arasındaki sosyolojik, kültürel ve geleneksel etkileşimin doğal bir sonucudur.

Politik ve ekonomik istikrar ya da istikrarsızlık ile ülkenin içinde bulunduğu ortam arasında çok önemli bir etkileşim bulunmaktadır. Bu etkileşim basın sektöründe, özellikle sektörün önemli bir parçası olan ve abonelerden başka gelir kaynağı bulunmayan haber ajanslarında daha belirgin bir biçimde görülmektedir.

Haber ajanslarının gelişmesinde ve evrensel nitelik kazanmasında etkili olan başka etmenler de bulunmaktadır. Bilgilendirme (enformasyon) alanındaki altyapı, haber ajanslarının

kuruluş ve çalışmalarıyla ilgili yapısal ve yasal düzenlemeler bu etmenlerin başında gelmektedir.

Uluslararası nitelik kazanmış haber ajanslarının dışında kalan, ileri bir düzeye erişmemiş, ulusal nitelikle haber ajanslarının abone gelirlerinin dışında, kaynak bulma sıkıntısı da önemli bir sorun olarak görülmektedir.

Finansal kaynak sıkıntısından ötürü ulusal nitelikli haber ajansları kendi kadrolarını ve kendi teknik donanımlarını geliştirememektedirler. Gazetecilikte önemli bir etmen olan nitelikli eleman çalıştırma olanaklarından da yoksun bulunmaktadırlar. Bu nedenle, kaynak bulma sıkıntısı çeken haber ajansları, habercilikte gereken atılımı yapamamakta ve yapısal olarak da gelişmelerini sürdürememektedirler.

Ulusal nitelikli haber ajanslarının gelişmesini önleyen bir diğer etmen de kalkınma planında basın sektörü ve onun bir parçası olan haber ajanslarına yer verilmemesi, onların geleceğine yönelik tahmin ve önerilerde bulunulmaması, devlet katkısının ne ölçüde olması gerektiğinden söz edilmemesidir.

Haber ajansları halkın bilgi edinme özgürlüğüne hizmet eden kuruluşlardır. Halkın bu önemli hak ve özgürlüğüne hizmet eden kuruluşlar hakkında devletin bakış açısının olmaması ya da gerek hükümet programlarında gerekse kalkınma planlarında birkaç satırla geçiştirilmesi, gelişmeyi ve dünya kuruluşu olmayı engelleyen etmenlerin başında gelmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin araştırmaya ve üretime kaynak ayıramamaları nedeniyle iletişim araçlarının üretim ve gelişmesinde gelişmiş ülkelerle aralarındaki uçurumun kapanması da olası görülmemektedir.

Gelişmiş ülkelerde teknoloji sürekli gelişmekte ve kurumlar en yeni modelleri kullanırken gelişmekte olan ülkeler bu duruma ayak uyduramamakta ve eski modelleri kullanmakla yetinmektedirler. Bu nedenle gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasındaki uçurum giderek büyümektedir.

İletişim dengesizliğinden en çok zarar gören ve yakınan ülkeler gelişmekte olan ülkelerdir. Bu ülkeler genelde 20. yüzyıla kadar Avrupa ülkelerinin sömürgesi durumunda kalmışlardır.

Parasal olanakları yetersiz, savunma, sağlık eğitim ve altyapıya çok fazla harcama yapan bu ülkeler iletişime yeterli kaynak ayıramamaktadırlar. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerde devletin sesi durumundaki bir ya da birkaç gazete ile devletin denetimindeki radyo istasyonlarıyla televizyon kanalları dışında iletişim olanağı bulunmamaktadır.

Devletin kaynaklarının yetersiz olmasının yanı sıra özel sektöründe yeterli sermaye birikiminin bulunmayışı ve bu alandaki yatırımları yeterli derecede kazançlı görmeyişleri, yatırımları başka alanlara kaydırmaları iletişim alanındaki gelişmeleri engellemiştir ve engellemeye de devam etmektedir.

Gelirleri reklama dayanan özel kuruluşların da iletişim alanında güçlü duruma gelebilmeleri o ülkede güçlü ve gelişmiş bir ekonomik yapının bulunmasına bağlıdır. Güçlü bir ekonomik yapıya sahip olamayan ülkelerdeki kitle iletişim kurumlarının gelişmesinden de söz etmek olası değildir.

Az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler devlet organlarının kurumlaşamaması ve bürokrasinin sağlam bir yapıya kavuşamamasının sıkıntısını çekmektedirler. Yönetim kademelerinde ve bürokraside iletişimin önemi yeterince anlaşılamamaktadır.

Yabancı gazeteciler bu ülkelerde oturma izni almakta büyük güçlüklerle karşılaşmakta ve kaynaklarına ulaşmaları, haber toplamaları, bağlı bulundukları ajanslara haber ulaştırmaları oldukça güç olmaktadır.

Teknik donanımı oluşturan modern kitle iletişim araçlarının üretimi ve geliştirilmesi konusunda da büyük bir rekabet yaşanmaktadır. Bu durum sektörde bazı sıkıntılar yaratmaktadır. Zengin ama sanayisi gelişmemiş üçüncü dünya ülkelerinde iletişim araçlarını üretmek için yeterli sanayi de bulunmamaktadır. Üçüncü dünya ülkelerinin dışında kalan, batı ile iç içe girmiş, gelişmekte olan ülkelerle üçüncü dünya ülkeleri arasında bu konuda da bir benzerlik bulunmaktadır.

İletişim araçlarını dış alımında yüksek maliyet, özellikle ülkeler arasında uygulanan gümrük vergisi tarife farklılıkları, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en büyük sorunudur. Gümrük

tarifeleri ve çeşitli vergiler yüzünden fiyatlar yükseldiği için satışlar istenilen düzeyde olmamaktadır. Gelişmekte olan ülkeler ise aynı nedenlerden ötürü teknik donanımın dışalımını yapamadıkları için gelişmiş iletişim araçlarından yeterince yararlanamamaktadırlar.

Küreselleşen dünyada haber akışını irdelediğimizde, şöyle bir tablo ile karşılaşmaktayız: Haber akış yönü genellikle gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelere doğru olmaktadır.

Bu haberler gazeteler ve televizyon kanallarının özgün kadroları dışında genellikle dört büyük uluslararası haber ajansı tarafından dünyadaki medya kuruluşlarına aktarılmaktadır. Associated Press (AP), United Press International (UPI), Agence France Presse (AFP), ve Reuter gibi dünyaca ünlü haber ajanslarının haberlerinin aktarımı açısından tüm dünyada bir egemenlik kurduğu görülmektedir.

Bu dört ajansın İngiliz ve Fransız kökenli olması batılı ülkelerin haber ajansçılığı konusundaki üstünlüğünü de ortaya koymaktadır. Ulusal haber ajansları ise ajanslarla haber dolaşımı konusunda sözleşmeler yapmaktadırlar. Ulusal haber ajansları hem kendi haberlerini anlaşma yaptıkları uluslararası ajanslara aktarmakta hem de bu ajansların haberlerinden yararlanmaktadır.

Gelişmekte olan bir ülkede, meydana gelen önemli olaylar çoğu kez dünyaya yeterince duyurulamamaktadır. Oysa gelişmiş ülkelerde meydana gelen olaylar tüm dünyaya anında

duyurulabilmektedir. Gelişmekte olan ülkeler ancak deprem, savaş, terör, sel baskını gibi doğal ve sosyal olayların meydana gelmesi durumunda dünya gündemindeki yerini alabilmektedirler.

"Az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler uluslar arası medya organizasyonları için sürekli haber konusudur. Ancak habere konu olma beraberinde olumsuzlukları da getirmektedir. Çünkü doğal afet, iç savaşlar gibi konularda uluslar arası medya organizasyonlarının haber gündemine giren bu ülkeler, geçmişte doğal kaynakları nedeniyle nasıl sömürge olarak kullanıldılarsa şimdi de haber malzemesi olarak sömürülmektedir"[99]

Batılı haber ajanslarının tüm dünyayı habercilik alanında kendilerine bağlamalarının altında yatan neden de teknolojiyi kullanarak elde ettiği hızdır. Ekonomik açıdan güçlü olan teknolojik olarak da gerekli donanıma sahip bulunmaktadır. Dolayısıyla iletişimde güçlü olanın sözü geçmektedir. Ekonomik güçleri sayesinde iletişim teknolojilerini geliştiren toplumlar haberlerin toplanması ve dağıtılması konularında büyük avantajlara sahiptirler.

Türkiye'de iletişim alanında rolü ve etkisi çok büyük olan Anadolu Ajansı günümüzde gelişmiş bir haber ajansı görünümündedir. Kurulduğu yıllarda bir teksir makinesi ve birkaç kişilik kadrosuyla başladığı çalışmalarını kısa sürede geliştirmiş ve bugünkü düzeyine gelmiştir.

---

[99] RİGEL Nurdoğan, Haber Çocuk ve Şiddet, Der Yayınları, İstanbul, 1995, s: 78-79.

Nurdağan Rigel'in Kağıt Kaplanlar adlı yapıtında belirttiği gibi: *"Haberlerinde yoruma yer vermeyen Anadolu Ajansı (AA) haberi tüm unsurlarıyla abonelerine ulaştırmaya çalışmaktadır. Aboneleri arasında çeşitli politik görüşlere sahip olan kişiler ve kuruluşlar da bulunmaktadır."* [100]

Siyasal iktidarların değişimi ile birlikte yönetimde meydana gelen değişikliklerden olumsuz yönde etkilenen Anadolu Ajansı'nın (AA) yayın politikalarında zaman zaman sapmalar görülmüştür. Kimi zamanda değer ölçülerinin abonelerin siyasal tercihlerine göre biçimlenmesi yüzünden eleştirilere uğramıştır.

Türkiye'nin en büyük haber kuruluşu olan AA'nın bir ulusal ajans olma niteliğine uyacak biçimde teknik donanıma sahip ise de, yeterli sayıda nitelikli elemana sahip bulunmamaktadır.

Anadolu Ajansı'nda çalışmakta olan muhabirlere yeteri kadar ücret ödenmemekte ve araştırma serbestisi tanınmamaktadır. Bu nedenle ajans muhabirleri başka gazetelerde iş arama çabası içine girmektedirler. Bu nedenle AA öteki yayın organlarına muhabir yetiştiren bir okul durumundadır. AA Muhabir konusundaki açığını stajyer muhabirlerle kapatmaya çalışması da ajansın haber kalitesinin düşmesine neden olmaktadır.

Ulusal ajans konumunda olan Anadolu Ajansı'nın karşılaştığı en önemli sorunlardan bazıları şunlardır:

[100] RİGEL Nurdoğan, Kağıt Kaplanlar, Der yayınları, İstanbul, 1993, s: 151.

Değişime uğrayan siyasi iktidar, finansal kaynak yetersizliği yüzünden teknolojik yeniliklerin ve gelişmelerin geriden izlenmesi, gerçek habercilik kimliğine kavuşamaması ve politik tercihlerin ağır bastığı bir yapıya sahip olmasıdır.

Anadolu Ajansı 1997 yılında teknolojik yapısını oldukça genişletmiştir. 1997 yılı içerisinde elektronik uydu sistemleri denilen bir sistemle abonelerine ulaşmaya başlamıştır. TRT 2 yayınlarının izlenebildiği her yerde Anadolu Ajansı'na abone olunabilmektedir. Bu sistem sayesinde insanlar ajansa bireysel olarak da abone olabilmektedirler.

TRT 2 yayınlarının izlenebildiği her yerde örneğin Şırnak'ta bir vatandaş 1000 dolar karşılığında Anadolu Ajansı'ndan sağladığı decoder (şifre çözücü) yardımıyla kendine bir haber havuzu açabilmektedir. Yine kuracağı ucuz maliyetli bir bilgisayar aracılığıyla ajans haberciliği radyodan izlenmektedir.

1997-1998 yılları arasında girdiği uydu haberciliği sistemi aracığıyla (BFB) teknolojik alanda dünya ajanslarıyla aynı düzeye gelmiştir. Anadolu Ajansı bugün, Türkiye'deki yerel ve ulusal gazete ve televizyonların abone olmak suretiyle haber ve fotoğraf gereksinimini karşıladığı en büyük kurumdur.

En küçük yerleşim biriminden en büyük yerleşim birimine kadar kaşeli muhabir adı verilen geniş bir muhabir ağına sahiptir. Anadolu Ajansı'nın. Ankara genel merkez olmak üzere İstanbul, İzmir, Adana, Diyarbakır, Bursa, Trabzon, Samsun, Kocaeli, Edirne,

Şanlıurfa, Van, Eskişehir, Kayseri, Konya gibi illerde bölge müdürlükleri bulunmaktadır.

Anadolu Ajansı kuruluşunda kendisine örnek aldığı AFP, Havas Ajansı'ndan bugüne kadar geçen 165 yıllık süreç içinde dünya çapında bir haber ajansı konumuna gelmiştir. Avrupa ve dünya ülkeleri arasında söz sahibi olan Fransa gibi bir ülkenin haber ajansı durumundaki Agence France Presse çağın gerektirdiği bütün yeniliklere ayak uydurmuş. Teknolojinin gelişmesine paralel olarak hızla gelişen kitle iletişim araçlarını kullanarak bir dünya ajansı durumuna gelmiştir.

Agence France Presse, habercilik alanında Associated Press (AP) ve Reuters'den sonra dünyada üçüncü büyük haber ajansı konumuna gelerek dünya haber piyasasındaki rekabet ortamına ayak uydurmuş ve bu piyasayı diğer iki büyük haber ajansıyla paylaşmayı başarmıştır.

Agence France Presse ile Anadolu Ajansı'nın gelişme süreçlerini incelerken bu iki ajansın kuruluş yıllarındaki ekonomik, toplumsal ve ekinsel koşulları da göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Agence France Presse'in kurulduğu 1800'lü yıllarda Fransa Rönesans evriminden geçmiş, imparatorluktan cumhuriyete geçiş dönemini tamamlamış sanayileşme hamlesini başlatmış geleneksel Fransız kültürünün bütün toplum tarafından benimsendiği okuyan

toplum olma özelliğini koruduğu ve geliştirdiği yenilikleri izleyen ve uygulayan bir ülke olarak görülmektedir.

Fransa'nın sahip olduğu bu altyapı, Agence France Presse için de önemli bir avantaj olmuştur. Toplumsal çalkantıların yaşanmadığı ve kısır politik tartışmaların olmadığı, ülke yönetiminin ve toplumun sürekli ileriye dönük çalıştığı Fransa'da kurulan Agence France Presse de bu felsefeye uygun büyük hedeflere ulaşma planları yapmış, bunu adım adım uygulayarak bugünkü konumuna gelmiştir.

Agence France Presse'in dünya ajansı olmasını sağlayan yalnızca ülkesinin sağlam bir altyapıya sahip olması değildir. Agence France Presse'in hızlı büyümesi dünyaya yayılmasını sağlayan etmenler arasında dünyada kurulan ilk haber ajansı olması özelliği de bulunmaktadır. Herhangi bir konuda ilk olma özelliği gelişmenin, çağdaşlaşmanın ve dünya piyasalarına egemen olmanın önemli bir koşuludur. Diğer bir etmen de habercilik alanında dünya piyasasının son derece bakir olmasıdır.

