



T.C.  
GAZI ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK  
LİSANS  
TEZİ

**KAMU HABERCİLİĞİNDE AZERTAC ÖRNEĞİ**

TAHMİNA ALYAROVA

RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI  
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI

EYLÜL 2019



**KAMU HABERCİLİĞİNDE AZERTAC ÖRNEĞİ**

**Tahmina ALYAROVA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI**

**RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ARALIK 2019**

Tahmina Alyarova tarafından hazırlanan "Kamu Haberciliğinde AzerTac Örneği" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / ~~OY ÇOKLUĞU~~ ile Gazi Üniversitesi Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

**Danışman/Başkan:** Prof. Dr. Zakir Avşar

Radyo Televizyon ve Sinema, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~ .....

**Üye:** Prof. Dr. Sezer Akarcalı

Radyo Televizyon ve Sinema, Ankara Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~ .....

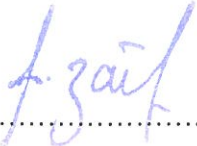
**Üye :** Prof. Dr. Gülcan Seçkin

Radyo Televizyon ve Sinema, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~ .....

Tez Savunma Tarihi: 15/10/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.



Prof. Dr. Figen ZAI F

Enstitü Müdürü

## ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Tahmina ALYAROVA

15.10.2019



KAMU HABERCİLİĞİNDE AZERTAC ÖRNEĞİ  
(Yüksek Lisans Tezi)

Tahmina Alyarova

GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Aralık 2019

**ÖZET**

Toffler Dalgasının yaşandığı modern çağda enformasyon, 1970'lerin sonundan itibaren tahmin edildiği üzere her alanda güç merkezi görevini görmektedir. Teknolojinin gelişimiyle bilgiye erişim yollarının çeşitliliği durmadan artmaktadır. Bu durumdan bilinçli yararlanma güçlü ekonomi, eğitim, uluslararası ilişkiler ve dolayısıyla refah getirecek güçteyken, aksi çok endişeli sonuçlar doğurabilmektedir. Habercilik alanını da kapsayan bu durum ile ilgili en büyük sorun da ziyadesiyle bilgi kirliliğinin oluşudur. Bu krizin yönetiminde ise kamu haberciliği ve kamu habercilerine de büyük rol düşmektedir. Bu çalışmada haber ve kamu haberciliğinin ortaya çıkmasına kısa şekilde değinilecektir. Asıl olarak Sovyetler Birliğinin çöküşünden sonra bağımsızlığını kazanmış Azerbaycan'ın habercilik alanında yeni bir sistem oturtmaya çalıştığı süreç anlatılacak ve Azerbaycan yönetiminin kurduğu Azerbaycan Devlet Haber Ajansı – AzerTac'ın kuruluşu, tarihsel gelişim süreci ve yapısı irdelenecektir.

Bilim Kodu : 111513  
Anahtar Kelimeler : Haber, Kamuoyu, Kamu Yayıncılığı, Haber Ajansları, Azerbaycan, AzerTac, Azerbaycan Devlet Haber Ajansı  
Sayfa Adedi : 75  
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Zakir AVŞAR

**AZERTAG AS EXAMPLE IN PUBLIC JOURNALISM**

(M. Sc. Thesis)

Tahmina Alyarova

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

December 2019

**ABSTRACT**

In the modern era of the Third Wave, information has served as a powerhouse in all areas as predicted since the late 1970s. The diversity of the ways to access information are growing steadily through the development of technology. While conscious utilization of this situation is strong enough to bring about a powerful economy, education, international relations and therefore prosperity, the contrary can have apprehensive consequences. The biggest problem related to this situation, which also covers the field of journalism is exceedingly information pollution. In the management of this crisis, public journalism and public journalists also play a major role. In this study, the emergence of news and public journalism will be briefly mentioned. The process in which Azerbaijan tries to establish a new system in the field of journalism which gained its independence after the collapse of the Soviet Union, will be explained and the establishment, historical development and structure of the Azerbaijan State News Agency - AzerTag, founded by the Azerbaijani administration, will be scrutinized constitutively.

Science Code : 111513  
Key Words : News, Public Opinion, Public Broadcasting, News Agencies,  
Azerbaijan, AzerTag, Azerbaijan State News Agency  
Page Number : 75  
Supervisor : Prof. Dr. Zakir AVŞAR

## TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın bir fikir aşamasından somut bir çalışmaya dönüştürülmesinde büyük emeği olan, konunun detaylı öğrenilmesi için gerekli olan görüşmeleri gerçekleştirmekte desteğini esirgemeyen değerli tez danışmanım Prof. Dr. Zakir AVŞAR'a, Türkiye Bakü Büyükelçiliği Basın Müşaviri sayın Hamit KARADENİZ'e, AzerTac'ın Genel Müdürü sayın Aslan ASLANOV ve ajans çalışanlarına, her zaman dikkati ve nezaketiyle tez yazma süresi boyunca ilgisini eksik etmeyen sevgili Doç. Dr. Elif Emre KAYA'ya ve kıymetli eşim Kaan ÇETINKAYA'ya ilgi ve sabrından dolayı teşekkür ederim.





**İÇİNDEKİLER**

	<b>Sayfa</b>
ÖZET .....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
KISALTMALAR.....	ix
1. GİRİŞ .....	1
2. HABER.....	5
2.1. Haber Kavramı.....	5
2.2. Haber Kavramı Üzerine Kuramsal Tartışmalar .....	11
2.3. Haberin Tarihsel Gelişim Süreci.....	14
2.3.1. İlk Çağ'da Haber .....	14
2.3.2. Orta Çağ'da Haber .....	15
2.3.3. Yeni Çağ'da Haber.....	17
2.3.4. Aydınlanma Çağı'nda Haber .....	19
2.3.5. Yakın Çağ'da Haber.....	19
2.4. Haber Değeri.....	20
2.4.1. Yeni Haber Değeri Kriterleri .....	22
2.5. Kitle Haberciliği .....	26
3. KAMUOYU .....	31
3.1. Kamuoyu Kavramı.....	31
3.2. Kamu Hizmeti.....	34
3.3. Kamu Hizmeti Yayıncılığı.....	34
4. AJANS HABERCİLİĞİ .....	41
4.1. Haber Ajanslarının Tarihsel Gelişim Süreci ve Ortaya Çıkma Nedenleri.....	41

**Sayfa**

5. AZERBAYCAN'DA BASININ OLUŞUMU.....	45
5.1. AzerTac: Kuruluşu ve İlk Yılları.....	46
5.2. SSCB Dönemi AzerTac: ROSTA'nın Şubesi Olarak Faaliyet Gösterdiği Yıllar.....	49
5.3. AzerTac'ın SİTA'nın Şubesi Olarak Faaliyet Gösterdiği Dönem.....	51
5.4. AzerTac'ın 2. Dünya Savaşı Yıllarındaki Faaliyetleri.....	52
5.5. AzerTac'ın 1970'li Yıllardaki Durumu.....	53
6. SSCB SONRASI DÖNEMİ AZERTAC.....	57
6.1. AzerTac'ın Yeniden Yapılanma Süreci.....	57
6.2. Azerbaycan'ın Bağımsızlığını Kazandığı Dönemde AzerTac'ın Faaliyetleri....	58
6.3. Modern Zamanda AzerTac ve Onun Dünya Ajanslarıyla İlişkileri.....	62
7. SONUÇ.....	65
KAYNAKLAR.....	69
ÖZGEÇMİŞ.....	75

## KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

<b>Kısaltmalar</b>	<b>Açıklamalar</b>
<b>AA</b>	Anadolu Ajansı
<b>AB</b>	Avrupa Birliği
<b>ABD</b>	Amerika Birleşik Devletleri
<b>AGERPRES</b>	Romanya Devlet Haber Ajansı
<b>AGI</b>	İtalyan Haber Ajansı
<b>ANİA</b>	Ulusal Haber Ajansları Birliği
<b>ANSA</b>	İtalyan Haber Ajansı
<b>ANTARA</b>	Endonezya Haber Ajansı
<b>Asia Pulse Ltd.</b>	Avustralya Haber Servisi Şirketi
<b>ATA</b>	Arnavutluk Telgraf Ajansı
<b>Azerinform</b>	Azerbaycan Enformasyon Ajansı
<b>AzerTac</b>	Azerbaycan Devlet haber Ajansı
<b>AzKafROSTA</b>	ROSTA'nın Kafkas Şubesi Azerbaycan Birimi
<b>AzTV</b>	Azerbaycan Devlet Televizyonu
<b>BBC</b>	İngiliz Yayın Kuruluşu
<b>BELTA</b>	Beyaz Rusya Telgraf Ajansı
<b>BERNAMA</b>	Malezya Resmi Haber Ajansı
<b>BNA</b>	Bahreyn Haber Ajansı
<b>BSANNA</b>	Ulusal Haber Ajansları Birliği
<b>BTA</b>	Bulgaristan Telgraf Ajansı
<b>Bua News</b>	Güney Afrika Cumhuriyeti Haber Ajansı
<b>cd</b>	kompakt disk
<b>EANA</b>	Avrupa Haber Ajansları İttifakı
<b>EFE</b>	İspanya Uluslararası Haber Ajansı
<b>ELTA</b>	Litvanya Haber Ajansı
<b>Hovar</b>	Tacikistan Resmi Haber Ajansı
<b>IP</b>	Paraguay Enformasyon Ajansı
<b>İRNA</b>	İran Resmi Haber Ajansı

**Kısaltmalar****Açıklamalar****JİJİPRESS**

Japonya Haber Ajansı

**Kabar**

Kırgızistan Ulusal Haber Ajansı

**Kazinform**

Kazakistan Devlet Haber Ajansı

**KUNA**

Kuveyt Haber Ajansı

**KYODO**

Japonya Haber Ajansı

**LETA**

Letonya Haber Ajansı

**m.ö**

milattan önce

**MENA**

Mısır Resmi Haber Ajansı

**Moldpress**

Moldova Devlet Haber Ajansı

**MONTSAME**

Moğolistan Ulusal Haber Ajansı

**MTI**

Macar Haber Ajansı

**OANA**

Asya ve Pasifik Ülkeleri Haber Ajansı

**PAP**

Polonya Haber Ajansı

**PETRA**

Ürdün Resmi Haber Ajansı

**QNA**

Katar Resmi Haber Ajansı

**RAI**

İtalya Devlet Televizyonu

**ROSTA**

Rusya Telgraf Ajansı

**SICOM**

Paraguay Bilgi ve İletişim Sekreteryası

**Şinhua**

Çin Halk Cumhuriyeti Resmi Haber Ajansı

**SİTA**

Sovyetler İttifakı Telgraf Ajansı

**Sov.İKP MK**

Sovyetler Birliği Komünist Partisi Merkez Komitesi

**SPA**

Suudi Arabistan Resmi Haber Ajansı

**SSCB**

Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

**STA**

Slovenya Haber Ajansı

**TANYUG**

Sırbistan Resmi Haber Ajansı

**TASS**

Sovyetler Birliği Telgraf Ajansı

**TDH**

Türkmenistan Haber Ajansı

**TDK**

Türk Dil Kurumu

**TELAM**

Arjantin Resmi Haber Ajansı

**TGF**

Türkiye Gazeteciler Federasyonu

**TKA**

Türk Dilli Haber Ajansları Birliği

**TRT**

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

**Kısaltmalar****Açıklamalar****tv**

televizyon

**Ukrinform**

Ukrayna Devlet Haber Ajansı

**UNESCO**

Birleşmiş Milletler Eğitim Bilgi ve Kültür Örgütü

**VNA**

Vietnam Haber Ajansı

**WAFA**

Filistin Enformasyon Ajansı

**WAM**

Birleşik Arap Emirlikleri Enformasyon Ajansı

**Yonhap**

Güney Kore Ulusal Haber Ajansı

**ZaqTA**

Güney Kafkas Cumhuriyeti Haber Ajansları



## 1. GİRİŞ

İnsan varlığını farklı şekillerde sürdürmektedir. Temel ihtiyaçlarından birisi bilgi almak olan insanın var olma sürecini iletişimsiz tasavvur etmek mümkün değildir. Çeşitli evreler atlayıp günümüze kadar gelen iletişim türleri, zamanın ve teknolojinin getirileriyle ilk zamankinden oldukça farklı biçimlenmiştir. Modernleşen iletişim, yaşam standardı ve elzem ihtiyaç olmaktan çıkmış, bir disiplin, irdelenecek derin bir alan hâline gelmiştir.

Bugün tekelleşen, büyük sermayenin elinde bulunan iletişim araçları ile kitleler, kişi ve kurumların çıkarı doğrultusunda etkilenmekte ve bir şekilde kamuoyu biçimlendirilmektedir. İletişim araçlarının gücünü gösteren bu durum haber oluşumunun sonu gelmeyecek araştırmalara konu olacağına öngörüsü sayılabilir. Bu çalışmada kamu haberciliği ekseninde, habercilik ve onun tarihsel gelişim süreci araştırılmış, kuramsal yaklaşımlar incelenmiş, kamu hizmeti ve kamu haberciliği belirli bir çerçevede işlenmiştir.

Araştırmanın ikinci kısmının konusunu ise, Sovyetler Birliği'nin çöküşünden sonra Azerbaycan'ın basın tarihi için önem taşıyan AzerTac Telgraf Ajansının tarihi gelişiminin, ülke medyasına kazandırdığı tecrübelerin ve ulaştığı bugünkü konumunun kamu haberciliği bağlamında incelenmesi oluşturmaktadır. Bu araştırmanın en önemli amacı, Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra Türk Cumhuriyetlerinde yaşanan "özünedönme" sürecinin Azerbaycan basınında hangi şekilde gerçekleştiğine, özellikle AzerTac haber ajansının hangi koşullarda faaliyetine devam ettiğine ve geçirdiği değişimlere dair bilgilerin aktarılmasıdır. Bu amaca uygun olarak belirlenen alt amaçlar şöyle sıralanabilir:

- AzerTac haber ajansının Türk Cumhuriyetlerinin basın tarihindeki yerinin önemini vurgulamak
- Çökmüş Sovyetler Birliği enkazının AzerTac haber ajansının işleyişini nasıl etkilediğine dikkat çekmek
- Ekonomik ve siyasi değişimlerin basına yansımalarının sonucunda Azerbaycan'da özellikle basın alanının bir dönüşüm ve yeniden yapılanma sürecine girdiğini göstermek

Bu araştırmayı önemli kılan iki unsur vardır. Bunlardan ilki, haber alma tarzının teknolojik gelişmeler nedeniyle değişmesi ve haberin hızlı tüketimine rağmen toplumun güvenilir

kaynaklardan haber alma ihtiyacının devam etmesidir. Haber ajansının işlevinin sadece bir basın organı olmasıyla sınırlanmayıp devletin dünyadaki dili olması, onun çıkarlarını koruması ve kamu yararına yayın yapmasıdır. AzerTac haber ajansının da bu bağlamdaki faaliyetinin incelenmesi ve tanıtılması önemlidir. Dünyanın küçük sayılmayacak kadar enerji kaynaklarının bu coğrafyadan temin edilmesini göz önünde bulundurursak, bu bölgedeki toplumsal gelişmeler de siyasi ve ekonomik gelişmeler kadar önem taşımaktadır. Bu ise, çalışmayı önemli kılan ikinci unsurdur.

Bir araştırma tezinin varmak isteyeceği yere ulaşması yöntem vasıtasıyla sağlanmaktadır. Bu yolla adım adım varılmak istenen sonuca ulaşılır. Bu araştırmanın amacı nitel araştırma yöntemine uygundur. Nitel araştırma yöntemleri ise sorunun 'ne' kısmıyla değil; 'nasıl' kısmıyla ilgilenmektedir. Bir konunun 'konu' olduğunu aşan ve ona 'konu' olma özelliğini kazandıran 'nasıl' olma serüvenini açığa çıkarmaya çalışmaktadır.

Yazar araştırmada, özellikle telgraf ve mektup metinlerini gerçekliğini kaybetmemesi adına Türkiye Türkçesine uyarlamaktan ziyade doğrudan tercüme etmeye çalışmıştır. Haber ve kamu haberciliği anlayışlarının baskı altındayken ve sonrasında bağımsızken gerekli çizgiyi korumak için ne tür yol izlenerek işlevini gerçekleştirmesi araştırmayı önemli yapmaktadır.

Objektifliği koruma çabasıyla topluma hizmetin devam ettirilmesini sağlamak kamu haberciliği için her zaman araştırmaya değer bir konu sayılmaktadır. Sovyetler Birliği zamanında ve sonrasında AzerTac haber ajansının dönüşümü ve büründüğü yeni kimliği incelerken yazarın temel çıkış noktası ajansın Azerbaycan Halk Cumhuriyeti hükümetinin istisnai çabalarıyla kurulması olacaktır. 3 Mart 1995 yılında dönemin Cumhurbaşkanı Haydar Aliyev'in Azerbaycan Telgraf Ajansı'nın yeniden kurulması hakkında imzaladığı kararnameyle ajansın faaliyetinde günümüze kadar uzayan bir devrin başlaması süreci de varılmak istenen noktaya yaklaştıracığı için derinden incelenecektir.

AzerTac haber ajansının ister teknik yetersizlik, ister dönemin politik baskılarından doğan sorunların kurulduğu dönemden bugüne kadar kimlerin sayesinde aşıldığını ve gelişmekte olan bir ülkenin en önemli kamu hizmeti yayıncısına dönüşmesi araştırmada derinden incelenecektir. Bu açılardan bakıldığında tarihsel süreç ekonomik, sosyal ve politik açıdan

ele alınarak dönüşümün keskinliği ve nedenleri ve bugün ulaşıldığı nokta açığa çıkarılacaktır.

Araştırmanın varsayımları şunlardır:

1. AzerTac haber ajansı Azerbaycan'ın basın hayatı için önemli bir kurumdur.
2. Ajans kamu hizmeti anlayışına savaş dönemi ve sonrasında zor şartlar altında olsa da sadık kalma çabası göstermiştir.
3. AzerTac haber ajansı Azerbaycan'ın dünya basınındaki dilidir ve bir kamu habercisi olarak daha çok Sovyetler Birliği'nin çöküşünden sonra halkın ve devletin çıkarları doğrultusunda dünyadaki haber ajansları arasında önemli bir politik güç olarak bilinmektedir.
4. Haydar Aliyev'in cumhurbaşkanlığı döneminde başlayan özel dikkat ve destek AzerTac haber ajansının teknik ve habercilik açısından profesyonelliğe ulaşması için önem arz etmektedir.
5. Bir kamu habercisi olarak AzerTac Azerbaycan Türkçesine, gazetecilik ve haber hazırlama/yayma etiğine sadık kalarak ülkenin diğer haber ajanslarına örnek olmakla beraber bu özellikleriyle toplumsal yapının gelişmesine önemli katkı sağlamaktadır.

Bu araştırmanın en büyük sınırlılığı Azerbaycan'ın AzerTac haber ajansının kamu haberciliği bağlamında incelenmesinde ortaya çıkmıştır. Sovyetler Birliği'nin basınıyla ilgili yeteri kadar yazılı kaynak olsa da Sovyetler'in çöküşünden sonra Türk Cumhuriyetlerinin basın organlarının, haber ajanslarının faaliyeti ile ilgili kaynaklar oldukça sınırlıdır. Bu da çalışmanın detaylarının taranması için karşılaşılan sorunlardan biridir. Ayrıca Sovyetler Birliği'nin çöküşünden sonra Türk Cumhuriyetlerinin basın hayatında yaşanan değişikliklerin oldukça geniş kapsamlı bir alan olması da araştırmacıyı sınırlayan bir diğer etkidir. Dolayısıyla Azerbaycan'ın dünya basınındaki dili olan AzerTac haber ajansının Sovyetler Birliği dönemindeki işleyişi araştırılacak ve bağımsızlık dönemindeki faaliyetiyle karşılaştırılarak ajansın ulaştığı bugünkü konumuna da değinmeye çalışılacaktır.

Çalışmanın ortaya koyduğu sav, ulus devletlerin bağımsızlık sürecinde özgürce iletişim kurabilmesi ve içeride yaşananları herhangi bir haminin sansürüne yahut müdahalesine



uğramadan duyurulabilmesi adına ulusal bir örgütlenmeye, bir diğer değişle bağımsız bir haber ajansına ihtiyaç duymasdır. Bu ihtiyacın gerekliliği çalışmanın ilerleyen bölümlerinde özellikle AzerTac'ın kuruluş aşaması ve tarihsel gelişim süreçlerinde açıkça ortaya konmaktadır.

Araştırmada uygulanacak veri toplama tekniğine en uygun analiz türü betimsel analiz kullanılacaktır. “Bu yaklaşıma göre, elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Bu tür analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır” (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224).

Araştırma konusu nitel araştırma yöntemlerine uygun olduğu için, veri toplama tekniği de görüşme, gözlem ve döküman inceleme şeklinde gerçekleştirilmiştir. Görüşme tekniği, AzerTac haber ajansının yetkilileri ile önceden belirlenmiş şekilde kurumun tarihsel gelişim sürecini, Sovyet Birliği dönemi ve sonrasında yaşadığı iniş çıkışları, kurumun bugününü ve kamu hizmeti olarak yaptığı işleri öğrenmek ve tanıtmak amacıyla soru sorma ve yanıtlama tarzına dayalı etkileşimli bir iletişim süreci olarak hayata geçirilmiştir. Gözlem tekniği de görüşme tekniğini destekler nitelikte olmuştur. Tekniğin ayrıntılı, kapsamlı ve zamana yayılmış olmakla birlikte her üç metodu da kullanılmıştır. Gözlemlenilen veri toplama tekniğinin diğer üsulları ise video kayıtlarından ziyade daha çok yazılı tasvirler, fotoğraf ve yazılı kaynaklarla irdelenmiştir.

## 2. HABER

### 2.1. Haber Kavramı

Haberi tanımlayacak birçok görüş mevcut olduğu gibi, içlerinden sıyrılıp evrensel bir kavram haline gelen tek tanımın olduğu söylenemez. Dünyada var olan haber tanımlarının iki çerçeveden değerlendirildiği görülmektedir, bunlar: doğrudan bir tanım ortaya çıkarmaya çalışmak ve haberin öğelerini belirleyerek haberi dolaylı yolla tanımlamak. Bu tanımları da klasik ve güncel olarak iki gruba ayırmak mümkündür.

Klasik gruba ait olan ve yaygın olarak görülen tanımlardan biri John Bogart'ın 1880 yılında ifade ettiği “Köpek insanı ısırırsa haber değil, insan köpeği ısırırsa haberdir” (Usluata, 1997: 94) fikrinden yola çıkılırsa bir olayın haber olması için bir şeylerin yolunda gitmemesinin, alışılmışın dışında olan eylemlerin haber olabileceği söylenebilir. Lakin Forbes Dergisi'nin açıkladığı liste ve buna benzer, her yıl beklenen; ancak alışılmışın dışında olmayan olayların da haber olduğunu göz önünde bulundurarak yukarıdaki (köpek-insan ısırması) ifadenin yetersiz kaldığını söylemek mümkündür.

Koloğlu'na (1992: 7) göre haber, söylentinin gerçek olması hâlinde belgeleştirilmesidir. Belirli bir çerçeveden değerlendirilen bu tanımın bugünün tarihi için kapsamlı olduğunun söylenmesi doğru olmayacaktır. Yine gerçekliğe vurgu yapan diğer bir tanım: “ Gerçek olan ve insanlar için ilgi çekici her oluşum haberdir” (Hillard, 1972: 91). Olaya haber değeri veren unsurlardan en önemlisi insanların ilgisini çekmesidir. Yıllar önce haber niteliğinde olan olaylar bugün insanların ilgisini çekmediği için haber değeri taşımayabilir.

“Yeni olmuş bir olay hakkında bilginin gazete, radyo ya da televizyonda duyurulmasıdır” (International, 1972: 587). Larousse Illustrated International ansiklopedik sözlüğünün haber tanımı olan bu tümcenin ortaya çıktığı tarihten de belli olduğu gibi güncellenmeye ihtiyacı vardır. İlk olma yarışında olan günümüz gazeteciliğinde haberlerin internet sitelerinde birçok gazete, radyo ve televizyon kanallarından daha önce yer aldığı görülmektedir.

Hadise, vaka yahut gazetecilerin ulaştığı her yeni bilgi/görüntü; kitleye ulaşmadığı sürece haber sayılmamaktadır. Bu duruma dair tanımlara bakıldığında editoryal sürece vurgu

yapan fikirlerin daha çok yakın tarihe ait olduğu görülmektedir. Kaptan (1999: 1-2) haberin bir olay değil, olayın bildirilişinin haber olduğunu yazmış ve olayın bir haber için hammadde olduğunu vurgulamıştır.

2005 yılında yayınlanan ortak bir yayında da haberin insanları ilgilendiren, zamanlı olan, fikrin, olayın, sorunun özeti ve bir olay, bir olgu üzerine edinilen, iletişim ya da yayın organlarıyla verilen bilgi olduğu vurgulanmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005). Gazetecilik ve Habercilik adlı ortak yayında vurgulananlar da yukarıdaki fikirleri destekler şekildedir. “Henüz olmuş ve olağandışı bir olayın habere dönüşmesi için ilk önce yayınlanmış olması gerekir. O hâlde haber, daha önce bilmediğimiz, yeni, ilginç bir olayın haberci medyada yayınlanmış halidir” (Dursun ve diğerleri, 2005: 137).

Haber tanımlarının zaman içerisinde nasıl değiştiği açıkça görülmektedir. 1942 yılında “The Complete Reporter”da Julian Harriss ve Stanley Johnson (1942: 19) tarafından bir araya getirilen haber tanımlarına bakıldığında;

- “- Haber, okuyucunun ilgileneceği olaydır.
- Haber, gazeteye basıldığında, okuyucuya yararlı olacağı düşünülen olaydır.
- Haber, okuyucunun bilmek istediğidir.
- Haber, insanların hakkında konuşacağı şeylerdir.
- Haber yakın zamanda olan, keşifler, görüşler ve okuyucuların etkilenecekleri ya da ilgilenecekleri konulardır.”

