

Sermaye-Haber Ajansları İlişkisinin Dönüşümü

Reuters Örneği

Hakan Yüksel

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi
Gazetecilik Bölümü

Abstract

Sermayenin enformasyon açlığı, kapitalizme dair yapısal bir nitelikler ve üretimin ulaştığı seviyeye koşut olarak bunu karşılama yöntemleri gelişme göstermiştir. Önceleri ticaret ve finans gazetelerine başvurulurken, sonrasında enformasyon akışı telgraf, telefon, teleks gibi daha güvenli ve hızlı araçlarla gerçekleşmiştir. Günümüzdeyse, bu noktada, enformasyon ve iletişim teknolojileri (EİT) öne çıkmaktadır. Haber ajanslarıysa ilk ortaya çıktıkları andan itibaren sermayenin enformasyon ihtiyacını karşılamaya yönelik hizmet vermiş ve bu yolda teknolojik gelişmeleri yakından takip etmiştir. Bu makalede, 20'inci yüzyılın son çeyreğinde kapitalizmin geçirdiği yapısal dönüşüm çerçevesinde, sermaye-haber ajansları ilişkisi Reuters'e odaklanarak irdelenmektedir. Reuters, dünyanın en büyük enformasyon tedarikçilerinden biridir ve ele alınan dönemdeki yapısal dönüşümün başını çeken aktörlerdendir. Makalenin temel varsayımı, günümüzde haber ajanslarının ikiye ayrıldığı, genellikle medyaya haber sağlayan "klasik" haber ajansları atıl konuma düşerken, sermayeye ekonomik ve finansal enformasyon sunan ve alım-satım hizmetlerinde aracılık yapan ajansların başat konuma geldiğidir.

Anahtar Sözcükler: Reuters, haber ajansları, yeni ekonomi, finans, EİT.

<http://ilefdergisi.org/2014/1/1/>

The Transformation of the Relationship between Capital and News Agencies The Case of Reuters

Hakan Yüksel

Ankara University Faculty of Communication
Department of Journalism

Abstract

Capital's need for information is a structural feature of capitalism and methods of satisfaction vary according to the level reached by production. Initially, commercial and financial newspapers were used for that purpose but later information flow was achieved by much more secure and rapid modes such as telegraph, telephone and telex. Nowadays, information and communication technologies (ICTs) are preponderant. From the first days of their appearance, news agencies have served to meet capital's information need and closely followed technological innovations with the intention of using them in their operations. This article explores the relationship between capital and news agencies in the framework of capitalism's transformation in the last quarter of 20th century. It focuses on Reuters, given that it is one of the major information suppliers of the world and a leading actor in the above-mentioned structural transformation. The main assumption of the article is that there are two groups of news agencies in today's capitalism and while 'classical' agencies offering information for media are becoming redundant, others agencies serving economic and financial information for capital and playing a dealer role in transactions are in a dominant position.

Keywords: Reuters, news agencies, new economy, finance, ICTs.

<http://ilefdergisi.org/2014/1/1/>

Giriş

Sermayenin enformasyon açlığı, kapitalizme dair yapısal bir niteliklerdir. Piyasada amansız bir rekabete tutuşan kapitalistler, hayatta kalabilmek amacıyla sürekli rakiplerini ve kendi konumlarını değerlendirme ihtiyacı hissederler. Haber ajansları, 19'uncu yüzyılda sermayenin bu ihtiyacını karşılamak üzere ortaya çıkmıştır. Hızlı ve güvenilir haberin sermaye için bedeli gözü kapalı ödenebilecek önemli bir "mal/hizmet" olduğunu bilen haber ajansları, bu amaçla, teknolojik gelişmeleri yakından takip etmiştir. Telgrafın, telefonun, uyduların, okyanus altına döşenen kabloların ve en nihayet yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin (EİT) başlıca kullanıcıları arasında olmuştur.