Agence France Presse, ülkesinin koşullarını değerlendirerek ve ilk olma özelliğini de kullanarak dünya habercilik piyasasındaki boşluğu çok iyi görmüş, gelişme sürecini hızlandırarak dünyaya yayılma olanağı bulmuştur. Agence France Presse'in dünyaya açılırken gazeteciliğin temel ilkelerinden biri olan "haber nerede ise gazeteci ve haber kuruluşları oradadır" ilkesinden yola çıkmış olabileceğini düşünmek de olasıdır. Daha çok haber daha çok abone ve gelir demektir.

Agence France Presse sürekli gelişen Avrupa'da habercilikle ilgili tüm teknik ve mesleki gelişmeleri değerlendirerek bugünkü konumuna ulaşmıştır. Daha önceki adı Havas olan Agence France Presse işgal altında bulunan İstanbul'da büro açarak Osmanlı İmparatorluğu'ndaki çöküşü, işgali ve Türk toplumundaki direnişi dünyaya duyurma çabası içinde olmuştur.

Agence France Presse'in sıkıntılı dönemleri de olmuştur. Fransa'nın II. Dünya Savaşı'nda Almanlara tarafından işgal edilmesi Agence France Presse'e habercilik alanında ün yapmasını sağlamışsa da ekonomik açıdan sıkıntılar yaşattığı da bir gerçektir.

Agence France Presse, II. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte ülkesi gibi bu sıkıntılardan hızla kurtulmasını bilmiştir. Sıkıntılı dönemlerde Agence France Presse için özel bir yasa çıkartılarak hükümetten yardım alması sağlanmışsa da, ajansın tarafsızlık ilkesinden sapmaması da aynı yasayla korunmuştur.

Bugün ülkemizin en güçlü ve güvenilir ulusal ajansı olan Anadolu Ajansı kurulduğu 1920'li yılların koşullarında Türkiye matbaanın 250 yıl geç geldiği bir imparatorluğun enkazı altında 20. yüzyıla başlamış durumdaydı. Ülke işgal altındaydı halkın ve aydınların tek düşüncesi ülkeyi kurtarmaktı.

Türkiye, tarımın karasabanla yapıldığı, sanayi sözcüğünün telaffuz bile edilmediği ulaşım ve kitle iletişim araçlarının yok denecek kadar az olduğu, zaten zayıf olan ekonomik koşulların tümünün savaşa yöneltildiği, ülkeyi kurtarmak isteyenlerin padişah

tarafından vatan haini ilan edildiği karanlık günlerin yaşandığı bir ülke durumundaydı.

O dönemlerde Türkiye'ye toplumsal açıdan bakıldığında, dini inanışların ağır bastığı hocaların toplumunu yönlendirdiği, bir din devleti durumunda olan Osmanlı İmparatorluğu'nun batı kültürüne de çok açık olmadığı görülmektedir.

Türk toplumu, kültürel gelişmenin en önemli unsurlarından biri olan yazılı ve basılı yapıtlar açısından da batı toplumlarının çok gerisinde bulunmaktaydı. Türk toplumunun yazıda Arap harflerini kullanması batı ülkelerine yaklaşımını engellemekteydi.

Bu koşullar altında Türk aydınları bir haber ajansının kurulması gereğini duymuşlar ve bunu hayata geçirmek için önerilerini Atatürk'e aktarmışlardır. O yıllarda Havas-Reuter İstanbul'da büro açmış ve bütün dünyaya haber göndermeye başlamıştır. Türk aydınları önerilerini Atatürk'e aktarırken İstanbul'da büro açmış olan Havas-Reuter'i de örnek göstermişlerdir.

Atatürk Anadolu Ajansı'nın kurulmasını kabul ettikten sonra *"Anadolu Ajansı Türkiye'nin sesini dünyaya duyuracaktır"* demiştir. Atatürk bu sözleriyle Anadolu Ajansı'nın Türkiye'nin bağımsızlık savaşımını dünyaya duyurmasını hedeflerken, aynı zamanda ilerleyen yıllarda Anadolu Ajansı'nın bir dünya ajansı durumuna gelmesi gerektiğini de vurgulamak istemiştir.

Bir devlet ajansı olarak kurulan Anadolu Ajansı işlevini uzun yıllar devletin şemsiyesi altında yürütmüştür. 1925 yılında Anonim Şirket statüsüne kavuştuğunda bile devletin ağırlığı hissedilmektedir. Anadolu Ajansı 1920-1950 yılları arasında devlet denetiminde kalmıştır. 1950'li yıllarda hükümetin tüm açıklamalarını Anadolu Ajansı aracılığıyla yapmış olması gerçeğinden yola çıkılarak Anadolu Ajansı'nın devletin yayın organı durumuna dönüşmüş olduğunu söylemek yanlış olmaz.

1950'li yılların sonlarına doğru toplumda büyük bir kargaşa yaratan ve dönemin iktidarı tarafından oluşturulan Vatan Cephesi ilgili haberler Anadolu Ajansı'nın bültenlerini doldurmaya başlamıştır. O dönemde Anadolu Ajansı'nın yönetimine iktidara yakın kişiler atanmaktadır.

Askeri yönetimlerde de Anadolu Ajansı bir devlet kuruluşu olarak kullanılmıştır. Askeri yönetim bildirilerini Anadolu Ajansı aracılığıyla medya kuruluşlarına iletilmiştir. Anadolu Ajansı devletle basın kuruluşları arasında bir tür köprü görevi üstlenmiştir. O yıllarda yine Anadolu Ajansı devlet denetimindedir. Bağımsız çalıştığını söylemek oldukça güçtür.

Türkiye'nin sanayileşme yolunda attığı olumlu adımlar devletçilik ilkesinden vazgeçilmesi düşüncesini de beraberinde getirmiştir. Türk sanayisinin bazı kolları bugün batılı ülkelerin sanayileriyle yarışır durumuna gelmiştir. Bu gelişmeler olurken Anadolu Ajansı'nın da devlet denetiminden çıkarılması yolunda da önemli adımlar atılmıştır.

Bugün dünyanın en modern teknolojisini kullanan haber ajansları arasında yer alan Anadolu Ajansı, 1940 yılında teleksi kullanmaya başlamış, 1986 yılında ise bilgisayar çağına adım atmıştır. Anadolu Ajansı ayrıca fotoğraf hizmetleri alanında da en ileri teknolojiyi uygulayan ajansların arasında yer almaktadır. Bilgisayar ağı aracılığıyla her gün abonelerine 100'ü aşkın fotoğraf yollamaktadır. Anadolu Ajansı, 80 yıllık tarihinde üstlenmiş olduğu habercilik görevini yerine getirirken, dünyanın belli başlı büyük ajansları gibi 24 saat aralıksız haber üretmekte ve bu haberleri yayınlamaktadır.

Anadolu Ajansı ayrıca dünyanın önde gelen haber ajanslarıyla yakın ilişki içine girmiş, karşılıklı haber değişimi çerçevesinde işbirliği anlaşmaları imzalamıştır. Anadolu Ajansı iletişim alanındaki yenilikleri de izleyerek her yıl bu konuda altyapısını yenilemektedir. Anadolu Ajansı teknolojik ürünler sayesinde Türkiye'nin her yerine, yurt dışında da Avrupa'dan Asya'ya kadar olan merkezlere ulaşabilmektedir. İnternet üzerinden İngilizce, Fransızca, Almanca olarak haberlere ulaşmak olasıdır.

Anadolu Ajansı bugün çağdaş bir konuma gelmiş olmasına karşın, tartışılan bir konu bulunmaktadır. Anadolu Ajansı bir devlet kuruluşu mu? Yarı devlet kuruluşu mu? Özerk bir kuruluş mu? Anadolu Ajansı'nın yöneticileri Anadolu Ajansı'nın bir devlet kuruluşu olmadığını anonim şirket statüsüne sahip bulunduklarını ve özgün, tarafsız habercilik yaptıklarını belirtmektedirler.

Ancak Anadolu Ajansı'nın hisselerinin % 49'u hazineye yani devlete ait bulunmaktadır. Devlet bu hisselerini Atatürk'ün emaneti olduğu gerekçesiyle satamamaktadır. Hazinenin ortak olması nedeniyle de devlet organik bir bağ içinde bulunmakta ve Devlet Bakanlarından birinin sorumluluğu altına girmektedir.

Anadolu Ajansı verdiği haber karşılığında devletten 8 trilyon almaktadır. Devleti yönetenlerin ve bürokratların Anadolu Ajansı'nın verdiği bu hizmetlerden hangi ölçüde yararlandığı da ayrı bir tartışma konusudur.

Küreselleşen dünyada kitle iletişim araçları haber aktarımını son derece kolaylaştırmıştır. Devleti yönetenler ve bürokrasiyi temsil edenler, Anadolu Ajansı'nın vereceği haberlerden önce Türkiye ve dünyadaki gelişmeleri saniyesi saniyesine izleme olanağına sahiptirler. O halde devletin haber alma karşılığında Anadolu Ajansı'na verdiği 8 trilyon liranın bir devlet desteği olarak görmek olasıdır.

Anadolu Ajansı'nın ulaştırma servisindeki araçların plakasının siyah zemin üzerine beyaz harflerle oluşturulan plakaları yani *resmi hizmete mahsus* araçların kullandığı plakalardan kullanması da devlet kuruluşu olduğunu açıkça göstermektedir. Bu konumuyla diğer medya kuruluşları karşısında öncelik sağlamaktadır.

Sözgelimi sınırlı sayıda gazetecinin davetli oluduğu bir toplantı ya da etkinlikte Anadolu Ajansı sürekli olarak ön plandadır.

Devlet ya da bürokrasi tarafından yapılacak açıklamalarda Anadolu Ajansı'na öncelik verilmektedir. Bu durum Anadolu Ajansı ile diğer medya kuruluşları arasında haksız rekabet ortamı da doğurmaktadır.

Basın haber alma eşitliği ve özgürlüğü ilkesine ters düşen böyle bir durumdan Anadolu Ajansı'nın hızla kurtulması ve daha özgün bir yönetim yapısına kavuşturulması gerekmektedir.

Agence France Presse kuruluşundan bugüne kadar geçen süreç içerisinde gelişmesini 165 yıla sığdırarak dünya ajansı durumuna gelmiştir. Anadolu Ajansı ise çok zor koşullar altında kurulmasına karşın bugünkü konumuna 80 yılda gelebilmiştir. İki ajans arasında 65 yıllık bir zaman farkı bulunmaktadır.

Agence France Presse bir dünya ajansı, Anadolu Ajansı ise bir ulusal ajans niteliğindedir. Agence France Presse nasıl bir dünya ajansı durumuna gelmiştir? Anadolu Ajansı hangi etkenler yüzünden ulusal ajans durumunda kalmıştır? Anadolu Ajansı'nın dünya ajansı olmasına gerek var mıdır? Anadolu Ajansı'nın dünya ajansı olması bu kuruluşa ne kazandırır?

Bu sorulara yanıt ararken şunları göz önünde bulundurmak gerekmektedir:

Agence France Presse dünyadaki haber piyasası boşluğunu değerlendirerek gelişmiş ve Fransa dışına çıkarak örgütlenmiş ve bir dünya ajansı olmuştur. Anadolu Ajansı ise Havas-Reuter'i örnek

almış olmasına karşın, ülkenin içinde bulunduğu koşullardan ötürü yalnızca Türkiye içinde gelişmeyi hedeflemiştir.

İletişim araçlarının hızla gelişmesi, buna bağlı olarak her alanda olduğu gibi iletişim alanında da dünyanın küreselleşmesi kuruluşların gelişme ve yayılma politikalarını da etkilemektedir. Yalnızca basın sektöründe değil bütün sektörlerde gelişme ve yayılma politikaları küreselleşmeye paralel olarak yürütülmektedir. Bu süreç içinde Anadolu Ajansı'nı değerlendirirsek Anadolu Ajansı'nın da dünyaya açılma politikasını çağın gerekliliklerine göre yönlendirdiğini görmekteyiz.

Kuruluşların kendi olanaklarıyla dünyaya açılmaları ve örgütlenmeleriyle dünyaya açılmış kuruluşlarla içi içe geçerek çalışma arasında çok önemli bir farkın olmadığını düşünmekteyiz.

Teknolojinin büyük bir hızla geliştiği, bilgisayar teknolojisinin ve internetin bütün dünyayı kısa bir sürede insanların elinin altına getirdiği 21. yüzyılda gelişime başka boyutlarda bakmak gerektiği kanısındayız.

Gelişmenin ve dünyaya açılmanın bir yolunun da dünyada çok önemli yeri olan ve tanına güvenilen kuruluşlarla anlaşmalar yapmaktır. Anadolu Ajansı gelişme süreci içinde bunu yapmıştır. Bu durumda Anadolu Ajansı, bir ulusal ajans olmakla birlikte uluslararası nitelikteki dünya ajanslarıyla bağlantılar kurmasını uluslararası örgütlenmelerde yer alarak Türkiye'nin adını duyurmasını bir başarı olarak görmek mümkündür.

Anadolu Ajansı tarihsel süreci içinde dünya ajansı olmadığını söyleyerek çok haklı olduğu görüşüne katılmadığımızı ifade etmek istiyoruz. Bugünkü konumu ve kullandığı teknoloji ile çağı yakaladığı görülen Anadolu Ajansı'nın dünya ajansı olabilmek için büyük yatırımlara girmesi olası görülmekle birlikte çok tercih edilecek bir seçenek olmadığını da ifade etmek gerekmektedir.

Bugünkü konumuyla dünyanın en büyük haber ajanslarıyla iç içe geçerek çalışan ülke içinde çok saygın bir yeri olan Anadolu Ajansı'nın kısmen de olsa bu yönüyle bir dünya ajansı olduğu görüşü de ileri sürülmektedir.

Bize göre Anadolu Ajansı'nın gerçekten gereksinim duyduğu kısmen de olsa devlet ajansı olma yapısından kurtarılmasıdır.

EKLER

EK 1

Agence France Presse'in tarihsel süreç içerisinde geçirdiği evreler şu biçimde sıralanabilmektedir:

1835: Servetini yitirmiş bir tüccar olan Charles Louis Havas Paris'teki Jean-Jacques Rousseau sokağındaki Buillon Otelinde bir çeviri bürosu kurmuştur. Bu büro daha sonra politik haberler ajansına dönüşmüş ve dünyadaki ilk uluslararası haber ajansı olmuştur. Paris'in basın, politika, diplomasi çevreleri için yabancı gazetelerin çevirisini ve Fransa ile ilgili çeşitli olayları anlatan yorumlar yapan muhabirler göndermiştir.

1847: 12 yıl içerisinde Charles Louis Havas ve ajansı Fransa'daki haber tekelini kendine mal etmiştir. Bu başarısı üç kutup altında birleşmiştir.

a) Uluslararası gündemin geniş muhabir ağı sayesinde aktarılması

b) Haberleri o zamanın en hızlı teknikleri sayılan posta bavulu ve güvercinleri, 1845'ten sonra Fransa'da yeni yayılmakta olan telgrafi kullanmasıdır.

c) Kamu sektörüyle kurduğu ayrıcalıklı ilişkilerdir.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON

1848: Avrupa'da devrim yılı sayılan bu yıl, Havas gelecekteki rakipleri olan sürgündeki iki adam Paul Julius Reuter ve Bernard Wolff ile birleşmiştir.

1853: Auguste Havas babasının yerine alarak ajansın başına geçmiştir.

1857: Havas Ajansı içinde yeni bir dal olan reklamcılık başlamış ve Havas hem haber hem reklam ilk ajans olmuştur. Bu ikili durum 1940 yılına kadar sürmüş ve daha sonra reklam ajansı Havas adını koruyarak tamamen bağımsız olmuştur.