Daha çok okuyucuya odaklanan ve gerçeklik, tarafsızlık gibi diğer önemli unsurların aktüelliğinin vurgulanmadığı görülmektedir. Devran (2010: 79) da bu durumu şöyle özetlemiştir: “İlk zamanlar haber kavramı, bireylerin bilme ve öğrenme istekleri dikkate alınarak “olmuş olan her şey”, “dün bilmediğimiz her şey”, “insanların üzerine konuştuğu bilgiler” ve “okuyucuların öğrenmek istediği şeyler” şeklinde tanımlanırken daha sonra günün koşulları ve gazetecilik mesleğinin gerekleri göz önünde bulundurularak “zamana uygun olan her şey”, “zamana uygun rapor” ve “bir olayın raporu” şeklinde de tanımlar yapılmıştır”.

Haberi diğer gazetecilik ürünlerinden ayıran en belirgin özellik Roschco’ya göre zaman ögesidir. Roschco habere konu olan olaylar ve içinde yer alan olgular bir anda ortaya

çıkılmakta ve kaybolmamaktadır der ve toplumsal olguların zaman içinde evrimleştiğini, bir anlık gibi görünmelerine rağmen uzun bir geçmişleri bulunduğunu vurgular (Tokgöz, 2010: 215). Bir sözlük tanımında da haberin anlamı, ‘Yeni ve taze bilgi; son zamanlardaki olayların raporu’ olarak gösterilmiştir (Hornby, 1995: 781).

Daha genel ve güncel yakın sayılan başka bir tanımsa şöyledir: “Bireylerin yaşamını etkileyen olumlu, olumsuz, tüm toplumsal gelişmelere ilişkin bilgilerin, gazete, televizyon, radyo, dergi gibi medya organları tarafından kamuoyuna aktarıldığı metinlere haber denilmektedir” (Gönenç, 2004: 81). Haber verme misyonu her ne kadar şimdiki zamana odaklansa da zamana yayılan olumsuz bir gelişmeye örnekle bu tanımlı pekiştirmek mümkündür. İran’ın kuzeybatısında, Batı Azerbaycan ile Doğu Azerbaycan arasında bulunan Urmiye Gölünün tahminen 1984 yılından günümüze kadar devam etmekte olan kuruma sorunu vardır. Gölün kuruyarak küçülmesi yeni sayılmayan; ama güncelliğini koruyan bir sorun olarak Azerbaycan, Türkiye, Ermenistan ve Irak’ın tarım hayatını etkileyecek olumsuz bir gelişmedir ve dolayısıyla da haberdur.

Bir diğer tanımda “Haber; acele kaleme alınmış edebiyattır Haber olgusu belirli bir yer ve zaman içinde gerçekleşen olayların, bu olayların varlığından ya da içeriğinden haberdar olmayanlara aktarıldığı rapordur” (Tokgöz: 1994:127) denilmiştir. Girgin’in (2008: 108) yorumu ise bu tanımlı günceller niteliktedir. Girgin haberin, olay olduğunu söyler. “Olay ise çeşitli olguların, belirli bir yer ve zaman içinde geçmesi sürecidir. “Olay” ayrıca: a) Ortaya çıkan, oluşan durum, b) Sıradan olmadığı için topluluğun geniş ölçüde ilgisini çeken “olgu”dur”.

Yukarıda bahsedilen ister güncel olsun ister klasik tanımlamalar haberi daha çok doğrudan anlatmaya, açıklamaya yöneliktir. Haberin unsurlarını belirleyerek bu ekseninde en işlevsel tanıma yaklaşma çabaları da oldukça fazladır. Dennis Everette ve Melvin De Fleur’a göre haberin şekillenmesinde etkili olan 9 faktör vardır. 1. Olay 2. Haber kaynakları 3. Sivil örgütler 4. Hükümet ya da devlet (yasal düzenlemelerle) 5. Ekonomik olaylar 6. Haber merkezlerindeki etkili güçler 7. Gazeteci (tarzı, bilgisi, deneyimi, becerisi) 8. Haber yayımlandığı aracın özellikleri 9. Çalışanların iş koşulları (De Fleur ve Everette’den aktaran Kars, 2013).

Oya Tokgöz (2006: 214) ise haberin unsurlarından yola çıkarak oluşturduğu tanımda haberin genellikle bir fikre, soruna ve olaya dayandığını söylemekte ve Kaptan'ın (1999) da dediği gibi bunların haberin hammaddesini oluşturduğuna dikkat çekmektedir. “Olaylar, fikirler, sorunlar ya öykülenerek ya da özetlenerek haber yapılır. Bu işlem sırasında üzerinde önemle durulması gereken en önemli nokta haber yapılırken olayın, sorunun, fikrin esas çerçevesi içine oturtulup kurgulanmasıdır”.

Bu yaklaşımlarda vurgulanan “olay” kavramı duruma, ülkeye, zamana, kişilere vb. nesnelere göre anlam kazanıp yahut kaybedebildiği için onu daha geniş bir açıdan değerlendirmek gerekmektedir. Girgin, (2008: 108) “olay”ı detaylandırarak şöyle söyler: “Olay bir eylemin yanı sıra bir söylem de olabilir. Ya da “olay”ın içinde hem eylem, hem söylem bulunabilir. O zaman, her “olay” haber midir? Öncelikle olay (eylem ya da söylem ya da her ikisi), gözlemleyen varsa haber olmaya adaydır. Gözlemleri, duyumları iletmek ise (yorumları ve değerlendirmeleri değil) haber üretmektir”.

Olayın habere dönüşürken yalnız yukarıda vurgulanan süreçlerden geçmesinin yeterli olmadığı bilinmektedir. Bir vakanın saf şekliyle haber olamaması, “katkılı”, “hesaplı” hâle dönüşmesi sadece modern haberciliğin sorunu değildir. İkinci Dünya Savaşı Fransasında basın güç sahiplerinin etkisinde kalarak niteliksizleşmiş ve yozlaşmıştır. “Üçüncü Cumhuriyet döneminde (1870-1940) en öne çıkan gazeteler, *Le Temps* ve *Figaro* örneğinin, ve hatta haber ajansı Havas, politikacılardan, finansörlerden ve yabancı devletlerden rüşvet kabul etmişlerdir” (Chalaby, 1996: 306). Çebi (2002: 175) de bu durumu özetleyerek “Haber, medya kuruluşlarının toplumsal, politik ve ekonomik çevreyle olan ilişkilerinin ürünüdür. Bu ilişkiler, çoğunlukla yoğun pazarlıklar, mübadeleler, uzlaşmalar, etkileşimler, bazen de örtülü ya da açık baskılar, yönlendirmeler ve çatışmalar şeklinde ortaya çıkabilir” demiştir.

Yüzü aşkın haber tanımının olmasının sebeplerinden biri de haberin işlevinin çok çeşitli olmasıdır. Haberın yeni olması, gerçek olması ve sade, anlaşılır, her kesime hitap edecek şekilde olması dolaylı yolla olan hemen hemen bütün tanımlarda farklı ifadelerle de olsa altı çizilen bir noktadır. Girgin'in (2008: 118) de vurguladığı gibi habercilik: “Gerçek, yeni, anlaşılır, ilginç ya da önemli olayları, basit, sade (yalın) bir dille, açık ve kesin bir biçimde, taraflılıktan kaçınma ilkelerine uyararak haber haline dönüştürmek (özetleyerek kurgulamak: biçimlendirmek), sonra da hızla yayımlanmasını sağlamaktır”.

Eylem/söylemi teknik anlamda habere dönüştürürken önemli bir diğer etmen yukarıda da belirtildiği gibi tarafsızlığı korumaktır. Bu tartışmaya açık unsura Warren Breed de kendi tanımı içerisinde yer vermiştir: “Satılabilir, yapay, basit, tarafsız, eylem merkezli, ilginç, kurgulanmış” (Rigel, 2000: 178). Benzer yaklaşım tarzıyla açıklanan nispeten kapsamlı bir diğer tanım şöyledir: “Gazeteciliği meslek edinmiş kişilerin, haber konusu olarak seçtikleri konularda topladıkları ve kurallarına göre biçim verdikleri, yine gazeteciliği meslek edinmiş kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafından seçilerek yazılı, görüntülü ya da sesli iletiler halinde, okuyucu, izleyici ya da dinleyiciye ulaştırılan bilgiler” (Zeytinli, 1996: 1101-1111).

Gösterilen bütün tanımlardan yola çıkarak haberin esas unsurlarını ve olayın haber olması için olmazsa olmazlarını öne çıkarmak gerekirse: Haber öncelikle gerçeklere dayanmalıdır. 1981 yılında “Washington Post” gazetesinin muhabiri Janet Cooke eroin alışkanlığı olan 8 yaşındaki çocukla ilgili “Jimmi’nin Dünyası” adlı bir makale yazarak dikkatleri çekmişti. Kaynağını açıklayamayacağını, aksi takdirde çocuğun hayatı tehlikesi olabileceğini söylemiş ve insanların içini acıtan bu yazısı ona Pulitzer ödülünü kazandırmıştır. Akabinde, iş arkadaşlarının baskısıyla haberin tamamen kurgu olduğunu itiraf ederek ödülü geri vermek zorunda kalmış ve en azından habercilik tarihinde neden gerçek dışı haberler yazılamaz sorusuna cevap olmuştur.

Haber yeni olmalıdır. John Hohenberg (1963: 40) dün bilmediğimiz her şeyin haber olduğunu söylemiştir. İnternet haberciliğinin de ortaya çıkmasıyla birlikte zaman mevhumu basın için en önemli kıstas hâline gelmiştir. Haberın de son kullanma tarihi olduğu artık inkâr edilemez bir durumdur. Schlesinger bu durumu şöyle özetlemiştir: “Zaman, habercilik işini diğer bazı mesleklere benzer şekillerde hakimiyeti altında tutmaktadır. Örneğin, öngörülen zamanı aşmadan ürünün hazır olmasının gerektiği, yoksa bir işe yaramadığı, kullanılmadığı restoran işletmeciliği gibi. BBC haber merkezine yönelik bir araştırmada buradaki uygulamalar bir ‘kronometre kültürü’ olarak karakterize edilmiştir” (Schlesinger, 1987: 83).

Bir haberi diğer basın kuruluşlarından daha önce yayınlamak hırsı doğruluk ilkesi bozulmadığı sürece anlaşılır kabul edilir. “Doğruluk ve tamlık, asla ‘hız’a kurban edilmemelidir. Eğer doğruluk ve tamlık ile ilgili ünümüzü kaybedersek, her şeyimizi

kaybederiz. Olguları çifte kontrol/doğrulama (double-check), rakamlar, isimler, tarihler, imla ve tipografik hatalara hassasiyet, bu anlamda da çok önemlidir” (Reuters, 2008).

Haber tarafsız olmalıdır. Gazeteci haberi belli standartlara uygun bir şekilde ortaya çıkarıp kenara çekilmeli, ışıklandırdığı olayla ilgili sözü kamuoyuna, uzmanlara, muhataplara bırakmalıdır. İbn-i Haldun da gazetecilerin tarafsız olmaları konusunda değerli öneriler yapmıştır:

- “a) Bir mezhebe, bir düşünceye aşırı bağlılık, gazeteciyi yanıltır. Gazeteci tarafsız olmalıdır. b) Bir haberi anlatana inanmak, gazeteciyi yanıltır. Haberi anlatanın doğruluğunu değil, haberin doğruluğunu kanıtlamak gerekir.
- c) Olayların nedenlerini araştırmamak, gazeteciyi yanıltır. Olayları sanılara göre değil; gerçek nedenlerine göre değerlendirmelidir.
- d) Olayların doğruluğu kuruntusuna kapılmak, gazeteciyi yanıltır. Gazeteci, kendi kuruntularından kurtulabilmelidir.
- e) Olayları, o olayları doğuran durumlarla karşılaştırmasını bilmemek, gazeteciyi yanıltır. Çünkü olayı anlatan, kendi duyduğu gibi, çoğu başka biçimlere sokarak anlatmış olabilir. Doğrulamak, olayları durumlarla karşılaştırmak demektir.
- f) Devlet büyüklerine yaranmak kaygısı, gazeteciyi yanıltır. Bu kaygı, kötüyü güzel gösterme çabasını doğurur.
- g) Toplumsal yaşayışın doğal kurallarını ve yasalarını bilmemek de gazeteciyi yanıltır” (Yücedoğan, 1998: 77).

Van Dijk (1988b) ise tarafsız haberciliğin sınırlarını şu şekilde belirlemiştir: Haber dili birinci tekil şahıs dili olamaz, asla açık bir kişisel yorum içeremez. Haber nesnel bir dille olayı anlatmalıdır. Haber kaynakların görüşlerini aktarmalıdır. Haber tüm tarafların görüşlerine yer vermelidir. Haberi yazan mutlaka tarafsız olmalıdır (Van Dijk’tan aktaran İnal, 1996).

Haberin ticari kaygısı olmamalıdır. Örneğin, gazeteciler için devlet tarafından yapılan binalar, seyahat imkânları ve b. hizmetler habercinin sadece tarafsızlığını değil profesyonelliğini de şüphe altına atar. 1903 yılında Joseph Pulitzer Kolombiya Üniversitesinde gazetecilik bölümü açmak için çaba gösterdiği zaman “benim görüşüme göre, bu gazetecilik okulu bırakın ticari olmayı, anti-ticari olmalıdır” demişti.

Haber kısa cümlelerle uzun hikayeleri anlatabilmelidir. 1948 yılında “Associated Press” Avrupa’dan haberleri çeşitli limanlardan önce vapurla, daha sonra telgraf yoluyla aldığı zaman haber için verilen talep kesinleşti. Taleplerden ilki haberin kompakt (kısa) olmasıydı. Sebeplerden en önemlisiyse işin iktisadi boyutuyla ilgiliydi. Çünkü telgrafla

gönderilen her kelimenin maddi değeri vardı (Adee'den aktaran Kars, 2013). 20. yüzyılın ortalarında haberin kısa olması ekonomik durumlarla ilintili olsa da günümüzde bu zorunluluk teknolojinin de gelişimiyle daha çok insanların uzun ve detaylı metinlere tahammülsüzlüğü, tek tıkla bir haber metni değil daha fazlasını talep etmeleriyle ilgilidir.

## 2.2. Haber Kavramı Üzerine Kuramsal Tartışmalar

Haber kavramı üzerine yapılan tartışmalar yıllardan bu yana süregelmekte; fakat buna karşın tam mânâsıyla ortak bir kanıya varılamamıştır. Yine de zaman için yapılan araştırma ve buralardan ede edilen sonuçlar haber kavramının somutlaştırılması adına önemli katkılar sağlamıştır. Van Dijk ve Fowler gibi dilbilimcilerin haber ile yakından ilgilenmesine rağmen ABD davranışçı geleneğinin de etkisiyle habercilik konusunda yapılan çalışmalar ve kuramsal tartışmalar 1970'lere dek sadece kitle iletişim sorunsalı çerçevesinde değerlendirilmiştir (İnal: 1996: 23-31). Sosyal bilimciler haberi kavram olarak 1) Üretim aşaması, 2) Kaynak kullanımı, 3) Tüketim aşaması olarak üç yönden irdelemiştir. Kuramcılar ise haberi yazı türü ve söylem olarak disiplinler arası bir araştırma alanı haline getirmişlerdir (Rigel, 2000: 177).

Hall ve van Dijk'ın da çalışmalarından yola çıkan İnal (1996:31) haberin değerlendirilmesini söylemsel ve dilbilimsel olmakla iki gruba ayırmıştır. Söylem ve Toplum (Discourse and Society) dergisi bu iki farklı yaklaşımın bulunduğu ve haber sorunu üzerinde yoğunlaşan bir örnek yayın olarak önemlidir. Hem Van Dijk hem de Hall haber söyleminin güç/iktidar sahibi kuruluşlara bağlı olduğunu söyler (İnal, 1996: 97). Haberciliğin temsiline bir söylemi olduğunu vurgulayan Kunelius ise bu görüşü şöyle özetler: "... Günümüz gazeteciliği, bir dereceye kadar, gerçekliği anlamlandırmamızda özel bir konum kazanmıştır. Gazetecilik büyük ölçüde başka söylemlerden oluşan, başka söylemleri temsil eden ve dönüşüme sokan bir söylemdir ve böyle olagelmıştır" (Kunelius, 1994: 251-253).

Van Dijk haber söylemiyle ilgili yaptığı ampirik çalışmalarında olayların tipleştirilmesi ve habere dönüşecek olayın özgünlüklerinin gözardı edilmesi sorununa değinir. Bu sorunun da nedenini arka plan ve bağlamla ilgili bilginin yetersizliğinde görür (Van Dijk ve Fowler'dan aktaran İnal, 1996).



Haber “öteki” kişiler ve onların görüşlerinin sunumundan ibarettir. Hall (1978) buradan yola çıkarak haberin birincil ve ikincil tanımlayıcıları olduğunu söyler. Birincil tanımlayıcıları Schlesinger ve Murdock bakanlar, partilerin önde gelen politikacıları, polis ve yargı organlarının üst düzey kişileri, akredite baskı gruplarının sözcüleri şeklinde açıklar. Bu durumda ikincil tanımlayıcılar Molotech ve Lester’in (1988) haber aktarıcıları, Roscho’nun (1975) ise “haberyapıcıları” (newsmaker) dediği gazetecilerdir (İnal, 1996: 99).

Haberin ilk kuramcılarında olan Robert Park haberin enformasyonun bir türü olduğunu söyleyerek bilme ve haberle bilgi alışverişi ilişkisine dikkat çekmiştir. Walter Lippman ise haberin toplanma süreciyle ilgilenmiş ve haberi bir olayın tarafsız bir biçimde anlamlandırılması olarak değerlendirmiştir (Rigel, 2000: 177).

Jack Lule’ye göre bilim olarak haber kısıtlı bir çerçevede öğrenilmeye izin vermektedir ve dolayısıyla haberin yöntemi, biçimi, yapısı, gelenek ve dilinin anlamı üzerine düşünmeye fırsat vermez. “... Denge, gerçek, olgu, kaynak, nesnellik vb. hakkında konuşmayı cesaretlendirmekte; tema, sahne, dil, anlam, tür, gelenek, yapı, anlatı vb. hakkında konuşmayı gündemine getirmektedir. Tuhaf bir şekilde bilim olarak haber çok şey söylememektedir, aksine çok az şey söyler” (Lule, 1989: 6).

Haberin bilim olarak hakkında çok az şeyi söylemesinin nedeni ise haberin kendi hakkında değil daha ziyade diğer disiplinler tarafından benimsenmiş, başka olaylar hakkında bilgi topluluğu görevi taşımasıdır. BBC haber editörünün çalışma grubuna yeni dahil olan bilim insanını ekibe taktim ederken kullandığı meşhur cümle durumu açıklar niteliktedir: “Bu arkadaş haber hakkında kitap yazan bir filozof. Yazısı yaklaşık yüzyıl içinde bitmiş olacak” (Schlesinger, 1987: 345).

Sonuç itibarıyla, “dilbilimciler haberi dilsel teorilerini göstermek için kullanır. Sosyal bilimciler de davalarını ispat için, haberleri “onların metin olmasının ötesinde gerçek bir şeye” kanıt olarak yağmalarlar, tarihçiler seçilmiş bir biyografik figürü, sosyal bir mesleği ya da politik bir skandalı belgelemek adına mikrofilmleri adeta avlamaktadırlar” (Hartley, 1996: 39).

İncelendiği üzere haberin farklı perspektiflerden değerlendirmeleri onun net bir tanımının olmadığını göstermektedir. Bülbül'ün (2001: 75) de vurguladığı gibi, sosyal bir olay olan haberin de bütün diğer sosyal olaylarda olduğu gibi her kesimin onaylayabileceği kesin bir tanımlaması yapılamaz. Bu bakımdan “haber” sözcüğü de göreceli bir kavramdır.

“Sessiz Telefon”, diğer adıyla “Kulaktan Kulağa” oyununa benzeyen, Matelski'nin (2000: 20-21) de dolgun şekilde açıkladığı

“Haber bir karar menzumesidir. Önce muhabirin (kendi inançları, tutumları ve değerleri çerçevesinde) belli bir biçimde algıladığı olay söz konusudur. Haber, ikinci aşamada, her biri bilinçli ve bilinçsiz olarak neyin gösterileceğine karar veren editörlere ve yönetime gider. Üst yönetim, reklamcılar, devlet yetkilileri vb. çoğunlukla bilinçli karar verme sürecine dahil olurlar; kişisel / profesyonel inançlar, tutumlar ve değerler ise bilinçaltı seçimde rol oynarlar. Montaj odasından sunucunun masasına ulaşıncaya kadar bir başka seçici karar daha işin içine karışır: Her haber için kaç dakika ayrılacaktır? Daha sonra da yorumcu sunucular, kendi tarafsızlıklarını, ses tonlarıyla, mimiklerle vb. yollarla yansıtırlar. Ve sonuncusu ama en az diğerleri kadar önemlisi, izleyiciler de neyin önemli olduğuna kendi inançları, tutumları ve değerleri doğrultusunda karar vererek neyi alıp neyi bırakacakları belirler”.

Bu tanımdan yola çıkarak “haber”in haber olması için üç basamak atlaması gerektiğini söylemek mümkündür. 1) Vakanın haber olduğuna dair gazetecinin kararı 2) Gazetecinin kararını sorgulayan editör/yönetim 3) Editör/yönetimin nihai kararını profesyonellik derecesine göre seyirciye/okuyucuya sunan spiker basamağı... Bu da bir gerçektir ki yukarıdaki prosedürler “seyirciye hizmet” olarak gözüke de tıpkı kozmetik, tekstil ve diğer sektörlerde olduğu gibi alıcı/seyirci onlara sunulan şıklarla sınırlandırılmakta, dolayısıyla ülkeye, döneme hatta siyasi şartlara göre “haber budur” yönlendirilmesi yapılmaktadır.

Bir diğer deyişle de haber, aslında haber müdürlerinin haber dediği her şeydir. Bu durumda seyircinin kanalı değişmesi, gazete sayfasını çevirmesi, sosyal medyayı parmağının ucuyla idare etmesi bile yönlendiriliyor olması gerçeğini değiştirmiyor. Aksi takdirde bir çok dünya ülkeleri sosyal medya kaynaklı teyit edilmeyen düzinelerce dezenformasyon vakasına karşı global savaş vermezdi (Girgin, 2005: 5-11).

İnsanlık tarihiyle aynı yaşta olan haberin tanımlanması zaman, toplumsal gelişmeler ve ilerleyen teknoloji gibi etkenler sebebiyle değişerek birçok farklı tümcelere dönüşmüştür. Bütün değerlendirmeler haberin, hayatın önemli bir parçası ve insanlarla toplum arasında

güçlü bir araç olduğu gerçeğini ispatlamaktadır. Haber halkın bilgi alma ihtiyacını karşıladığı ve halk için yapılan çalışmanın bir ürünü olduğu için önemi her geçen gün artmaktadır (Kars, 2013: 8). İnal'ın da özetlediği gibi “haber, farklı iletişim araçlarının ortak paydası, hepsinde yer alan bir türdür. Ve hala haber tüm medya türleri içinde özel bir konuma sahiptir” (İnal, 1996: 23)

### **2.3. Haberin Tarihsel Gelişim Süreci**

#### **2.3.1. İlk Çağ'da Haber**

İnsanoğlu varoluşundan günümüze dek her zaman bilgi almaya gereksinim duymuştur. Bu da zaman içinde onun haber alma ve verme biçimlerinde değişikliklere ve hatta zaman zaman da keşifler yapmasına yol açmıştır.

İlkçağda insanların birbirlerine nasıl haber gönderdiklerine dair delillere dayanan herhangi malumat bulunmamaktadır. Lakin beslenme ihtiyacı zamanla onlara kendilerine has bir biçimde haberleşme yöntemi ortaya çıkarmaya yardımcı olmuştur (Kars, 2013: 11). İlkçağ insanının ileti dili, şüphesiz ki çevresel faktörlere ve toplumsal-ekonomik yaşam şekline bağlıydı. Uzak mesafelerdeyken “tam tam” sesi gibi anlamı olmayan ifadeler, yahut gündüz dumanla, geceleri ateşle kurulan iletişim yöntemleri bu duruma örnektir (İlal, 1989: 11).

Haber iletmek için deve ve at gibi hayvanların kullanılmaya başlandığı bilinmektedir. Zamanla simgesel iletilerle beraber, insanların konuşarak iletişim kurmaya başlaması bu husustaki en büyük ilerlemedir (Kars, 2013: 12).

Dünyada Maraton koşularını başlatacağından habersizce Maraton'dan Atina'ya Yunanların Persler üzerindeki galibiyetini müjdeleyen asker haberin sözlü iletimine bir örnektir. Arada yüzyılları aşkın bir tarih farkı olsa da haberin sözlü iletiminin benzer bir örneğinin Peru'da da kullanıldığı bilinmektedir. 16. yüzyıldaki bu haberciler bir konak yerinden diğerine koşar ve bekleyen haberciye haberi iletip diğer gelecek olan haberciye beklerdi (Alemdar, 1981: 15).

İlkel yazılı kültürün mimarı Fenikelilerdir. Ön Asya'da kullanılan birçok yazı türünü bir araya getirerek kendilerine uygun bir alfabe yaratmayı başaran Fenikeliler sayesinde M.Ö.

1500 ya da 1300 yıllarından sonra yazı, kolay öğrenilebilir duruma geldi (Kars, 2013: 13). Julius Sezar döneminde Roma’da yayınlanan Acta Senatus, Acta Publica (bugünkü resmi gazetenin ilk şekli) ve Acta Diurna’lar adında bültenlerin var olduğu bilinmektedir. Acta Diurna’lar bugünkü gazetenin öncülü sayılmaktadır. Buradan yola çıkarak haberciliği oluşturanlar ve düzenleyenlerin Romalılar olduğunu söylemek mümkündür (İnuğur, 1982: 32).

### 2.3.2. Orta Çağ’da Haber

Feodalizm zamanı Batı Dünyası bilim, edebiyat gibi alanlarda pasif bir sürece girmiştir. Kilise Batılılara bilimin gücünü unutturarak kendi egemenliğini kabul ettirmekteydi. Yayınlar kilisenin kontrolü altında ve onun uygun gördüğü kitaplarla sınırlanarak çoğaltılıyordu. Bizans’ın bu Karanlık Çağ’a girmemesi onun klasik kültüre bağlı kalması için önemli bir etken olmuştur. 7. yüzyılda yeni düzen kuruluyordu ki bunun da sebebi Müslümanlığın ortaya çıkmasıydı. “İslam bilim adamlarının Yunan kültürü ile bağlantı kurması, bu kültüre ait bütün eserlerin Arapçaya çevrilmesi sonucunu doğurdu. Avrupa’daki kralların birçoğunun okuma-yazma bilmedikleri bir dönemde, Müslüman hükümdarların çevrelerindeki bilginlerle Aristoteles ve Platon’un düşüncelerini tartıştıkları bilinmektedir” (İnuğur, 1982: 36-37).