Kapitalizmin 20'inci yüzyılın sonunda geçirdiği dönüşüme bağlı olarak sermaye-haber ajansları ilişkisi yeni bir boyut kazanmıştır ve bunun gazetecilik ve habercilik açısından önemli sonuçları vardır. Günümüzde üç büyük uluslararası haber ajansını oluşturan Reuters, Associated Press (AP) ve Agence France-Presse (AFP) içinde sadece ilki ekonomik açıdan sağlam bir konumdadır. AP, merkezinin bulunduğu ABD'deki medya piyasasının devasa genişliği sayesinde ancak ayakta kalabilirken, AFP de Fransız hükümetinin sübvansiyonlarıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. Müreffeh konumda olması-

na rağmen Reuters de gelirlerinin ancak yüzde 3'lük bir kısmını medyaya yönelik hizmetlerinden edinmektedir (Thomson Reuters 2013a, s.6). Diğer ajanslardan farklı olarak Reuters'ın gelir kalemleri arasında aslan payını –EİT'lerle mümkün olan– gerçek zamanlı ekonomik ve finansal enformasyon sunumu ve finansal aracılık işlemleri oluşturmaktadır. Britanya kökenli ajansın bunu başarabilmek için bir dönüşüm geçirdiğini söylemek mümkündür.

Bu kapsamda çalışmanın temel varsayımı, günümüzde haber ajanslarının ikiye ayrıldığı, genellikle medyaya enformasyon sunan “klasik” haber ajansları zamanla sermayenin ihtiyaçlarını karşılama noktasında atıl konuma düşerken, gerçek zamanlı ekonomik ve finansal enformasyon sunumuna ve alım-satımlarda aracılığa odaklanan yeni ajansların başat konuma geldiğidir. Bu çerçevede çalışmada günümüz kapitalizminin temel niteliklerinin neler olduğu, kapitalizmin dönüşümüyle birlikte sermayenin enformasyon ihtiyacının nasıl farklılaştığı, bu süreçte EİT'lerin neden öne çıktığı sorularına yanıt aranacaktır. Bununla birlikte enformasyon piyasasının kompozisyonunun neden ve nasıl değiştiği, sermayenin farklılaşan ihtiyaçlarını gideren yeni ajansların nasıl geliştiği ve tarihleri 19'uncu yüzyıla kadar uzanan “klasik” haber ajanslarının neden atıl kaldıkları sorgulanacaktır. Tüm bu gelişmelerin gazetecilik/habercilik açısından yarattığı sonuçların neler olduğu da yanıtlanacak sorular arasındadır.

Haber ajanslarının güncel koşullarını kavramak açısından olduğu kadar geleceklere dair kestirimlerde bulunmak açısından da önem arz eden bu sorgulama, Reuters'e odaklanarak gerçekleştirilecektir. Zira Reuters çeşitli açılardan bu noktada en uygun çözümleme odağıdır. Öncelikle Reuters “klasik” bir haber ajansıyken dönüşüm geçirmiştir. Reuters'ın dönüşümünü ve bu süreçteki koşullarını ve tercihlerini değerlendirmek, tüm diğer “klasik” haber ajanslarını anlamak açısından da aydınlatıcı olacaktır. İkincisi Reuters, sermayenin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yeni enformasyon piyasalarının çoğunda lider oyuncudur. Bu alanda faaliyet göstermeye başlayan yeni oyuncular da Reuters'ın izinden gitmektedir. Bu açıdan da yeni dönemin haber ajansı tipini anlamak açısından Reuters önem taşımaktadır.

Çalışma çeşitli sınırlılıklara sahiptir. Öncelikle belirtmek gerekir ki çözümlemeye konu olan zaman aralığı 1960'lardan 2000'lerin başına kadarki dönemdir. Böylesi bir sınırlandırmaya gidilmesinin nedeni, araştırma konusunun altında yatan kapitalizme dair yapısal dönüşümün 20'inci yüzyılın son çeyreğinde gerçekleşmiş olmasıdır. Ayrıca çalışmada AP ve AFP'nin koşulları kısaca ele alınmıştır. Ancak Reuters ile bunlar arasında daha detaylı bir kıyaslama başka bir çalışmanın konusu olarak değerlendirilmiştir.

Bu kapsamda çalışmada ilk olarak, sermayenin enformasyon ihtiyacına ve haber ajanslarının ortaya çıktıkları andan itibaren bu hususta üstlendiği role değinilecektir. Ardından 20'inci yüzyılın sonundaki biçimiyle kapitalizmin bir değerlendirmesi sunulacak ve enformasyonun sermaye açısından çok daha önemli hâle geldiği gösterilerek sermayenin enformasyon ihtiyacının farklılaşması ortaya konulacaktır. Üçüncü ve dördüncü bölümlerde ise, Reuters'in güncel koşullarda sermayenin değişen ihtiyaçlarına yanıt vermek için geçirdiği dönüşüm tartışılacaktır. Son olarak, yeni enformasyon piyasasının genel görünümü ele alınacaktır.