1859: Londra'da bulunan Reuter ve Berlin'de bulunan Wolff Havas ile birlikte, telgraf yayın maliyetinin yüksek olduğunu görünce haberi toplamak ve yayınlamak için dünyayı bölgelere göre paylaşmışlardır. Bu sözleşme 30'lu yıllara kadar sürecek olan bir dizi sözleşmenin ilki olmuştur.

1866: Atlantik ötesi kablo döşenmiş ve Amerika Kıtası Avrupa'nın erişebileceği bir noktaya getirilmiştir.

1874: Brezilya'yı Avrupa'ya bağlayan kablo döşenmiştir.

1879: Auguste Havas emekli olunca şirketi iki genç insanın, Edouard Lebey ve Henry Houssaye'ın ellerine bırakmıştır. Böylece Havas aile şirketi sona ermiş yerine Havas Anonim Şirketi kurulmuştur.

1880: Telefonun teleksin ve uzun radyo dalgalarının kullanımı gazetecilerinin çalışmalarında devrim yaratmıştır. Bu yeni aktarım olanaklarıyla haber hacimleri artmış ve Fransa'daki basın gelişerek 1881 yılında basın özgürlüğü ile ilgili yasa çıkmıştır.

1914-1918: Habere konulan ablukaya bağlı olarak Havas güçlüklerle karşılaşmıştır.

1920: Leon Renier'in Başkanlığında reklam dalı gelişmiş ve haber dalının yeniden başlamasına olanak tanımıştır.

1930: Kısa dalga radyolar süreci uluslararası haberlerin aktarımını değişime uğratmış ve ajansların birleşmesine son vererek rakip ajansların gelişmesine yol açmıştır. Havas bu arada yatırım harcamaları yanında finansal krizle de karşı karşıya kalmıştır. Ajansın bu sorunu onu dışarıda desteklemek isteyen Dışişleri Bakanlığı tarafından para yardımı yapılarak çözülmüştür.

1940: Haber dalı, reklam dalından ayrılarak Fransız Haber Ofisi (OFI) adını almıştır. Reklam dalı, Havas adını koruyarak kısmen devlet denetimine girmiştir.

1944: Ağustos ayının ortalarında AFP'nin ilk haberleri gelmiştir. Eski gazeteci aynı zamanda da direnişçi olan kişiler yeni bir ekip kurmaya karar vererek, Fransa'da uluslararası düzeyde bir haber ajansı oluşturmuşlardır.

20 Ağustos 1944: Borsa Meydanı 13 numarada bulunan binanın direnişçi gazeteciler tarafından işgal edilmiştir. Burada Fransızca haber ofisi kurulmuş ve daha sonra Agence France Presse adını almıştır. İlk Genel Müdür Martial Claude Bourgen'dir.

30 Eylül 1944: AFP, geçici özerk kamu kuruluşu statüsü kazanmıştır.

22 Mart 1945: François Crucy Genel Müdür olarak atanmıştır.

29 Aralık 1945: Maurice Négère Genel Müdür olarak atanmıştır.

5 Nisan 1946: Bir statü taslağı hazırlamakla görevli komisyon kurulmuştur.

17 Nisan 1947: Paul Louis Bret Genel Müdür olmuştur.

2 Şubat 1949: Ajansın statüsü konusunda Mitterrand yasaları kabul edilmiştir.

4 Şubat 1950: Maurice Négère yeniden Genel Müdür olmuştur.

19 Nisan 1952: Bir grevi fırsat bilen Pinay Hükümeti AFP'nin bütün personeline el koymuştur.

28 Eylül 1954: Pierre Mendes Hükümeti Jean Marin'i Genel Müdür atamıştır. Bu arada ajansın bağımsızlık çalışmaları yürütülmektedir.

20 Haziran 1955: Surleau Komisyonu bağımsızlık statüsünün hazırlanma işine girişmiştir.

14 Mart 1956: Statü taslağı kabul edilmiştir.

4 Temmuz 1956: Proje kabul edilmiş ve Millet Meclisi'nde ilk kez okunmuştur.

10 Ocak 1957: Yeni statü Millet Meclisi'nde ikinci kez okunmuştur.

16 Nisan 1957: Jean Marin yeni statüye göre Başkan ve Genel Müdür seçilmiştir.

1957-1980: Bu yıllar arasında 1835 yılında Charles Louis Havas tarafından kurulan ajans, yeni haber toplama ve aktarım tekniklerini benimseyerek sürekli bir gelişme içine girmiştir.

10 Ocak 1969: Arapça hizmet veren servis açılmıştır.

21 Ağustos 1971: Uydu aracılığıyla ilk yayınlar başlamıştır.

4 Eylül 1972: AFP Münih Olimpiyat Oyunları sırasında İsrailli rehinelerin öldürüldüğü haberini herkesten bir saat önce vermiştir.

22 Kasım 1972: Washington Post, Los Angeles Times, AFP'yi ABD'de dağıtmaya başlamışlardır.

9 Ekim 1973: Yönetim Kurulu haber yazım servisleri kurulmuştur.

Nisan 1975: Jean Marin 6. kez görevden ayrılmıştır.

13 Haziran 1975: Claude Rousse Başkan- Genel Müdür olmuştur.

26 Mart 1976: İlk Latin Amerika Haber Masası kurulmuştur.

29 Mayıs 1978: Roger Bouzinac Başkan- Genel Müdür olmuştur.

8 Ekim 1979: Henri Pigeat Başkan- Genel Müdür olmuştur.

1 Ocak 1981: AFP, AGORA adı verilen bir veri bankası sistemi geliştirmiştir.

Mart 1982: İkinci nesil bilgi işlem hizmetleri devreye girmiştir.

1 Ocak 1982: Hong Kong'da merkezden uzak ilk yönetim birimi kurulmuştur.

1983: AFP, Fransızca, İngilizce, Almanca, İspanyolca olarak dört dilde işlev gören ve AGORA adı verilen veri bankasını kurmuştur.

Haziran 1984: İşitsel hizmet biriminin ve fotoğrafların numaralandırılması sistemi geliştirilmiştir.

1984: İşitsel hizmetler birimi kurulmuştur.

1 Ocak 1985: Uluslararası telefoto servisi açılmıştır. EPA (European Picture Agency) kurulmuştur. (Uluslararası fotoğraf hizmetleri birimi kurulmuştur).

1986: Minitel üzerinden hizmet vermeye başlamıştır.

10 Ocak 1986: Doğrudan uyduyla yayın yapılmasına olanak tanıyan POLYCOM sistemi devreye girmiştir.

Temmuz 1986: AFP, üç yönetim biriminde yeniden örgütlenmiştir. Ayrıca Washington, Lefkoşa, Hong Kong, Bonn Haber Masaları merkezden uzaklaştırılmıştır.

Aralık 1986: Kamu finansmanı sağlanmıştır.

18 Aralık 1986: Bir grevin ardından hükümetle anlaşmazlığa düşen Henri Pigeat istifa etmiştir.

22 Ocak 1987: Jean-Louis Guillaud Başkan-Genel Müdür olmuştur.

28 Eylül 1988: AFP, Seoul Olimpiyat Oyunlarında, Ben Johnson'un diskalifiye edildiğini rakiplerinden iki saat önce duyurmuştur.

1988: Grafikle haber başlamıştır. Bugün bu grafikle haber dört dilde verilmektedir. (Fransızca, İngilizce, Almanca, İspanyolca)

20 Ocak 1990: Claude Moissy Başkan-Genel Müdür olmuştur.

1990: Görüntülü metin başlamıştır.

1991: İngilizce ekonomi servisi başlamıştır.

1992: Fotoğrafın ve grafikle haberin sayısal olarak aktarımı başlamıştır.

1 Şubat 1993: Lionel Fleury Başkan- Genel Müdür olmuştur.

1993: CD-ROM hizmetleri başlamıştır.

1994: Auditexte (Radyodan haber metni başlamıştır.)

1 Ocak 1996: Associated Press ile olan haber takası anlaşmasına son verilmiş AFP, ABD'de kendi örgütünü kurmuştur.

3 Şubat 1996: Jean Miot Başkan-Genel Müdür olmuştur.

Şubat 1998: IPSOS-AFP ortaklığı İnternet üzerinde başlamıştır.

17 Nisan 1998: AFP ve Çin İnternet Anonim Şirketi Dünya Kupası ile ilgili Çince internet hizmet birimi devreye girmiştir.

2 Haziran 1998: AFP, Asya'nın da internetten ulaşabileceği fotoğraf servisi kurmuştur.

Ekim 1998: AFP hizmet birimlerini internet üzerinde yaygınlaştırmaktadır.

Aralık 1998: AOL-France aboneleri için yeni haber servisleri kurulmuştur.

Şubat 1998: İnternet üzerinden IPSOS- AFP ortaklığı başlamıştır.

17 Nisan 1998: Agence France Presse ve Çin İnternet Anonim Şirketi Dünya Kupası ile ilgili Çince İnternet sayfası açmıştır.

2 Haziran 1998: Agence France Presse, fotoğraf servisini Asya Kıtası'nda yaygınlaştırmış ve İnternet üzerinden ulaşılabilir duruma getirmiştir.

Ekim 1998: Agence France Presse, grafikle haber servisini internet üzerine yaymıştır.

Aralık 1998: AOL-Fransa aboneleri için Agence France Presse'in yeni haber servisleri açılmıştır.

9 Mart 1999: Eric Giuily AFP'nin dokuzuncu Genel Müdürü olmuştur.

15-20 Mart 1999: Okullarda onuncu Basın haftası kutlanmıştır.

13 Nisan 1999: Agence France Presse'in 1998 yılındaki hesapları onaylanmış ve 1999 yılı bütçesi uygulamaya konmuştur."

EK 2

Agence France Presse'in yayınladığı ilk haber şöyledir: *"İlk hür gazeteler çıkmaya başlayacaktır, Fransız ajansı bugünden itibaren onların hizmetindedir. Kentte devam eden bağımsızlık savaşına karşın, hapsedilmiş, toplama kamplarına yollanmış ya da kayıp olan bütün gazeteci yoldaşlarımızı selamlıyoruz. AFP, bir haber örgütünün birincil görevi olan kesin tarafsızlığı ile bütün hür gazetelere kılı kırk yaran bir titizlikle hazırladığı haberleri sağlamak suretiyle hizmet vermeyi sürdürecektir."*

LAFFONT Robert, Une Histoire de l'Agence France Presse 1944-1990.

Anadolu Ajansı'nın yayınladığı ilk haber şöyledir: "Kalbi İslam olan Osmanlı saltanat Merkezi'nin düşman işgaline geçmesi ve bütün ulus ve vatanımızın en büyük tehlikeye uğramasının sonucu olarak bütün Anadolu ve Rumeli'nin giriştiği ulusal ve kutsal savaş sırasında halkın en doğru iç ve dış haberlerle aydınlatılması önemle göz önünde tutulmuş ve burada en yetkili kişilerden kurulu bir özel heyetin yönetiminde ve Anadolu ajansı adıyla bir kurum oluşturulmuştur.

Anadolu Ajansının en hızlı araçlarla vereceği havadis ve bilgi Heyet-i Temsiliyemizden de geçeceği için Ajans tebliğleri Müdafaa-i Hukuk örgütümüzce de bucak ve köylere kadar dağılacak ve duyurulacaktır. Bu bakımdan acele tertibat alınması ve sonucunun bildirilmesi önemle rica olunur."

KOLOĞLU Orhan Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın İletişim Yayınları İstanbul 1992.

EK 3

Ajansa bağımsızlığını kazandıran 10 Ocak 1957 tarihinde çıkarılan 52- 53 numaralı yasaların bazı önemli maddeleri şunlardır:

Madde 1: Agence France Presse özerk, sivil ve ticari kurallara göre işlevini sürdüren bir kuruluştur. Bu kuruluşun iki amacı bulunmaktadır.

a) Gerek Fransa'da gerekse Fransa dışında tarafsız ve eksiksiz haber unsurlarını araştırmak.

b)Bu haber unsurlarını ücret karşılığında abonelerin kullanımına sunmak.

Madde 2: Agence France Presse'in etkinliği aşağıdaki temel zorunlulukların boyunduruğu altındadır.

a)Agence France Presse haberin kesinliği ve tarafsızlığını sağlamakla yükümlüdür hiçbir grubun denetimi altına giremez.

b)Agence France Presse kaynaklarını ve örgüt yapısını güçlendirerek gerek Fransız gerekse yabancı müşterilerine hizmet sunmaktadır. Ajans verdiği haberleri tarafsız, güvenilir ve eksiksiz bir biçimde vermektedir.

c)Agence France Presse dünya çapındaki örgütlenmesini, Fransa dışında haber şebekeleri kurarak güçlendirmiş ve güçlendirmeyi de sürdürmektedir.

Madde 3: Ajansın 2. maddedeki zorunluluklara uyup uymadığı bir üst kurumun denetimindedir.

Madde 4: Bu üst kurul şu şekilde oluşmuştur.

a)Devlet Konseyi tarafından seçilen bir üye

b)Sayıştay tarafından seçilen bir yargıç

c)Profesyonel örgütlenmeler, gazeteler ve basın kuruluşlarının yöneticileri tarafından belirlenen iki temsilci

d)Profesyonel meslek kuruluşları tarafından belirlenen bir profesyonel gazeteci

e)Radyo-televizyon kuruluşlarını tarafından seçilen bir temsilci

f)Üst Kurul'un diğer üyeleri tarafından seçilen diğer iki üye

Bu üst kurulun üyeleri üç yıllığına seçilir ve görev süreleri uzatılabilir.

Madde 6: Agence-France Presse, Başkan-Genel Müdürün başkanlık ettiği bir Yönetim Kurulu tarafından yönetilmektedir.

Madde 7: Yönetim Kurulu'nda başkan dışında şu kişiler bulunmaktadır.

1) Profesyonel örgütlenmeler ve gazete yöneticileri tarafından belirlenen 8 temsilci

2) Radyo-televizyon kuruluşları tarafından belirlenen iki temsilci

3) Kamu hizmetlerinden üç temsilci

4) Ajans personelinden iki temsilci

Madde 10: Ajansın Yönetim Kurulu Başkanı üç yıllık bir süre için göreve geçmekte ve görev süresi uzatılabilmektedir. Yönetim Kurulu Başkanı'nın atanması için en az 12 oy gerekmektedir. Eğer üç günlük oylama sonunda bu sayı sağlanamamışsa, Üst Kurul Yönetim Kurulu'na iki aday önermektedir. Bu iki adaydan birinin seçilmesi için de en az on iki oy gerekmektedir.

Genel Müdür'ün görevine, Yönetim Kurulu tarafından ajanstaki görevini kötüye kullanması ya da çok önemli bir işletme hatası olması durumunda son verilebilmektedir.

Madde 12: Ajans bünyesinde aynı zamanda da bir finansal komisyon bulunmaktadır. Bu komisyon, Sayıştayca belirlenen iki üye ve Maliye Bakanlığı'nın bir uzmanı tarafından oluşmaktadır. Finans komisyonu Agence France-Presse'nin bütün mali işlerini yürütmekle yükümlüdür.

Madde 13: Agence France-Presse'in kaynaklarının haber sattığı müşterilerinden gelen abonelik ücretlerinden ve taşınmazlarından gelmektedir. Kamu kuruluşların yaptığı satışların koşulları, Devlet ile Ajans arasında yapılan sözleşmeyle belirlenmektedir. Bu sözleşme, uluslararası telefon ücretlerine yansıyan vergi oranlarına göre yenilenmektedir.