İnuğur’a (1982) göre İslam Dünya’sının zenginliğini Avrupa’ya tanıtan Haçlı Seferleri olmuştur. “Haçlı Seferleri, Doğu’nun ipek, baharat, kokular vb. mallarını Batı’ya tanıtırken, Doğu’nun sultanları da Batı’nın bazı mallarını, özellikle yünlü kumaşları sevmişlerdi. Böylece Haçlı Seferleri, İtalya’da kıtalararası ticaretin, Kuzey Avrupa’da sanayi devriminin tohumlarının atılmasına neden oldu” (Şenel, 1990: 359).

Tarih “Sözlü haberciler, Trubadurlar ile Ortaçağ’da tanışmıştır. Sözlü Haberciler İlkçağdakinden farklı olarak haberi yazılı değil sözlü şekilde ulaştırmaktaydılar. Trubadurlar da Sözlü Haberciler olup belli bir dönemde haber taşıyan gezginci saz ozanları ve satıcıları (İnuğur, 1982: 38).

İletişim sisteminde kabilelerin yerini kent-devletleri alarak kamusal meydan olgusunu ortaya çıkarmıştır. Artık egemen söylemlerin yer aldığı haberlerin toplandığı ve iletildiği

agora ve forumlar vardı. Bu meydan olgusuyla beraber iletişimin kuramsal kökenleri de şekillenmeye başlamıştı (Özkök, 1982: 37).

Bu dönemde, kültürel ilerlemeler ekonomik gelişmeleri izlemekte, Arapça yayınlar Latinceye çevrilmekteydi. Latin kültürü artık sadece dini yayınlardan oluşmuyordu. Karanlık Çağ sonrası Hıristiyan mantalitesinin kökünde Aristoteles mantığının ve onun sonuçlarının olmasının sebebi de Aristoteles'in çalışmalarının Latinceye çevrilmesi olmuştur (Şenel, 1990: 322-325). William Mc Neill (1989: 214-227) o dönemki Çin'i bu şekilde yorumlamaktaydı:

“Çin, Budist bir dönemden sonar, onarılmış ve zenginleştirilmiş Konfüçyüsçü geleneğe dönerek, temel ilkeleriyle ilgili bir sorunla karşılaşmaksızın yoluna devam etti. Soylular sınıfının topluma egemen olması, barut (Çin kaynaklarına göre 1100 dolaylarından sonra adı geçmeye başlar), matbaacılık (756'da icat edildi) ve manyetik pusula (ilk kez 12. Yüzyılda rastlanır) gibi toplumu sarsıcı buluşların bile kurulu toplumsal düzeninin denetim altında tutulması ve ancak onu güçlendirmek için kullanılması anlamına geldi. Çin kültürü ve kurumları öylesine bir iç yetkinliğe ve dengeye ulaşmıştı ki, yirminci yüzyıla dek toptan bir toplumsal çöküş aşamasına varmayan hiç bir sarsıntı Çin bilim ve kültür geleneğini kuşaktan kuşağa geçirenler üzerinde yüzeyde bir izlenimden öte etki yaratmadı. Örneğin matbaa, Avrupa'da reform döneminde açıkça görüldüğü gibi Ortodoks olmayan tüm yenilikleri halkın ilgisine sunmak yerine, yalnızca Konfüçyüsçü aydınların çevresini genişletti”.

Batı'nın ister kültürel ister ekonomik alandaki iniş çıkışlarından neredeyse etkilenmeyen Çin dünyanın en eski gazetesi sayılan yayınının da sahibidir. Pao (Rapor) olarak adlandırılan bu yayın, 911 yılında faaliyete başlamış 17.yüzyıla kadar elle yazılmıştır. Kurumsal çalışmaları yayınlayan bu gazete 1911 yılına kadar da yayınlanmaya devam etmiştir (İnuğur, 1982: 38).

“Avrupa'da basın tarihi, 13. Yüzyılda Nouvelle à la Main (Elde Dolaştırılan Haber) denilen, haber mektuplarıyla başladı”. Bu mektuplar, “Venedik Cumhuriyeti'nin, yabancı ülkelerdeki elçilerine *Fogli D'avvisi* (Haber Yaprakları) adı verilen elle yazılı mektupları göndermesiyle doğmuştur” (Kars, 2013: 21-22). Yayınları ticari boyuta taşıyan ise İtalyanlar olmuştur. Onlar elle çoğalttıkları haberleri satmaya başlamış ve böylece tarihte haberleri, yayınları metaya dönüştüren milliyet olmuşlardır (İnuğur, 1982: 42).

### 2.3.3. Yeni Çağ'da Haber

Haçlı Seferlerinin doğurduğu ekonomik sonuçlar, Çin'in barutu sayesinde ateşli silahla tanışan Avrupa, deniz ticaretinde güçlenen İngiltere ve feodalizm unsurlarına sıkıca bağlanmış Almanya Yeniçağın öne çıkan gelişmelerindendir (Şenel, 1990: 359-361, 370). 1440 yılında baskı makinesinin icadından sonra ilk olarak 42 Satırlı denilen Latince, çift sütun dizili Mainz İncili basılmıştır (Larousse, 1991: 888). Bu buluş modern basım çağını başlatmış, dinin papazların kontrolünden çıkarak din savaşlarının da başlamasını tetiklemiştir (Kars, 2013: 24).

Teknolojideki gelişmelerle birlikte Francis Bacon'un "Modern çağları açan üç öge basımevi, barut ve pusuladır" (Koloğlu: 1987) görüşünde de vurgulanan bu buluşlar, Avrupa kültürünü, fikir ve sanat alanında Ortaçağ'ın kısıtlı bilgi ve dar görüşlülüğünden uzaklaştırmış ve Avrupa kültürüne yeni akımlar kazandırmıştır (Neill, 1989: 281). Bu süreçte bilime önem veren demokratik yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Bu da tarihte Hümanizma, Rönesans, Reform ve Aydınlanma dönemlerinin oluşumuyla sonuçlanmıştır (Şenel, 1990: 373-375).

Rönesans İtalyası, insanların dini çerçeveleri kırarak daha insani konularla ilgilenen bir yer olmuştur. "İtalyan kent devletleri, Alplerin kuzeyindekilere göre Hıristiyan olmayan dünya ile çok yakın kültürel ilişkiler içindeydi" (Sander, 1989: 46). Bu gelişmelerde ekonomik, toplumsal ve siyasal konuları ihtiva eden basılı haber mektuplarının da büyük rolü olmuştur. Bilinen en eski haber mektupları 13. ve 14. Yüzyıllarda İngiltere'de kral emirlerinin yazıldığı mektuplardır (Kars, 2013: 27). *Venedik Mektupları*, *Le Journal d'un Bourgeois de Paris* ve *Zeitungen* de bu mektuplara örnektir. *Venedik Mektupları* Kanuni Sultan Süleyman dönemindeki Osmanlı-Venedik savaşları sırasında yazılmış ve savaş haberlerini aktarmış mektuplardı. *Le Journal d'un Bourgeois de Paris* 1409-1449 yılları arasında skandal haberleri, fıkralar ve hava durumu gibi bilgileri içermekteydi. *Zeitungen* adlı haber mektupları ise Almanya'nın banker Fugger ailesi tarafından hazırlanmakta ve 1588-1605 yılları arasındaki olayları anlatmaktaydı (İnuğur, 1982: 41-42).

Matbaanın icadı haberlerin yayılmasında bir dönüm noktası oldu. Haber mektupları daha çok basılıyor ve daha geniş arazilere yayılarak daha çok kitleye ulaşıyordu; ama daha çok halka hitap ettiği için soylu sınıfının ilgisini çekmiyordu. Bununla beraber, el yazması

haber mektupları uzun süre değerini korumuştur. Bunun iki sebebi bilinmektedir: 1) Basılı haber beraberinde ilk sansürü getirmiştir. Yönetim basılı haberleri sıkı şekilde denetlerken elyazması haber mektuplarına ulaşamamış ve bu da elyazılarının maddi bakımdan değerini oldukça arttırmıştır. 2) Zengin kesim elyazması haber mektuplarını satın almış ve bununla da övünerek onun meta değerini arttırmıştır (Kars, 2013: 27). Bu süreçleri atlatan haber, dönemin en değerli “meta”sına dönüşmüştü (Braudel, 1993: 445). Bunun sebebi ise haberlerin tacirlere daha çok kazanç sağlaması olmuştur. Hatta o dönemki bilgilere göre Venedik’ten Roma’ya haber göndermenin bedelinin üç kişilik bir ailenin bir yıllık gelirine eşdeğer olduğu da belirtilmiştir (Alemdar, 1981: 86).

Haberin değeri artmış ve düzenli bir şekilde iletilmesi için konuyla ilgili devletler tarafından imkânlar sağlanmıştır. Dönemin esas sorunu da haberlerin çok uzun zamanda yerine ulaşması olmuştur. Fernard Braudel’in örneğine göre “St. Barthelemy katliamının (24 Ağustos 1572) sansasyonel haberi, Paris’ten Madrid’e günde 100 km. hızla bile gidememiştir. Haber, Barselona’ya 3 Eylül’de varmışsa da Madrid’e ancak 7 Eylül’de duyurulmuştur” (Braudel’den aktaran Kars, 2013). Fernard Braudel (1993: 436-445) coğrafi uzaklıkların haber iletiminde yarattığı sıkıntıları bu şekilde yorumlamıştır:

“Haber dalgaları, mektupların koşuşturması; bunlar mekana karşı mücadelenin yalnızca bir bölümünü oluşturmaktadır. (...) Sonuç olarak, mekana içkin olan yavaşlıkları mektuplardan hareketle ölçmek paradoksal olmaktadır. Yavaş gittiklerinde bile bu değerli mallar, diğer yolculardan daha hızlı koşmaktadırlar. (...) Çağdaş ulaşım devrimi, yalnızca hızları olağanüstü biçimde artırmakla kalmamış, aynı zamanda eskiden unsurların (kötü hava vs.) dayattıkları belirsizlikleri de ortadan kaldırmıştır. 16. yüzyılda ise, bütün ulaşım zamanlarını bunlar belirlemektedir. Paris veya İstanbul’da neler olup bittiğini bilmek Venedik için bir merak değil, bilgeliktir”.

Elyazması ve basımla çoğaltılan haber metinleri farklı gelişim aşamaları atlatarak günümüzdeki gazete anlayışıyla sonuçlanmıştır. Gazete kelimesinin tarihi ise Venedik’te *Avvisi* isimli haber mektuplarının *Gazetta* denilen en küçük bakır parayla satılmasına dayanır. Böylece, haber toplayan ve yayan basın ürünleri *Gazete* olarak isimlendirilmiştir (İnuğur, 1982: 44).

Halkın okuma yoluyla kültürel gelişmelerden, bilimden haberdar olması ilerleyen basım sisteminin beraberinde getirdiği ucuzlaşmış kitaplarla mümkün olmuştur. Bu gelişmeler haberin değerini artırsa da periyodik şekilde basılmadığı için günümüz gazetelerinin ilk örnekleri sayılmazdı. “İlk düzenli gazete, 1605 yılında Hollanda’da Abraham Verhoven

tarafından on beş günlük olarak Flamanca ve Fransızca yayınlanan *Wettlycke Tijdinghe* adlı gazetedir. Bugünkü anlamda ilk gazete ise 1609'da Strasbourg'da haftalık olarak Almanca yayınlanan, *Avisa, Relation oder Zeitung*'dur" (Kars, 2013: 29-30).

### 2.3.4. Aydınlanma Çağı'nda Haber

Avrupa pek çok tarihsel eşiği aşarak modernleşme adına çeşitli aşamalar kat etmiştir. Bu aşamalar arasında en önemli eşiklerden birisi de kuşkusuz Aydınlanma Çağı'dır. Avrupa'da medeniyetin olduğu aydınlanma çağında ünlü düşünür John Locke'ın rolü büyük olmuştur. İngiltere'de basına uygulanan sansüre ciddi tepki gösteren Locke'a göre "İnsan; özgür olmalı, yaşama önderlik etmeli, kültürün her alanında bilim, din, ahlak ve devlet işlerinde gelenek ve otoritenin de her türlü terk etmelidir" (İnuğur, 1982: 71).

Burjuvazi sınıfının siyasi düşüncelerini sistemleştiren John Locke'ın bu görüşleri Voltaire ve Montesquieu sayesinde Fransa'ya yayılmış ve Fransız Devrimi'ni besleyen fikirlerden olmuştur. Bu düşüncelerin gelişerek dünyada devrimci toplumsal hareket halini alması Amerika'yı da etkileyerek bağımsızlık savaşlarını motive etmiş ve 1776 yılında yayınlanan Bağımsızlık ve İnsan Hakları Bildirisi ile onaylanmıştır (Kars, 2013: 33-34).

18. yüzyılda aydınlanma, basına yaptığı ciddi tesiriyle de tarihte önemli yer tutmaktadır. Bilimin gücünün farkına varıldığı bu dönemin basındaki etkilerini bu şekilde özetlemek mümkündür: Günlük gazeteler ( The Daily Courant, The Daily Universal ve b.) kurulmuştur. Muhalefet gazeteciliği (Public Advertiser, Spectator) ortaya çıkmıştır. Gazetelere ilanlar verilmeye başlanmıştır. Edebi gazetecilik (Allgemeine Deutsche Bibliothek) oluşmuştur. Amerikan basını kurulmuş (News-Letter, Boston Gazette ve b.) ve gelişmiştir. Tarihte ilk defa Basın Özgürlüğü konusuna 1776 yılında yayınlanan bağımsızlık bildirisinde yer verilmiştir. Gazetelere damga vergisi uygulanmıştır. Aydınlanma çağındaki basınla ilgili kayda değer bir diğer olay da basın ve yayın yoluyla işlenen iftira ve hakaret suçlarının tarihte ilk defa 1791 yılında İngiltere'de *Libel Act* yasasıyla düzenlenmesi olmuştur (Kars, 2013: 33-36).

### 2.3.5. Yakın Çağ'da Haber

Haber kavramı ve habercilik anlayışı her dönem çeşitli değişikliklere uğramış ve gelişimini sürdürmüştür. 18. yüzyıl ve özellikle bu asrın son 25 yıllık zaman dilimi, hem Avrupa



Kıtası hem Amerika Kıtası hem de tüm dünya için önem taşıyan toplumsal, siyasal ve askeri olaylara sahne olmuştur (Kars, 2013: 37). Bu olaylarla beraber Fransız Devrimi de insanlık tarihi için ciddi yenilikler getirmiştir. Bu yeniliklere vesile olan etkenler arasında sadece Fransız düşünürler yahut da toplumsal, siyasal, ekonomik nedenler değil, basın da rolü büyük olmuştur. Basın hem halkı yeni düzene alışılması için yapıcı bir şekilde hazırlamakta hem de yeniliklerin desteklenmesi için radikal görüşler sunmaktaydı (Oktay, 1987: 14).

Montesquieu, Diderot, Voltaire ve Jean Jacques Rousseau düşünceleriyle Fransız Devrimi'ni besleyen en aktif düşünürler olmuş ve demokrasinin temellerinin atılmasında önemli rol üstlenmişlerdir. “İnsanların, insan olmak sıfatıyla sahip oldukları doğal hakların başında da söz ve düşünce hakkı, yasalar önünde eşit olmak, baskıya karşı direnmek ve mülkiyet hakları gibi önceki yönetimlerde bulunmayan haklar gelmektedir” (Kars, 2013: 40).

#### **2.4. Haber Değeri**

Her eylem/söylemin haber olup olmaması sorgusu, “haber değeri” kavramının irdelenmesine yol açmaktadır. İlk kez “haber değeri” kavramı Lippmann tarafından 1922 yılında kullanılmıştır. Walter Lipmann, “Kamuoyu” adlı eserinde gazetecilerin haber yapmayı düşündükleri olaylara bakışını analiz ederken bu kavramı kullanmış ve haberin medyada yer almasında etkin olan “açıklık, sürpriz etkisi, coğrafi yakınlık, ilgi ve anlaşmazlık gibi” ögelere değinerek haber değeri kavramını “hikâyenin haberleştirilmeye değer olup olmadığını ele alan bir mesleki sorgulamanın” unsurları olarak görmüştür. Lippmann, haber değeri unsurlarının farazi kabuller olduğunu düşünmektedir; çünkü bu unsurlar izleyicilerin dikkatini çekmeye çalışan gazetecilerin sezgilerine dayanmaktaydı. Buradan yola çıkarak kitleleri doğrudan ilgilendiren, heyecanlandıran, hayrete düşüren, çatışma ve anlaşmazlık yüklü haberlerin medyada yer bulma ihtimalinin yükseldiği görülmektedir. Bu durumda gazetecinin kişisel değer yargısı üzerindeki profesyonelliğinin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Çebi, 1996: 256).

Norveçli araştırmacılar Johan Galtung ve Mari Hombøe Ruge haber kavramını detaylı şekilde inceleyip sistematik bir hâle getirip kuramlaştıran isimler olmuştur. Günlük yayınlanan dört Norveç gazetesinin Kongo, Küba ve Kıbrıs bunalımlarına dair haberlerini

yakın takibe alan araştırmacılar çalışmaları sonucu bugün de temel kabul edilen 12 kriterden oluşan haber değeri unsurlarını, 1963 yılında Oslo’da düzenlenen Nordik Barış Arama Konferansı’nda sunmuş ve 1965 yılında yayımlamışlardır. Galtung ve Ruge’un haber değeri ltleri aşağıdaki gibidir:

1. Olayın Süre Olarak Uygunluğu (Frequency): Bir olayın fark edilebilmesi için gerek zaman dilimi frekanstır. Haberi yapılacak konunun değer olması için güncel olması ve o gün içinde olup biten bir olay olması gerekmektedir.
2. Olayın büyüklüğü (Threshold): Eşik değeri olarak da çevrilen bu faktör, bir olay haber yapılacak kadar büyük m? Sorusu ile ortaya çıkmıştır. Daha çok kişiye ilgilendirecek kadar büyük olaylar haber değeri taşımaktadır.
3. Olayın açıklığı /Anlaşılabilirlik (Unambiguity): Kolaylıkla kavranabilen, basitçe açıklanabilen olayların haber olma şansı yüksektir.
4. Olayın anlamlılığı / Manidarlık (Meaningfulness): Haber adayı olan olayın unvanlanacak kitle için ne kadar ve hangi açıdan anlamlı olduğunu gösterir. Örneğin, dünya haberlerini okuyan bir ‘‘Azerbaycanlı’’ için Türkiye’de gerçekleşen olaylar Fransa’daki olaylardan daha ilgi uyandırıcı ve daha anlamlı olacaktır. Kültürel kodlar bu faktörde önemli rol oynamaktadır.
5. Olayın uyumu (Consonance): Önceden bilinen, insanlar tarafından talep gören olaylarla ilgilidir. Bir olay, hedef kitlenin beklentilerine, inanç ve değerlerine ne kadar yakınsa o kadar haber değeri yüksektir. Örneğin, spor karşılaşmaları, kraliyet, büyük yarışmalar vb.
6. Olayın beklenmedik oluşu / Sıradışılık (Unexpectedness): Önceden tahmin edilemeyen, gerçekleşeceği beklenmeyen olayların haber değeri daha yüksektir.
7. Olayın sürekliliği/ Devamlılık (Continuity): Eşik değerini aşmış, insanların belirli şekilde bilgili olduğu bir haberin devamının ilgi çekeceği şüphesizdir.
8. Yayın kompozisyonu (Composition): Bu faktör haberlerin dengelenmesiyle ilgilidir. Genel arz-talep dengesi dikkate alınarak yapılan haberler daha çok ilgi görecektir.
9. Seçkin uluslarla ilişkili olmak (Reference to Elite Nations): Bazı ulusların haber değeri yüksektir. Bu ulusların icraatları diğerlerinden daha önemli kabul edilmekte dolayısıyla daha çok ilgi gösterileceği için haber değeri taşımaktadır.

10. Seçkin kişiler/ Elit insanlar (Reference to Elite People): Seçkin uluslarda olduğu gibi, uluslararası ve ulusal kamuoyunda önemli ve ünlü insanlarla ilgili olan haberler daha çok ilgi gördüğü için haber değeri taşımaktadır.
11. Bireylere yapılan göndermeler (Reference to People): Olayın kişiselleştirilmesi onu kolay anlaşılır hale getirir ve dolayısıyla soyut olaylardan daha çok haber değeri taşır.
12. Olumsuz olana yapılan göndermeler ( Reference something negative): Kars'ın (2013, s.102) vurguladığı “olumsuzluk” unsurundan örnek vermek gerekirse; Sorunsuz iniş kalkış yapan uçakların değil, düşen ya da çarpışan uçakların haber yapılması ve ya borsada hızlı bir düşüşün oturmuş piyasadan daha çok haber değeri taşınması bu duruma örnek olabilir. Olumsuz haberlerin dramatik etkisi daha büyük olduğu için belirlenen eşik değerini aşmakta ve daha çok haber olma hakkını kazanmaktadır (Hartley'den aktaran Kars, 2013).

Yukarıda vurgulanan 12 haber değeri kriteri; Etki (Impact), İzleyici kimliği (Audience identification), ve medya içeriğinin gerekleri (Pragmatics of media coverage) olmak üzere 3 başlıkta sınıflandırılmıştır. Etkiye olayın süre olarak uygunluğu, büyüklüğü, olayın açıklığı/anlaşılabilirliği, beklenmedik/sıradışı oluşu ve olumsuzluğu dâhil edilmiştir. İzleyici kimliğine bireye yapılan göndermeler/bireyle ilişkili olmak, anlamlılık, seçkin uluslarla ilişkili olma, seçkin/elit kesimlerle ilişkili olma unsurları yüklenmiştir. Medya içeriğinin gereklerine ise uyumluluk, devamlılık/süreklilik ve yayın kompozisyonu dâhil edilmiştir (Galtung ve Ruge, 1965: 4).

#### **2.4.1. Yeni Haber Değeri Kriterleri**

Haber kavramının zaman içinde değişikliğe uğramadan kalması mümkün olmamıştır. Yaşanan her değişiklikte birlikte kavram yenilenmiş, zaman zaman form zaman zaman da muhteviyat açısından değişikliklere uğramıştır. Kavramsal olarak yaşanan değişimler, haber değerinin de yeniden yorumlanmasını beraberinde getirmiş, bu da haber değerinin kriterlerinin aynı kalmasını engellemiştir.

Einar Östgaard Galtung ve Ruge'un haber değeri kriterlerini açıkladıktan sonra kendi çalışmalarından yola çıkarak yeni haber değeri unsurlarını “basitlik, özdeşleştirme, sansasyonellik ve haberin yayımlanabilirlik sınırı” olmak üzere dört başlıkta toplamıştır.

1. Basitlik/Basitleştirme (Simplification): Galtung ve Ruge'un 3. kriterinde de değindiği bu faktör karmaşık görünen olayların daha basitleştirilmiş şekilde aktarılması ile ilgilidir.
2. Özdeşleştirme (Identification): Bu unsur da Galtung ve Ruge'un 4.kriterinde yer alan "anlamlılık" ile benzer durumları ihtiva eder. "Benzerlikler diyalog, karşıtlıklar ise çatışma yarattığında haberde öteki üzerine kurgulanan olumsuzluklar benzerliklerle yok edilebilir" (Kars, 2013: 105)
3. Sansasyonellik (Sensationalism): Birçok kimseyi ilgilendiren, etkileyen heyecan verici, çarpıcı olaylarla ilgilidir (TDK, 2019).
4. Haberin yayınlanabilirlik sınırı (The news barrier): Olayın basılacak bir habere dönüşmesi için belirlenen standartları karşılaması ile ilgili olan bu unsur Galtung ve Ruge'un "eşik değeri" ölçütüyle benzerlik teşkil etmektedir (Östgaard'dan aktaran Küçüközyiğit, 2014).

Deirdre O'Neill ve Tony Harcup adlı araştırmacılar Galtung ve Ruge'dan sonra haber değeri kriterlerindeki değişimleri öğrenmek için İngiltere'deki gazetelerde yayımlanan 1200 haberi incelemiştir. İkili, teknolojinin de gelişimiyle yeni haber ortamlarının ortaya çıktığını göstermiş ve dolayısıyla Galtung ve Ruge'un kriterlerinin güncelliğini kaybettiğini saptamıştır. Bu saptamalarını da sorular şeklinde savunmuşlardır.

Olayın süre olarak uygunluğu (Frequency): Sadece belli bir sürede olup biten bir vakanın değil sürecin söz konusu olduğu durumlarla veya bir vaka içermeyen hikayelerle bu başlık arasında nasıl bir ilişki kurulabilir?

Olayın büyüklüğü/ Eşik değeri (Threshold): Bu ilke sübjektif bir yoruma kapı aralamıyor mu? 10 otoyol kazasında 20 kişinin ölmesi mi, bir tren kazasında 10 kişinin ölmesi mi eşik değerini aşacak büyüklüktedir?

Olayın açıklığı (Unambiguity): Burada konunun açık/seçik olması mı, gazetecinin üslubunun açık seçik olması mı kastediliyor?

Olayın anlamlılığı (Meaningfulness): Bu başlık sadece hikayenin bir niteliği değil, aynı zamanda konunun sunumuna göre değişebilir.

Olayın uyumu (Consonance): Hakkında sadece tahmin yürütülebilecek olan bu soyut kategori ne kadar gereklidir?

Seçkin uluslarla ilişkili olma (Reference to Elite Nations): ABD'nin tabloid gazetelerinde hemen hemen hiç uluslararası haber yer almaması listenin bu maddesine ilişkin tespitleri oldukça seyrekletmektedir. Bu kategorinin bir uygulama alanı gerçekten var mıdır?

Seçkin kişilerle ilişkili olma (Reference to Elite People): Spice Girls grubu ile Amerikan Başkanı arasında fark görmeyen bu kategori, bu haliyle ne kadar kullanılmıştır?

Kişilerle ilişkili olma (Reference to Persons): Bu madde, hikayenin özünü gerçekten ilgili mi yoksa gazetecinin tekniğiyle mi ilişkilidir?

Olumsuzluk olana yapılan göndermeler (Reference to Something Negative): Kim için olumsuz? Kötü haberler bazıları için iyi haberler olabilir (Harcup ve O'Neill'den aktaran Küçüközyiğit, 2014).