Sermaye ve enformasyon

Yves de la Haye (1980), Marx ve Engels'in mektuplarına varana kadar tüm külliyatını inceleyerek, iletişime dair tarihsel materyalist bir yaklaşımın temellerini ortaya koymaya çalışmaktadır. 1970'lerden itibaren enformasyon ve iletişim teknolojilerinin (EİT) iyice yaygınlaşmasıyla "burjuva sosyal bilimcilerinin" her yerde bahsettikleri "iletişim devrimini" sorgulamak ve Marksizm'in iletişimin önemini göremediği "saçmalıklarına" yanıt vermek istemektedir (de la Haye 1980, s.10-11).¹ De la Haye'in Marx ve Engels'ten yaptığı alıntılardan, kapitalizmin gelişme sürecinde dünyaya yayılan sermayenin bir yandan da bu yayılmanın altyapısını ürettiği anlaşılmaktadır. Eski, düzensiz ve güven-siz ulaşım ve iletişim araçlarının yerini buharlı gemiler, demiryolları, telgraf gibi gelişmiş ve sermayenin ihtiyaçlarına yanıt veren yeni araçlar almıştır (de la Haye 1980, s.15-20). Dünya piyasasında güvenli biçimde meta yığınlarının mübadelesini yapmak ancak bu şekilde olanaklı olmuştur.

Sermayenin enformasyon açlığı kapitalizme dair asli bir niteliktir. Ulaşım ve iletişim altyapısındaki onca gelişmeye rağmen bu açıklık azalmak yerine artmıştır, çünkü ulaşım ve iletişimin gelişmesiyle dünya piyasası daha da genişlemiştir. Enformasyon piyasasının doğuşu da bu genişleme kapsamında değerlendirilmelidir. *Grundrisse*'deki bir pasajda Marx (1973, s.160-161) bunu şöyle aktarmaktadır:

... üretim ve tüketim arasındaki genel bağ ve her bakımdan karşılıklı bağımlılık, tüketiciler ve üreticilerin birbirlerine karşı bağımsızlığı ve kayıtsızlığıyla birlikte artar; bu çelişki krizlere vesaireye yol açtığından dolayı da bu yabancılaşmanın gelişimiyle birlikte ve aynı temel üstünde bunu aşmaya yönelik çabalar sarf edilir. Her bireyin diğerlerinin eylemi hakkında enformasyon edinebileceği ve

•••••

1 Tırnak içindeki ifadeler de la Haye'e aittir.

kendisininkini buna göre ayarlamaya çalışacağı kurumlar ortaya çıkar; tıpkı cari fiyat listeleri, mübadele oranları, mektuplar, telgraflar vesaire yoluyla ticarette etkin olanlar arasındaki karşılıklı bağlantılar gibi (pek tabii aynı zamanda iletişim araçları gelişirler). (Bu demektir ki her ne kadar toplam arz ve talep her bir bireyin eylemlerinden bağımsız olsa da herkes kendini bunlar hakkında bilgilendirmeye çalışmaktadır ve bu bilgi sonrasında toplam arz ve talep üzerinde fiili olarak karşı etkide bulunmaktadır. Verili konumda yabancılaşma söz konusu araçlarla aşılmasa da yine de bu suretle eski konumu askıya alma olasılığını içerecek biçimde ilişkiler ve bağlantılar tesis edilmektedir.)

De la Haye (1980, s.25-26, 29), Marx'ın bu satırlarından hareketle, ilk enformasyon ağlarının, büyüyen dünya piyasasında amansız bir rekabete tutuşan kapitalistlerin hayatta kalabilmek için stratejilerini durmaksızın ayarlama ve diğer aktörler karşısında güçlerini tartma ihtiyacına yanıt verdiklerini, böylece kapitalistlerin çatışan bireysel çıkarlarının kapitalizmin genel mantığına uyarlanabildiğini söyledikten sonra şöyle demektedir: "Dolayısıyla iletişim, sermayenin yağlama işlemlerini maskeleyen genel terim haline gelir. Makine için yağ neyse sermaye için de enformasyon odur; onun içinde dolaşır, aşırı ısınmayı sınırlandırmak ve çatlama ortadan kaldırmak için tüm sürtünme noktalarını kaplar."