9 Mart 1957 ve 57-281 sayılı kararnameye göre;

Madde 8: Ajansın yöneticilerinin Fransız uyruklu olması gerekmektedir. Burada görev alan her üye görevden alındığında üç ay içinde başka birisinin atanması gerekmektedir.

Madde 9: Başbakan ve delege bakan kamu radyo ve televizyonlarından gelen temsilcileri atamaktadırlar. Bakanlar Kurulu Başkanı, Dışişleri Bakanı, Ekonomik İşler Bakanı temsilcilerini devlet memurları arasından seçmektedirler. Seçtikleri memurların en az 2. derece devlet memuru düzeyinde olması, en az 30 yaşında ve devletin bir tek ya da birçok kademesinde en az 8 yıl hizmeti olması gerekmektedir.

Madde 20: Finans Komisyonunun harcamaları Agence France-Presse'in sorumluluğundadır.

EK 4

HERVE GUİLBAUD İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

- AFP nasıl çalıştığı hakkında bize bilgi verir misiniz?

"Uluslararası haberler servisi ve uluslararası haber masası sıcak habere doğrudan girilmesini sağlayan birimlerdir. AFP on yıl kadar önce abonelerinin dileklerine ve gereksinimlerine daha iyi yanıt verebilmek amacıyla merkezden uzaklaşarak bölgeselleşme kararı almıştır. Bu karar biraz da AFP'nin daha etkin bir duruma gelebilmesi için alınmıştır. AFP geçmişte büyük Fransız Jakoben geleneğine uyarak son derece merkeziyetçi bir yönetim sergilemekteydi. Her şey Paris'ten yola çıkıyordu. Tecimsel, yazınsal, teknik, yönetsel,planlama hep Paris'ten yapılmaktaydı.

Yıllar geçtikçe AFP diğer dış ajansları da örnek alarak bölgeselleşme kararı almıştır. Bunun için AFP, Fransa dışında bölge temsilcilikleri açmıştır. Bu temsilcilikler dört ana bölüme ayrılmıştır. Amerika Kıtası için Washington, Asya Kıtası için Hong Kong, Orta Doğu için Lefkoşe, Avrupa ve Afrika Kıtaları için Paris. Diğer birimler tarihsel ve ekonomik nedenlerden ötürü bu dört ana yönetim birimine bağlanmıştır. Latin Amerika bölgesi için Uruguay'ın başkenti Montevideo'da bir büro kurulmuştur. Amerika Kıtası bölümü iki yıldan beri ikiye ayrılmış durumdadır. ABD ve Kanada'ya hizmet veren Kuzey Amerika bölümü Washington'da, Latin Amerika'ya hizmet götüren büro ise Montevideo'da üstlenmiştir.

---

* Agence France Presse Avrupa Afrika Kıtası Sorumlusu, 19 Nisan 1999.

İnsanların genelde Paris'e yönelmek gibi bir alışkanlıkları olduğundan bu zihniyetin değişmesi için yeniden yapılanmaya gidilmiştir. Paris'teki Yazı İşleri Sorumlumuz, Vladivostok'tan Güney Afrika'ya kadar olan bütün haberlerin toplanmasını denetlemekle yükümlüdür. Bu alan içinde 40 kadar büro ve alt bürolar bulunmaktadır ki bu çok büyük bir rakamdır. Bu durum sorun çeşitliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu bölge güçlenmeye başlayıp işlevsel duruma geçmekte olan bir bürodur.

Bu bölgenin yönetilmesi çok zordur. Kuzey Amerika örneğini ele alırsak bu bölge dil açısından homojen bir bölgedir. Çünkü halkın % 95'i İngilizce konuşmaktadır. Bunun yanı sıra Kanada'da Quebec'te Fransızca konuşan aboneler de bulunmaktadır. Aynı zamanda ABD'de Latin Amerikalı müşteri portföyü bulunmaktadır. Bu bölge sınırlı bürolarıyla homojen bir bölgedir. Yönetilmesi ve verim alınması kolaydır. Biz bu örgütlenme sayesinde aradığımızı bulduk diyebiliriz."

- Aradığımızı bulduk demekle sözünü biraz açar mısınız?

"Bu demektir ki bilgi aktarımı daha etkin bir duruma getirilmiştir. Bu sistem sayesinde bölgede olup biteni izleme olanağı doğmuştur. Şef redaktör çok ince bir şekilde yönetmeyi becerebilmektedir. Örneğin Balkanlarda bir olay meydana geldiğinde Romanya'da Avusturya'da İtalya'da bir olay meydana geldiğinde haberlerin toplanması ve fotoğrafların çekilmesi o yörenin bağlı bulunduğu büro muhabirleri tarafından

gerçekleştirilmektedir. Yazı İşleri Müdürü haber gelir gelmez müdahale edebilmektedir."

"Haberlerin çevirisi gerekiyorsa, çeviriler nitelikli birimler tarafından yapılmaktadır. AFP aynı zamanda tecimsel sorunlara da müdahale edebilmektedir. Böylece bir sorun çıktığında ya da bir abone bir sorunu bize ilettiğinde daha hızlı hareket edebilmekteyiz."

- AFP en çok neye önem vermektedir?

"AFP'nin ruhunda koruması gereken iki önemli kavram vardır. Açık gözlülük ve her şeyi kullanıma sunabilmek. Teknik düzeyde de durum aynıdır. Teknisyen yalnızca sorumlu olduğu büroyla ilgilenmektedir. Böylece sorunlara çok hızlı müdahale edilebilmektedir. Bu teknisyenler müşterileri iyi tanımaktadırlar. Zaten bilgisayarları, antenleri müşterilerin bürolarına kuranlar da onlardır. Çok iyi bir şebeke kavramları vardır. Uydu aracılığıyla müdahale edebilmektedirler.

Bölgeselleşmenin genel felsefesi Avrupa Afrika bölgelerine yazınsal özerlik kazandırmaktır. Avrupa Afrika bürosu ekonomik nedenlerden ötürü Paris'te üstlenmiştir. Teknisyenler, ticari yöneticiler, işletmeciler buradadırlar. Ben, Afrika bürosunun eninde sonunda Kuzey Amerika gibi özerk olacağını düşünmekteyim. Bize gerekli gelen ikinci nokta Avrupa bürosunun Paris'te kalmasını sağlamaktır. Ama ben kişisel olarak bir bölge bürosunun Paris'te tutulabileceğini sanmıyorum. Bu bir hizmet

birimini merkezde öğütmek gibi bir riske girmekle eşdeğerdedir. Bu konuda atılmış çeşitli adımlar vardır."

- Atılan bu adımlar nelerdir?

"Adım atılmıştır demekle bölgelerin bir yerde toplanması durumuna son verilmesi adımı atılmıştır demek istiyorum. Bir bölge bürosunu Paris'teki merkezin yakınına kurmamak gerekir."

-AFP'nin önemli bölgeleri ve büroları hangileridir?

"AFP'nin Avrupa Bölgesi'nde Moskova, Londra bürolarının dışında Roma ve Madrid büroları bulunmaktadır. Diğer önemli bürolar ise şunlardır: Ankara, Varşova, Baltık ülkeleri, Stockholm'dan yönetilen İskandinav ülkeleri, Brüksel, La Haye, Prag, Viyana, Bükreş bürolarıdır. Bu oldukça yoğun bir örgüdür. İki yıl önce Tiran'da büro açmak gibi bir eğilimimiz olmuştur. Önemli olan en iyi ekiplerin ve en iyi donanımların yardımıyla haberin nereden çıkacağını bilmektir. Gelecek yıllarda da hangi yönümüzü güçlendireceğimizi öngörmektir.

Tiran ve eski S.S.C.B dışında Baltık ülkelerinde de varlığımızı güçlendirdik. Varşova'yı etkin bir biçimde denetliyoruz. Bakü, Almati ve Kiev'de bürolar açılmıştır. Bu kentlerdeki bürolar 1-2 kişilik küçük bürolardır. Yüksek performanslı teknik olanaklar ile insanlar Fransızca ve İngilizce olarak iki dilde hizmet vermektedirler.

Bugün Kiev'de ekonomiyle ilgili haber yazmak zordur. Orta Asya'nın sorunları bütün Pasifik'i ilgilendirir. Orada var olmak çok önemlidir. Burada hep kendini geliştiren ve sürekli arayış içinde olan bir haber şebekesi bulunmaktadır. Bu arayış bölgede haberin nereden çıkacağını belirlemeye ve rekabette üstün gelmeye yöneliktir.

Avrupa'da 19'u birincil, 12'si ikincil toplam 31 büro bulunmaktadır. İkincil büro olarak Bakü, Almati, Kiev, Tiran büroları sayılabilir."

-AFP'de çalışan gazeteciler hakkında bilgi verir misiniz?

"AFP'de iki tür gazeteci çalışmaktadır. Bunlardan birincisi merkezdeki Fransız gazeteciler, ikincisi ise AFP'den aylık alan yerel muhabirlerdir. Bu yerel muhabirler işe alındıkları ülkelerde çalışmaktadırlar. Zamanlarının önemli bir bölümünü AFP'ye ayırmaktadırlar. AFP'de ayrıca gönderdikleri haber başına ücret alan işbirlikçileri bulunmaktadır. Afrika'da 11 ana büro, 4 ikincil büro, Avrupa'da 162 gazeteci ve foto muhabiri bulunmaktadır. Bunların 64'ü merkezdedir. Afrika'da 54 gazeteci bulunmaktadır.

Afrika Kıtası çok fazla parası olmayan müşterilerden oluşmaktadır. AFP dünya üzerinde Afrika Kıtası'na öncelik vermeyi sürdüren tek haber ajansıdır. Afrika'da sürekli ekip bulundurmaktadır. Burada önemli olan yalnızca verimlilik değildir. Aynı zamanda müşterilerin Afrika'ya önem veren tek ajans olmasıyla ünlenmiş AFP'ye yönelme istekleri de unutulmamalıdır."

-AFP'nin Türkiye'de durumu nedir?

"Ankara'da Fransız bir hanım gazeteci tarafından yönetilen çok iyi bir ekip bulunmaktadır. AFP'nin Ankara'da dört, İstanbul'da iki gazetecisi bulunmaktadır. İstanbul'daki gazeteciler İngilizce ve Almanca bilmektedirler."

PIERRE POINTEAU İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

-Uluslararası Haberler Masasının çalışmaları hakkında bilgi verir misiniz?

"Haberler bize ulaştığı zaman, tekrar tekrar okunuyor, anlaşılabilir olup olmadığına bakılıyor. Yazım hataları da bizim tarafımızdan düzeltiliyor. Eğer önemli bir hata varsa haberin geldiği kaynak uyarılıyor. Örneğin Türkiye'deki seçimlerle ilgili bir hata varsa Ankara'ya bildiriliyor."

- Haberlerin tümü bilgisayar sistemi ile mi gönderiliyor?

"Haberler bilgisayar sistemine geçilmeden önce teleksle gönderiliyordu. 60'lı yıllarda ise henüz teleks yokken telgrafla yollanmaktaydı. Bu dönemde kelimeler Mors alfabesiyle kesilerek yollanmaktaydı. Telgrafı alanlar kelimeleri eklemek zorunda kalıyordu.

Gelen haberlerin tümü 600 kelime üzerinden yapılıyor. Gelen haber 600 kelimeyi biraz geçerse (630 gibi) haber kesilmiyor. Fakat 800 kelime olursa kesiliyor. Avrupa ülkelerindeki müşterilere aynı zamanda Fransız gazetelerine yollanıyor."

* Agence France Presse Uluslararası Haber Masası Şefi, 20 Nisan 1999.

- AFP'de bir gazeteci nasıl çalışıyor?

"Bir olay, diyelim ki Türkiye'deki seçimlerle ilgili olan haberlerin en önemli kısmı kısaca yazılarak müşterilere gönderiliyor. Bu gönderilen sorularına yanıt verecek biçimde kısaca yazılıyor. Daha sonra olayın ayrıntıları en önemliden daha az önemliye doğru sıralanıyor. Anlatılan olayın sonunda kesinlikle kaynak ajans haberi Ne, Nerede, Nasıl, Neden, Ne zaman, Kimin Tarafından belirtiliyor. Olayla ilgili yeni gelişmeler olduğunda, gelen yeni haberde en önemli olay ne ise yine aynı biçimde önemli kısım 5N 1K kuralına uyacak biçimde abonelere yollanıyor.

Günün sonunda, gün içinde meydana gelen bütün gelişmeler biraraya getirilerek bir bütün oluşturuluyor ve haberin tamamı müşterilere gönderilmiş oluyor. Haberlerin iletilmesinde öncelik sırası bulunmaktadır. Bu sıralamanın dört derecesi bulunmaktadır. (P= Priorite= öncelik) (P1, P2, P3, P4)"

- Uluslararası gündemi nasıl izliyorsunuz?

"Le Monde en Bref (Kısaca Dünya) adı altında bir yöntemimiz var. Bu uluslararası gündemin özetidir. Günde 3 kez yayınlanır. Pazartesiden cumaya kadar yayınlanır. Bir kez de hafta sonu yayınlanır. Gelen bilgiler bir ya da iki paragraf halinde önem sıralanır. En önemli haberler en başa gelmelidir. Spor haberleri türündeki haberler onu izler. Bu haberler 1200 kelimeyi geçmemelidir."

JEAN FRANÇOİS BONNET İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

- Ekonomi Haberleri Masasının nasıl çalıştığı hakkında bilgi verebilir misiniz?

"Ben burada 1970 yılından beri çalışıyorum, o yıllarda Fransa diğer OECD ülkelerine oranla, ekonomi haberleri alanına girmekte geç kaldı gibi bir endişe vardı. AFP her zaman için Fransız toplumunun aynası olmuştur. Fransız kökenli insanların durumlarını en iyi şekilde yansıtmıştır.

Ekonomi alanında uzmanlaşmak 30 yıl önce alınmış bir karardı. Fransa uluslar arası alanda diğer ülkelerle bütünleşti bu durum AFP içinde önemli bir olgu yarattı.

Bizim çeşitli alanlarda ekonomi haberlerine abone olan 50 müşterimiz var. Medyalar bizim müşteri grubumuzun çok küçük bir bölümünü oluşturmaktadır."

- Müşterileriniz arasında kimler var?

"Müşterilerimiz arasında şirketler meslek örgütleri, bakanlıklar ve sektörde gelişmiş olan kuruluşlar bulunmaktadır. Her birinin gereksinimi farklıdır."

* Agence France Presse Ekonomi Haberleri Masası Şefi, 26 Nisan 1999.

- Ekonomi Servisinde ne gibi değişmeler oldu?

"Ekonomi servisinin Amerikalılara oranla gecikmeleri olduysa da özellikle işletme alanında memnunluk verici gelişmeler kaydedilmiştir."

- Servis nasıl çalışıyor?

"Bu servis aynı bir ajansın çalıştığı gibi çalışmaktadır. Örneğin in-put out-put sistemini görmek istiyorsanız ki bu sistem tarihsel olarak Paris Masası'ndan gelmektedir. Her şey bir masadan geçer bu ajansın geleneğidir. Masa müşterilerin gereksinimlerine göre yürümektedir. Medyalar ise Fransa haberlerini izlemeye devam etmektedir. Masanın görevi müşterilerin nezninde onların gereksinimlerini yönetir ve ifade eder."

- Müşterileriniz içinde kimler var?