Harcup ve O'Neill çalışmalarının sonunda kendi haber değeri unsurlarını da hazırlamışlardır. Bu unsurlar:

1. Eğlence
2. Olumlu olana yapılan gönderme
3. Elit Kurulu ve enstitülere yapılan gönderme
4. Gündem, promosyonlar ve kampanyalar şeklinde belirlenmiştir (Harcup ve O'Neill'den aktaran Kars, 2013).

Eğlence: Esas kabul edilen bütün haber ilkelerinde vurgulanan okuyucu/izleyici/dinleyicinin eğlene bilmesi ile ilgilidir. Haberler sadece bilgilendirici değil, eğlendirici olduğu için de haber değeri taşımaktadır.

Olumlu Olana Yapılan gönderme: Dramatik haberler kadar pozitif haberler de ilgi görmektedir. Örneğin, denize düşen bir kedi yavrusunun kurtarılması, Afrika'nın üca köşesinde yapılan çeşme ve akar suyu ilk defa gören çocukların sevinci gibi haberler her zaman haber değeri taşır.

Elit Kuruluş ve Enstitülere Yapılan Gönderme: Seçkin kurum ve kuruluşlarla ilgili haberler genellikle ilgi gören haberler arasındadır.

Gündem, Promosyon ve Kampanyalar: Bu kriter Galtung ve Ruge'un değinmediği bir unsurdur ve yayın kuruluşu sahiplerinin ticari kaygısı ve rekabetle ilgilidir (Kars, 2013: 107).

Hiebert, Ungurait ve Bohn haberde olması gerekenleri “Zamanlılık, Yakınlık, Önemlilik, Sonuç ve İnsanın ilgisini çekme” olarak sıralamıştır.

Zamanlılık: Olayın gerçekleşip haber olma onayı alarak yayınlanacağına kadar geçen zaman haber değeri için önemli öge sayılmaktadır. “Zaman, tüm haberler ve haberlerin yayınlanabilirliği açısından yaşamsal önem ve belirleyiciliktir. Gazetelerin ‘ikinci baskı’ları ve radyo TV’lerdeki ‘ivedi’ anonsları haberin tazeliğinin göstergesidir. Bu nedenle de haberde ‘bugün’ ya da ‘dün’ün belirtilmesi önem taşır” (Roscho’dan aktaran Kars, 2013).

Günlük olarak yayınlanan haberlerde zaman üç şekilde ele alınır.

1. Güncellik (yeni olup bitmişlik)
2. İvedilik (en kısa zamanda yayınlanma)
3. Geçerlilik (o andaki durumla ilgisi)

Yakınlık: Bu ilkeyi “nerede” sorusuyla açıklamak mümkündür. İnsan doğası gereği yakınındaki yerler ve kişilerle ilgili bilgi almak gereksinimi duyar.

Önemlilik: “Nasıl”, “neden” ve “nereden” sorularının cevabı haberin önemliliğini cevaplamaktadır.

Sonuç: Temel unsur sayılan sonuç, kim ve ne sorularının yanıtıyla haber değerini oluşturmaktadır. Sonuca bağlı olarak haberin büyüklüğü ve önemine karar verilmektedir.

İnsanın ilgisini çekme: Hohenberg’in haber değeri için yaptığı “insanları ilgilendirecek, zamanlı olan bir fikrin, olayın ya da sorunun özeti” yorumu bu ilkeyi açıklamaktadır. İnsanların ilgisini çekmeyen olayların haber yapıldığı pek söylenemez. Tokgöz’ün (1994:

145) de vurguladığı gibi çatışma kuşku, karışıklık, olağandışılık insanların ilgisini çeken konulardır ve gazeteler bu haberler aracılığıyla insanları bir gökkuşağı gibi sarmaktadır.

Tokgöz (2012) başka bir çalışmasında da bu durumu şöyle değerlendirmiştir:

“Kamunun ilgisini çeken konular arasında, insanların cüzdanlarını ilgilendiren konular, fiyat artışları gibi konularla birlikte uzaya gitme, yeni teknolojik gelişmeler, uzak bir ülkede petrolün bulunması gibi konular izler (...) Günümüzde artık haberlerin içine, insanın ilgisini çeken öğeleri Şıngıng etmek en çok başvurulan yol hâlini almıştır.”

Haber üretim sürecinde medya kuruluşunun rolüne de dikkat çekilmektedir. Haber üretiminde medya kuruluşunun yaratıcı ekibinde yer alan, genel yayın yönetmeninden stajyer muhabire kadar tüm eşik bekçilerinin elde ettiği ‘haber adaylarından’ hangisinin, yayınlanma sürecine gireceğine karar vermelerine yardımcı olan ölçütlere, haber değeri denir (Ergül, 2000: 11).

Girgin’e (2008: 112) göre “Haber değeri, endüstrileşmiş haber kuruluşlarının, üretim aşamasında kullandıkları formattır. Haber değeri, habercinin kişisel değer yargısının yanına, yine haberciler tarafından getirilen başka değer yargılarıdır. Bu değer yargılarının zamana, zemine ve toplumlara göre değişikliklere uğradıkları ya da yerlerini yenilerine bıraktıkları bilinmektedir”.

Özetlemek gerekirse haber değeri, göreceli bir kavram olup haber kurumlarınca, editöryal süreçten sorumlu kişilerce ve hatta politik güçlerce oldukça farklı şekilde yorumlanmaktadır. Gazetecinin haber olarak basılması gerektiğine inandığı eylem/söylemler editörler tarafından “yayınlanacak değerde olmaması” gerekçesiyle reddedilebilir. Yahut medya patronları tarafından yayınlanması öngörülen haberler, belli siyasi güçlerce kısıtlanabilir. Bütün bunlarla beraber, teknolojinin kitle iletişim araçlarına kazandırdığı çeşitlilik ve hızlilik da haber değeri kavramının ölçütlerinin de zamana paralel olarak değiştiği görülmektedir.

## **2.5. Kitle Haberciliği**

Teknolojik yenilikler ve bunun paralelinde Sanayi inkılabının ortaya çıkarttığı yeni düzen, tabandan tavana dek dünya üzerindeki pek çok şeyde yeni bir dönüşüm süreci başlattı. Bu değişimler silsilesi toplumsal hayatın her alanına yayılarak insanların günlük hayatındaki

alışkanlıklarının değişmesine bile sebep oldu. Böylesi köklü bir değişim zincirinden habercilik de şüphesiz etkilendi ve yapısal anlamda bazı dönüşümlere uğradı.

Teknolojinin gelişmesi, Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkardığı standartlaşan emek ve üretimin kitleleşmesi için yapılan işlere paralel olarak iletişim alanı da yeni gelişmeler talep ediyordu. Çünkü bütün bu yenilikleri kamuoyuna haber vermek, onu belirli çıkarlar için etkilemek iletişim araçları olmadan mümkünsüzdü (Kars, 2013: 41-46).

İletişimin ulaşım kadar önemli bir hâle gelmesi İnuğur'a (1982: 110) göre iki büyük adımda başladı. Onlardan ilki, demir el preslerinin tahta el preslerinin yerine geçmesiydi. Bu tekniği Hollandalı Lord Stanhope 1800 yılında geliştirmişti. 1811 yılında buhar enerjisi ile çevrilen baskı makinesinin ortaya çıkması ise ikinci büyük adım sayılmaktaydı. Bu makineyi geliştiren ise Alman Friedrich Koenig olmuştur. Bu makine sayesinde saatte 400 baskı yapmak mümkündü. Bu gelişimden yararlanan gazetelerden biri de *Times* olmuştur. Şöyle ki gazete saatte 250 adet olan baskı sayısını 1814 yılında 1100'e çıkarmıştır.

Haber basımının dönemin gittikçe gelişen teknolojisiyle çoğalması, hem ona olan talebin artmasını sağlamış hem de onun daha geniş kitlelere ulaşmasını gerekli kılmıştır. Bütün dünyadan haberleri toplayan ve dağıtan ilk kurum 1835'te kurulan Havas Ajansı'ydı (Kars, 2013: 46).

Haberler eskisinden daha hızlı ve daha geniş bir coğrafyaya yayılsa da telgrafla iletilen haber metinlerinin niteliği tartışmaya açıktı.

“(…) Telgrafın dili başlık diliydi. Sansasyonel, parça parça, kişisel olmayan başlıklar. (...) Telgraf söylemi, tarihsel perspektifler ortaya koymaya zaman bırakmadığı gibi, nitel öğelere de öncelik tanımıyordu. Telgraf açısından zekanın anlamı, şeyler hakkında enine boyuna bilgi sahibi olmak değil, şeyleri duymuş olmak demektir” (Postman, 1994: 79).

Walter Benjamin'e göre sanayi toplumuna geçiş sadece teknolojinin gelişimiyle gerçekleşemezdi. İnsanların bu gelişmeleri benimsemesi, eskisinden daha iyi bir yaşam koşulu olarak görmesi gerekiyordu. Böylelikle toplumu “özendirmek” eylemleri başlamıştı.

“Sanayi toplumuna geçişle birlikte, iletişim ve ulaşım teknolojisi de içinde yer almak üzere, üretim işlemlerinde kullanılan teknoloji (materyal kültür) giderek daha rafine



ve verimli teknolojilere dönüşmekteydi. Bunun en zor yanı ise, materyal kültürden çok, insan ögesinin, teknolojinin bu kesimindeki değişmelere uygun duruma getirilmesi olmuştu. Yeni teknolojinin gerektirdiği işgücüne ilişkin eğitim, denetim ve iş uygulayımı disiplininin kitlelerce benimsenmesi için, bunların, daha iyi bir yaşama standardına ulaşmanın araçları olarak görülebilmesini sağlamak gerekiyordu. Özetle, o döneme değin, işgücünü, “çok çalışıp az tüketimle yetinmeye yönelten” çalışanlar ethic’i yerine, işçi ve emekçi katmanları, orta sınıfın alt kesimlerinin yaşamına özendirmek gerekiyordu. Vitrinler, bulvar gezintileri, reklamlar, cafe’ler oluşmuştu. Yeni kent yaşamında toplumsal ilişkilerin anonimleşmiş ilişkiler olmasından da yararlanarak, reel-yaşamın dışındaki saatlerde, özenilen katmanlardaki insanların kimliğinin edinilmesi alt kesimler için mümkün ve çekici olmaya başlamış; bunların oluşturacağı fantazyaya kolaylaşmıştı” (Oskay, 1983: 178).

Bir yaşam felsefesine dönüşen “tüketim kültürü”nün kendini en çok belli ettiği dönem 19. yüzyılın ikinci yarısına denk geliyor. Tüketim bir nevi insanlara gerçek yaşamın zorluklarına dayanmaya yardım ediyordu. Kitle iletişim araçları ise fantazyaya dünyasının “yakının uzak, uzağın yakın” kılınmasının en etkin yolunun bulunmasına yeni bir boyut kazandırmıştı (Oskay, 1983: 179).

1836 yılında *La Presse* adlı gazeteyi kuran Emilie de Girardin aynı zamanda basında kitleleşmeyi başlatan insan olmuştur. Bunu *La Presse*’yi dönemin diğer gazetelerinden daha ucuza satarak maliyetle satış arasındaki farkı ise reklam ve ilanlarla karşılayarak gerçekleştirmiştir. Bu yolla gazetenin yıllık abone ücretini yarıya indirmeyi başarmıştır. Ucuz halk gazeteciliğinin öncüsü olan Emilie de Girardin aynı zamanda modern reklamın da kurucusu sayılmaktadır (İnuğur, 1982: 97).

Dönemin bir diğer gazetesi ise Polydore Millaud tarafından çıkarılan, toplumu kendi sorunlarından uzaklaştıran, bir nevi bilinçsiz tüketime iten, gereksiz büyütülmüş günlük olayların yayınlandığı *Le Petit Journal* gazetesi idi. Gazete bu fantazyaya dünyasını inceleme yazılarını azaltmakla, dedikodu, spor ve tefrikalara geniş yer vermekle kurmuştur (Oskay, 1983: 179).

Bu dönem sadece basit yayınlara tanık olmamış, hakkında önemli kanılara varılan Times gazetesinin de zirveye tırmanmasına şahitlik etmiştir. 1832 yılında Bulwer Lytton Avam Kamarası’nda söylemiştir: “Baylar, eğer gelecek kuşaklara, 19. yüzyıl İngiliz uygarlığının bir kanıtını iletme zorunda olsaydım, ne doklarımızı, ne demiryollarımızı, ne resmi binalarımızı, ne de muhteşem parlamentomuzu seçerdim. Bunların yerine Times’ın bir tek sayısını seçmekle yetinirdim.” Abraham Lincoln ise 1861 yılında Times için şu sözleri sarf

etmiştir: “Times, dünyanın en büyük güçlerinden biridir. Hatta diyebilirim ki, Mississippi nehri dışında, ondan daha güçlü bir şey tanımıyorum.” “Uzun uzun anlatmaya ne gerek var? Bu ülke Times tarafından yönetilmektedir.” Bu fikir ise o dönemde çıkan haftalık Saturday Review gazetesinde yapılan yorumlardan biridir (İnuğur, 1982: 100-124).

Basın Avrupa ve Amerika’da böyle ilerleyişler kat ederken Türkiye’de İstanbul ve İzmir’de Fransızca “Bulletin des Nouvelles”, “Spectateur Oriental”, “Le Smyrneen”, “Le Moniteur Ottoman” gibi bazıları yarı resmi olmakla bir kaç gazete yayınlanmıştır. İlk Türkçe gazete ise Avrupa’dan 200 yıl sonra Padişah’ın onayıyla ve devlet eliyle olmak üzere “Takvim-i Vekayi” adıyla yayın hayatına başlamıştır (İnuğur, 1982: 166-176).

Devletten yardım görerek yarı resmi şekilde yayımlanan diğer bir Türkçe gazete ise “Ceride-i Havadis” olmuştur. “Tercüman-ı Ahval” gazetesi Türkiye’de ilk özel gazetedir. Türk basını; imzalı başyazı, tefrika, tartışmalar ve siyasi makalelerle 1860 yılında yayın hayatına başlayan bu gazete vasıtasıyla tanışmıştır. İlk gazete kapatma olayı ise 1861 yılında eğitim sistemini eleştiren yazılardan sonra gerçekleşmiş ve bunu basında hukuksal düzenlemeler yapmak maksadıyla 1864 yılında çıkan “Matbuat Nizamnamesi” tüzüğü izlemiştir (İnuğur’dan aktaran Kars, 2013).

“Tasvir-i Efkâr”, “Muhbir”, “Ayine-i Vatan” gazetelerinin idari sistemle ilgili yayınları 1867 yılında “Ali Kararname” adlı tüzüğün ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu yaptırımın “Matbuat Nizamnamesi”nden daha ağır şartları olmuştur. Bu basın özgürlüğünün sonu ve bir çok gazetenin yayın hayatına son verilmesi demektir. Bu yaptırımlar 1909 yılında çıkarılan Basın Yasası ile son bulmuştur (Kars, 2013: 59).



### 3. KAMUOYU

#### 3.1. Kamuoyu Kavramı

Kamuoyu tartışmaları da yıllardan beri süregelmiş; fakat tıpkı haber kavramında olduğu gibi ortak bir uzlaşma noktası bulunamamıştır. Buna karşın yaygın olarak kullanılan ve literatürde kendisine yer edinmiş kamuoyu tanımları aşağıdaki şekildedir.

Türk Dil Kurumu'nun güncel sözlüğünde kamu kelimesinin ilkin anlamı “halk hizmeti gören devlet organlarının tümü”, ikinci anlamı ise halkın bütünü, amme olarak belirtilmiştir (TDK, 2019). Özbek (2004: 31) kamunun halk değil, devlet anlamında kullanılması durumuna şöyle değinmiş ve kavramla ilgili olarak “Kamuoyunun halka (umuma) ait olduğunu, kamu hizmetinin devlete hizmet olmadığını, kamu yararının devletin düzen- güvenlik güçlerinin yararı anlamına gelmediğini biliriz. Yine de kamuoyundaki kamunun kim olduğunu düşünmeden, kamuyu devlet kavramıyla aynı anlamda kullanmayı sürdürürüz” demiştir.

Bazı araştırmacılar da kamuoyu kavramını anlamak için kamu kelimesini araştırmak gerektiğini söyler. Sosyal bilimciler için kamu, özelliği süreklilik ve etkileşim olan grup anlamını taşımaktadır. Bu grubun kamu sayılması için ortada sorun ve bunun çözümü için oluşan iletişim unsurları gerekmektedir. Kamuyu oluşturan aktif ve pasif üyeler her zaman sıkı şekilde organize olmazlar. Sorunla birlikte ortaya çıkıp sorunla birlikte kaybolan bu grubun şekli ve büyüklüğü gelişmeye bağlı olarak değişir (Atabek, 2002: 19, 223).

Kamuoyu kelimesinin ilk zamanlardaki karşılığı “halk efkârı”, “efkârı umumiye”, “umumi efkâr”, “amme efkârı”, ve “kamu efkârı” olmuştur. Dünyada ise bu kavram “publicus” ve “opinion” sözcüklerinden türetilmiştir. İngiliz, Fransız ve Almanca'da muvâfik olarak “public opinion”, “opinion public”, “öffentliche meinung” şeklinde ifade edilmiştir (Bektaş, 1996: 41).

Kamuoyu kavramının ikinci kelimesi “opinion” ise Türk Dili'nde karşılığını “düşünce” olarak bulmuştur. “Oy” sözcüğü ise Sezer'e (1972) göre, “bir konuda tutulacak yolu belirlemek için ileri sürülen görüş”tür. Özetle, “Kamu yaşantısıyla ilgili tartışmalı bir sorun karşısında bu sorunla ilgilenen kişiler grubunun ya da gruplarının taşıdıkları kanaatlerin

anlatımlarıdır. Bu anlatımlar, hem çoğunluk hem de azınlık kanaatlerini içerir” (Sezer, 1972: 5).

Kamuoyunun önem kazanmasında iletişimin rolü büyük olmuştur. Belirli bir fikri, kanaati benimseyenlerin birbirinden haberdar olma ve gerekli doğrultuda davranış sergilemesi bilgiye ulaşma, dolayısıyla iletişim sayesinde olmuştur. Kamuoyu kavramının uygulamada önem kazanmaya başladığı dönem, Aydınlanma’ya denk gelmektedir. Siyasal düşünce tarihine büyük katkıları olan, “kamu inancı”, “halkın sesi” kavramlarının altını çizen Machiavelli’nin “Hükümdar” kitabı bu duruma örnektir (Machiavelli, 1984: 89-90).

1741 yılında ilk defa “halkın düşüncesi” anlamında İngilizler tarafından, Fransa’da ise 1744 yılında Rousseau tarafından “toplumun tavrı” anlamında kullanılmıştır. En adil iradenin genel irade olduğunu savunan Rousseau kamuoyu kavramına “toplumsal gelenekler ve toplumun tavrı” anlamlarını da yüklemiş ve toplumun tavrının devletin gerçek yasasını meydana getirecek kadar güçlü olduğunu belirtmiştir (Atabek, 1998: 151).

Kamuoyu kavramını yaygınlaştıran, Avrupa siyasal literatürüne kazandıran 1780’lerde Fransız krallığının maliye bakanlığını yapan Necker olmuştur. Necker devletin mali durumlarını kamuya açık hâle getirmiş, yaptığı açıklamalarında “... sadece kuramsal olarak düşünenlerin ... kamuoyunun önemini dikkate almakta başarısız olduklarını” söylemekle kamuoyunun sadece kavram olarak incelenmesi yerine onun gücünü ciddiye alarak pratikte de uygulanması gerektiğini savunmuştur (Price ve Roberts’dan aktaran Girgin, 2000).

Bilim adamları James ve Baldwin kamuoyunu “çok sayıda bireysel düşüncenin kamunun tartışma alanına girmesi durumuna asla indirgenmeyecek, ‘geniş bir zihin’ içinde biçimlenen karşılıklı etkileşimlerin bir ürünü” olarak yorumlamıştır (Girgin, 2000: 112-113). Kapani (1992: 147) kamuoyunu “belirli bir zamanda, belirli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına hakim olan kanaattir” şeklinde tanımlamıştır.

Kural’a (1995: 11) göre ise kamuoyu “kamusal alanda kendini temsil ve ifade etme imkânı bulabilen hâkim çoğunluklar ile muhalif azınlıkların kamusal ve özel yaşam alanında

güncellenen tartışmalı konularla ve ortak çıkarlarla ilgili olarak geliştirdikleri düşünce, kanaat ve edimlerdir”.

Sosyal bilimciler için kamuoyu bireyin davranışı ve kanaati, ailesi ve çevresiyle birlikte bütün toplumun olduğu sosyal grubun davranış ve kanaati ile alakalıdır. Politika bilimleri ise kamuoyunu devletin yasama, yürütme ve yargı organlarını belirleyen ya da kanaat liderlerinin özgüleştirdiği standartlar olarak nitelendirir (Örnek, 1998: 17). Bu iki farklı değerlendirmeye dikkat çeken Gökçe (1996) olmuştur. Kamuoyunun nasıl irdelenebileceğini öğrenmek için yakın tarihteki yorumlara bakıldığında daha çok iki baskın görüş olduğu ortaya çıkmaktadır. Birinci görüş, kamuoyunun daha çok “bireysel düşüncelerin bir yığını” ya da “kamuoyu araştırmacılarının ölçmeye çalıştığı şey” olarak özetlenebilir. Bu bakış açısını savunanlara göre, bireysel şekilde veri toplanarak kamuoyunun çeşitli konulardaki görüşlerinin öğrenilebileceğine inanmaktadırlar.

İkinci hâkim görüş ise anket yönteminin başarılı sonucunun sorgulanır olduğunu, bu metotla sorunlarla ilgili kamuoyu görüşünün büyük oranda öğrenilemeyeceğini savunmaktadır. Kamuoyu karşılıklı iletişim ve etkileşim ürünü olduğu için bireyin kanaatlerinin şekillendiği ve ifade edildiği kolektif süreçlerin araştırılması bu görüşü savunanlar için önemli sayılmaktadır (Girgin, 2000: 113).

Kamuoyu, dar ve geniş olmak üzere 2 ayrı çerçevede değerlendirilmiştir. Geniş anlamda kamuoyu, belirli bir konuyla - sorunla ilgili halkın ortak yargısı, genel tutumudur (Daver: 1993: 251). Yazar bu kavramın kesin çerçeveleri olmadığını da altını çizerek, toplumda herhangi bir meseleyle ilgili aynı ortak kanaate varılmadığını, bir sorunla ilgili birkaç farklı görüşlerin oluştuğunu göz önünde bulundurmıştır. Burada dikkat çeken bir nüans da toplumu ilgilendiren bir “sorunun” çözümünün büyük çoğunluk tarafından desteklenmesiyle kamuoyunun oluşuyor denilmesi tam anlamıyla doğru sayılmamakla beraber “sorunun” çözüme ulaşması için birkaç kişi tarafından şiddetli şekilde desteklenmesi de durumu değiştire bilmekte ve böylece az sayıyla da kamuoyu oluştuğunu gösterebilmektedir.

Belirli kişilerin kitle haberleşme araçları (TV, radyo, basın) veya bazı sosyal gruplar yoluyla sesini, düşünce ve kanılarını siyasal otoriteye duyurma ise dar anlamda kamuoyu sayılmaktadır (Daver, 1993: 252). Başka sözle kamuoyu, yönetenle yönetilenler arasında

buluşma noktasıdır. Bu durumda Key (1963: 14) buluşma noktasında hükümete yönelen görüşlerin hükümet tarafından göz ardı edilmemesi gerektiğini savunmaktadır.

### **3.2. Kamu Hizmeti**

Birçok disiplinin inceleme alanlarına girmiş kamuoyu dinamik bir yapı olmakla beraber devletin büyüyen toplumsal işlevleri ile ilgilidir. Siyaset, ekonomi ve özellikle hukuk alanında çeşitli araştırma ve yorumları ortaya çıkaran kamuoyu Derbil'in (1950) de dediği gibi en çetrefil ve bulanık kalmış konulardan biridir.

Bu hususta Özbek'in (2004) kamuoyu kavramının yanlış kullanımını eleştirmesinden yola çıkarak, kamu hizmetinin devlete değil halka hizmet olduğunun yeniden vurgulanmasında fayda vardır. "Kamu hizmeti, toplumda ortak ve genel bir ihtiyacın belirmesi, bu ihtiyacın süreklilik taşıması yani giderilmekle tükenmemesi, her gün yenilenmesi ve tatmin edilmemesi halinde de toplumda bir huzursuzluk doğacağı, dirlik ve birliğin bozulacağı varsayımından hareketle, devletin ya o zamana kadar var olan ya da bu iş için özel yasayla kurulacak bir idare aracılığıyla kamu hizmeti dediğimiz bir etkinliğe girişmesidir" (Özay: 2002: 227). Toplumun her kesiminin bu ihtiyacının devlet tarafından fark gözetmeden eşit şekilde karşılanması da Akgüner'e (1998: 7) göre kamu hizmetidir.

### **3.3. Kamu Hizmeti Yayıncılığı**

Literatürde kamu hizmeti yayıncılığının tarihi Britanya ile ilintilendirilmektedir. Radyo dalgaları I. Dünya Savaşından sonra artmış, Amerika'da birçok farklı radyo istasyonu reklam olarak yayın hayatına tutunmaya çalışmışlardır. Bu dönemde radyonun hava dalgalarına hâkim olduğu Britanya, Amerikan tarzı bu yayıncılığı sadece reklam amacıyla yapılan karmakarışık yayınlar olarak değerlendirmiş ve anten karmaşası ihtimalinden yola çıkarak ülkede uygulanmasını desteklememiştir (Crisell'den aktaran Hilmes, 2006).

İngiliz Yayıncılık Şirketi (BBC) Posta İdaresi'nin bağımsız şirketlerin bir aya gelmeleri durumunda yayın yapmalarında sakınca olmadığını açıkladıktan sonra bu ad altında birleşmiştir. Bu gelişimden 5 yıl sonra 1927 yılında BBC kraliyet imtiyaznâmesiyle bir kamu kuruluşu yayıncısına dönüştürülmüştür (Tamer, 1983: 60).