Kapitalizmin gelişmesiyle birlikte yerel bağlarından kopan ve tüm referans çerçevesi allak bullak olan kitlelerin de yeni üretim biçimine uygun bir mantıkla donatılması gerektiği için, 19'uncu yüzyılda sermayeye hizmet sunan enformasyon ağlarının yanında kitle basınının da gelişimine tanık oluruz. Bu kapsamda ilerlemeye, bilime ve icatlara, fetihlere dair haberler yayınlanarak değişimi/dönüşümü yücelten yeni bir referans çerçevesi yaygınlaştırılmıştır. De la Haye (1980, s.32), her iki tip iletişimin de aynı genel kurallar dâhilinde idare edildiğini, amacın kapitalist üretim biçiminin akılcılığı doğrultusunda davranışları, refleksleri ve yargıları normalleştirmek olduğunu, bunun birinde finansal raporlar, faiz oranları, hisse senedi ve hammadde kotasyonları vesaire şeklini aldığını, diğerindeyse hikâyelerin, reklamların, üçüncü sayfa haberlerinin ve başyazıların öne çıktığını belirtmektedir. Ayrıca her iki ağın birbirinden yalıtılmış olduğunu; kapitalistlere yönelik ekonomik ağların üretim alanına ilişkin enformasyon ve bilgi üstünde tekel oluşturduklarını; yatırım kararları, şirket satın almalar, araştırma programları, çalışma koşulları gibi konularda filtreleme yaparak kamunun bu alana dâhil olmasının önüne geçtiklerini ve tam da bu nedenle soruşturulmaları gerekirken "burjuva sosyal bilimcilerinin" kitlesel iletişim içeriği ve etkilerine odaklandığını söylemektedir (de la Haye 1982, s.30-31).

Uluslararası haber ajanslarının da esasen sermayenin sürtünmesiz akışkanlığını sağlamak için ortaya çıktıkları ve bu açıdan sorgulanmaları gerektiği açıktır. Bu yönde bir çaba içinde olan Boyd-Barrett ve Palmer (1981, s.346), 19'uncu yüzyılın, dünyaya yayılan ve kartel oluşturan, üç uluslararası haber ajansının – Reuters, Havas (AFP'nin selefi) ve Wolff'un – daha baştan kapitalistlerle yakın bir ilişki içinde olduğunu çeşitli açılardan ortaya koymaktadırlar. Buna göre, Reuters'in kurucusu Paul Julius Reuter ve Havas'ın kurucusu Charles Havas, sermaye için güvenli ve hızlı enformasyonun yaşamsal önemini kavramış eski bankacılarıdır. Öyle ki Havas'ın ilk sekiz yılında tüccarlar müşterilerin önemli bir kesimini oluştururken, ilk yedi yılında Reuters'in müşterileri sadece sermaye sahiplerinden oluşmaktaydı. Wolff'u kuran Bernard Wolff'un arkasındaysa Alman hükümetinin yanı sıra bankalar bulunuyordu. Öncelikle piyasadaki araçlar ve bankalar için enformasyon sağlayan Wolff, siyasi ve genel nitelikli enformasyon hizmeti vermeye daha sonra geçmişti. Bu üç büyük ajansın tarihindeki ilk ortaklık da borsa ve ticarete ilişkin enformasyonun paylaşımı üzerine imzalanmıştı. Uluslararası haber ajanslarıyla sermaye arasındaki simbiyotik ilişkinin bir diğer göstergesi, merkezlerinin borsaların yakınında olmasıdır. Havas'ın varisi AFP, Paris'te Place de la Bourse'ta (Borsa Meydanı'nda) konuşlanırken Reuters'in merkezi de 2005'e kadar Londra'nın finans merkezi City'deki Fleet Sokağı'nda bulunmaktaydı.²