"Bizim Japon müşterilerimiz ve Amerikalı çok uluslu müşterilerimiz bulunmaktadır. Japon müşteriler gereksinimlerini Tokyo'dan istemektedir. Örneğin Renault Brezilya'da bir fabrika açıyor. Bu durumda haberi ısmarlayacak.

Bir haberi kontrol etme işini ajansın her yanında bulabilirsininiz. Bu bir örgütlenme geleneğidir. Ajans dünya üzerine gerilmiş bir ağdır. Bu ağ siteminde her masanın sessiz bir işlevi vardır. Her masa aynı işlevi yapmaktadır."

- Ekonomi masasının farkı nedir?

"Bizim kendimize özgü yalnızca ekonomi haberleri veren bir şebekemiz vardır. Bütün Akdeniz bölgelerini ilgilendiren bir haber olduğu zaman Fransa Haberleri Masası kendi haberlerine bakar ben kendi haberlerime bakarım. Bizim Fransa Haberleri Masası'ndan farkımız, Fransa Haberleri Masası medyalarla (gazeteler, radyo-televizyon) ilgilenir.

Fransa Haberleri Masası bizim kararlaştırdığımız haberlere girebilir. Taşrada çalışan muhabirler ve Fransa dışında çalışan servisler buradan geçmek zorundadırlar. Haberlerin sentezi burada yapılmaktadır.

Dünyanın dört bir yanından gelen insanlar vardır. Farklı dilleri konuşmaktadır. Biz burada her şeyin merkezde düğümlenmesi gibi bir sistem yarattık. Bu sistemi her şeyi bilmek isteyen insanlar için bulduk. Örneğin İngilizce haberler masası yalnızca İngilizce konuşan insanlar için hizmet verir asla Fransızca konuşan müşterilerle uğraşmaz.

Bu durum her şeyin merkeze dönerek oradan coğrafi bölgelere göre yeniden dağılımını ortaya çıkarmıştır. Yükselen bir ağ vardır buna karşılık ekonomi haberleri ayrı yönde gitmektedir."

- Ekonomi Masasını farklı kılan nedir?

"Ekonomi masasının yabancı müşterileri olduğunu görmekteyiz. Ben genel masalara hizmet veriyorum ve neni ilgilendiren haberleri alıyorum Genel masalar Fransa'yı, Avrupa'yı, Afrika'yı içermektedir. Onların İngilizce, İspanyolca Haber masaları bulunmaktadır. İspanyol masası Montevideo ile bağlantılıdır. Bu ajansın en eski etkinliğidir.

Biz burada doğrudan ya da dolaylı olarak olayların gözümüzden kaçmaması için gözetimini yapmaktayız. Bizim burada yaptığımız bir sendika yöneticisinin ya da toplumun çıkarını gözetmektir.

Medyalar diğer medyaların kaynaklarıdır. Yabancı şebeke AFP'nin muhabirlerinden gelmektedir. Bu muhabirler yalnızca ekonomi masası için çalışırlar ayrı bir statüleri yoktur."

- Fransa dışındaki haber masalarınız hangileridir?

"Ekonomiyle ilgili Hong Kong'da İngilizce haber masası bulunmaktadır. Ayrıca Lefkoşe ve Washington'da haber masaları bulunmaktadır. Bu haber masaları merkezden uzaklaşmış bölgeselleşmişlerdir. Haberleri Paris'teki merkeze göndermektedirler. Bunun dışında ekonomi haberleri için çalışan toplumsal olaylarla ilgili haberler veren bir haber masası vardır."

- Burada çalışanlar ekonomi eğitimi mi yoksa gazetecilik eğitimi mi görmüşlerdir?

"Burada çalışan insanlar yalnızca ekonomi eğitimi görmüş insanlar değillerdir. Çok değişkendirler. Ben Siyasal Bilimler mezunuyum daha sonra gazeteci oldum. Ekonomi gazeteciliği eğitimi verilmektedir. Bu durum bütün Fransız basını için önemli bir sorundur. Bununla birlikte bazı temel eksiklikler vardır."

BERNARD APFELDORFER İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

- Mültimedya hizmetleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

"Biz ajansın müşterisiyiz. Mültimedya üzerinden yeniden dağıtım yapıyoruz. Bunun dışında bir çok bölgemiz bulunmaktadır. Bizim öncelikle minitelimiz var. Bu France Telecom tarafından bulunan gerek Fransa'da gerekse Fransa dışında başarı sağlayan bir sistemdir.

Bu sistem telefon şebekeleri aracılığıyla teletext ürünlerine girmeyi sağlar. Minitelin amacı çabuk dağıtım yapılmasını sağlamaktır. AFP'nin haberlerine giriş olanağı sağlar. Bu sistem abonelikten daha pahalıdır. Çok sayıda insan bu sistemi almaktadır. Ayrıca AFP'nin mönüsü de bulunmaktadır.

Logiciel (Yazılım aracı) denilen bir aygıt yardımıyla isteme göre haberleri seçme olanağı vardır. Örneğin Logiciel (Yazılım aracı) yardımıyla yalnızca Türkiye'yi ilgilendiren bir haberi seçebilirsiniz. AFP ile ilgili İngilizce ya da Fransızca haberler bir kez seçilince bir kuruluşa, bir şirkete ya da bir medyaya gönderilebilir.

Örneğin tüm haberleri almak yerine yalnızca Türkiye'nin ekonomisiyle ilgili haberleri alır ve ona göre ücret öderler. Böyle bir seçim yapıldıktan sonra onu internet üzerinden vermek gerekmektedir. Türkiye'nin ekonomisiyle ilgili bir internet sitesi

---

* Agence France Presse Multimedya Servisi Sorumlusu, 22 Nisan 1999.

açıldığında buraya yalnızca ekonomi haberleri gelmektedir. Logiciel (Yazılım aracı) haberi alınca onu web sayfasına dönüştürüyor. Ve aboneye yolluyor.

Haberler birbiri ardına gelmektedir. Önemli bir haber olduğunda, örneğin Türkiye Fransa'dan 95 adet Airbus alıyor. Ya da önemsiz bir haber yani bir şirket Fransa'da küçük bir şirketi satın alıyor. Haberler birbiri ardına geliyor. En önemli haber üçüncü sıraya geldiğinde diğer ikisini geriye itiyor. Buna kronolojik sistem deniyor. Küçük bir haber bile gelse diğerlerini devre dışı bırakabiliyor. Kendiliğinden sistemin sorunu budur".

- Gazetecilerle sizin aranızdaki çalışma farkı nedir?

"Gazeteciler haberleri yeniden okuyup yazıyorlar. Haberleri önem derecesine göre sıralıyorlar. Bu durum dışarıdan gelen haberler için de aynıdır. Bu serviste AFP'nin sitesiyle de uğraşılmaktadır. Gelen bütün haberler bilgisayar ekranında gözükmektedir. Sayfa denilen budur.

Haber hattan gelen basit bir ajans haberinden daha iyi sunulmaktadır. Bize abone olan bir internet sitesi bulunmaktadır. Örneğin doktorlar için bir site vardır. Bu sayfadan yayınlarını yapmakta ve yeniliklerini duyurmaktadır. Biz onlara yalnızca tıpla ilgili bilgileri vermekteyiz. Logiciel (yazılım aracı) ajans haberini elinde tutan bir sistemdir. Tıp hakkındaki bizim onlara internetten gönderdiğimiz tüm haberler otomatik olarak yapılmaktadır. Dünyanın dört bir yanından aboneleri bulunmaktadır".

-Uluslararası Haberler Masası ile farklılığınız nedir?

"Uluslararası Haberler Masası haberi bize verir. Gelen tüm haberleri bizim dilimlerimiz ve futbolla ilgilenmeye futbol haberleri tenisle ilgilenenlere tenis haberlerin yollarız. Biz Haber Masası (Desk) değiliz haber üretmeyiz. Ben haber üretmiyorum. Haberi alıyorum ve onu sıralıyorum. Haberin düzeltmesini de yapmıyorum. Gelen haberlerin düzeltilmiş gönderilmeye hazır olduğunu düşünüyorum.

Gazeteci internet üzerinde Fransızca gazete yapar ama Fransız gazetesi yapmaz. Bu gazete üzerinde bir çok konu vardır. Bu gazete varolmayan sanal bir gazetedir. Örneğin Liberation Gazetesi İnternet sitesini oluşturmaktadır. Biz haberleri Liberation'nun gündemi izleyebileceği biçimde veriyoruz. Biz haberi aramıyoruz üretim servisi değiliz. Uluslararası Haberler Masası haberi gönderince bizden geçmiyor. Biz müşteriyiz. Haber masalarında çalışan insanlar haberleri gerçekleştirerek hat üzerinden yolluyorlar. Türkiye haberleri İngilizce olarak almaktadır. Örneğin Güney Amerika ile ilgili haberler Avrupalıları ilgilendirmiyor. Bunun için bu haberler gönderilmiyor.

Biz burada bütün haberleri seçmeden alıyoruz. Çünkü Güney Amerika'da da müşterilerimiz var. Bütün haberleri istiyorlar. Haber üretimi işleri üretim servislerindeki gazeteciler tarafından yapılmaktadır. Haberi arayan ve yollayan şef redaktörlüktür. Biz bütün haberleri alıyoruz. İsteme göre seçim yapıyoruz. Müşteri bizden istiyor. Karar veren müşteridir. Bunun için ben bir seçim

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

yapıyorum. Milyonlarca kelime yollayıp başının çaresine bak demek yerine biz AFP'nin müşterisi olarak bu seçimi yapıyoruz".

LUC DELAVAUX İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

-AFP yayınlarını gerçekleştirirken hangi teknik olanaklardan yararlanmaktadır?

"İnternet üzerinde bir çok bölge bulunmaktadır. Her bölge içinde bulunduğu koşullara göre yayın yapma ve yayını alma olanağına sahiptir. AFP'nin uydu yayını 1986 yılından beri sürmektedir. Bir çok yayın hattı bulunmaktadır. Bu hatlardan biri POLYCOM'dur. Bir uydu yayın şebekesi kurulmuştur. Kullanılan uydular EUTELSAT uydularıdır. 332.5E denilen ve Güney Amerika ile Afrika'yı içine alan bir uydu sistemidir. EUTELSAT uydusu batı kanadını kapsarken bir başka uydu da Afrika'nın bir bölümünü kapsamaktadır. Avustralya bölümünü kapsayacak bir uydu devreye girecektir. Aynı zamanda özel bir kapsama alanı olacak uydular üzerinde çalışılmaktadır.

Uydu sistemleri geliştirilmesine karşın her uydu sistemi kurulurken sorunlarla karşılaşıldı. Bu sistemler biraz pahalıdır. Her müşterinin bir anteni bulunmaktadır. Her uydu kuruluşunda iyi kurulabilmesi için teknisyen yollanmaktadır. Uydunun ayarlanması için de ayrı bir ekip yollanmaktadır. Bu da çok para demektir. Daha etkin bir sistem düşünülmektedir.

Her haber uydudan geçmektedir. Bu sisteme çok noktalı sistem adı verilmektedir. Uyduların 5 adet kapsama alanı bulunmaktadır. Paris'te iki bölge vardır. Fransa Bölgesi, Avrupa-

* Agence France Presse Teknik Hizmetler Müdürü, 22 Nisan 1999.

Afrika Bölgesi, Kuzey Amerika için Washington, Güney Amerika için Montevideo, Asya için Hong Kong, Orta Doğu için Lefkoşe. İşleyişin bütün verilerini ortaya koyan ünlü üçgen bulunmaktadır. Eğer bölgeler birbirleriyle kesişecek olursa yayınların yönü değişmektedir. Bölgeye göre hız değişmektedir.

Hizmet birimlerinin tek elde toplanmasını sağlayan bir şebeke komitesi bulunmaktadır. Bu bütün bölgeler için aynıdır. Komite çağrılar üzerine oluşturulmuştur.

Telefon hattı üzerinden çok fazla ücret ödenmektedir. Oysa ki ISDN sistemi üzerinde işlem hacmi başına ücret ödenmektedir. Hat açık bile olsa bir şey gönderilmediği sürece ücret ödenmemektedir. Telefonu açık bıraktığımız her an için ödeme yapılmaktadır".

-Haber ve Fotoğraf aktarımları nasıl gerçekleşiyor?

"Örneğin Anadolu Ajansı Paris'ten bir fotoğraf istediği zaman bu fotoğraf uydu aracılığıyla Washington ya da Montevideo üzerinden gelmektedir. Bu iki merkez birbirlerine bağlıdır. Her ikisi de fotoğraf arşivi tutmaktadır. Fakat abone fotoğrafın nereden geldiğini bilmemektedir. Bu sisteme siteler arası birbirleriyle bağlantılı şebekeler adı verilmektedir. Her bölgenin kendi süresi bulunmaktadır. Örneğin Anadolu Ajansı için Ankara ile Paris arasında bir şebeke bulunmaktadır.

Gönderilen bütün veriler bir örgü haline getirilmektedir. Her örgü kendi içinde bölümlere ayrılmaktadır. Bu sistem iyi

işlemektedir. Bu sistemin avantajı gönderilen parça başına ücret ödenmesindedir. Bu işlem saniyenin binde biri gibi bir zaman diliminde olmaktadır. Bu sistem şebekelerden daha az ücret ödeyerek yararlanma olanağı tanımaktadır. Hat üzerinde yeriniz olmaktadır".

-Şebekelerin kurulmasında hangi ölçütlerden yararlanılmıştır?

"Şebekeler çıkış durumuna göre kurulmuştur. Bu şebekeler Lefkoşe, La Haye, Madrid gibi kentlerde de kurulmuştur. Bu bir protokole bağlıdır".

-Protokolden neyi kastediyorsunuz?

"Bir hat üzerinde protokol imzalanmaktadır. Hattın bir İngilizce bir Fransızca tarafı vardır. Bu şebekenin kurulması için her iki tarafa da aygıtlar yerleştirilmesi gerekmektedir. 1numaralı paket 2 numaralı paket diye haber sayfaları vardır. Bu sisteme protokol sisteme denmektedir.

Bu sistemle modemle yapılanların tümü yapılmaktadır. PC'de 3 kat daha güçlü aygıtlar bulunmaktadır. Gözetmen adı verilen insanlar vardır. Bu insanlar günde 24 saat bir sorun olduğunda çağrılmaktadır. Sistemlerle ilgili tüm sorunları çözebilmektedirler.

Bu kişiler bir arıza olduğunda bu durumu bilgisayar üzerinde görmektedirler. Bu sistem 1984-1985 yıllarından seri vardır.

Konsol sistemi ise 80'li yıllardan beri AFP'de vardır. AFP'nin ilk olarak 1984'ten beri bulunmaktadır".

- Hangi teknolojik sistemlerden yaralanıyorsunuz?

"Bilgisayarlarda ilk olarak windows sistemi tasarlanmış ve buradan yola çıkılmıştır. Böylece ilk konsol kurulmuştur. Bu konsollarda daha çok haber metinleri bulunmaktadır. Ayrıca fotoğraflar için çalışma merkezleri vardır. Grafikle haber için de aynı durum söz konusudur. Grafikle haber içinde durum aynıdır. Paris'te, Washington'da, Montevideo'da, Madrid'de, Finlandiya'da.

Haber metinleri için belli başlı üç sistem bulunmaktadır. Üçüncü aşamadaki büyük sistem Borsa Meydanı'ndaki binanın 5. katındadır. Bu sistemin küçük kardeşi ise Hong Kong. Bu sistemlerin bir çok işlevi bulunmaktadır.