Kamu hizmeti yayıncılığını bir kavram olarak ilk ortaya atan ve BBC'nin ilk Genel Müdürü olan John Reith literatüre "Reith Üçlemesi" ("Reithian Trilogy") olarak geçen bilgilendirici, eğitici ve eğlendirici işlevleri kamuya hizmet eden yayıncılığın başlıca amaçları olarak belirlemiştir. Kanalın bundan başka yaratıcı ve özgün programlar üretme, ulusal ve yerel kültürleri yansıtmaya, azınlıklara seslenme, izleyiciyi odak alma vb. hedefleri de Yeşil Rapor açıklamalarında yer almıştır (BBC, 1993: 17).

Hitap ettiği ulusu BBC'nin kendisi ürettiğini düşünen Stuart Hall kurumla ilgili şunları söylemiştir: "Onun standartları, program kombinasyonları, telaffuz biçimi, müzik zevki, yazın ve eğlence konusundaki yargıları, yayın ahlakı kamu hizmeti yayıncılığının değerlendirildiği otoriter ölçütleri ortaya koymuştur" (Tekinalp, 2003: 146). Kamu hizmeti yayıncılığının temeli yukarıda sıralanan gelişmeler sonucu sağlam şekilde atılmış ve BBC bir kamu yayıncısı olarak Türkiye dahil olmak üzere diğer ülkelerde de ister teknik kuruluş isterse de kamu yayıncılığının işlev ve amaçları bakımından örnek teşkil etmiştir.

Kamusal yayıncılık farklı sistemler kullanılarak gerçekleştirilmektedir. ABD'de bu yüzlerce dernek, üniversite ve yerel yönetim kuruluşlarını içinde barındıran "Public Broadcasting Service" olarak hizmet vermekte, İngiltere'de BBC, İtalya'da RAI bu görevi üstlenmektedir. Türkiye ise kamu yayıncılığı hizmetini tek elde toplayan TRT vasıtasıyla gerçekleştirmektedir (Avşar ve Öngören, 2003: 22).

Gürsoy'a (1999: 32) göre kamu hizmeti veren yayıncılık kuruluşları devlet tarafından dolaylı yahut dolaysız olarak denetlenebilen toplumun tümüne hitap edecek program çeşitliliği olan, eğitmek, bilgilendirmek ve eğlendirmeye kamu yararını gözetmek şartıyla kendine ilke edinmiş kuruluşlardır. Mutlu (1999: 22), kamu hizmeti yayıncılığını yapan kuruluşların "devlet", diğerlerinin ise "özel" adlandırılması gerektiğini savunur. Aksi takdirde kamu, kamu yararı ve kamu hizmeti ifadeleri kavram karmaşasına yol açmaktadır. Çünkü kamu sözcüğü bu kurumları mülkiyet ilişkileri ile kısıtladığı için kamu yayın kuruluşu söylendiğinde, mülkiyetinin kamuya ait olan kurumların kastedildiğini, karşıt anlamda ise mülkiyeti özel yayın kuruluşlarına ait olduğu anlaşılmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılığı "genellikle bir kamu kuruluşu olarak örgütlenmiş yayın kurumunun toplumdaki herkesin eşit biçimde erişebildiği yayınlarında, haber verme, eğitme ve eğlendirme işlevlerine göre dengeli program türü dağılımı sunması ve politik



konularda tarafsızlığı ve dengeliliği gözetmesidir” (Kejanlıoğlu, 2004: 693). Toplumun bütün kesimlerine erişebilmek için gerekli ortamı yaratmak ve çeşitliliği çok olan programların üretilmesi Çaplı’ya (2001: 45-46) göre kamu hizmeti yayıncılığının felsefesini oluşturmaktadır. Bir diğer çalışmasında Çaplı (2002: 39-40) kamu hizmeti yayıncılığının ilkelerine değinerek şöyle söylemiştir: “Siyasal iktidarın ve sermayenin etkisinden uzak tutulması amaçlanan kamu hizmeti yayın kurumlarında, yayınların tüm ülkede izlenebilmesi, çoğulculuk ve çok seslilik, azınlıklara hitap etme ve ulusal kimliğe saygı gösterilmesi ilkeleri gözetilmektedir”.

“Devletin ideolojik aygıtları olarak değerlendirilen kamu hizmeti yapan radyo ve televizyon kuruluşları, liberalleşme rüzgârları ile eleştirel yaklaşımlara maruz kalmışsa da kuralsızlaşan dönemde, özellikle kültürel açıdan iletişim özgürlüğünün korunması bakımından bir emniyet sübabı olarak görülmeye başlanmıştır” (Yengin, 1994: 35).

Kamu hizmeti veren kurum ya da kişilerin mülkiyet yapıları önemli olmaksızın bu hizmeti vermektedirler der ve bu saptamasını örnekle açıklayarak şöyle devam eder; bir kentin özel bir firmaya ihale edilen toplu taşımacılığı, bu hizmetin kamu hizmeti niteliğini değiştirmez. Bu durum kamu hizmeti yayıncılığında da geçerli olup, yayıncılığın toplumun bir ihtiyacını karşıladığı halde, bu işin özel firmalar yahut kamu firmaları tarafından gerçekleştirilmesinin yapılan işin kamu hizmeti olduğu gerçeğini değiştirmez. Bununla beraber Mutlu, diğer kamu hizmetleriyle kamu hizmeti yayıncılığının aynı çerçeveden değerlendirilmemesi gerektiğini, yayıncılığın diğer kamu hizmetlerinden farklı ilkelerle gerçekleştirildiğinin de altını çizer (Mutlu, 1999: 23).

Keane (1991:115) kamu hizmeti medyasıyla ilgili “Kamu hizmeti medyasına ilişkin çağdaş sav ağır bir meşruiyet sorununa paçayı kaptırmıştır. Tıpkı işçi sendikaları, siyasi partiler ve yasama organları gibi kamu hizmeti medyası da, devlet ve sivil toplumda hizmet veriyi kitleyi temsilde, çağdaş rollerinin kapsamı ve niteliği konusunda derin bir kuşkuya sürüklenmiştir” yorumunu yapmıştır.

Kamu hizmeti yayıncılığı; radyo ve televizyon yayınlarının, kamusal enformasyon, kültür- eğitim ve eğlence kaynaklarını geliştirmekle yükümlü ulusal kültür kurumları olarak düzenlenmesidir (Mutlu 1998, 194). Mutlu (1998: 194) başka bir çalışmasında bu yayıncılığı, kamusal meşruiyetini hem mevcut siyasetten hem de tecimsel

çıkarlardan bağımsız yayın politikası sürdürmekten alan eğitimden bilgiye ve eğlenceye çok geniş türde en üst kalitede programların, en geniş coğrafi yayılımı kapsayacak ve olası en geniş izler kitleye ulaşacak şekilde yayınlanması olarak daha geniş açıdan değerlendirmiştir. Mutlu (1999: 23-24) bu konularda devletin koruyucu görevini yerine getirmesiyle beraber yayıncılık işlerinden uzak kalmalı olduğunun da altını çizmiştir.

Demokrasi gereği vatandaşların her alandaki gelişmelerden haberdar olma hakkı vardır. Bu durum tecimsel yayıncılık ve sahiplerinin çıkarlarına uymayabilir. Halka hizmet eden yayıncılığın en önemli kriterlerinden biri de eğitim, bilgilendirme ve kültür elemanlarıdır. Ticari yayıncılık denetlenmesine ve düzenlenmesine bakmayarak, kalitesi göreceli olan tekdüze formatlarla toplumun kültürel çeşitliliğine darbe vurabilir. Kamu hizmeti yayıncılığının bu iki temel ihtiyaç sonucu ortaya çıktığını savunan Başaran ve Geray (2005: 169-171) da kavram karmaşasına değinerek söylemiştir:

“Konuyla ilgili bazı tartışmalarda, kamu hizmeti yayıncılığı bazen başka kavramlarla, örneğin devlet/siyasi parti yayıncılığıyla karıştırılmaktadır. Kamu hizmeti yayıncılığı, hükümetlerden bağımsız, kamu mülkiyetinde olan veya kamunun fonlamasıyla hizmet veren yayıncılık türüdür. Bazı araştırmacılar, özel ticari yayın kuruluşlarının da kamu yararına çalışması gerektiğine dayanılarak düzenleme altına alınmış olmasını ‘kamu hizmeti yayıncılığı’ olarak tanımlamaktadırlar. Bu yaklaşım doğru değildir. Dünyadaki genel eğilim, ticari yayıncılığın ne kadar düzenlense de belli işlevleri yerine getirmekte eksik olduğunu veya olabileceğinin kabulü üzerine kurulmuştur”.

Eski Doğu Blok’u ülkeleri örneğinden yola çıkarak kamu yayıncılığının “egemen erkin sesi” yahut “devlet-hükümet” yayıncılığı olarak değerlendirilmesi ve yalnız özel sektör yayıncılarının ticari açıdan kazançlı görmedikleri alanlarda yayın yapmaları gerektiği düşüncesi kamu yayıncılığı kavramının tanımlanması zamanı yapılan ve Avşar’ın saptadığı önemli iki yayın yanlış sayılmaktadır. Ona göre:

“Kamusal yayıncılık, kamu hizmeti için, ülkenin geneline ve vatandaşların bütününe yönelik, kamu tarafından finanse edilen ve denetlenen, halkın eğitimi, bilgilendirilmesi, olaylardan haberdar edilmesi, bilinçlendirilmesi, eğlenmesi ve hoşça vakit geçirmesini kendisine ilke edinen, özerk, tarafsız, kamu tüzel kişiliği bulunan bir yayıncılık anlayışını ifade etmektedir” (Avşar, 2005: 99).

Kamu hizmeti yayıncılığının incelendiği tartışmalarda dikkat edilecek önemli bir nokta da bu hizmetin ölçütlerinin ülkelere göre değişebilmesi gerçeğidir.

“... her ülkenin medya sistemi kendi kültürüne göre biçimlenirken, bu sistemin bir parçası olarak kamu hizmeti yayın kurumunun iktidarla ilişkisi de kendine özgü bir şekilde kurulmaktadır. Şu çok açık bir olgudur ki, toplumsal ve siyasal yapı ülkelere göre farklılık gösterdiği için, her ülkenin kitle iletişim sistemi dolayısıyla, yayın, kurum ve kuruluş ve politikaları kendi ülkesiyle sosyal ve siyasal yapısının yansıtmadır. Bu da aslında kaçınılmaz olarak neredeyse ülke sayısı kadar farklı bir yayıncılık sistemini ortaya çıkarmaktadır” (Uslu’dan aktaran Avşar ve Kaya, 2013).

Bu hususa 2001 yılında Avrupa Birliği Komisyonu’nun 33. maddesinde de değinilmiş, yayımlanan belgede, kamu hizmeti tanımının yapılmasını, her ülkenin kendi ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde vereceği karara göre üye devletlerin kendi inisiyatiflerine bırakılması gerektiğinin altı çizilmiştir (Avşar, 2005: 98).

Avrupa’da ise Avşar ve Demir’e (2005: 155) göre 1980’li yıllara kadar kamu tekelinde olan yayıncılık Fransız Yasası’nda özetlenen ‘kamunun haber alma, kültür ve eğlence gereksinimi karşılamak’ amaçları ülkeye göre değişikliklere uğrasa da genel çerçevesi aşağıdaki şekilde oluşmuştur:

1. Teknik amaçlar: Frekans idaresi ve şebeke oluşturma
2. Politik amaçlar: Kamu çıkarının korunması ve savaştan sonra kurulan özel radyolara yayın ruhsatı verilmesi
3. Ekonomik amaçlar: Prodüksiyon sektörünün geliştirilmesi ve korunması
4. Sosyal ve kültürel amaçlar: Eğitim ve kültür hizmetlerine evrensel erişim sağlanması

Kamu hizmeti yayıncılığını gerekli kılan üç esas sebep vardır. Birincisi, ‘pazar hataları’ ile ilgilidir. Yayıncılığın bütünüyle pazar egemenliğine bırakıldığı ülkeler örneğine bakıldığında, program kalitesinin bilinçli tüketiciye hitap etmediği saptanmaktadır. İkincisi, bu ülkelerde tecimsel yayıncıların program sunduğu kitleyi izleyici değil tüketici olarak değerlendirdiği ve ferdi ihtiyaçları önemsemeden “toplu”ya uygun yayın profili hazırladığı gözlemlenmiştir. Üçüncü neden ise demokratik açıdan bakıldığında kitle iletişiminin bütünüyle özel sektörün hegemonyasına bırakılmasıdır ki bu durum kamu yayıncılığı açısından doğru bir yaklaşım sayılmaz. Bu üç temel gerekçe Avşar ve Kaya’ya (2013, 47-49) göre kamu hizmeti yayıncılığını önemli kılan etkenlerdir.

Avrupa’da kamu hizmeti yayıncılığının kapsam ve önemini belirleyen, örnek teşkil edecek nitelikte olan kararlar, belgeler ve raporlar mevcuttur. 1994 yılında Prag’da Avrupa

Konseyinin düzenlediği Kitle İletişimi Alanındaki Avrupa Bakanlar Konferansı'nda katılımcı devletlerin kamu yayıncılığını demokratik şekilde gerçekleştirmek için gerekli maddi desteği sağlayacaklarına dair teminat verdikleri Kamu Hizmeti Yayıncılığının geleceği hakkındaki 1 numaralı karar bu belgelerden biridir. 1996 yılında Avrupa Konseyi'nin Kamu Yayıncılığının Bağımsızlığının Garanti Edilmesi Hakkındaki, kamu yayıncılığının yayın içeriği olarak bağımsızlığının ve kurumsal özerkliğinin hedef alındığı 10 numaralı tavsiye kararı bir diğer önemli karardır. 1998 yılında Avrupa Birliği Komisyonu Üyesi Marcelino Oerja, her ülkenin çoğulculuğun garanti altında olduğu, çeşitliliği yüksek eğitim ve kültür programlarına, tarafsız bilgileri elde etme imkânına, kaliteli eğlenceye ücretsiz şekilde ve demokratik çerçevede erişme hakkına sahip olduğunu ve bu imkanları sunan kamu yayıncılığının ne kadar önemli olduğunu vurgulamıştır (Avşar ve Kaya, 2013: 49-51).

1999 yılında Avrupa Birliği Konseyi'nin kamu hizmeti yayıncılığı konusunda yayımladığı karar metninde yer alan ifadeler aşağıdaki şekildedir:

“Ayrımcılık yapılmadan eşit şartlar bazında değişik kanal ve hizmetlere kamunun geniş çapta erişiminin sağlanması, kamu hizmeti yayıncılığının vazgeçilmez önkoşuludur. Kamu hizmeti yayıncılığı, teknolojik gelişmelerden yararlanmalı ve kamuyu yeni görsel-işitsel ve enformasyon hizmetlerinden ve yeni teknolojilerden yararlandırmak zorundadır. Kamu hizmeti yayıncılığı, sayısal çağda yer alan faaliyetlerin geliştirilmesinden ve çeşitlendirilmesinden sorumlu olmalıdır. Üye devletler tarafından tanımlandığı şekliyle kamu hizmeti yayıncılığının, amacına uygun biçimde, programlarını toplumu bir bütün olarak görerek, geniş bir yelpazede sunmaya devam edebilmesi zorunludur. Bu bağlamda kamu yayıncılarının geniş çapta izleyici/dinleyiciye erişmesinin yollarını aramaları meşrudur” (Avşar ve Demir, 2005: 154-155).

Özetlemek gerekirse kamu hizmeti yayıncılığının tanımlanmasında ortak bir mutabakata varılamasa da bütün anlatımlarda farklı şekillerde vurgulanan erişilebilirlikte eşitlik, dengeli programcılık, tecimsel değerlerden uzak olma gibi özellikler yer almaktadır. Çaplı'nın (2001: 34) da vurguladığı gibi bu tanımlardaki ortak nokta toplumsal hizmettir. Kamu hizmeti yayıncılığının temelini toplumsal hizmet oluşturmakta ve yükümlülüğü kamuya hizmet olmaktadır.



## 4. AJANS HABERCİLİĞİ

### 4.1. Haber Ajanslarının Tarihsel Gelişim Süreci ve Ortaya Çıkma Nedenleri

Haberciliğin ilerleyen zaman ve gelişen teknolojiler sayesinde boyut atladığı bir gerçektir. Kitle iletişim araçlarının başlıca haber kaynağı olan haber ajansları da bu gelişim sürecinde akına doğru yürümektedir. İşlevsellik ve teknik açıdan ajans haberciliği olumlu yönde değişim sergilese de söz konusu habercilik olduğu için değişmeyen değerlere sadık kalınması gerektiği de gözlemlenmektedir. Konunun bu boyutunu ajans haberciliğinin tanımlarından yola çıkarak açıklamak mümkündür.

Unesco'nun tanımına göre haber ajansı, hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlayan, aktüalite belgelerini bulup, bunları kitle iletişim araçlarına, onları ikna etmenin dışında kalmak üzere yayan, yasaların hükümlerine, ticaret kurallarına uygun, olanak verdiği ölçüde tam ve tarafsız bir hizmet götüren kuruluştur (Tokgöz, 2000: 144).

“Ajans, tarafsız bir biçimde topladığı haberleri, doğruluğundan emin olmak koşuluyla en hızlı araçlarla gazetelere ulaştıran kuruluştur” (Başkut, 1967: 220). Bülbül'e (2000b: 110) göre, ajans, “Çeşitli kitle iletişim araçlarına, amaçları doğrultusunda olayları izleyerek, bunları tarafsızlık, doğruluk ve hızlılık ilkelerine bağlı kalarak değerlendirmeye tabi tutan ve sonra da edindiği bilgileri çeşitli yol ve yöntemlerle, en geniş şekilde abonelerine ulaştıran kuruluştur”.

Genel olarak tanımların içeriğine bakıldığında, ajans haberciliğinden beklenenin zaman içinde nasıl değiştiğini görmek mümkündür. Örneğin Başkut'un tanımında vurgulanan “en hızlı araçlarla ulaştıran” ifadesi daha yakın tarihli tanımlarda beklenti olarak sık sık karşımıza çıktığı söylenemez. Bunun sebeplerinden biri olarak internet çağının eski dönemlerde kullanılan sanal olmayan araçlarla haber ulaştırma sorununu aradan kaldırmış olmasını göstermek mümkündür.

Bir başka kaynakta haber ajansı, “günün 24 saati, haberin yanı sıra, fotoğraf, film, bant, kaset, CD, grafik, doküman vs. gibi haber malzemeleri toplayan ve üreten, bunları

üyelerine, paydaşlarına, abonelerine ve müşterilerine dağıtan ya da satan kuruluştur” şeklinde tanımlanmıştır (Girgin, 2001: 110).

Ajans gazeteciliğini daha çok teknik açıdan tanımlayan benzer bir tanım ise şöyledir: “Muhabir, foto muhabiri ve kameramanları vasıtasıyla; haber, fotoğraf, görüntü toplayıp, bunları redaktör, editör ve kurgucuları, montajcıları aracılığıyla belirli formatlara getirip işleyen ve ortaya çıkan ürünü ücret karşılığında abonelerine ileten kuruluşlara haber ajansı denir” (Şahin, 2012: 116).

Haber ajanslarının ilk örnekleri 19. yüzyıla dayanmaktadır. Yavaş yavaş oluşan bu kuruluşlar bugünkü anlamda haber ajansı olarak adlandırılmasa da günümüzdeki haber ajanslarının ilk örneklerinden sayılmaktadır. İlkel haber ajanslarının kurucusu da Bostonlu tacir Samuel Gilbert olarak kabul edilmektedir. Gilbert 1811 yılında dükkânının bir kısmını okuma salonu, diğer kısmını çay salonu olarak ikiye ayırmıştı. Boston’da limana yaklaşan gemi görevlilerinden Batıyla ilgili haberler almaya başlamış, bunu defterine yazarak dükkânına gelen müşterilerine aktarmaya başlamıştır. Gilbert’in ticari amacı dünyanın haber ajanslarının tarihine dönüşmüştür (Aslanov, 2011b: 13).

Ajansların ortaya çıkmasının üç esas sebebi bulunmaktadır. 1- Olayların gelişmesi, 2- Haber maliyetlerinin artması, 3- Teknik gelişim ve değişimler. Fransız ihtilalinden sonra Avrupa’da birçok değişim gözlemlenmiş ve bunun sonucunda ortaçağın otoriter yapısı Reform ve Rönesans hareketleriyle değişiklik göstermiştir. Bu gelişmeler gazeteciliği de etkilemiş ve artık dünyanın her yerinden habere ihtiyaç duyan insanlara küçük ekiplerle haber hizmeti vermek de imkânsız hâle gelmiştir. Haberlerin çeşitleri çalışanların sayılarıyla doğru orantılı olarak çoğaldıkça giderler artmış ve bu da farklı basın organlarının ortak iş yapmasına neden olmuştur. Haber alma ve yayma aracı artık telgrafla sınırlanmamakta, telefon, bilgisayar, internet vb. da devreye girerek haberin hızını artırmakla beraber masrafları da çoğaltmıştır. Bütün bunlar ortak çalışabilecek, kurumsallaşmış haber organlarına ne kadar ihtiyaç duyulduğunu göstermekteydi (Bülbül, 2000a: 244-246).

“Bir gereksinimi giderme yönteminin kurumsallaştırılması” (Girgin, 1994: 2) olarak ortaya çıkan haber ajanslarından ilki 1835 yılında Paris’te kurulmuş Havas ajansı olmuştur. Onu

1851 yılında Reuter, 1855 yılında ise Almanya'nın Wolf haber ajansı takip etmiştir (Aslanov, 2011b: 13).

Dünyada bu gelişmeler yaşanırken Türkiye'de de paralel şekilde önemli gelişmeler yaşanmış ve Türk basın tarihinde şimdiki Anadolu Ajansına gelene dek birçok farklı kuruluş, bu yönde çeşitli faaliyetler göstermiştir. Haber ajansına dair ilk gelişme ise 1854 yılında Kırım Savaşı sırasında Havas'ın muhabir göndermesinden sonra başlamıştır (Topuz, 1996: 55-56).

Daha sonra Osmanlı Telgraf Ajansı (1909-1914), Osmanlı Milli Telgraf Ajansı (1914-1918) ve Osmanlı'nın Birinci Dünya Savaşında yenilmesi sonucu kurulan Türkiye-Havas-Reuter Ajansı (1920-1922) gibi kısa süreli kuruluşlar faaliyet göstermiştir. Lozan barışının imzalanmasından sonra Türkiye-Havas-Reuter ajansının birçok yetkisinin tahminen aynı dönemde kurulan Anadolu Ajansına devredilmesi daha bağımsız bir kuruluşun oluşması için büyük etkendi (Girgin, 2002: 132-133).

Bütün bu girişimlerin ardından Türkiye'nin sürdürdüğü milli mücadeleyi hem ulusal hem de uluslararası arenada duyurmak ihtiyacı bağımsız ve ulusal bir haber ajansının kurulmasını zorunlu kılmıştır. Bu gereklilik de Mustafa Kemal Atatürk, Halide Edib Adıvar, Yunus Nadi Abalıoğlu'nun girişimleriyle sonuca ulaştırılmış ve Anadolu Ajansı, 6 Nisan 1920'de resmi olarak kurulmuştur.





## 5. AZERBAJCAN'DA BASININ OLUŞUMU

Azerbaycan'da basın faaliyetleri Rusya'nın Kafkasya ve Azerbaycan'ı işgal ettiği dönemde başlamıştır. 1820 yılında Tiflis'te ilk resmi gazete olan Tiflisskie Vedomosti (Tiflis Haberleri) 1832 yılında Azerbaycan Türkçesinde yayınlanmaya başladı. Bunu yine Tiflis'te çıkan Zakavkazski Vestnik (1838-1864) gazetesi devam ettirmiş, 1845 yılındaki sayıları Azerbaycan Türkçesinde "Kafkazin Bu Tarafının Haberi" adıyla yayınlanmıştır.

Azerbaycan dilinde faaliyet gösteren, milli matbuatın ilk örneği 22 Temmuz 1875 tarihinde Hasan Bey Zerdabi'nin emekleri sonucu ortaya çıkmıştır. Asıl amacı millileşme bilincini aşılama, eğitimin, ilimin önemini ana dilinde aktarmak, dil birliği oluşturmak olan Zerdabi, gazete çıkarmak için Rus yönetiminden 3 yıl izin çıkmasını beklemiştir. Sansürle karşılaşmamak adına ziraat, tarım ve hayvancılık ile ilgili yazılar olacağını göstermek için gazetenin adını "Ekinçi" adlandırmış ve bu şekilde izin ala bilmiştir:

"Maliye vesaiti elde ettikten sonra H. Zerdabi o dönem Bakü'nün valisi olan genel müdür D. S. Starolskiy'e müracaat ederek gazetenin neşri için izin istedi. Bu meseleyi açıklayan Zerdabi şunları yazmaktadır: "Ben ona meramımı anlattıktan sonra, gazetenin adını Ekinçi koymamı uygun gördü. Güya, tarım ve ziraattan konuşulacaktı. Bu şekilde izin aldım." (Aşırılı, 2009:18).

Gazetedeki konular Dahiliye, Tarım, Ziraat Haberleri, İlim Haberleri ve Yeni Haberler başlıkları altında toplanmıştı. Altıncı sayısından sonra Mektup köşesi de eklenmişti. Erol gazetenin aydınlardan oluşan yazar kadrosunun çalışmalarını şu şekilde yorumlamıştır:

"Yazılarında genellikle köylü ve çiftçilere yönelik zirai meseleleri dile getirmekle birlikte, yöneticilerin yaptığı haksızlıklardan, taassubun sosyal hayatta açtığı yaralara, siyasi yönetim şekillerinden insan hak ve hürriyetlerine, modern eğitim sisteminden ana dilinin, Türkçe konuşup yazmanın taşıdığı hayati fonksiyonlara ve yeni edebi gelişmelerin esaslarına kadar oldukça geniş bir çerçevede sosyal, siyasi ve kültürel meseleleri de irdeleyen Zerdabi, bu yaklaşımı ile bulunduğu coğrafya içerisinde gazeteciliğe yeni bir bakış açısı getirmiştir. Ekinçi'nin bünyesinde yer alan ve daha çok Batı'daki yenilikçi gelişmeleri yakından takip edebilmiş, modern anlayışa, modern eğitim sistemine dayalı sosyal bir yapıyı hedefleyen yazar kadrosu da, aynı anlayışla kaleme aldıkları yazıları ile Azerbaycan'da XIX.yy'ın ikinci yarısından itibaren başlayacak olan yeniden yapılanma çalışmalarına ön ayak olmuşlardır" (Erol, 2006: 66).