1815'teki Waterloo Savaşı'nın sonucunu sadece birkaç saat önce öğrenen Rotschild ailesinin devasa bir servete konması (Barbier ve Bertho Lavenir 1996, s.130) örneğinde görüldüğü üzere, sermaye açısından hızlı ve güvenilir bilgi edinmek yaşamsaldır. Haber ajansları da müşterilerine bunu sağlamak için ilk günlerinden itibaren teknolojik gelişmeleri yakından izlemiştir. Başlıca iletişim aracının optik Chappe telgrafı olduğu 1830'larda borsalar arasındaki iletişim ihtiyacı o kadar artmıştır ki en başta Paris ve Brüksel arasında olmak üzere Avrupa'nın çeşitli yerlerinde özel ticari hatlar doğmuştur (Barbier ve Bertho Lavenir 1996, s.128). Elektrikli telgrafın icadıyla birlikte 1830'ların sonundan itibaren işler tamamen değişmiştir. Telgraf, haber ajanslarının ve onların müşterilerinin ihtiyaçlarına yanıt vermektedir. Bu yüzden Paul Julius Reuters'in sloganı “kabloyu izleyin” olmuş ve başkanlığını yaptığı şirket de 1865'te “Reuter'in Telgraf Şirketi” [*Reuter's Telegram Company*] adını almıştır

•••••

2 Reuters artık eski merkezinden 4 kilometre uzaktaki Londra'nın yeni finans merkezi Canary Wharf'tan faaliyetlerini yürütmektedir. Buranın diğer sakinleri arasında Barclays, Citigroup, HSBC, J.P. Morgan gibi büyük bankalar ve kredi derecelendirme kuruluşları da bulunmaktadır.

(White 1997, s.107, 108). Reuters telgrafı o kadar çok kullanmıştır ki Hindistan Telgraf İdaresi 1888 tarihli bir raporunda, gelirlerinin büyük kısmını bu ajansın mesajlarının uzunluğu ve sıklığı sayesinde elde ettiğini belirtmiştir (Boyd-Barrett ve Palmer 1981, s.347). Telgrafla sadece borsa kotasyonları, hammadde fiyatları gibi önemli ekonomik enformasyonlar iletilmemiş aynı zamanda finansal işlemler de gerçekleştirilmiştir. 19'uncu yüzyılın ikinci yarısında telgrafla ödemeler yaygın bir yöntem hâlini almış ve Reuters "Telgraf Havalesi" [*Telegraphie Remittance*] diye bir hizmet sunmuştur (Boyd-Barrett ve Palmer 1981, s.348).

Güncel koşullarda kapitalizm ve enformasyon ağları

Sermayenin akışkanlığını sağlayan enformasyon ağları, üretim biçiminin ulaştığı seviyeye koşut olarak dönüşüm geçirdiğinden, ilk başta ticaret ve finans gazeteleri şeklinde enformasyon sunumu yapılırken sonrasında telgraf, telefon, teleks yoğun biçimde kullanılmıştır (de la Haye 1980, s.30). Bilişim alanında kaydedilen gelişmeler sayesinde 1970'lerden itibaren EİT'ler iletişimin altyapısında açıkça öne çıkmıştır. Dolayısıyla günümüze dair bir değerlendirmede bulunmak için öncelikle kapitalizmin ulaştığı aşamayı ve buna denk gelen teknolojik gelişme olan EİT'leri ele almamız gerekmektedir.

Castells (2008, s.99), 20'inci yüzyılın son çeyreğinde dünya çapında yeni bir ekonominin belirlediğini ve bunun enformasyonel, küresel ve ağ örgütlenmesine dayanan nitelikleriyle öne çıktığını belirtmektedir. Gerçekten de 1945 sonrasında istikrarlı bir sermaye birikimi sağlayan "refah devleti" politikalarıyla desteklenen kitlesel üretim-kitlesel tüketim döngüsünün bozulması ve ulusal sınırlar dâhilindeki garanti talebin ortadan kalkması üzerine, 1970'lerden itibaren sermaye küresel piyasalara yönelmiş ve buradaki belirsiz ve değişken talebe göre üretime koyulmuştur. Uluslararası ticaret, 20'inci yüzyılın son 30 yıllık döneminde katlanarak artmıştır (Castells 2008, s.134-135). Buna koşut olarak uluslararası planda serbest ticareti düzenleyen bir çerçeveye ihtiyaç duyulmuş ve 1994'te Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kurulmuştur. Ancak küreselleşme ticaretten ibaret değildir. Küresel piyasadaki aktörlerin çokluğu göz önüne alındığında üretim maliyetlerini kısırak fiyat avantajı yakalamak giderek önem kazanmıştır. Dolayısıyla, güncel kapitalizmin başat özelliklerinden biri üretim faaliyetlerinin gelişmekte olan ülkelere kaydırılarak emek maliyetlerinin düşürülmesidir (Hobsbawm 1996, s.477; Castells 2008, s.147-155).