Bunun dışında DELTA adı verilen ve Washington'da bulunan konsol 24 saat üzerinden açıktır. DELTA üçüncü aşama ile aynı şeydir. Ankara'daki konsol Paris'tekiyle aynıdır. Ankara'da bulunan Küçük Igor Paris'teki 3. aşama ile aynı çalışmaktadır.

AFP uluslararası formatlarda çalışmaktadır. Doldurulması gereken bir çok açık alan bulunmaktadır. Gazeteciler bu alanları doldurmak için uğraşmaktadır. Doldurulması gereken detaylı bölgeler bulunmaktadır. Bu işi kolaylaştırmak için kendiliğinden dolduran sistemler bulunmaktadır.

Bu format, bütün haber metinlerini özellikle de aranılan bölgenin grafikle haberini arşivlemeye olanak tanımaktadır. Tüm alanlar arasında iletişim hakkındaki her şeyi içeren ve symphonias denilen makineler topluluğu bulunmaktadır. Bu sistem doğrudan fotoğrafların işleyişini yapan merkezi siteme bağlıdır.

Bu durum rekabet için çok önemlidir. Müşteriler için "AVIS" denilen ve uydu yayınlarını almayı sağlayan önemli aygıtlar bulunmaktadır. Haber metinlerini ve grafikle haberleri aynı anda alamamaktadır.

Müşteriler, şebekeden yaptıkları işi güçlendirmek için yararlanılmaktadır".

-AFP hangi uydulardan yararlanmaktadır?

AFP INMARSAT uydusu üzerinden yayın yapmaktadır. Bu uydu önceleri gemiler için kullanılmaktaydı. Ayrıca EUTELSAT denilen, kutuplar dışında bütün yeryüzünü içine alan bir uydu bulunmaktadır. Kuzey ve Güney Kutbu için bu işlem zordur. INMARSAT kutupları içine almamaktadır. Kutuplar için uydu yayını yoktur.

AFP insanlara INMARSAT'a girme olanağı tanıyan programlar hazırlamaktadır. INMARSAT çölün ortasında bile haber göndermeye olanak tanıyan bir uydudur. Bir çok INMARSAT türü vardır. INMARSAT santralıyla fakslar hızlıca yollanmaktadır. INMARSAT da EUTELSAT gibi bir konglomeradır.

Bir röportaj yapıldığında, eğer çölün ortasında ya da her türlü iletişimin kesik olduğu savaş olan bir ülkede bile olsanız cep telefonlarını kullanarak INMARSAT uydusu aracılığıyla iletişim kurulabilmektedir. Bu biraz pahalıya mal olan bir sistemdir".

HERVE LERCH İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

- AFP'nin fotoğraf hizmetleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

"AFP'nin fotoğraf hizmetleri diğer haber ajanslarınınkiyle aynıdır. Fotoğraf miktarı genelde günlük gazeteler içindir. Bazı fotoğraflar ise haftalık ve aylık gazeteler içindir. Fakat fotoğraflar genelde günlük gazeteler için kullanılmaktadır.

Bu fotoğraflar AP ve Reuter tarafından da beslenmektedir. Fotoğrafların kapsama alanı Washington, Paris, Hong Kong bölgeleri tarafından yapılmaktadır.

Foto muhabirleri kendi bölgelerinin kapsamı alanı içine giren yerlerden sorumludur. Fotoğraf üretimi Paris'e doğru gelir. Fotoğrafın üretiminden sorumlu kişiler başka bölgelerle ilgilenmemektedirler."

-Fotoğrafların aktarımı nasıl yapılmaktadır?

"Fotoğrafların aktarımı uydu aracılığıyla yapılmaktadır. Uyduyla aktarım sistemi, fotoğraf, haber metni, grafikler için geçerlidir. Müşteriler isterlerse yalnızca fotoğraf alabilirler.

Müşteriler isterlerse Fransızca, isterlerse İngilizce haber metni ve fotoğraf alabilirler.

---

* Agence France Presse Fotoğraf Servisi Şefi, 27 Nisan 1999.

Bu aktarım sistemi daha sonra toparlanmıştır. Örneğin Hint Okyanusu ve Asya Oyunları yapıldığında fotoğraflar ve metinler hatla gönderilmekteydi. Bu fotoğraflar yollanırken, Washington'a yollanan bir sinyalle uyduya çıkılmakta ve Amerika ile ilgilenen haber masasına gönderilmekteydi.

Uydu sistemi gelişmeden önce fotoğraflar geleneksel yöntemlerle dağıtılmaktaydı. Şimdi ise PC ve Macintosh üzerinde çalışılmaktadır. Fotoğraf ürünleri müşterilerin istem ve ilgilerine göre değerlendirilmektedir.

Tayland fotoğrafları Arianne füzesi aracılığıyla yayınlar. Tayland gazeteleri AFP'nin Bangkok bürosundan fotoğraf isteminde bulunurlar. Eğer istemleri birden fazlaysa AFP bu durumu Paris'e iletmektedir.

Bu fotoğraflar telefotoyla yalnızca istemde bulunan Tayland gazetelerine yollanmaktadır. Örneğin bir müşteri açık arttırmaya konulan bir Van Gogh tablosuyla ilgili haber istediğinde fotoğraf istememiş bile olsa fotoğraf yollanmaktadır."

- Foto muhabirleri olaylara giderken hangi ulaşım araçlarından yararlanmaktadırlar?

"Olaylara giden foto muhabirleri motosiklet kullanmaktadırlar. Örneğin 8 gün süren Rolland Garros Tenis Turnuvası'nın haberlerine eldeki olanaklarla ulaşılır. Spor olayının

yapıldığı yerlerde bürolar kurulmaktadır. 8 gün boyunca olayın geçtiği yerde olmak iyidir.

Taşradan gelen foto muhabirleri için de aynı şey söz konusudur. Beklenmedik olayların fotoğrafları Paris'e gönderilir ve Paris karar verir. Teknik olanakları fazla olmayan foto muhabirleri doğrudan yerinde çalışmaktadır. Fotoğraflar cep telefonlarıyla yollanmaktadır.

Fotoğraflar merkeze geldiğinde üzerlerinde yeniden çalışılmakta, seçilmekte, ayrılmakta ve resim altları yazılmakta, kadrajları ve renk ayarları yapılmaktadır."

- AFP'de çalışan foto muhabirlerinin sayısı kaçtır?

"AFP'de 250 foto muhabiri çalışmaktadır. Merkezde 13 foto muhabiri vardır. Fotoğraf servisi önceleri Paris'teydi sonra tüm Fransa'yı kapsadı ve 1985 yılımda da uluslararası oldu."

- AFP'nin fotoğraf servisiyle ile SIPA PRESSE fotoğraf ajansı arasında ne fark vardır?

"AFP ile SIPA'nın çalışma sistemleri farklıdır. SIPA muhabirlerden fotoğrafları alıyor fakat bu fotoğraflar Paris'e çok uzun zamanda gelmektedir. Tecimsel taktik olarak SIPA'nın amacı satılacak çok farklı fotoğraf elde etmektir. Her gazeteye farklı fotoğraf yollarlar. Fotoğrafı elde etme süresi çok yavaş olduğundan

fotoğrafları geliş süresi uzamakta ve olayların günlük gazetelerde görüntülenmesi gecikmektedir.

SIPA fotoğrafı almak için hiçbir bir iletişim olanağından yararlanmıyor. Biz fotoğrafları telefotoyla ya da hızlı biçimde 3-4 saatte yolluyoruz. Foto muhabiri röportajı Ankara'dan Paris'e yolluyor biz de taşraya yolluyoruz.

SIPA'nın ise fotoğrafları ise Ankara'dan yola çıkıyor, Paris'e Orly'e geliyor oradan merkeze geliyor ve merkezde tab edilip çoğaltılmaktadır. Bu işlem en az bir tam gün sürmektedir.

SIPA'nın amacı, daha çok farklı kişilere olabildiğince çok ve farklı özgün fotoğraf satmaktır. Biz fotoğrafları herkesin aynı günde kullanabilmesi için arşivliyoruz. SIPA ise fotoğrafları, dergilere (Express, Le Point, Paris Match) satmaktadır. Bu dergiler fotoğrafları olaydan 4-5 gün sonra kullanmaktadır. Her biri olayı farklı biçimde görüntülemektedir. SIPA bakkal ticareti yapmaktadır.

Biz herkes için büyük bir alanı kaplıyoruz. Bizim fotoğraflarımız orta kalitede SIPA'nın fotoğrafları ise çok iyi kalitedir. Biz SIPA ile rekabet etmiyoruz aynı kişilere ya da kuruluşlara hizmet vermiyoruz.

Bizim fotoğrafı alış tekniğimiz çok iyi fakat stok için çok yavaşız. Bizim fotoğraf arşivimiz film biçimindedir. Fotoğrafları ekran üzerinde görmek gibi bir sistemimiz var. Herkes gereken

soruları sorarak gereksinim duyduğu fotoğrafı isteyebilmektedir. Bu işlem çok hızlı olarak yapılmaktadır.

Her müşteriyle ilgili haber masaları aracılığıyla genellikle günlük fotoğraf üretimin tamamı yollanmaktadır. Fransa'ya gelen her fotoğraf Fransa içine yollanmaz.

Arşivdeki fotoğraflar için internetten AFP'ye girilmektedir. AFP'nin fotoğraf arşivine girebilmek için giriş kodu gerekmektedir. Gelecekte fotoğrafı almayacak olsa bile giriş kodu olacaktır. Bunun için önce uyduya çıkacak sonra normal sisteme girecektir.

Arşivlerde çalişanlar, fotoğrafları numaralandırmaktadır. Günlük gazeteler için fotoğraflar bilgisayarlarla yapılır. Örneğin 15 yıllık bir fotoğraf isteniyorsa scanner (tarayıcı) üzerinden taranır. Bazen çok eski fotoğraflar olmaktadır. Bu fotoğraflar scanner (tarayıcı) dan geçmezse sayısı girilemez."

-Fotoğraflarda belirli bir denetim söz konusu mudur?

"Uluslararası komisyonun sorumluluğu büyüktür. Bu ölçütlere bütün dünya uymak zorundadır. Bütün fotoğraf üreticileri bu komisyon tarafından belirlenen kurallara uymak zorundadırlar."

-SIPA foto muhabirleriyle AFP foto muhabirleri arasında ne fark vardır?

"AFP'nin foto muhabirlerinin çoğu, maaşla çalışan kişilerdir. Oysa ki SIPa'da çekilen fotoğrafın kaç kere kullanıldığı ile orantılı olarak gerek SIPA'nın gerekse çalışan kişilerin aldığı ücret değişmektedir. 3000 kez kullanılmış bir fotoğraf ile 3 kez kullanılmış bir fotoğrafın ücreti aynı olmamaktadır.

AFP'nin muhabirleri maaşla çalıştıkları için her zaman aynı ücreti almaktadırlar. AFP ile SIPA arasındaki önemli ticari farklardan biri de budur.

Bir fotoğraf SIPA'dan istendiği zaman fotoğrafın kullanılmışlık oranına göre ücret belirlenmektedir. AFP ise fotoğrafın kaç kez kullanıldığına bakmaksızın önceden belirlenen fiyat üzerinden abonelere yollamaktadır."

ALAIN PATOOR* İLE YAPILAN GÖRÜŞME

-Grafikle haber servisi nasıl çalışmaktadır?

"Bizim görevimiz yazılı basına en görsel haberi sağlamaktır. Temel kaynağımız her zaman yerinde durmaktır. AFP haber metnini daha görülebilir kılmaya çalışmaktadır.

Biz her zaman rakam tabanı üzerine çalışıyoruz. Bizim işimiz görüntülerle öykü anlatmak ve haberleri rakamlarla vermektir. Haberleri müşterilerimize İngilizce, Fransızca, Almanca ve İspanyolca olmak üzere dört dilde vermekteyiz.

Fransızca hizmet Belçika'nın ve Kanada'nın Fransızca konuşan müşterilerine yöneliktir. İngilizce servisi yalnızca İngiliz Gazetelerine hizmet etmez çünkü İngilizce bir çalışma dilidir.

Biz Türkiye'den Cumhuriyet ve Yeni Yüzyıl gibi gazetelere de hizmet vermekteyiz. Onlar haberleri İngilizce alıp çevirisini yapmaktadırlar."

-Grafikle habere neden gerek duyulmaktadır?

"İnsanlara olayları çizimle anlatmak daha kolay. Örneğin, suikastın olduğu Atina Akropolünü göstererek açıklamak daha kolaydır. Resimlemek daha zayıf olmaktadır. Resim küçük bir görüntüdür. Grafikle haber daha açıklayıcı olmaktadır. Grafik

* Agence France Presse Grafikle Haber Servisi Şefi.

demek görüntüyle haberin birleşmesi demektir. İşe yaramayan bir çizim asla yapılmaz. Her zaman gücü olan bir görüntü yapılır. Atina'da bir saldırı olduğunda bunun Yunanistan'da ve Atina'da olduğu görüntülenir.

Yazılı basında haberi açıklamanın iki şekli vardır. Fotoğraf ve grafikle haber. Fotoğraf bazen ilginç öğeler ortaya konmaz. Bunun içinde haber metnini çizime dökmek gerekmektedir.

Grafikle haber yapmak için çizim yapmayı bilen gazetecilere gereksinim duyulmaktadır. Grafikle haberde her şey çizim üzerinedir."

-Çizimleri yapanlar grafiker mi?

Bu çizimleri yapabilmek için grafiker olmak gerekmektedir. Her gün metnin sentezine eşdeğerde görüntü oluşturulmaktadır. Bu AFP'nin tekniğidir. Televizyonda verilen haberlerin grafiği yapılmamaktadır. Biz aynı zamanda Türk gazetelerine de grafik yolluyoruz. Genelde AFP logosu kullanılmaktadır. Bazen kaldırıyorlar.

Avrupa gazeteleri AFP logosunu % 80 oranında kullanmaktadır. Çin gazeteleri AFP logosunu çince olarak kullanmaktadır. Gazeteler grafikle haberi kendileri de yapabilmektedirler. Ulusal ve yerel konular da yapmaktadırlar. Örneğin Ankara ile 60 Km uzağındaki bir yer arasında yol açılışı olduğu zaman şema yapılmaktadır. Biz onu yapmayız. Bunu Türk

gazeteleri müşterileri için yapmaktadırlar. Biz uluslararası konularda grafik yapıyoruz. Biz önemli olayların grafiğini yapıyoruz.

Görsel konuları görmek önemlidir. Biz haberi işlemiyoruz çünkü görüntülü haber vermiyoruz. Biz grafiklerimizi yaparken olayları televizyonda verir gibi vermekteyiz. Örneğin bir Apache helikopterinin nasıl kullanıldığını tanka nasıl ateş ettiğini mizansen gibi anlatılmaktadır. Tanka lazerle ateş eden bir asker vardır. Ouest France AFP'nin bütün görüntülerini kendi grafikleri için kullanmaktadır.

- Grafikle haberde nasıl çalışıyorsunuz?

Grafikle haberde konuları seçiyoruz ve çizim yapmasını bilen kişilerin yardımıyla olayları çizerek anlatıyoruz.

- Bu serviste çalışan kişilerin eğitim durumu nedir?

Burada çalışan insanların bazıları Güzel Sanatlar Akademisinin Grafik Bölümünden mezun kişilerdir. Fakat aynı zamanda haberle de ilgilenmeleri gerekmektedir. Çizim yapan haberle ilgilenmezse çizim etkili olmaz. Burada sabah işe gelmeden önce gazete okumayan grafiker çalıştırmayız. Burada çalışan grafikerlerin gazeteleri karıştırmış insanlar olması gerekmektedir.