Toplamda 56. sayısı yayımlandıktan sonra 1877 yılında Ekinçi gazetesi kapatıldı. Aşırıya göre kapanma sebeplerinden biri de o dönemde Bakü'ye yeni vali seçilen ve Azerbaycanlılara düşman tavrıyla seçilen Ruzin olmuştur (2009:26).

Azerbaycan basın tarihinde müstesna rolü olan Ekinçi gazetesinin ilk sayısının yayımlandığı gün, 22 Temmuz bugün de Azerbaycan'da "Milli Matbuat Günü" olarak kutlanmaktadır.

Hasan bey Zerdabi'nin bu hizmetlerinden sonra bir çok aydın onun yolunu devam ettirerek farklı isimlerde gazete ve dergiler çıkarmışlardır. Bu yayınlar: "Ziya" (1879-1880), "Ziyanı Kafkasiyye" (1880-1884), "Keşkül" (1883-1891), "Şark-i Rus" (1903-1905), "Hayat" (1905-1906), "İrşad" (1905-1908), "Füyuzat" (1906-1907), ilk mizah dergisi olan "Molla Nasreddin" (1906-1931), "Taze Hayat" (1907-1908), "İttifak" (1908-1909), "Terakki" (1908-1909) ve "Seda" (1909-1911) gazetesi olarak faaliyet göstermiş, Azerbaycan basın tarihinin temel taşlarını oluşturmuştur.

### **5.1. AzerTac: Kuruluşu ve İlk Yılları**

Azerbaycan Cumhuriyetinin ilk ulusal haber ajansı olan AzerTac da kuruluşundan günümüze dek zaman zaman içinde bulunduğu zorlu süreçleri atlatarak dünya standartlarına uyum sağlamak adına önemli yol kat etmiştir. Doğu'nun ilk haber ajanslarından biri olan AzerTac'ın kurulması hiç de kolay olmamıştır. Dünya ülkelerinin enformasyon teminiyle ilgili ciddi derecede yol kat ettikleri bir dönemde Azerbaycan Halk Cumhuriyetinin yeni bir ajans kurulması için olan müzakerelerini beklemekteydi.

Radyotelgrafın teknik kapasitesi o zaman dünyanın ekonomik, siyasal ve kültürel başkentlerinden, uzak noktalarından en yeni bilgileri kabul etmeyi sağlıyordu. Bu yöntemle elde edilen bilgi aynı zamanda telgrafla ulaştırılan bilgilerden daha ucuza mâl oluyordu. Batılı ülkelerde, ABD'de daha geçen yüzyılın başlarında radyotelgrafların geniş kullanımına başlanılmıştı. Wolff, Reuters gibi ajanslar kendi bilgilerini yaymak için özel radyo istasyonlarından (kablosuz telgraf) oluşan ağlarla temin olunmuş durumlardı. Kararların ve diğer resmi bilgilerin yayılması için hükümetler radyo istasyonlarını önemli ölçüde kullanıyorlardı. Çarlık Rusya'sındaki Kiev, Harkov, Odessa gibi eyalet şehirlerinin büyük yayınevlerinde bu tür radyo istasyonlarının kurulması için çabalar gösterilmiştir;

fakat devrimcilerin bu radyo istasyonlardan yararlanabileceklerinden kaygılanan Çar hükümeti bu alanı kendi tekeline almış ve bu şehirlerde radyo istasyonlarının kurulması projesini geri çevirmiştir. En son 1918 yılında Çar hükümeti yıkıldıktan radyo istasyonlarının kurulması ile ilgili plan hazırlanmış ve zamanla bu planın gerçekleştirilmesine başlanmıştır (Aslanov, 2011b: 83-84).

Azerbaycan'da ise Azerbaycan Halk Cumhuriyeti kurulduktan sonra radyo istasyonlarının işini gereken seviyeye ulaştırmak için önemli adımlar atılmaya başlanmıştır. Bakü'nün kıyısında bulunan radyo istasyonunun Posta ve Telgraf Bakanlığına verilmesi bu yönde atılmış en önemli adımlardan biri olmuştur; ancak bilgilerin kabulü ve aktarılması, bültenlerin hazırlanması ve baskısı yerel haberlerle ilgili haber sayfalarının hazırlanması için özel araç ve ek personele ihtiyaç duyulmaktaydı. Tüm bu işlerin görülmesi için ise küçük radyo istasyonlarının kapasiteleri yeterli değildir. Bu yüzden en yeni tekniklerle donatılmış bir ajansın kurulmasına ihtiyaç vardı (Aslanov, 2010: 282).

1919 yılı 3 Mart tarihinde Azerbaycan Halk Cumhuriyeti hükümetinin – Bakanlar Kurulunun toplantısında Azerbaycan Telgraf Ajansı'nın kurulması gündeme getirilmiştir. Dönemin bakanlar kurulunun başkanı olan Feteli han Hoyski'nin konuyla ilgili konuşması dinlenilmiş ve Azerbaycan Telgraf Ajansının kurulması için dönemin eğitim bakanı Nasip Bey Usubbeyov'a talimat verilmiştir (Aslanov, 2011b: 84). Bu toplantı sonucunda ortaya çıkan ilk AzerTac Yasası şu şekildedir:

Dinlenildi:

Bakanlar Kurulu Başkanı Feteli Han Hoyski'nin Azerbaycan Telgraf Ajansı'nın Kurulması ile ilgili konuşması

Karara Alındı:

Halk Eğitim Bakanı Nasip Bey Usubbeyov'a Azerbaycan Telgraf Ajansının kurulması için talimat verilsin

1919 yılının ikinci yarısında Posta ve Telgraf Bakanlığının bünyesinde Azerbaycan Telgraf Ajansının kurulması hakkında kanun tasarısı ve onun tüzüğü hazırlanmıştır. Kanun

tasarısında AzerTac'ın amaç ve görevleriyle beraber 1920 yılı için tahmini gelir ve masraflar belirlenmiştir (Aslanov, 2011a: 10).

AzerTac'ın kurulmasındaki amaç Avrupa, Asya ve Amerika'nın siyasi merkezlerinden elde edilen bilgileri Azerbaycan Cumhuriyetinin devlet kurumlarına, basın organlarına, toplumsal kuruluşlarına aktarmak, aynı zamanda ülkenin sosyal, askeri, ekonomik hayatı, hükümetin faaliyeti ve meclisin görevi ile ilgili bilgileri Kafkas ve Avrupa ülkelerine, eyaletlere ulaştırmaktı. Ajans bu görevleri gerçekleştirmek için temin ettiği bilgiler doğrultusunda günlük "Bültenler", en önemli enformasyonlar doğrultusunda ise "Haberler" hazırlamalı ve yetkisinde olan araçları kullanarak onları yaymalıydı (Aslanov, 2013: 112-113).

Ajansın 1 Ocak 1920 yılında faaliyete başlaması öngörülüyordu. Lakin bilinmeyen sebepler yüzünden ajans, belirlenen tarihte faaliyete başlayamamış, meclisin 2 Şubat 1920 yılındaki toplantısında hazırlanmış mevzuata bir sıra değişiklik yapılarak yeniden müzakereye sunulmuştur. 23 Şubat 1920 yılında milletvekilleri meclisin 127. toplantısında Azerbaycan Telgraf Ajansının kurulmasının öneminden bahsetmişlerdir. Dönemin milletvekili Ağa Eminov konuşmasında teknik imkânların sınırlı olmasından bahsederek Azerbaycan ile ilgili haberlerin sadece 1 cihaz vasıtasıyla gönderildiğine ve radyo istasyonlarındaki cihazların gün içinde 70'ten fazla kelime kabul edemediğine değinmiştir (Aslanov, 2011a: 10).

Dönemin diğer bir milletvekili Ağa Aşurov da konuşmasında radyo cihazlarının yetersizliğini vurgulayarak durumun olumsuz sonuçlarını şu şekilde dile getirmiştir: "...cihazların yokluğu nedeniyle düşmanlarımız hakkımızda ve Bakü hususunda çeşitli yalan ve gerçekdışı haberler yayımlıyorlar. Bizim de ajansımız olsaydı onun aracılığıyla hakkımızda yayımlanan haberleri öğrenir ve gereken cevapları da verirdik" (Azerbaycan Halk Cumhuriyeti Parlamentosu, 1998: 150).

2 Mart 1920 yılında "Azerbaycan" gazetesinde ilk defa "AzerTac" imzasıyla haberler yayımlanmıştır. Gazetenin 3 Mart tarihli baskısında ise "AzerTac'ın dâhili haberleri" adı altında Şuşa, Karyagin (şimdiki Fizuli) ve Hankendi şehirlerinden alınan kısa haberlere yer verilmiştir. 9 Martta yine aynı gazetede AzerTac'ın 7 Mart 7. Baskısından olduğu vurgulanan bülteninden "Gürcistan'a yardım" başlıklı haber yayımlanmıştır. Bu delil

ajansın 1 Mart 1920 tarihinde faaliyete başladığını bir daha onaylamaktadır (Aslanov, 2011a: 11).

Bu tarihten bir ay sonra 25 Mart 1920 tarihinde Azerbaycan Telgraf Ajansı'nın Halk Eğitim Bakanlığına gönderdiği resmi mektup da ajansın 1 Martta kurulduğunu göstermektedir. Mektupta hükümetin 1 Mart tarihli yasaya uygun olarak Posta ve Telgraf Bakanlığına bağlı Azerbaycan Telgraf Ajansı'nın kurulduğu ve onun oluşum dönemini yaşadığı gösterilmiştir. Bundan başka bir mektupta, 1 Nisan tarihinden itibaren hükümetin yönetimi altında olan müessese ve yetkililerin AzerTac'ın bültenlerine abone olmaya başlayacakları ile ilgili bilgi de yer almıştır. Abonelik ücretleri ulaştırma da dâhil Bakü'de 3000, Azerbaycan'ın diğer şehirlerinde ise 300 ruble olarak belirlenmiştir. Resmi mektupta ajansın geçici olarak Posta ve Telgraf Ajansı'nın Naberejnaya ve Sadovaya sokaklarının kesiştiği binaya yerleştiği kaydedilmiştir (Aslanov, 2013: 113).

AzerTac'ın hem Azerbaycan Türkçesinde hem de Rusça hazırladığı haber bültenleri, bayram günleri de dâhil olmak üzere her gün yayımlanmaya başlamıştır. Bu bültenlerde yeni kurulmakta olan devlette gerçekleşen mühim olaylar yer alıyor, hükümetin yaptığı işler de böylece tarihe not düşülüyordu. Bültenlerde Moskova, Paris, Basra, Roma, Tiflis, Taşkent, Kuzey Kafkasya, Hazarötesi ve Karadeniz'den alınan haberler ile radyo istasyonlarından, telefondan, telgraftan ve muhabirlerden alınan haberler yayımlanıyordu (Aslanov, 2011: 12).

## **5.2. SSCB Dönemi AzerTac: ROSTA'nın Şubesi Olarak Faaliyet Gösterdiği Yıllar**

AzerTac, kısa sürede hem haber alarak hem de haber servis ederek etkin bir biçimde çalışmaya başlasa da çok uzun süre varlığını koruyamamıştı. Bolşevik Rusyasının işgali sonucunda 28 Nisan 1920'de Azerbaycan Halk Cumhuriyeti yıkılmış ve AzerTac da yalnızca iki aya yakın faaliyet gösterebilmişti. Azerbaycan'da Sovyet hâkimiyetinin kurulduğu ilk aylarda AzerTac faaliyetlerine devam etti; ancak bu zaman zarfında Rusya Telgraf Ajansının (ROSTA) bir şubesi gibi çalışmaktan öteye gidemedi. Azerbaycan'ın bölgelerinden gönderilen haberler dışında AzerTac bütün haberlerini ROSTA'dan alıyordu. 9 Haziran 1920 itibariyle de AzerTac, resmi olarak ROSTA'nın şubesine dönüştü. Bu tarihte Nariman Narimanov'un "Azerbaycan Merkezi Matbuat Kurulu

kurulması hakkında” imzaladığı kararnamenin ardından ROSTA’nın Kafkasya şubesinin Azerbaycan bölmesi (AzKafROSTA) kurula dâhil edilmiştir.

AzKafROSTA’nın faaliyeti sadece Bakü ile sınırlanmamış ve ajans; ülkenin Gence, Şuşa ve Lenkeran gibi diğer şehirlerinde de şube ve bürolarıyla faaliyet göstermiştir. Bu bürolar merkeze sadece yerli haberleri göndermiyor, aynı zamanda kendileri de dâhili imkânlarını kullanarak enformasyon nitelikli duvar gazeteleri ve posterleri yayımlıyorlardı (Aslanov, 2011b: 89-91). Bu işte meşhur ressam Azim Azimzade’nin de büyük katkıları olmuştur (Aslanov, 2011a: 12-13).

O zamanlar Bakü’nün Milyutinski (şimdiki Terlan Aliyarbeyov) sokağındaki eski banka binası AzKafROSTA’nın yerleşkesiydi. Burada işler gece-gündüz, hatta tatil günleri de devam ediyordu. Haftanın her günü bu kurumun adresine onlarca telgraf ve radyogramlar gelmekte ve bunlarından oluşan bültenler hazırlanarak ülkenin basın organlarına, parti teşkilatlarına ve kültür kurumlarına gönderilmekteydi. Daha önemli sayılacak haberler AzKafROSTA’nın yayımladığı enformasyon bültenlerinde ülke dâhilinde yayılmakta, en ilginç haberlerse ülke dışına gönderilmekteydi (Aslanov, 2013: 115).

1921 yılında KafRosta’nın temelinde AzerTA oluşturulduktan sonra Üzeyir Hacıbeyli sanatının araştırmacılarından biri gibi tanınan Gubad Gasımov 14 Temmuz’da ajans başkanı olarak atanmıştır. Gubad Gasımov bu konuya kendi anılarında da şu şekilde yer vermiştir:

“1921 yılında yeni enformasyon kurulunun başkanı tayin edildim. O zamanlar askeri kışlaların birinde askerler arasında eğitimsizliğe son verilmesi için kurulmuş olağanüstü komisyonun başkanlığını yapıyordum. Siyasal ve kültürel alanda belli bir tecrübem olsa da, gazetecilik alanında tecrübesizdim. O zamanlar genç Azerbaycan Sovyet Cumhuriyetinde vasıflı personel büyük sorunlardan biriydi ve bu tür beklenmedik tayinler sıradan bir durum sayılmaktaydı. Bu sebepten tamamen yeni ve oldukça büyük sorumluluk talep eden bu işi çok kısa bir zamanda öğrenmek gerekiyordu. Enformasyonu yaymak için teknik imkânlar çok sınırlıydı, mümkün olan bütün araçları kullanmaya çalışıyorduk (Aslanov, Musayev ve İsmayılov, 2008: 24).

Önemli hususlardan biri de Sovyet Rusyasının Azerbaycan ile ilgili politik planlarındaki detaylardır. Azerbaycan eski Rusya imparatorluğu arazisinde iki önemli rolü üstlenmekte ve ülke; Sovyetlerin yakıt ve pamuk deposu olarak görülmekteydi. O dönemde Rusya’daki iç savaştan dolayı çökmüş olan Rus ekonomisi için Bakü petrolü oldukça önemliydi. V.İ.

Lenin'in 17 Mart 1920 tarihinde Kafkas cephesi Askeri İnkılap Şurası adından gönderdiği telgrafta Sovyet hükümetinin düşüncesini ispatlar nitelikteydi: "Bizim için Bakü'yü ele geçirmek son derece önemlidir. Bütün çabaları bu istikamete yöneltin, aynı zamanda bütün bildirimler tamamen diplomatik olmalı...". Bu durum yarım yüzyıl sonra şifresi çözülmüş bir mektupla ortaya çıkmıştır. 2 Mayıs 1920 tarihinde Q. Orconikidze ve S. Kirov'un Bakü'den Lenin'e gönderdikleri telgrafın son parçası önemli bir delil niteliğindedir. İlgili telgrafta şu ifadeler yer almaktadır:

"Sizin Azerbaycan'ı kutlamanız ve onu bir bütün olarak tanımanız zaruridir. Sovyet Rusya'sı ile askeri ekonomi ve genel ekonomi yönünden birleşmeyi gerçekleştireceğiz. Tecrübe bütün Kafkasya için bundan sonra da Halk Komiserleri Konseyi'nin yetkilerinin verilmesini talep ediyor. Bunları bize radyo ile verin, yahut birisini gönderin, lakin en kısa sürede. Bu yetkileri Nerimanov'a (Halk Komiserleri Konseyi başkanı) vermeyin" (Aslanov, Musayev ve İsmayılov, 2008: 21-22).

Bu telgraftan üç gün sonra, 5 Mayıs'ta Lenin Halk Komiserleri Konseyi adından Azerbaycan hükümetine "tebrik" telgrafı göndermiştir. Telgrafta: "Halk Komiserleri Konseyi bağımsız Azerbaycan Cumhuriyetinin gayretli kitlelerinin hürriyete kavuşmasını alkışlıyor..." yazılmıştır. Azerbaycan Sovyet Hükümeti'nin ilan edilmesinin ertesi günü Lenin konuşmalarının birinde "Dün, Bakü'den aldığımız haber Sovyet Rusya'sının durumunun iyiye gittiğini göstermektedir... Artık öyle bir ekonomik altyapımız var ki bu, bizim bütün endüstrimizi canlandırabilir" demiştir. Bu konuşmadan birkaç gün sonra ise, Orconikidze ve Kirov tarafından Lenin'e verilen bilgilerde Bakü'den Astrahan'a 1,5 milyon varil (24 bin ton) petrol ürünleri gönderildiği bildirilmiştir (Azerbaycan Tarihi, 2008: 11, 12, 512).

### **5.3. AzerTac'ın SİTA'nın Şubesi Olarak Faaliyet Gösterdiği Dönem**

1922 yılında SSCB'nin kurulmasından sonra diğer cumhuriyetlerin haber ajansları gibi AzerTA da Sovyetler Birliği Telgraf Ajansı'nın (SİTA) bir bölümüne dönüşmüştü; fakat maddi ve teknik imkânlar zamanın taleplerini karşılayamıyordu. Ajansın gerekli lojistik imkânlara sahip olmaması kaynağa erişmede güçlük yaşanmasına ve zaman zaman güncelliğin yitirilmesine yol açıyordu. Bunun yanı sıra teknolojik yetersizlikler de haberlerin servis edilmesi konusunda sıkıntı yaşanmasına neden oluyor ve ajansın hem üretim aşamasındaki faaliyetleri sekteye uğruyor hem de verimliliği düşüyordu. Ajansın



50. yıldönümü ile bağlı yayınlanmış kitapta o dönem kurumun karşılaştığı zorluklar şöyle gösterilmektedir:

“Gelişen olaylarla ilgili haberler Bakü’ye uzun süre SİTA aracılığıyla ve hem de genel kullanımda olan telgrafın yardımıyla dâhil oluyordu... AzTAG’ın editörleri “telgraf dilini” genel dile çevirir, sonra daktiloda çalışan elemanlar düzelmiş metni yazıyor, aynı metin dikkatle okunuyor, rotatör cihazında çoğaltılıyor ve yalnız bundan sonra SİTA haberleri gazetelere gönderiliyorlardı. Yerel basın için büyük haberler hazırlandığı dönemlerde ofis masalarında telgraf kâğıtları birikiyor ve belgelerin arasında kaybolmuş editörü bu kâğıt yığınının içerisinde görmek hiç de kolay olmuyordu” (Aslanov, 2010: 251).

Güney Kafkasya Federasyonu kurulduktan sonra 1923 yılının Mart ayında üç Güney Kafkasya Cumhuriyetinin haber ajansı ZaqTA (GKTA) adı altında birleştirildi. 1936’da ise AzerTA yeniden bağımsız enformasyon organı olarak faaliyetini devam ettirdi (Aslanov, 2013: 115-116).

#### **5.4. AzerTac’ın 2. Dünya Savaşı Yıllarındaki Faaliyetleri**

Faşist Almanya’sının SSCB’ye ani hücumu barışçı yapılanma işlerini durdurdu. O zamanki büyük ülke yani SSCB ve buna paralel olarak Azerbaycan’ın hayatı, savaş atmosferine büründü. Savaşın ilk günlerinde Moskova ile iletişim kesildiği için AzerTA bütün haberleri önce sıradan telgrafla, sonra da radyo yoluyla alıyordu. Ajansın bütün çalışanları gece-gündüz iş başındaydı ve AzerTA’nın savaş muhabirleri savaşın olduğu ön cepheden hazırladıkları haberleri doğrudan ajansa gönderiyorlardı (Aslanov, 2013: 116).

Azerbaycan Telgraf Ajansı kimliği ile kanlı savaş yıllarında çalışanlar arasında Resul Rza, Gılman İlkin, Abbas Zamanov, Cemşid Emirov, Nüsret Bağirov, Mihail Pleskaçevski ve onlar gibi pek çok ünlü isim vardı. Ünlü bilim adamı, Tarih Enstitüsü’nün direktörü İsmayıl Hüseyinov da “Kızıl Ordu” savaş gazetesine redaktör yardımcısı olarak gönderilmişti. O, aynı zamanda AzerTA’nın savaş muhabiriydi. Onların kışın soğuşunda, yazın sıcağında ateş yağmuru altında siperlerde yazdıklarını, Azerbaycanlı askerlerin savaştaki kahramanlıklarını konu alan haberleri AzerTA hızla yaymaktaydı. Bu haberler radyoda seslendiriliyor, gazete sayfalarında basılıyordu. Ülke halkı hem kendi topraklarında hem de uzaklarda Azerbaycan’ı koruyan Hezi Aslanov’un, İsrafil Memmedov’un, Mezahir Abasov’un ve yüzlerle, binlerle diğer Azerbaycanlı askerinin kahramanlığından AzerTA’nın bilgileri ile haberdar oluyorlardı (Aslanov, Musayev ve

İsmayılov, 2008: 26). Savaş muhabiri olarak çatışma alanına giden ünlü şair Resul Rza ajansın ve onun çalışanlarının fedakârlığı hakkında kendi hatıralarında yazıyordu:

“...1941 yılının sonlarında ülkenin önde gelen şair ve yazarları ile birlikte ben de Novorossiysk’e geldim. Burada ordu Kırım’a askeri çıkarma yapmaya hazırlanıyordu. Askerler arasında çok sayıda Azerbaycanlı asker de vardı. Samet Vurgun ve ben bir kaç gün defalarca askerler karşısında konuşma yaptık. O zaman ben kendimi savaş muhabiri gibi denemeye karar verdim.

Azerbaycanlılardan oluşan askeri birliklerin olduğu Kırım cephesine siyasal birim elemanlarından oluşan grup gönderiliyordu. Gruba beni de dâhil ettiler. AzTAG’ın başkanlığı ile anlaşarak bana savaş muhabiri kimliği verdiler. Bir gün sonra akşam ben sevgili şehrim – savaşın en önemli yakıt rezervi olan Bakü’ye veda ettim.

Görünüş itibariyle Bakü’yü hatırlatan Kerç şehri ilk andan bana çok yakın gözüktü. Almanlar her gün bir kaç kez şehri bombalıyorlardı. Bizim cephe gazetesinin redaktörü sığınaklara taşınmaya mecbur kaldı.

Sık sık ön cepheye gidiyor, geceyi yeraltı sığınaklarda, siperlerde Azerbaycan birliğinin komutanları ve askerleri ile geçiriyorduk. Azerbaycan Telgraf Ajansı’nın savaş muhabiri olduğumu onaylayan kimlik bana ordunun haberleşme idaresine gitmeye olanak sağlıyordu. Askeri telgrafla Kırım cephesi askerlerinin fedakârlıkları hakkında kısa haberler, kendi vatandaşlarımızın hünelerinden bahseden küçük makaleler gönderiyordum.

Uzun zamandı Bakü’den haber almıyordum, yazılarımın ulaşip ulaşmadığını bilmiyordum. İki aydan sonra Bakü’den cepheden gönderdiğim yazılarımın basıldığı bir bavul gazete aldığımda nasıl sevindiğimi anlatamam” (Aslanov, 2010: 261-262).

Savaştan sonraki yıllarda ekonomik, sosyal, siyasi ve kültürel hayattaki başarılar yeniden AzerTA’nın temel konusu hâline gelmişti. Ajans ülkenin sosyal ve siyasi hayatındaki değişikliklerden, ekonomik yapıya; ülkedeki şehirleşme hareketlerinden, bilim ve sanat alanındaki faaliyetlere kadar pek çok konuda içerik üretmeye başlamıştı. Bu denli geniş yelpazedeki haberler SİTA aracılığıyla Sovyet İttifakına ve yabancı ülkelerin basınına ulaştırılıyordu (Aslanov, 2013: 118).

## 5.5. AzerTac’ın 1970’li Yıllardaki Durumu

1969 yılının Temmuz ayında Haydar Aliyev’in Azerbaycan’da siyasi yönetime gelmesi ülke hayatındaki dönüm noktasının başlangıcı oldu. O yıllar Azerbaycan’da milli ruh ve milli kimliğin hayat bulduğu bir dönemdi. Bu bakımdan eğitimin, bilimin ve kültürün gelişmesine büyük özen gösteriliyordu. Böyle bir zamanda basın da dikkatten kaçamazdı

(Aslanov, 2013: 221). Sosyal hayatın ve milli şuurun yeniden inşasında medyanın rolünü de göz önünde bulunduran siyasal yönetim bu yönde çalışmalarına başladı.

Haydar Aliyev İttifak'ın bütçesinden Azerbaycan'a o zamana kadar görülmeyen, yüksek meblağda bütçenin ayrılmasına ön ayak olmuştu. Bu adım, eğitimin, bilimin, kültürün gelişmesine büyük ivme kazandırmakla beraber ülkenin İttifak çapında nüfuzunun artması ve dünyada tanınmaya başlaması anlamına da geliyordu (Aslanov, 2011b: 100-101).

Bu gelişmeler ülkenin basın hayatını da etkilemiş, 1972 yılının Haziran ayında Bakanlar Kurulunun kararıyla Azerbaycan Enformasyon Ajansı – Azerinform olarak adlandırılan ajans, o dönem için ileri teknik ekipmanla donatılmıştı. SİTA Moskova'daki baş ofisini bilgisayar teknolojileriyle donatmaya başladığı zamanlarda, Haydar Aliyev'e saygı belirtisi olarak, birlik ülkeleri arasında Ukrinform'dan sonra Azerinform'u dönemin çağdaş "Olivetti" markalı bilgisayarlarıyla donatmıştır. Böylece, 1970-1980 yıllarında o dönemin en son bilişim teknolojileri ve ekipmanlarıyla donatılan Azerinform geçmiş Sovyet ülkelerinin enformasyon ajansları arasında hem yüksek maddi-teknik olanaklarına, hem de ileri düzeyde yaratıcılık potansiyeline göre ön sıralarda yer almayı başarmıştı (Aslanov, 2013: 118).

Azerinform o zamanlar SİTA'nın enformasyonlarını kabul edip Güney Kafkasya cumhuriyetlerine ileten merkezdi. Bu kurumun çalışanları SİTA ekibiyle birlikte yurtdışına gidiyor, orada çalışarak doğrudan olay yerlerinden – bu veya diğer ülkede gerçekleştirilen Azerbaycan günlerinden, Azerbaycan ressamlarının sergi açılışlarından, kültür günlerinden ve diğer etkinliklerden haberler gönderiyorlardı. Bu listede Paris, Prag, Havana, Montreal, Rotterdam, Hamburg, Sofya ve Cezayir gibi şehirlerin isimleri vardı. Ajansın muhabirleri, Küba'nın, Kanada'nın, İtalya'nın çeşitli gazete ve dergilerinin talebi doğrultusunda kapsamlı çalışmalar hazırlayıp gönderiyorlardı (Aslanov, 2013: 119).

## **5.6. AzerTac'ın 1990'lardaki Faaliyetleri ve 20 Ocak Katliamı**

1990 yılının Ocak ayında Sovyetler Birliği ordularının Azerbaycan'a saldırarak sivilleri katletmesi ülkeye ağır darbe vurdu. Savaş sürecinde gazetelerin çıkarılmasına izin verilmiyor, enerji hatları sabote ediliyor, radyo ve televizyonlar yayın yapamıyordu. Hâl böyle olunca ülkede yaşananlar hem içeride hem de dışarıda duyurulamıyordu. İnsanlar

son olaylardan sadece ajansın Bakü'nün farklı yerlerinde duvarlara yapıştırdığı bültenler vasıtasıyla haber alabiliyorlardı. Bu bültenlerdeki haberler ise dönemin yönetiminin hiç hoşuna gitmiyordu. Lakin Azerinform'un gazetecileri, meslek ilkelerine sadık kalarak gerçek delillere dayalı haberleri halka iletiyorlardı. Haberlerin başlıca değeri ilk olarak operatif olmasındaydı. Bu haberler Azerbaycan ve Rus dillerinde yayımlanıyor, bazen Azerinform'un kendi muhabirleri vasıtasıyla ülkenin diğer bölgelerine iletiliyordu. Kâğıtlar gizli şekilde hazırlanıyor ve hava kararınca da Bakü'nün çeşitli mahallelerinde evlerin duvarlarına yapıştırılıyordu; ancak sabah saatlerinde Sovyet askerleri haber kâğıtlarını duvarlardan koparıyorlardı. O günlerde yaşananları olduğu gibi sergileyen Azerinform'un foto vitrininin akıbeti de bu şekilde sonuçlandı (Aslanov, 2011b: 103-104).

Azerbaycan halkının dışarıya yansımaya durumunu duyurmak amacıyla ajans büyük bir gayret göstermiştir. Hatta ajans çalışanlarının çabasıyla “İlan Edilmeyen Savaş”, “İki Yıl Süren Facia” ve “Ermeni Terörü” gibi o zamanki Sovyet yönetiminin desteklediği Ermenistan'ın agresif bir siyasi tutum sergilediğini kanıtlamaya çalışan bir dizi fotoğraf albümü de yayımlanmıştır. Bu 3 albüm İngilizce ve Rusça olmak üzere iki dilde ve her biri 50 bin nüsha olacak şekilde basılıp dağıtılmıştır. “Hocalı Soykırımı”, “Enformasyon Ablukasından Çıkmak” isimli albümler ise yine İngilizce ve Rusça; fakat 10'ar bin nüsha olarak yayımlanmıştır (Aslanov, Musayev ve İsmayılov, 2008: 12).

Dağlık Karabağ'da Ermeni ayrılıkçıların ortaya çıkması ve akabinde Ermenistan'ın askeri saldırıları, bağımsızlığını yeni kazanmış Azerbaycan'ın silahlı çatışmaya dâhil olmasıyla sonuçlandı. Ermenistan, başta Sovyet Rusya olmak üzere lobisinin güçlü olduğu bazı ülkelerden finansal ve askeri destek alacağını düşünerek Azerbaycan topraklarının %20'sini işgal etmiş ve 1 milyondan fazla mecburi göçmenin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu durum da Azerbaycan'ı beşerî felaketlerle karşı karşıya bırakmıştır. Böyle bir ortamda Azerinform'un muhabirleri aynı zamanda savaş bölgelerine, yurtlarından uzak kalan insanların geçici olarak yerleştikleri çadır kamplarına giderek materyaller hazırlıyor ve ülkenin durumuyla ilgili gerçekleri dünya kamuoyuna iletmeye çalışıyordu. O yıllarda Azerinform'un ve “Azerbaycan” neşriyatının çabasıyla çeşitli yayınlar yapılıyor ve Ermenistan'ın uluslararası normlara aykırı biçimde, saldırgan bir politika güttüğünü duyurmaya çalışıyor ve yaşanan olayların da nesnel olarak ortaya koyulması için çaba gösteriyorlardı (Aslanov, 2013: 120).



## 6. SSCB SONRASI DÖNEMİ AZERTAC

### 6.1. AzerTac'ın Yeniden Yapılanma Süreci

1991 yılında Bakanlar Kurulu Azerbaycan Devlet Enformasyon Ajansı hakkında bir karar kabul etti. İki bölümden oluşan bu kararın birinci bölümünde Sovyet İttifakı Telgraf Ajansının faaliyetinin daha da geliştirilmesi ve paylaştığı enformasyonun hızlı ve yüksek kalitede olması amacıyla gerçekleştirilecek işler yer almaktaydı. Kararın ikinci bölümü ise Azerbaycan'ın Devlet Enformasyon Ajansı (Azerinform) hakkında Yönetmeliğin onaylanması ile başlıyor ve diğer fıkralarında da özetle şunlar vurgulanıyordu: Azerinform gerekli durumlarda dergiler, gazeteler ve diğer haber ürünlerinin yayınlanması ile ilgili görevlendirilsin. Devlet daireleri için bilginin toplanması, yayınlanması devlet hizmeti niteliğindedir ve gerçekleştirilecek işler devlet bütçesi hesabına ödensin. Ülke ekonomisi ile ilgili olan kurumlar, ajansın normal faaliyetini devam ettirebilmesi için maddi-tekniğe açıdan gerekli kaynakları sağlasın. İletişim Bakanlığının belirli kolları ve ekipmanları Azerinform'un şubelerinin ve muhabir birliklerinin kullanımına sözleşmeyle olacak şekilde açılsın. Azerinform ve onun birliklerinin temsilcilikleri ve fototelegramları İletişim Bakanlığının iletişim kanalları yoluyla hükümet telegramları kategorisinde gönderilmekte, telefon konuşmaları ise elzem durumlarda ikinci acillik kategorisi olarak değerlendirilsin. Azerinform'un faaliyetinin geliştirilmesi, maddi-tekniğe rezervinin iyileştirilmesine dair görevleri yerine getirmesi ve sosyal problemlerin çözülmesi için gerekli ortamı yaratmak amacıyla ajansa bağlı olan işletme ve birimler bütün vergilerden azat edilsin. Bu amaçlar için ticari faaliyetlerden gelen bütün gelirlerden ve diğer bütçe dışı gelir kaynaklarından özgür şekilde kullanılmasına izin verilsin (Aslanov, 2011b: 105-107).

Bakanlar Kurulunun kabul ettiği bu karar SSCB'nin parçalanmak üzere olduğu dönemlere denk geldiği için hiçbir yasal güce sahip değildi ve bu nedenle de ajansın ayakta kalması için hiçbir yararı olmamıştı. Farklı siyasi görüşlerin hakim olduğu bu dönemlerde ajans tamamen dikkatten kenarda kalmış, devlet bütçesinden finanse edilmesi durdurulmuş ve sonuç itibarıyla hiçbir statüsü olmayan bir kuruma dönüşmüştür. Dönemin cumhurbaşkanı Ebülfez Elçibey 18 Aralık 1992 tarihinde "Azerbaycan Devlet Enformasyon Ajansının (Azerinform'un) tarihi adının geri kazanılması hakkında" karar imzalamıştır. Bu düzenlemeden sonra Azerinform Azerbaycan Devlet Telgraf Ajansı- AzerTac olarak faaliyetini devam ettirmiştir. Bu gelişme ajansa teknik olarak bir şey katmamış, gerekli

desteği alamayan ajans kısıtlı ve uzun süre ödenmeyen maaşlardan dolayı deneyimli çalışanlar kurumu terk etmek durumunda kalmışlardı. Bu düşüşleri, Sovyet İttifakı Telgraf Ajansı – SİTA Azerbaycan halkının yaşadığı facialara ilgili haberleri kesin bir şekilde yayımlamaktan imtina ederek daha da zorlaştırmaktaydı. Oldukça seçici davranarak yayımladığı haberlerin içeriği ise Ermenistan'ı destekler nitelikteydi. AzerTac'ın dünyaya çıkışının olmaması ülkenin enformasyon blokajına girmesiyle sonuçlanmıştı. Komşu ülkelerle bile bilgi akışını sağlayamayan AzerTac sadece yurtiçindeki basın kuruluşlarına haberler aktara bilmekteydi. Dünyayla ilişkisi kesilen Azerbaycan iç savaş tehlikesinin eşindeydi (Aslanov, 2011b: 108)

## **6.2. Azerbaycan'ın Bağımsızlığını Kazandığı Dönemde AzerTac'ın Faaliyetleri**

15 Haziran 1993 tarihinde siyasal iktidara geri dönen Haydar Aliyev'in bu adımı hem ajans hem de Azerbaycan tarihinde yeni dönemin başlamasıyla sonuçlandı. Aslanov'a (2013: 121) göre Azerbaycan'ın o zamanki yönetimi ajansın faaliyetinin modern taleplere uygun seviyede kurulmasına gerekli dikkati göstermemişti. Oysaki zaman ajansın işinin yeni devrin taleplerine cevap verecek finansal-teknik altyapıyla ve dünya standartları seviyesinde kurulmasını ve geliştirilmesini talep ediyordu. Bu durumun farkında olan Haydar Aliyev, kamu için basının aynı zamanda haber ajansının önemini yüksek değerlendirdiği için devlet enformasyon organının modern talepler seviyesinde kurulmasına özel dikkat göstermiştir.

Aslanov'a (2011a: 109) göre Haydar Aliyev Nahcivan'dan Bakü'ye geldiği, Ali Kurulun başkanı olduğu ve cumhurbaşkanı görevlerini yerine getirdiği ilk zamanlardan itibaren, Ermenistan'ın Azerbaycan'a askeri saldırısının devam etmesini, toprakların işgal edilmesini dünya kamuoyuna, uluslararası birliklere beyan etmekteydi. Böylece ülkenin enformasyon blokajından çıkmasının temeli atılmış oldu. Bu bakımdan, 26 Temmuz 1993 yılında Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyinin başkanına gönderilmiş, kopyası ise genel sekretere yönelik mektup bunun bariz örneğidir. Mektupta Ermenistan'ın Azerbaycan'a karşı saldırgan siyasetine dikkat çekiyordu.

“Bağımsız Azerbaycan devletinin arazisinin parçalanmasına yöneltilmiş Ermeni saldırısının devam ettirilmesi ve büyütülmesi sonucunda ülkemde yaranmış gergin durum beni bu mektupla size müracaat etmeme mecbur kılıyor...”

Dağlık Karabağ'ı kendi topraklarına birleştirmek hakkında haince kararlar kabul edilmesinde renklerini belli eden siyasi saldırıdan başlayan ve akabinde gizli ajanlar, teröristler ve silahlar gönderilmesiyle devam eden Ermenistan bu gün Azerbaycan toprağında geniş kapsamlı askeri operasyon gerçekleştiriyor...

Dağlık Karabağ'da faaliyet gösteren Ermeni silahlı birliklerinin Ermenistan Cumhuriyetine tabi olmadıklarıyla ilgili Ermeni tarafının söyledikleri tamamen gerçek dışıdır..." (Aliyev, 1997: 44).

Haydar Aliyev'in cumhurbaşkanı olarak ilk yurtdışı ziyaretini 1993 yılının Aralık ayında Fransa'da gerçekleştirmesi de bir tesadüf değildi. O, bunun sebebinin 21 Aralık'ta Paris'te basın toplantısında verdiği beyanatında da açık bir şekilde belirtmiştir:

"Burada bulunduktan sonra daha çok emin oldum ki, Azerbaycan ile Fransa arasında ilişkiler son derece zayıf olmuştur ve Fransa'da Azerbaycan hakkında bilgi çok azdır. Bazen objektif olmayan bilgi ülkemiz, Azerbaycan devletinin adımlarıyla ilgili yalan-yanlış fikir yaratıyor. Bu sebepten, düşüncem şu ki, Fransa ziyareti iki ülkenin başkanları arasında yoğun karşılıklı ilişkilerin, iki taraflı ilişkilerin gelecekteki ilerlemesiyle birlikte, Fransa'da Azerbaycan'ın daha iyi bir şekilde tanıtılması açısından da önemli ehemmiyete sahiptir" (Aliyev, 1997: 293).

Aslanov'a (2011a: 109-110) göre Fransa'nın dünyada güçlü Ermeni diasporası olan bir ülke olduğunu dikkate alınır Azerbaycan'ın onunla ilişki kurması, Avrupa ve dünya siyasetinde büyük rolü olan Fransa'da Azerbaycan Cumhuriyeti ile ilgili gerçeklerin yayılması açısından oldukça önemliydi. Bu konuyla ilgili, Fransa'nın Azerbaycan'daki ilk büyükelçisi Jean Perrin 14 Temmuz 1994 yılında AzerTac'ın muhabirine verdiği röportajda şunları söylemişti:

"Doğrusunu söylemek gerekirse, Azerbaycan'ı Fransa'ya Haydar Aliyev tanıttı. Onun Fransa temasına kadar bizim ülkedeki Ermeni yandaşları Azerbaycan aleyhine propagandaları ile amaçlarına ulaşmaya çalışıyorlardı... Cumhurbaşkanı Haydar Aliyev'in Fransa yolculuğu olayları doğruya yönlendirdi. Onun bizim ülkedeki konuşmaları, bildirimleri Azerbaycan siyasetini ve bölgedeki siyasi durumu doğru şekilde değerlendirmeye fırsat yarattı. Azerbaycan Fransa için daha anlaşılabilir daha yakın bir ülke oldu. Şimdi Fransa'daki Ermeni azınlığı çatışmanın ve arazi değişikliğinin anlamsız olduğunu ve gerçekleşebilecek bir iş olmadığını biliyorlar" (Perrin, 2004: 219).

Haydar Aliyev Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyinin daimi üyeleri olan Büyük Britanya ve Çin Halk Cumhuriyetine 1994 yılının Şubat ayında resmi ziyaretlerde bulunmuştu. Bu ziyaretler zamanı üst düzeyde yürütülen konuşmalar devletlerarası iletişimin ilerletilmesi bakımından oldukça önemliydi. Lakin bu ülkelerin çeşitli



kurumlarının temsilcileri ile gerçekleştirilen görüşlerin Azerbaycan'ın tebliği, halkın karşı-karşıya kaldığı sorunlar, ilk olarak, istem dışı sürüklenen savaş ve bunun ağır sonuçları, genel olarak Azerbaycan ve onun doğal kaynakları, ekonomik gücü, yabancı iş adamlarında sermaye yatırmak için fikir oluşturmak bakımından da çok önemliydi. Bu duruma örnek olarak Azerbaycan cumhurbaşkanının Büyük Britanya Sanayicileri Konfederasyonunda, Kral Uluslararası İlişkiler Üniversitesinde konuşmalarını, Pekinde basın konferansındaki bildirisini, Pekin Sosyal İlimler Akademisinde konuşmasını vurgulamak gereklidir. Aslanov'a (2011b: 110-111) göre, bu konuşmalar sıradan konuşmalar değil, bağımsızlık yoluna çıkmış, çok ağır ve zor sorunlarla karşılaşan, lakin geleceğe büyük ümit ve inamla bakan Azerbaycan hakkında her taraflı bilgi veren, derin içerikli, güçlü mantığa ve objektif delillere dayalı klasik bildirilerdi. Bahsi geçen konuşmalara aşağıdakiler örnek teşkil etmektedir:

“Karşınızda Azerbaycan'ın haritasını görüyorsunuz. Siz burada Azerbaycan'ı, onun sınırlarını, Nahcivan Özerk Cumhuriyetini de açık şekilde görüyorsunuz. 1923 yılından itibaren Dağlık Karabağ Özerk Vilayeti Azerbaycan'ın bir parçası olmuştur. 1987 yılının sonları – 1988 yılının başında Karabağ Çatışması denilen yapay şekilde oluşturulmuş bir çatışma gerçekleştirilmiştir... Silahlı Ermeni birlikleri askeri işlemleri ilerleterek sadece Dağlık Karabağ Özerk Vilayetini değil, Vilayetin sınırlarından çok kenarda Azerbaycan arazisinin de büyük bir parçasını işgal etmişlerdir... Bu saldırılar sonucunda 350 bin nüfusu olan Nahcivan Özerk Cumhuriyeti tamamıyla bloke edilmiştir... Bütün bunlar Ermenistan tarafından yürütülen saldırıların sonucudur...” (Aliyev, 1997: 424-425).

1994 yılında Azerbaycan ile dünyanın lider petrol şirketleri arasında imzalanan ve “Asrın Anlaşması” olarak adlandırılan ilk petrol anlaşması, ülkenin yeni petrol stratejisi açısından önemli yer tutmuş ve sonraki anlaşmalar da ülkenin kalkınmasında yeni dönemin başlangıcı olmuştur (Aslanov, 2011a: 20). Bu gelişmeler Azerbaycan gerçeklerinin dünyaya duyurulması bakımından da önemli adımlar olarak nitelendirilmiştir.

3 Mart 1995 yılında Cumhurbaşkanı Haydar Aliyev Azerbaycan Telgraf Ajansı'nın yeniden kurulması hakkında kararname imzaladı. Bu kararnameyle ajansın tarihi adı saklı kalmakla birlikte ona devlet enformasyon organı statüsü verilerek Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Bakanlar Kurulu'na bağlı Devlet Telgraf Ajansı kuruldu. AzerTac'ın mali sıkıntıları dikkate alınarak, onun esasen devlet bütçesinden yararlanması sağlandı. Bakanlar Kurulu cumhurbaşkanının kararnamesinin icrasıyla ilgili karar kabul ederek,

somut eylemlere geçti. Bu kararnamenin AzerTac'ın faaliyetinde yeni bir dönemi başlattığını söylemek mümkün (Aslanov, 2013: 121).

29 Haziran 1996 yılında "Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu yanında Azerbaycan Devlet Telgraf Ajansının işinin geliştirilmesi hakkında" Cumhurbaşkanı Talimat vermiş ve onun icrasıyla ilgili Bakanlar Kurulu tarafından karar kabul edilmiştir. Bu kararlar ajansın işinin özgüllüğü dikkate alınarak AzerTac'ın maddi-teknik altyapısının güçlendirilmesine yönelik bir takım tedbirler alındı. Ajansın tarihinde ilk defa ABD, İran, Almanya, Fransa, Türkiye, Londra, Aşkabat, Tiflis, Moskova ve Taşkent'te temsilcilikler açıldı. Yabancı dillerde haber hazırlayan ve yayan editoryal ofisler kuruldu (Aslanov, 2011a: 20-21).

Gerçekleştirilen bu işler sonucunda AzerTac'ın faaliyetinde de esaslı değişiklikler görülmüştür. Teknik donatımın geliştirilmesi ajansın işinde verimliliğe, enformasyonun kabulü, işlenmesi ve iletilmesindeki hızın artmasına sebep olmuştur. Sonuç itibarıyla önceki yıllarla mukayese edildiğinde yayılan enformasyonların sayısının 10 kattan fazla arttığı görülmüştür (Aslanov, 2013: 122).

17 Ocak 2000 yılında, AzerTac'ın 80. yılının yaklaştığı bir zamanda Cumhurbaşkanı Haydar Aliyev, ajansın faaliyetinin geliştirilmesi hakkında bir kararname imzaladı. Yıldönümü ile ilgili Azerbaycan Cumhurbaşkanının kararnameleriyle ajans çalışanlarının bir grubu ödüllendirildi. Haydar Aliyev'in ajansın 80. Yıldönümünün yaklaştığı tarihlerde ajansın kolektifine gönderdiği tebrik mektubunda şöyle yazıyordu:

"1991 yılında bağımsızlığına yeniden kavuşmuş Azerbaycan Cumhuriyeti hukuki, demokratik ve laik devlet kuruculuğu yoluyla inamla ilerlemektedir. Bağımsızlığımızın daha da sağlamlaştırılmasında, ülkemizin sosyal-siyasi, ekonomik ve kültürel hayatının tüm alanlarını kaplayan köklü reformların, gerçekleşen gelişimsel değişikliklerin, Ermenistan'ın ülkemize saldırısı ile oluşmuş bileşik sosyo-ekonomik ve insani sorunların çözülmesinde, dünya arenasına çıkartılmasında AzerTac'ın faaliyeti büyük önem taşımaktadır.

Son yıllar AzerTac'ın faaliyetinde belirgin ilerlemeler oluşmuş, onun maddi-teknik altyapısının güçlendirilmesi, işinin geliştirilmesi ve daha hızlı, verimli olması için mühim önlemler alınmıştır. Lakin bilimsel ve teknik ilerlemenin medya için, özellikle de elektronik iletişim araçlarının engin gelişimi için oluşturduğu tüm imkanlar her gün yenilenmesini ve dünya biliminin bu alandaki başarılarının kapsamlı şekilde uygulanmasını talep etmektedir. Bu nedenle, AzerTac'ın kolektifi milli gazeteciliğimizin asil vatanseverlik geleneğini liyakatle devam ettirmekle

beraber, dünya enformasyon mekânında iyi bir yer tutmak için azimle çalışmalıdır” (Aslanov, 2011a: 21-22).

### 6.3. Modern Zamanda AzerTac ve Onun Dünya Ajanslarıyla İlişkileri

2005 yılı AzerTac’ın tarihi açısından önemli bir yer teşkil etmiş ve ajans 85. yıldönümünü kutlamıştır. Haydar Aliyev’in ajansın yıldönümü arifesinde – 28 Şubat’ta imzaladığı Kararnameyle AzerTac’ın çalışanlarından 13 kişi “Taraggi” madalyasıyla ödüllendirilmiş, 5 kişiye ise “Emektar Kültür Çalışanı” fahri unvanı verilmiştir (Aslanov, 2011a: 22).

Her geçen yıl AzerTac hem yabancı dil hem de tanınma ve ülkenin sesini duyurma coğrafyası olarak hatırı sayılır şekilde yol kat etmektedir. Ajans, bugün resmi bilgilerle beraber devamlı bir şekilde Azerbaycan Türkçesi, İngilizce, Rusça, Fransızca, Almanca, Arapça ve Çince olmak üzere 7 dilde siyasi, sosyal, sağlık, kültürel, bilim, spor vb. konularda güvenilir kaynak olarak enformasyon yaymaktadır. AzerTac modern internet çağının teknolojik yeniliklerine de ayak uydurarak çocuklara yönelik bilgi ve video görsellerden oluşan siteler de oluşturmuş ve faaliyet alanlarını farklı bir yönde de geliştirmektedir.

AzerTac, Anadolu Ajansı, TASS (Rusya), Şinhua (Çin), İRNA (İran), ANSA (İtalya), BTA (Bulgaristan), Ukrinform (Ukrayna), TANYUG (Sırbistan), AGERPRES (Romanya), BELTA (Beyaz Rusya), Moldpress (Moldova), ATA (Arnavutluk), MTI (Macaristan), MENA (Mısır), PETRA (Ürdün), ANTARA (Endonezya), MONTSAME (Moğolistan), Yonhap (Kore Cumhuriyeti), LETA (Letonya), Kabar (Kırgızistan), Kazinform (Kazakistan), KUNA (Kuveyt), Hovar (Tacikistan), KYODO (Japonya), BuaNews (Güney Afrika Cumhuriyeti), AGI (İtalya), QNA (Katar), ELTA (Litvanya), TELAM (Arjantin), PAP (Polonya), SPA (Suudi Arabistan), Asia Pulse Ltd. (Avustralya) ajansları ile işbirliği sözleşmeleri imzalamıştır. Bundan başka, Türkiye Gazeteciler Federasyonu (TGF) ile de ikili işbirliği sözleşmesi vardır (AzerTac, 2019).

Ajans 2-3 Ekim 2014 tarihinde gerçekleştirilen IV. Bakü Uluslararası İnsani Forumu kapsamında Vietnam Haber Ajansı (VNA), Malezya Milli Haber Ajansı (BERNAMA) ile de işbirliği sözleşmeleri imzalamıştır. Kazakistan’ın Uluslararası Enformasyon Ajansı Kazinform ile sözleşmesini yenileyen AzerTac, Birleşik Arap Emirlikleri Enformasyon Ajansı (WAM) ve Filistin Enformasyon Ajansı (WAFA) ile bilgi alışverişi alanında

işbirliği bildirisi imzalamıştır. 2015 yılında 95. yıldönümünü kutlayan AzerTac Türkmenistan'ın TDH, Slovenya'nın STA ve Japonya'nın JİJİPRESS ajansları ile de bilgi alışverişi sözleşmeleri imzalamıştır. Ajansın dünyanın 40 ajansı ile işbirliği sözleşmeleri mevcuttur (AzerTac, 2019).

2004 yılında Asya ve Pasifik Ülkeleri Haber Ajansı'na (OANA), 2008 yılında Avrupa Haber Ajansları İttifakı'na (EANA) üye olarak kabul edilmiştir. AzerTac, Bağımsız Devletler Topluluğu'nun üyesi olan ülkelerin Ulusal Haber Ajansları Birliği (ANİA), Türk dilli Haber Ajansları Birliği'nin (TKA), Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü'ne üye olan ülkelerin Ulusal Haber Ajansları Birliği'nin (BSANNA) kurucularından biridir (AzerTac, 2019).