- Haberler nasıl işlenmektedir?

Her gün abonelerimize gün içinde sağlayacağımız belli başlı konuları içeren notlar yolluyoruz. Zorunlu olarak gelişmeler eklenmektedir. Konuların arasında İngilizce, Fransızca, Almanca olanları bulunmaktadır.

Sabah başlıklar verilmekte, öğlen ilk tahminler ve işlenen konular verilmektedir. Akşam gün içindeki çeşitli konular verilmektedir. Biz biraz radyo gibi çalışıyoruz. Her an haberi geliştirmekteyiz Örneğin 19.00'da önemli bir haber varsa ve grafik yapılmışsa en yakın grafiğe tekrar verilmektedir. Grafikte her şey verilmez bu çok uzun olur.

-Grafikler yalnızca burada mı yapılıyor?

Her büroda yapılmaz. Grafik üçbüroda yapılmaktadır. Paris, Bonn, Hong Kong Bütün İngilizce gazetelere yollanır. Türkçe gazetelere de yollanır. Anadolu ajansına yollanmıyor onlar abone değiller. Grafikle haber için işbirliği anlaşmaları yok. Grafik üzerindeki yerleri belirlemek için telefon ediyoruz. Yerinde olmayanlar daha sonra bize faks yolluyorlar.

-Grafikerler nasıl çalışmaktadır?

Aynı gazeteciler gibi araştırma yapıp çalışmaktadır. Yalnız sonunda yazı yazmak yerine çizim yapıyoruz. Bürolar bize yerin

planını yolluyor. Her gün bu tür çalışmalar yapmaktayız. Bazen dış büroları arayıp rakam istiyoruz.

- Çizimlerde hangi bilgisayarları kullanıyorsunuz?

Biz çizimleri Macintosh ya da PC üzerinde yapmaktayız. Logiciel (yazılım aleti) ve excel programı kullanıyoruz. Daha sonra çizimlerde Freehand programı kullanıyoruz. Çizgileri ve küçük şeyleri çiziyoruz. Bizim yaptığımız çalışma makale yazıp onu görselleştirmek gibi bir şey. İdeal olan metinsiz bir grafik yapmaktır. Fakat bu olanaksız görüntü kadar yazı da kullanılmaktadır. Hiç açıklamasız bir grafiğin değeri yoktur. Dünya çapında 300 abonemiz var AFP'nin kendisi de abonedir.

-Grafikleri müşterilere nasıl yolluyorsunuz?

Biz bu grafikleri AFP uydusundan abonelere yollamaktayız. Müşterilerin antenleri sayesinde doğrudan bilgisayarlarına gelmektedir. Dört dilde çalışmaktayız. Gazeteler kendileri için en uygun dili seçmekte ve çevirisini yapmaktadırlar. Türkiye grafikleri İngilizce olarak almaktadır. Biz ajans olarak konuları belirliyoruz. Gazeteler bizi bu konu bizi ilgilendirir ya da ilgilendirmez diyebiliyorlar. Bir tek gazete için çalışmıyoruz bütün gazetelere yolluyoruz. Bir ajans bir konuda uzmanlaşamaz. Bütün aboneler para ödemektedirler. AFP'ye abonelik aylık 1000 dolardır. Dışarıdaki orta çapta bir gazete bu fiyatı ödemek zorundadır. Hiç kimse ayrılmak ve kayrılmaz. Hepsine aynı hizmeti götürüyoruz.

Bütün grafikler siyah-beyaz ve renkli olarak hazırlanmaktadır. Biz bunları sistemli olarak gönderiyoruz aboneler de hepsini alıyorlar.

JULIAN MILLER İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

- AFP"nin teknik olanaklarından ve teknolojik hizmetlerinden söz eder misiniz?

Bu servis mühendislerle teknisyenler arasında bağ kurmak için yaratılmıştır. AFP mühendisleri DELTA adı verilen bir sistem bulmuşlardır. Bu sistem gazeteciler ve redaktörler için bulunmuştur. Bütün Avrupa ülkelerinde kullanılan bir sistemdir. Daha sonra diğer müşterilere ve haber ajanslarına da satılmaya başlanmıştır. Biz İngilizce, Arapça, İspanyolca, İtalyanca, Portekizce, Almanca hizmet vermekteyiz. Bu nedenle Orta Doğu'da çok güçlü bir müşteri portföyümüz vardır.

- DELTA sistemini biraz açar mısınız?

DELTA sistemi AFP tarafından yaratılan bir logiciel (Yazılım aracı). Ajans haberlerinin alınması için gereklidir. Dünya çapında bir haber ajansının yazılım sistemidir. Bu sistem 6-7 yıldır çok iyi işliyor. AFP bünyesinde yaratılan büyük bir sistemdir.

-Teknolojik satışları nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

Ajanslara hangi sistemi kullandıklarını soruyoruz. Teknik servisteki meslektaşımla bir randevu alıyoruz. Müşteriyi ziyarete gidiyoruz. Şimdi kullandıkları sistemle gelecekte kullanacakları sistem arasındaki farklılıklar konusunda tartışıyoruz. Biz

* Agence France Presse Teknolojik Satışlar Sorumlusu, 5 Mayıs 1999.

müşterilere gelecekte kullanacakları sistem konusunda öneriler yapıyoruz ve fiyat üzerinde tartışıyoruz. Anlaşma sözleşme sistemi üzerinde çalışıyoruz. Bizim işimiz çok önemli iş sistemin kurulmasıyla başlıyor. Daha sonra satış sonrası hizmet anlaşması yapılmaktadır. Gelecekteki sistemler üzerinde tartışarak yatırım yapılmaktadır. Buna CLIENT DELIVER SOLUTION denmektedir. Ben Bloomberg adı verilen finansal bir şirkete işbirliği yapıyorum. Bu küçük haberler için yaratılmış bir şirkettir. Bloomberg şirketi kazancı 1 milyar doları bulan bir şirkettir. Müşterilerimiz genelde Orta Doğu, Tunus Haber Ajansı, Avrupa ticari tartışmalar başlatan müşteriler bulunmaktadır. (Polonya, Çekoslovakya, Romanya, Portekiz,İspanya). Bunun dışında IMAGE FORUM adında bir sistem vardır. Bu sistem sayesinde yalnızca fotoğraf isteyen müşteriler belirlenmektedir. DELTA sistemi haber metinleri için IMAGE FORUM ise internetten fotoğraf sistemi içindir. Bu tamamen ticari bir sistemdir.

-Müşteriler bu sistemler nasıl yararlanıyorlar?

Özel aletler gerekmiyor logiciel (yazılım aleti) yeterli olmaktadır. Bu oldukça pahalı bir sistemdir. AFP dünya çapında bir ajans olarak teknoloji üretmek ve satmak zorundadır. Benim fikrime göre AFP teknik olanaklar bakımından birinci sıradadır ve diğer ajanslardan güçlüdür. Geliştirilen bu sistem çok iyi işlemektedir. AP ve Reuter bizim sistemi kullanmıyor. Onlar internet üzerinden başka bir sistem kullanmaktadır. Bu iletişimin geleceğidir. Reuter sistemi dünya çapında haber ajansları için

yaratılmıştır. Aynı şey AFP için de geçerlidir fakat ayrıca AFP kendi sistemini yaratmıştır.

Müşteriler bu sisteme ilgi duymaya başlamışlardır. Bloomberg sistemi finansal bir sistemdir. Reuter dünya çapında bir ajanstır. Bütün dünya üzerinde gelişmiş sistemleri vardır. Reuter ve AFP dünya çapında ajanslarıdır.

DANIEL BARTHOLONI İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

- Uluslararası satışlar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Uluslararası satışlarda öncelikle önemli olan kullanıcıların haberi kullanma hakkı mı yoksa yeniden üretme hakkı mı elde etmek istedikleridir. Yani haberleri kendi içlerinde mi kullanacaklar yoksa yeniden üretip satacaklar mı? Buna İngilizce de copyright denmektedir. Örneğin Büyükelçiliğe haber yollanıyor. Bunun ücreti 'ayda 5000 Frank. Eğer aynı haberi bir gazete bir gazete hem içerde kullanmak hem de dışarıya satmak istemiyorsa ücret ayda 100.000 Franktır. Bu yeniden üretim hakkına bağlıdır.

Eğer copyright yoksa yalnızca içerde kullanım için ise örneğin AFP hakkında araştırma yapan bir üniversiteli, bir elçilik,bir şirket ise fiyat farklıdır. Bu durum şirketin önemine göre değişmektedir. Şirket 1 ortaklı, 20 ortaklı ya da 100 ortaklı ise tarife yükselmektedir. Medyaya gelince her şey medyanın önemine göre değişmektedir. Haftalıksa başka, aylıksa başka, sektör yayınıysa başka, günlükse başkadır.

Her keresinde ayrı bir kategori ve tarife uygulanmaktadır. Örneğin 50.000 tirajlı bir günlük gazete 100.000-200.000-300.000-400.000-500.000 FF'a kadar çıkabilmektedir. Bu durum tamamen tirajlara bağlıdır. Radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarında tiraj yoktur. Ama izlenme oranı çok önemlidir. Burada tarife 5000 ile 100.000 Frank arasında değişmektedir. Eğer abone olmak isteyen bir dış ajans ise tarife yükselmektedir. Ajanslar Fransız

* Agence France Presse Uluslararası Satışlar Sorumlusu, 23 Nisan 1999.

isteyen bir dış ajans ise tarife yükselmektedir. Ajanslar Fransız medyasından daha yüksek ücret ödemektedirler. Fiyatlar ülkenin ve ajansın önemine göre değişmektedir.

En önemli ülkelerden biri de Japonya'dır. Bu ülkede profesyonel gazetecilik çok gelişmiştir ve Japon basının gazetecilik etkinlikleri çok önemlidir. AFP'nin Jiji Ajansıyla anlaşması vardır. AFP'ye çok yüksek ücret ödeyerek abone olmaktadırlar. Bu haberleri bütün Japon medyası için kullanmaktadırlar.

Bunun içindir ki abonelik işlemlerinin nasıl gerçekleştiği sorusuna yanıt vermek güçtür. Ayrıca AFP'de "Multimedya" ve "A la Carte" sistemleri bulunmaktadır. Örneğin spor haberlerine ağırlık veren bir gazete AFP'nin spor haberlerine abone olduğu zaman daha fazla ücret ödemektedir. Ekonomi haberleri için de durum aynıdır. Bütün gazetelerin ekonomi bölümleri vardır. Yalnızca ekonomi gazetelerinin ödemeleri gereken ücret daha yüksektir. Bu durum aylık ve haftalık yayınlar için de geçerli olmaktadır.

- Abonelik ücretlerinin dağılımı ne şekildedir?

Ücretlerin %12'si Fransız medyasından, %22'si dış ülkelerden, % 48'i çeşitli bakanlıklardan, valiliklerden gelmektedir. Buna Fransız basınından gelen gelirleri de eklemek gerekmektedir. Böylece % 82 gibi bir orana varılmaktadır. Geriye kalan % 18 ise farklı hizmet sektörlerinden ve kaynaklardan gelmektedir. AFP'de abone servisi yoktur. Ticari hizmetler birimi vardır. Abonelik için

Fransa'daki hizmet birimleriyle bürolar arasındaki geçişe dikkat etmek gerekmektedir.

Aboneliğin gerçekleşebilmesi için bölgeselliğe uyulması gerekmektedir. Dış bürodaki müdürler ticari işlerle de ilgilenmektedir. Müdür her şeyle ilgilenir. O, küçük bir büronun patronu gibidir. Bu durum grafikle haber ve fotoğraf bölümü içinde geçerlidir. Yalnızca haber metinlerine ya da fotoğraflara abone olan müşteriler bulunmaktadır.

XAVİER BARON İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

- Servisinizin çalışma sistemi hakkında bilgi verebilir misiniz?

"Bu serviste İngilizce ve Almanca bilen gazeteciler çalışmaktadır. Gazeteciler genellikle dört yıl süreyle bir serviste kalmaktadırlar. Daha sonra yer değiştirmektedirler. Herkes değişik alanlarda televizyon izlemektedir. Örneğin CNN'de Belgrad ile ilgili bir şey varsa burada izlenmektedir.

Gelen haberlerin değerlendirilmesi ve işlenmesi sabah 9.00'dan akşam 9.00'a kadar burada yapılmaktadır. Akşam 9'dan sonra "Uluslararası Haberler Masası" ertesi günün sabahına kadar haberleri işlemektedir.

Buraya her gün fakslar gelmektedir. Dış İşlerinin Unesco'nun bildirileri gelmektedir. Bu gelen haberlerin ayrımı yapıldıktan sonra ilgili servislere gönderilmektedir. Yapılacak olan işler ajandalara not edilmektedir. Her ajans haberini farklı şekilde sunmaktadır.

Haberlerin başlıkları var. Bu başlıklara göre haber çağrıldığında ekranda haberin ayrıntısı görülmektedir. Bunun dışında gazetelerin liderler ile yaptığı görüşmeler yayınlanmaktadır. Bazen gazeteler bu görüşmeleri yollamakta bazen de AFP gazetelerden almaktadır. AFP'nin her yerde muhabiri bulunmamaktadır. Örneğin Nijerya ile ilgili bir haber RFI'den gelmektedir. Bu durumda RFI'den geliyor diye kaynak

* Agence France Presse Uluslararası Haberler Servisi Şefi, 12 Nisan 1999.

RFI'den gelmektedir. Bu durumda RFI'den geliyor diye kaynak belirtilmesi gerekmektedir. Haber Nijerya radyosundan gelmekteyse yine Nijerya radyosundan geliyor diye kaynak belirtilmesi gerekmektedir. Kaynak diplomatik ise yine belirtilmesi zorunludur. Başlık her zaman üste yazılmakta fakat bazen de haberin içinde de kaynaktan söz edilebilmektedir. Bazen Fransız dergilerinden ya da yabancı dergilerden de alıntı yapıldığı olmaktadır".

GILDAS LEROUX* İLE YAPILAN GÖRÜŞME

- Buradaki işinizden söz eder misiniz?

"Fransızca haberlerin yabancıları ilgilendiren kısmını işlemekteyiz. Örneğin Mont-Blanc Tüneli'ndeki kaza. Sabahları geldiğimizde gazeteleri okuyup inceliyoruz. Sabah toplantıları yapıyoruz. Eğer bir kongre ya da toplantıyla ilgili haber gelmiş ise Bu haberi ilgili servise yolluyoruz.

Bu serviste işlenen hiçbir haber doğrudan yollanmamaktadır. Önce "Uluslararası Haberler Masası"na yollanmaktadır. Bir yanlış olup olmadığı kontrol edildikten sonra "Uluslararası Haberler Masası" tarafından müşterilere ve abonelere yollanmaktadır.

Gelen haberlerin sayısı gündeme göre değişmektedir. Önemli bir olay meydana geldiğinde burada çalışanlar çağrılıyor. Gazeteciler aynı zamanda yazım yanlışlarına düşmemek için ROBERT sözlüğünden ve QUID ansiklopedisinden yararlanmaktadır."

---

* Agence France Presse Uluslararası Haberler Servisi Avrupa Sorumlusu.

HENRI MAMARDACHI* İLE YAPILAN GÖRÜŞME

- Buradaki etkinliğinizden söz eder misiniz?