Ajansın Azerbaycan'ın ilçeleri olmakla, ABD, İngiltere, Fransa, Almanya, Avusturya, Baltık ülkeleri, Macaristan, Rusya, Ukrayna, Mısır, Türkiye, Gürcistan, İran, Özbekistan, Türkmenistan, Çin, Japonya, İspanya, Romanya, İtalya ve İsveç'te temsilcilikleri faaliyet göstermektedir (AzerTac, 2019).

Dünya Haber Ajanslarının V. Kongresinin, Asya ve Pasifik Ülkeleri Haber Ajansları Örgütlerinin XVI. Genel Kurulunun (OANA), ve BDT Devlet Haber Ajansları Başkanları Konseyinin XXII. toplantısına Azerbaycan'ın ev sahipliği yapması AzerTac'ın uluslararası medya sektöründeki nüfuzu sayesinde gerçekleşmiştir (AzerTac, 2019).

2 Haziran 2014, 2 Mart 2015, 23 Mayıs 2016, 15 Kasım 2016 tarihlerinde AzerTac'ın organizasyonu ile Bakü'de Dünya Haber Ajanslarının Kongre Konseyi toplantıları yapıldı. Küresel çapta haber politikalarını belirleyen haber ajansları ittifakının, önde gelen haber kurumları başkanlarının ve temsilcilerinin katıldığı bu toplantı 2016 yılında AzerTac'ın ev sahipliği ile gerçekleştirilen Dünya Haber Ajanslarının V. Kongresine hazırlık amacı ile yapılmıştı. 16-18 Kasım 2016 yılında Haydar Aliyev Vakfı ve AzerTac'ın birlikte düzenlediği Dünya Haber Ajanslarının V. Kongresi ve OANA'nın XVI. Genel Kurulu gerçekleşti. Bu kongre ve kurulda 5 kıtayı, 80 ülkeyi ve dünyanın 130-dan çok önemli haber ajanslarını temsil eden 200 misafir AzerTac tarafından Bakü'de ağırlanmış ve medyanın güncel sorunlarını tartışmışlardır. Aynı zamanda kongrede AzerTac ile İspanya Uluslararası Haber Ajansı (EFE) arasında Çerçeve İşbirliği Anlaşması, Paraguay Bilgi ve

İletişim Sekretaryasının (SICOM) IP ajansı arasında işbirliği anlaşması ve Bahreyn Haber Ajansı (BNA) ile bir Anlaşma Protokolü imzalandı (AzerTac, 2019).

Dünya Haber Ajansları Kongresine ve OANA'ya başkanlık (2016-2019) eden AzerTac, düzenli olarak dördüncü yılında da insani işbirliğinin güncel konularını tartışmak için nüfuzlu bir mekan haline gelen Bakü Uluslararası İnsani Forumu çerçevesinde medya konularında bir yuvarlak masa toplantısı düzenliyor. Yuvarlak Masa toplantısına siyasi, sosyal ve kültürel isimler, saygın medya kuruluşlarının başkanları ve dünyanın dört bir yanından uzmanlar katılıyor (AzerTac, 2019).

Gazetecilik faaliyetine 1975 yılından başlayan Azerbaycan'ın tanınmış gazetecisi Aslan Aslanov'un ajansa unutulmaz katkıları olmuştur. Aslanov 2002 yılının Ekim ayında Haydar Aliyev tarafından AzerTac'ın başkanı olarak görevlendirilmiştir. Tecrübeli gazeteci başkanlık faaliyetini günümüzde de devam ettirmektedir.

## 7. SONUÇ

Çağdaş dönem insanı, teknolojik gelişmelerin sonucu olarak çok zengin iletişim mekanında yolunu bulma çabasındadır. Çeşitliliğin seçim hakkı ekseninde çoğunlukla desteklendiği dönemlerden, (daha çok) “sanal çevrelerin” yanlış yönlendirmeleriyle gerçeği arama yolculuğunun hüsrarla sonuçlandığı dönemlere gelinmiştir. Gerçeği/haberi iletmenin yolları ve sınırlarını sınırsız kâr arzusunun belirlediği bu dönem, kamu hizmeti yayıncılığının araştırılması, öğrenilmesi ve aktarılmasını elzem kılmıştır.

II. Dünya Savaşı’ndan sonra geliştiği gözlemlenen kamu haberciliğinin günümüzdeki yerini bir atasözülle özetlemek gerekseydi bu “Abanın kadri yağmurda bilinir” olurdu. Denetlenmesi güçleşen, haddinden fazla bilgi kirliliği ile sonuçlanan tecimsel kaygı aslında her türü ile Avşar ve Kaya’nın (2013) da dediği gibi bir kamu malı olan yayıncılığı degradasyona zorlamıştır. Bu durum yukarıdaki atasözünün muhtevasında olduğu gibi kamu hizmeti haberciliğinin yayıncılıktaki öneminin su götürür yeri olmadığını ispatlamaktadır.

Örneklendirmek gerekirse Azerbaycan Devlet Televizyonu’nu (AzTv) uzun yıllar, “sınırlı, yeknesak, geriatrik” olarak nitelendiren kitle, günümüzde bu kamu hizmeti yayıncısını değerlere sadık kalan, Azerbaycan Türkçesini doğru kullanan, eğitici içeriklerle zengin, tüketime iten, izleme kalitesini düşüren amorf bant reklamlarını almayan istikrarından dolayı bu alanda ülkenin tek örneği olarak değerlendirmektedir.

Azerbaycan Devlet Haber Ajansı (AzerTac) da yazılı basında örnek alınan kurum niteliğindedir. Yazar, bu durumu TRT Avaz Haber biriminde (Azerbaycan Masası) çalıştığı dönemlerde gözlemlemiştir. Haberlerin hem içeriği hem de Azerbaycan Türkçesine uygunluğu AzerTac’ın internet sitesi üzerinden yoklanmakta ve ajans güvenilir kaynak olarak devamlı izlenmektedir. Bütün ülke basını için geçerli olan bu durum, AzerTac’ın gazetecilik ilkelerine sadık kalarak sadece yayıncılık görevini gerçekleştirmemiş, bu özellikleriyle toplumsal yapının gelişimine katkıda bulunarak tam anlamıyla kamu hizmeti sergilemiştir.

AzerTac, zamanla minimal ve mütevazı bir yayın kuruluşu olmaktan çıkıp Azerbaycan'ın dünyadaki sesine dönüşmüştür. Bunu ise Haydar Aliyev'in gazetecilik mesleğine, basına verdiği müstesna dikkati sayesinde başardığı belgelerce ispatlanmıştır.

Çalışmanın saptadığı en önemli sonuçlarından biri, bugün Azerbaycan'ın ilk milli matbu organı olan "Ekinçi" (22 Temmuz 1875) gazetesinin varisi olarak nitelendirilen AzerTac ile ilgili Türkçe literatürde bilgilerin yetersiz olduğudur. AzerTac Haber Ajansının geçirdiği tarihi süreç, bugünkü çalışmaları, komşu ülkeler ve dünya ülkeleriyle işbirlikleri ajans gazeteciliği adına farklı yönlerden araştırılmalı, çok yönlü okumalar yapılarak ajansın tanınmasıyla ilgili bilgi eksikliği giderilmelidir. Öneri olarak detaylandırmak gerekirse;

AzerTac'ın Sovyetler döneminde ve sonrasında geçirdiği süreçler sadece bir ajans tarihi olmaktan çıkmıştır. Ajansın tarihi araştırılınca dünya tarihi, dünya siyaseti, meşhur siyasi kimlikler ile ilgili önemli bilgiler ortaya çıkmaktadır. Bu yönde çalışmalar yapılarak Türk dünyası basın tarihi ile ilgili olan edebiyatlara, dersliklere AzerTac ve geçirdiği süreçler dahil edilebilir.

Bu tarih, Azerbaycan da dahil olmak üzere bağımsızlığını kazanmış diğer Türk Cumhuriyetleri ve Türkiye'deki İletişim Fakültelerinde ortak kongre ve sempozyumlar düzenlenerek kapsamlı bir şekilde araştırılıp, daha büyük kitlelere ulaştırılabilir.

12 Aralık 2014 yılında AzerTac'ın Genel Müdürü Aslan Aslanov ile Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Zakir Avşar arasında gazetecilerin eğitimi konusunda işbirliğini güçlendirmek amacıyla görüşme yapılmıştır. Bu tarz görüşmeler ülkelerin gazetecilik alanında tecrübelerini paylaşmalarıyla beraber ajans tarihinin daha yakından öğrenilmesine de yardımcı olmaktadır. Bu işbirliği, Türkiye'nin diğer üniversiteleri ve Türk Dünyası üniversiteleri arasında da yapılabilir.

AzerTac'ın tarihi araştırıldığında birçok şifreli telgraf ve mektup ile önemli fotoğraflar ortaya çıkmaktadır. Bu tarihi delillerle ilgili fotoğraf sergileri düzenlenerek konuya dikkat çekilebilir.

Türkiye’de İletişim liseleri ve fakültelerinde AzerTac’la ilgili kompozisyon yarışması düzenlenebilir. Bu ve yukarıda listelenen önerilerin yazılı sonuçları farklı dillere çevrilerek basılabilir, daha global çapta tanıtım yapılabilir.

AzerTac’ın tarihinin araştırılmasını gerekli kılan bir diğer sebep ise Karabağ savaşıdır. Karabağ savaşı ile ilgili yapılacak araştırmalarda AzerTac’ın tarihinin incelenmesi çalışmaları güçlendirmek adına bir çok delil sunacaktır. Yukarıda da belirtildiği üzere, belirli mektuplar, çözülmüş telgraf metinleri Rusların (ve dolayısıyla Ermenilerin) art niyetlerine dair ipuçları bulundurmaktadır.

Sonuç olarak Azertac sadece demokratik gereksinim olarak ortaya çıkmamış, ülkenin içinde, komşu ülkelerde ve dünyada olanları halka ulaştırmak, gerçekleri paylaşmak, devletçilik anlayışına hizmet etmek ve Azerbaycan’ın dünyadaki dili olma ihtiyacından oluşmuş ve bugünkü gelişimine ulaşmıştır. Bu sebeplerden dolayı özellikle Türk Dünyası konusunu işleyen ilgili çalışmalarda araştırılması önemlidir.

Diğer yandan özellikle 20 ve 21. yüzyıllardaki teknolojik gelişim ve iletişim olanaklarının artmasıyla birlikte iletişimde yeni bir dönemin kapısı aralanmıştır. Bu mesafelerin kısaldığı dönemde değişen iletişim biçimleri ve yaklaşımlarıyla birlikte dünya McLuhan’ın (2011) dediği gibi "küresel köy"e evrilmiştir. Dünyanın dört bir yanında ve fiziksel olarak çok uzak mesafelerde olan insanlar bile birbirleri ve o yerlerle ilgili bilgi alır hale gelmiştir. İşte böylesi bir süreçte haber kavramının en temel unsurlarından olan doğruluk ve gerçeklik daha bir ön plana çıkmaktadır. Zira artık enformasyon daha ulaşılabilir hale gelse de bu enformasyonun doğruluğu ve gerçekliği hakkındaki şüpheleri azaltmak bir yana dursun daha da artırmıştır.

Savaşların cephesel olmaktan çıkıp form değiştirmesiyle birlikte dezenformasyon ve yönlendirmeler vasıtasıyla çeşitli propagandalar yapıldığı da çoğu iletişim kuramı ve araştırmacı tarafından tespit edilmiştir. Dünya üzerinde yaşanan siyasal değişimlerin de bundan uzak kalması kaçınılmazdır. Böylesi bir tarihsel süreçte bağımsızlık mücadelesi veren ve ulus devlet olma yolunda ilerleyen toplumların da iletişim araçlarını en etkin biçimde kullanmaya ihtiyaç duyduğu görülmektedir. Özellikle ülkeler, bu bağımsızlaşma sürecinde içeride yaşanan olayları ve kendi seslerini dünyaya duyurmak istemektedir.



Buradan hareketle bu çalışmanın merkezinde yer alan AzerTac'ın da Azerbaycan'ın Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliğinden ayrılma sürecindeki rolü büyüktür.

Azerbaycan örneğinden yola çıkılacak olursa ülkenin bağımsızlığını kazanma sürecinde pek çok güçlükle karşılaştığı görülmektedir. Bu tip zaman ve ortamlarda ise iletişimin önemi kat be kat artmaktadır. Ulus devlet olma yolundaki Azerbaycan, ülkede olanları dışarıda gerçek ve doğru bir şekilde duyurarak dezenformasyonun önüne geçmek istemekte, aynı şekilde dışarıda olup bitenleri de yine gerçek ve doğru şekilde öğrenerek halkına duyurmak istemektedir. İşte tam olarak burada da AzerTac'ın devreye girerek önemli bir misyon üstlendiği görülmektedir.

Bu çalışmanın ortaya attığı savlardan birisi de bağımsızlaşma sürecindeki devletlerin sesini duyurabilmesi ve dışarıda olanları öğrenebilmek için bağımsız, ulusal bir haber ajansına büyük bir ihtiyaç duyduğudur. Hem yukarıdaki bölüme hem de AzerTac'ın tarihsel gelişim süreçlerine bakıldığında ajansın üstlendiği bu misyonun önemine ve bunu yerine getirerek ülkenin bağımsızlık sürecine yaptığı katkı da ortadadır.

## KAYNAKLAR

- Akgüner, T. (1998). Kamu Hizmeti Yayıncılığı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7.
- Alemdar, K. (1981). *Türkiye’de Çağdaş Haberleşmenin Tarihsel Kökenleri- İletişim Sosyolojisinin Temelleri üzerine Bir Deneme*. Ankara: A.İ.T.İ.A. Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksekokulu Basımevi.
- Aliyev, H. (1997). *Bağımsızlığımız Sonsuzdur*. Bakü: Azerneşir.
- Aslanov, A. (2009). Küreselleşen Dünyada Enformasyon Herkes İçin. *Küreselleşen Dünyada Enformasyon Herkes İçin*. Bakü: Şark – Garp, 480.
- Aslanov, A. (2010). Azertac'ın Oluşum Süreci ve Tarihi Gelişme Dönemleri. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi*, 251.
- Aslanov, A. (2011a). *AzerTac 90*. Bakü: Şark -Garp.
- Aslanov, A. (2011b). *Modern Dünyanın Bilişim Ağında AzerTac'ın Yeri: Oluşum Tarihi ve Gelişim Aşamaları*. Bakü: Şark-Garp.
- Aslanov, A. (2013). *Devlet Siyasetinin Enformasyon Temini*. Bakü: Şark - Garp.
- Aslanov, A. Bengi, H. (2009). Türkdilli Ajansların Bakü Görüşü. *Türkdilli Ülkelerin Haber Ajansları Birliği Genel Meclisinin 7. Toplantısı*. Bakü: Şark - Garp. 168.
- Aslanov, A., Musayev, V. and İsmayılov, D. (2008). *AZERTAC'dan AZERTAC'a*. Bakü: Şark - Garp.
- Aşırı, A. (2009). *Azerbaycan Basın Tarihi (1875-1920)*. Bakü: İlim ve Tahsil Yayınevi
- Atabek, D. D. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi. *Kurgu*, 19, 223-238.
- Avşar, B. Z. (2005, Haziran). Kamu Hizmeti Yayıncılığı, Uluslararası Yaklaşımlar ve Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu. *Yeni Düşünceler Dergisi*, 1, 93-124.
- Avşar, B. Z., ve Öngören, G. (2003). *Radyo ve Televizyon Hukuku*. Ankara: Gökçe Ofset.
- Avşar, Z., ve Demir, V. (2005). *Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim*. Ankara: Piramit Yayıncılık.
- Avşar, Z., ve Kaya, E. E. (2013). *Medyanın İffeti*. Ankara: Altınpost Yayıncılık.
- Azerbaycan Halk Cumhuriyeti Parlamentosu. (1998). *Stenografi Raporları*. Bakü.
- Azerbaycan Tarihi* (Elm b., Cilt 5 ve 6). (2008). Bakü.
- Başaran, F., ve Geray, H. (2005). *İletişim Ağlarının Ekonomisi: Telekomünikasyon, Kitle İletişim, Yazılım ve İnternet*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Başkut, C. F. (1967). *Gazetecilik Dersleri*. İstanbul.

- BBC. (1993). *Responding to the Green Paper*. London: Published by the British Broadcasting Corporation, Broadcasting House.
- Bektaş, A. (1996). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Braudel, F. (1993). *Akdeniz ve Akdeniz Dünyası*. (M. A. Kılıçbay, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.
- Bülbül, A. R. (2000a). *Genel Gazetecilik*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Bülbül, R. (2000b). *Uluslararası İletişim*. Konya: Damla Ofset.
- Bülbül, R. (2001). *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Chalaby, K. J. (1996). Journalism as an Anglo-American Invention: A Comparison of the Development of French and Anglo-American Journalism, 1830s-1920s. *European Journal of Communication*, 11, s.303-326.
- Çakır, H. (2012). *Gazeteciliğe Giriş*. Konya: TABLET Yayınları.
- Çaplı, B. (2001). *Televizyon ve Siyasal Sistem*. Ankara: İmge Kitap evi Yayınları.
- Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Çebi, M. S. (1996, Güz Sayısı). Medyada Haber Seçiminin Teorik Boyutları. *Bilig Dergisi*, 247-265.
- Çebi, M. S. (2002). *Haberi Anlamak*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Daver, B. (1993). *Siyaset Bilimine Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Derbil, S. (1950). Kamu Hizmeti Nedir? *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 7, 28.
- Devran, Y. (2010). *Haber, Söylem, İdeoloji* (Birinci Baskı b.). İstanbul: Başlık Yayınları.
- Dursun, Ç., Duran, R., Cangöz, İ., Arsan, E., Eryılmaz, T., Yurdalan, Ö. ve Sucu, M. (2005). *Gazetecilik ve Habercilik*. İstanbul: Ser Matbaası.
- Ellul, J. (1967). *Histoire de la Propagande*. Paris: Universitaires de France.
- Ergül, H. (2000). *Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi* (Cilt 1. Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erol, A. (2006). Türk Kültür ve Fikir Hayatında Ekinçi (1875-1877). *Bilig*, 39, 54-69
- Galtung, J., and Ruge, M. (1965). *The Structure of Foreign News*. (A. J. 1982, Çev.) London-New York: Journal of International Peace Research.
- Girgin, A. (1994). Ajans Haberciliği. *Basılmamış Ders Notları*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*. İstanbul: Anka Basım.

- Girgin, A. (2001). Haber Ajansı (Agence de Presse) (News Agency). *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Dergisi*, 107-116. atillagirgin.net. adresinden alındı
- Girgin, A. (2002). *Uluslararası İletişim Haber Ajansları ve A.A.* İstanbul: Der Yayınevi.
- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i* (Cilt 2. Baskı). İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Girgin, A. (2005). *Haber Yazmak*. İstanbul: Der Yayınları.
- Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Gökçe, O. (1996). Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı. *Kurgu*, 11.
- Gönenç, Ö. (2004). *Medya Dünyası*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Gürsoy, A. B. (1999). TRT ve BBC'nin Anahaber Bültenlerinin Kamu Haberciliği Açısından Karşılaştırmalı Analizi. 32. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hartley, J. (1996). *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*. London: Arnold.
- Hillard, R. L. (1972). *Writing for Television and Radio*. New York: Hastings House Publishers .
- Hilmes, M. C. (2006). *Institutions: From Origins to Stability, (Edited by Michele Hilmes) The Television History Book*. London: BFI Publishing.
- Hohenberg, J. (1963). *Gazetecilik Mesleği*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Hornby, A. (1995). *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Oxford: Oxford University Press.
- International, L. I. (1972). Larousse McGraw-Hill International Book Company.
- İlal, E. (1989). *İletişim, Yıgınsal İletişim Araçları ve Toplum-Kavramlar, Kurumlar ve Kuramlar*. İstanbul: Der Yayınları.
- İnal, M. A. (1996). *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İnternet: AzerTac. (2019, Temmuz 10). *Uluslararası İlişkiler*. 2019 tarihinde azertag.az: <https://azertag.az/site/InternationalRelations> adresinden alındı
- İnternet: Reuters. (2008, Nisan 30). *Reuters Handbook of Journalism*. Mayıs 6, 2018 tarihinde [http://handbook.reuters.com/index.php?title=Main\\_Page](http://handbook.reuters.com/index.php?title=Main_Page) adresinden alındı
- İnuğur, M. N. (1982). *Basın ve Yayın Tarihi* . İstanbul: Çağlayan Kitabevi.
- Kapani, M. (1989). *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

- Kaptan, A. (1999). *Radyo-Televizyon Haberciliği ve Metin Yazma-Röportaj Teknikleri*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Kars, P. N. (2013). *Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Keane, J. (1991). *Medya ve Demokrasi*. (C. H. Şahin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kejanlıoğlu, B. (2004). *Medya Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı, Kamusal Alan*. (M. Özbek, Dü.) İstanbul: Hil Yayınları.
- Key, J. V. (1963). *Public Opinion and American Democracy*. New York: Alfred A. Knopf.
- Koloğlu, O. (1987). *Basımevi ve Basının Gecikme Sebepleri ve Sonuçları*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Koloğlu, O. (1992). *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın*. İstanbul: İletişim Yayınları-Cep Üniversitesi Dizisi.
- Kunelius, R. (1994). *Order and Interpretation: A Narrative Perspective on Journalistic Discourse*. (A. İnal, Çev.) European Journal of Communication.
- Küçüközyiğit, U. (2014). *Haber Üretim Sürecinde Haber Kararı ve Karar Aşamasında Öne Çıkan Faktörler*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Larousse, M. (1991). *Genel Görsel ve Tematik Ansiklopedi*. İstanbul: Aydın Kitaplar.
- Lule, J. (1989). 72nd Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. *News as Drama: The Study of News Language*, Washington DC., 43.
- Machiavelli. (1984). *Hükümdar* (S. Bağdatlı, Çev.) İstanbul: Sosyal Yayınlar, 1.
- Matelski, J. (2000). *Tv Haberciliğinde Etik*. (B. Ö. Düzgören, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- McLuhan, M. (2011, Temmuz 31). *The Gutenberg Galaxy*. Canada: University of Toronto Press.
- Mehdiyev, R. (2007). *Geçiş Toplumlarında Demokrasi. Geçiş Toplumlarında Demokrasi*. Bakü: Şark-Garp, 392
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum*. Ankara: TRT Genel Sekreterlik Baş Dağıtım Basım ve Yayım Müdürlüğü Ofset Tesisleri.
- Neill, W. M. (1989). *Dünya Tarihi*. Ankara: Verso-İmge Yayını.
- Nejdet Atabek, E. D. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayını.
- Oktay, A. (1987). *Toplumsal Değişme ve Basın*. İstanbul: B/F/S Yayınları.

- Oskay, Ü. (1983). *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Örnek, A. (1998). *1990-1992 ve 1996 Yıllarında Türk Basınında Alman İmajı: Karşılaştırmalı Bir İçerik Analizi*. Eskişehir. Ocak 2017 tarihinde alındı
- Özay, İ. (2002). *Günüşiğinde Yönetim* (1 Baskı). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Özbek, M. (2004). *Kamusal Alan*. İstanbul: Hil Yayınları.
- Özkök, E. (1982). *Sanat, İletişim Ve İktidar*. Ankara: Tan Yayınları.
- Perrin, J. (2004). *Haydar Aliyev Güçlü Şahsiyet, Zeki Politikacıdır / Dünyayı Hayran Bırakan İnsan*. Bakü: Azərneşr.
- Postman, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence-Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. (O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Price, V. (1989). Public Opinion Process. C. R. Chaffee. içinde, *Handbook of Communication Science*, London: Sage, 8-12.
- Price, V. (1992). *Public Opinion*. New York: Sage.
- Rigel, N. (2000). *İleti Tasarımında Haber*. İstanbul: Der Yayınları.
- Sander, O. (1989). *Siyasi Tarih-İlkçağlardan 1918'e*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Schlesinger, P. (1987). *Putting 'Reality' Together*. London and New York: Methuen.
- Sezer, D. (1972). *Kamuoyu ve Dış Politika*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Stanley Johnson, J. H. (1942). *The Complete Reporter*. (N. Rigel, Çev.) New York: Mc Millian Company.
- Şahin, M. (2012). *Ajans Gazeteciliği ve Haber Ajansları*. Ankara: Matsa Basımevi.
- Şenel, A. (1990). *Siyasal Düşünceler Trahi- Tarihöncesinde, İlkçağda, Ortaçağda ve Yeniçağda Toplum ve Siyasal Düşünüş*. Ankara: V Yayınları.
- Tamer, E. (1983). *Dünü ve Bugünüyle Televizyon*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Tekinalp, Ş. (2003). *Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo Televizyon* (1. b.). İstanbul: Der Yayınları.
- Tokgöz, O. (1994). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tokgöz, O. (2000). *Temel Gazetecilik* (4. Baskı b.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Tokgöz, O. (2006). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tokgöz, O. (2010). *Temel Gazetecilik* (8. Baskı b.). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Topuz, H. (1996). *100 Soruda Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Usluata, A. (1997). *İletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Yengin, H. (1994). *Ekranın Büyüsü: Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar*. İstanbul.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık, 8.

Yücedoğan, G. (1998). *Türkiye ve Fransa'da Gazeteci Kimliği Sorunu*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.

Yüksel, E., ve Gürcan, H.İ. (2005). *Haber Toplama ve Yazma*. Konya: Tablet Kitabevi.

Zeytinli, M. (1996, Aralık). Uluslararası Haber Dolaşımının Sorunları. *Yeni Türkiye Dergisi*, 96(12), 1101-1111.



## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ALYAROVA, Tahmina  
Uyruğu : Azerbaycan  
Doğum tarihi ve yeri : 11.07.1987, Laçın (Azerbaycan)  
Medeni hali : Evli  
Telefon : +90 534 230 13 55  
e-posta : alyarova@yahoo.com

### Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek Lisans	Gazi Üniversitesi, Radyo-Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı	Devam Ediyor
Lisans	Bakü Slavyan Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler	2010
Lisans	Bakü Slavyan Üniversitesi, Eleştiri Yazarlığı	2010
Lise	Bakü 99 Numaralı Okul	2005

### İş Deneyimi

Yıl	Çalıştığı Yer	Görev
2007 – 2009	Hocalı İlçe Valiliği, Şehir Konseyi	Ofis Asistanı
2012 – 2013	TRT Dış Yayınlar Daire Başkanlığı	Tercüman
2013 – 2015	TRT Avaz Kanal Koordinatörlüğü	Mütercim Spiker

### Yabancı Dil

Rusça  
Türkçe  
İngilizce





*GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..*