Ben Yakın Doğu ve Kosova sorumlusuyum. Şu anda daha çok Kosova gündemde olduğu için Kosova ile ilgili haberlerle ilgilenmekteyim. Ayrıca Arap dünyasıyla ilgili haberlerle ilgileniyorum.

Örneğin Jacques Chirac'ın deklarasyonunu ele alalım. Gelen bu deklarasyondan bir ajans haberi "Dépêche" yapılıyor. Sonra bu habere bir başlık veriliyor. En üste en önemli olan içerik yazılıyor. Orta bölümde yazının ana fikri yazılmaktadır. Önce "Dépêche" biçiminde 60 kelime olarak yazılan haber geliştirilerek ve işlenerek 600 kelimelik bir haber durumuna getirilmektedir. Bu yazılan haberlerin tümü "Uluslararası Haberler Masası"na gönderilmektedir. "Uluslararası Haberler Masası" aldığı bu haberleri müşterilere göndermektedir.

Jacques Chirac'ın 12 Nisan'da yaptığı ve tüm radyo ve televizyonlarda yayınlanan Kosova ile ilgili 3. konuşmasının tam metnini aldıktan sonra önce 60 kelimelik bir "Dépêche" yapılıyor. Sonra bu "Dépêche"600 kelimelik bir haber durumuna getiriliyor. Jacques Chirac'ın konuşmasının tam metni Elysée Sarayı tarafından AFP'ye gönderildiği gibi dünyanın diğer bütün önemli ajanslarına yollanmaktadır. AFP'nin Elysée Sarayı'nda bürosu var. Ayrıca Senato'da da bürosu bulunmaktadır.Bu bürolar aracılığıyla

* Agence France Presse Uluslararası Haberler Servisi Diplomasi Haberleri Sorumlusu.

ya da basın sözcüleri aracılığıyla konuşmanın tam metni ajanslara yollanmaktadır. Önce haberi yollayıp andından da isteyen abonelere tam metni yollamaktayız. Bazen gazeteler bu konuşma metnini ajanslardan değil asıl kaynağından da alabiliyorlar.

JEAN-MARC PRILOT İLE YAPILAN GÖRÜŞME*

- Buradaki etkinliğinizden söz eder misiniz?

Ben sendikalarla ilgili etkinliklerle ilgilenmekteyim. Bu konuyla önceleri Paris bürosu ilgilenmekteydi. 2-3 yıldır diplomasi işleriyle ilgilenen servis ilgilenmektedir. Haberin türü ne olursa olsun haberler burada arşivlenmektedir. En önemli haberler için dosyalama işlemi yapılmaktadır.

Haberler önceden isim verilmiş dosyalara kaydedilmekte ve buradan geri çağrılmaktadır. Benim buradaki en önemli etkinliğim sendikalarla ilgilidir. Fransa'daki en önemli üç sendikadan biri olan CFDT ile ilgileniyorum. Sendikalara katılım zorunlu değil. Fransa'da bulunan üç sendikadan hangisine üye olacaklarına seçimler sonunda hangisinde en fazla temsilci bulundururlarsa ona göre yapmaktadırlar.

* Agence France Presse Uluslararası Haberler Servisi Arşivleme Sorumlusu, 14 Nisan 1999.

EK 5

SLUG: Gündem (Paragraf sonu)

BAŞLIK: KISACA DÜNYA ÇARŞAMBA 14 NİSAN 10.00 GMT

CEZAYİR-ŞİDDET

CEZAYİR-160'ın üstünde sivil katledildi.....

(Geliş yeri ve metin aynı satırda verilebilmektedir)

Bir slug-başlık farklı yerlerden gelen haberleri de içerebilmektedir. Bu durumda her haberden sonra bir tak son konulmaktadır.

Örneğin:

Arnavutluk-Kosova-RFY

PARİS- Arnavutluk Devlet Başkanı Recep Meidani Çarşamba günü bir Fransız radyosuna yaptığı açıklamada ülkenin kuzeyinde, ordusunun Sırp güçlerinin saldırılarıyla karşılaştığını söyledi.

CEZAYİR-ŞİDDET

CEZAYİR-160'ın üstünde sivil katledildi.....

(Geliş yeri ve metin aynı satırda verilebilmektedir)

Bir slug-başlık farklı yerlerden gelen haberleri de içerebilmektedir. Bu durumda her haberden sonra bir tak son konulmaktadır.

Örneğin:

Arnavutluk-Kosova-RFY

PARİS- Arnavutluk Devlet Başkanı Recep Meidani Çarşamba günü bir Fransız radyosuna yaptığı açıklamada ülkenin kuzeyinde, ordusunun Sırp güçlerinin saldırılarıyla karşılaştığını söyledi.

EK 6

Anadolu Ajansı'nın tarihsel süreç içerisindeki Genel Müdürleri şu şekilde sıralanabilir:

"Alaaddin Bey	1926-1930
Muvaffak Menemencioğlu	1931-1944
Faik Bozar	1944-1946
Muvaffak Sunal	1946-1948
Ziya Gevher Etili	1948-1951
Saim Nuri Uray	1951-1952
Şerif Arzık	1953-1959
Fürüzan Tekil	1959-1960
Cemal Aygen	1960-1961
Erdoğan Ulus	1961-1961
Nail Mutlugil	1961-1963
Münir Berik	1963-1965
Atilla Onuk	1965-1978
Aytekin Yıldız	1978-1980
Atilla Onuk	1980-1981
Cevdet Tanyeli	1981-1984
Hüsamettin Çelebi	1984-1989
Behiç Ekşi(vekaleten)	1989-1989
Behiç Ekşi (asaleten)	1989-1992
Ceyhan Baytur	1992-1996

Anadolu Ajansı'nın Yönetim Kurulu Başkanlığını ve Genel Müdürlüğünü Mehmet Güler yapmaktadır."

BENGİ Hilmi, 3 Çeyrek Asırlık Çınar: Anadolu Ajansı, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, Kasım-Aralık 1996.

EK 7

Anadolu Ajansı'nın İç Örgütlenme Şeması

Yönetim Kurulu (5)

Genel Müdür

Genel Müdür Yardımcısı (2)

I- Haber Yayın ve Redaksiyon Daire Başkanlığı

A- Haber Yayın Müdürlüğü

B- Parlamento Haberleri Müdürlüğü

C- İç Haberler Müdürlüğü

1- İstihbarat Grupları

2- Sanat-Magazin Servisi

3- Polis-Adliye Servisi

D- Dış Haberler Müdürlüğü

1- İngilizce Servisi

2- Fransızca servisi

3- Dış Yayınlar Servisi

4- Dış Büro Temsilcilikleri: Almati (KAZAKİSTAN), Atina (YUNANİSTAN), Aşkabant (TÜRKMENİSTAN), Bakü (AZERBAYCAN), Bonn (ALMANYA), Bağdat (IRAK), Brüksel (BELÇİKA), Belgrad (YUGOSLAVYA), Chicago (USA), Stasbourg (FRANSA), Tahran (İRAN), Lefkoşe (KKTC), Taşkent (ÖZBEKİSTAN), Üsküp (MAKEDONYA), Londra (İNGİLTERE), New

York (ABD), Roma (İTALYA), Sofya (BULGARİSTAN), Washington (USA).

5- Kaşeli Muhabirler: Köln, Düsseldorf, Frankfurt (ALMANYA), Melbourne, Sidney (AVUSTRALYA), Madrid (İSPANYA), Viyana (AVUSTURYA).

E- Ekonomi Haberler Müdürlüğü

F- Yurt Haberleri Müdürlüğü

1- Bölge Müdürlükleri: Antalya, Bursa, Diyarbakır, Erzurum, Trabzon, Van,

2- Büro Müdürlükleri: Çanakkale, Edirne, Eskişehir, Gaziantep, Kocaeli, Konya, Kayseri, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Zonguldak.

G- Fotoğraf Servisi Müdürlüğü

H- İstanbul Haber Müdürlüğü

I- İzmir Haber Müdürlüğü

II- İletişim Daire Başkanlığı

A- Ankara Teknik Müdürlüğü

1- Sistem Yönetim Servisi

2- Elektronik Lab Servisi

3- Haberleşme Servisi

4- Gölbaşı Yayın Servisi

5- Elektrik ve Telefon Bakım Servisi

B- İstanbul Teknik Servisi

C- İzmir Teknik Servisi

III- Mali ve İdari İşler Daire Başkanlığı

A- Muhasebe Müdürlüğü

B- Abone ve Pazarlama Müdürlüğü

C- Personel Servisi

D- İdare Servisi

E- Depo Servisi

F- İstanbul Muhasebe Servisi

G- İzmir Muhasebe Servisi

Anadolu Ajansı İstanbul Bölge Müdürlüğü Organizasyon Şeması:

Bölge Müdürü

Genel Müdür Yardımcısı

A- Haber Müdürü

1- İstihbarat Servisi

2- Ekonomi Haberleri Servisi

3- Spor Haberleri Servisi

4- Fotoğraf Servisi

B- Teknik Sorumlu

1- Elektronik Laboratuar

2- Telefon Santral Servisi

C- Mali ve İdari İşler Sorumlusu

1- Muhasebe Servisi

2- Ulaştırma Servisi

EK 8

Anodolu Ajansı'nın Bölge Müdürlükleri

Ankara (Genel Müdürlük)

Adana Bölge Müdürlüğü

Antalya Bölge Müdürlüğü

Aydın Bölge Müdürlüğü

Bitlis Bölge Müdürlüğü

Bursa Bölge Müdürlüğü

Çanakkale Bölge Müdürlüğü

Diyarbakır Bölge Müdürlüğü

Erzurum Bölge Müdürlüğü

Eskişehir Bölge Müdürlüğü

İstanbul Bölge Müdürlüğü

İzmir Bölge Müdürlüğü

Trabzon Bölge Müdürlüğü

Kocaeli Bürosu

Konya Bürosu

Samsun Bürosu

Sivas Bürosu

Şanlıurfa Bürosu

Edirne Bürosu

Gaziantep Bürosu

KAYNAKÇA

- 6 Nisan 1996 Tarihli Anadolu Ajansı Bülteni 3977 No'lu Haber.

- A.A Anadolu Ajansı, Anadolu Ajansı Yayınları, Ankara, 1973.

- ADİL İdris, Haberde Dışa Bağımlılık, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1991.

- AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Ocak 1998.

- AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Mart 1998.

- AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Mart 1999.

- AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Mayıs 1999.

- AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1998.

- AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1999.

- AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Ocak 1999.

- AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Şubat 1998.

- AFP Broşürü, AFP Yayınları, Paris, Şubat 1999.

- AFP COM Antenne Dergisi, AFP Yayınları, Paris, Aralık 1998.

- AFP COM Antenne Dergisi, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1999.

- AFP Direct, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1999.

- AFP Graphics News Service, Paris, Nisan 1999.

- AFP Infographie, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1999.

- AFP Science, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1999.

- AFP Statut Journal Officiel de la Republique Française.

- AFP Sur le Web, AFP Yayınları, Paris, 1999.

- Agence France Presse, AFP Yayınları, Paris, 1999.

- Agence France Presse: Un Réseau Mondial, AFP Yayınları, Paris, 1999.

- AKGÜNER Tayfun-İLAL Ersan-ÖNGÖREN Gürsel, Kitle İletişim Mevzuatı, Der Yayınları, İstanbul, 1995.

- ALBERT Pierre, Histoire de la Presse, Puf Yayınları, Paris, 1996.

- ALBERT Pierre, La Presse, Puf Yayınları, Paris, 1996.

- ALEMDAR Korkmaz, İletişim ve Tarih, İmge Yayınları, Ankara, 1996.

- Ana Britannica Ansiklopedisi, Gelişim Yayınları, İstanbul, 1996.

- Anadolu Ajansı Kitapçığı, Anadolu Ajansı Yayınları, Ankara, 1996.

- Anadolu Ajansı Kuruluşu, Tarihçesi, Sefahati, T.C Maarif Derleme Müdürlüğü, 1935.

- ATATÜRK M. Kemal, Nutuk, Kültür Bakanlığı Yayınları, CI 3b, Ankara, 1989.

- BAUDELOT Philippe, Les Agences de Presse en France, Documentation Française Yayınları, Paris, 1991.

- BENGİ Hilmi, 3 Çeyrek Asırlık Çınar: Anadolu Ajansı, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, Kasım-Aralık 1996.

- BULUT M. Ali, Çağımızın Güç Kaynağı Olarak Haber Ajansları, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, Kasım-Aralık 1996.

- D'Havas à l'AFP: 150 ans au Service de l'Information, AFP Yayınları, 1999.

- GAİLLARD Philippe, Gazetecilik, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991.

- GİRGİN Atilla, Türkiye'de Yerel Basının Gelişmesi, İstanbul, 1997.

- Global News, AFP Yayınları, Paris, Aralık 1998.

- Global News, AFP Yayınları, Paris, Mart 1999.

- Global News, AFP Yayınları, Paris, Mayıs 1999.

- Global News, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1999.

- Global News, AFP Yayınları, Paris, Ocak 1999.

- Global News, AFP Yayınları, Paris, Şubat 1998.

- Global News, AFP Yayınları, Paris, Şubat 1999.

- Image Forum Dergisi, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1999.

- İNCEOĞLU Yasemin Doç.Dr., Uluslararası Medya , Der Yayınları, İstanbul, 1997.

- KAHRAMAN Fevzi, Habercilik ve Ajanslar, Yeni Türkiye Dergisi, Kasım-Aralık 1996.

- KOLOĞLU Orhan, Havas-Reuter'den Anadolu Ajansı'na.

- KOLOĞLU Orhan, Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın, İletişim Yayınları, İstanbul, 1992.

- LAFFONT Robert, Une Histoire de l'Agence France Presse 1944-1990.

- Libération Gazetesi 1 Temmuz 1999.

- MATHİEN Michel-CONSO Catherine, Les agences de Presse Internationales, Puf Yayınları, Paris, 1996.

- NADİ Yunus, Ankara'nın İlk Günleri, Sel Yayınları, İstanbul, 1955.

- ÖZCAN Zafer, Uluslararası Haber ve Az Gelişmiş Ülkeler, Dayanışma Yayınları, Ankara, 1983.

- ÖZKAYA Yücel, Milli Mücadelede Atatürk ve Basın, Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, Ankara, Mart 1985.

- PIGEAT Henri, Les Agences de Presse, Puf Yayınları, Paris, 1996.

- RİGEL Nurdoğan, Haber Çocuk ve Şiddet, Der Yayınları, İstanbul, 1995.

- RİGEL Nurdoğan, Kağıt Kaplanlar, Der Yayınları, İstanbul, 1993.

- SEÇİM Filiz-TURAN Seyfettin, Haber Ajansları, E.A.Ü Yayınları, 1995.

- Synthese à l'Attention das Etudiants, AFP Yayınları, Paris, 1998.

- TOKGÖZ Oya, Temel Gazetecilik, İmge Yayınevi, Ankara, 1994.

- TOPUZ Hıfzı,100 Soruda Türk Basın Tarihi, Gerçek Yayınevi, İstanbul, 1996.

- Vous Devez Savoir AFP Eco, AFP Yayınları, Paris, 1998.

- Vous Devez Savoir, AFP Yayınları, Paris, Nisan 1999.

- YAPAR Aslı, Basında Etik, İletişim Fakültesi Dergisi IV, İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1997.

- YÜCEDOĞAN Güleda, Türkiye'de ve Fransa'da Gazeteci Kimliği Sorunu, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1998.

- ZEYTİNLİ Murat, Uluslararası Haber Dolaşımının Sorunları, Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, Kasım-Aralık 1996.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