Büyük şirketlerin bu yeni yapıda etkin biçimde enformasyon işleyebilmesi elzemdir. Piyasadaki talebi yakından izlemek, her türlü talebi saptadıktan sonra dünyanın dört bir yanındaki taşeronlardan müteşekkil üretim ağında gerçekleştirilen faaliyetleri buna göre ayarlamak ve denetlemek, stokların hesabını ayrıntılı bir biçimde anlık olarak tutmak, EİT'ler üzerinden gerçekleşen ciddi bir enformasyon akışını gerektirmektedir (Geray 2003, s.79-81; Kumar 2004, s.20; Harvey 2010, s.183). Bununla birlikte talebi yönlendirebilmek ve olmadığında talep yaratabilmek için ürün geliştirme süreçleri hızlanmış, ürün yelpazesi genişlemiş (Hobsbawm 1996, s.466; Harvey 2010, s.168) ve tasarım, paketleme ve reklam gibi hizmetler önem kazanmıştır (Geray 2003, s.69-70) ki bunlar da enformasyon tabanlıdır. Üretim ve tüketimin küreselleşmesine koşut olarak arka plandaki bankacılık ve sigortacılık gibi enformasyon tabanlı diğer hizmetler de sınır ötesine taşmıştır (Geray 2003, s.63).

Finans piyasalarının ulaştığı hacim, günümüz kapitalizminin karakteristiklerinden biridir. Castells (2008, s.128), "Sermaye, tarihte ilk kez, gerçek zamanda işleyen, küresel olarak birleşmiş finans piyasalarında vaktin etrafında örgütlenmiştir" dedikten sonra, EİT'ler vasıtasıyla saniyeler içinde milyarlarca dolarlık işlemlerin gerçekleştirildiğini belirtmiştir. Dünyanın en ünlü ekonomi gazetelerinden *Financial Times* "Bankacılık, zaman, yer ve döviz cinsine karşı süratle kayıtsız hâle geliyor" başlığından sonra "Şimdi artık bir İngiliz müşteri Japonya'da ipotek yoluyla ev alabilir; bir Amerikalı, banka kartını kullanarak Hong Kong'daki bir makineden New York'taki hesabındaki parayı çekebilir; bir Japon yatırımcı, hisse senetleri sterlin, dolar, mark ya da İsviçre frangı cinsinden çıkarılmış olan, Londra'daki yerleşik bir İskandinav bankasından pay alabilir" diye yazmıştır (aktaran Harvey, 2010, s.185). Sanayileşmiş ülkelerdeki yatırımcıların yurt dışından hisse alımı 1970 ve 1997 yılları arasında 197 faktör artmıştır (Castells 2008, s.130). Döviz ticareti bu noktada önemli bir yer teşkil etmektedir. Castells (2008, s.131), yıllık döviz gelirlerinin dünya ticaret hacmine oranının 1979'da 12:1'ken 1996'da 60:1'e yükseldiğini, 1998'de dünya çapında döviz piyasalarının günlük gelirinin 1,5 trilyon ABD dolarını bulduğunu, bunun Britanya'nın 1998'deki gayrisafi yurtiçi hâsulasının (GSYH) yüzde 110'una denk geldiğini belirtmektedir. Döviz ticaretinin bu şekilde küresel planda katlanması bir sonraki başlıkta ele alınacağı üzere haber ajanslarının dönüşümünde etkili olmuştur.

Bu geniş hacimli finansal işlemleri mümkün kılan EİT'lerdir. 1980'lerin ortalarında ABD bankalarından Citicorp'un maaşlar ve emlak giderlerinin ardından üçüncü büyük ödeme kalemi telekomünikasyon harcamala-

rıdır (Noam 1987, s.34). 1980’li yılların sonundan beri EİT’ler ve yazılımlar çok uluslu şirketlerce gerçekleştirilen yatırımların yarısından fazlasını oluştururken günümüzde ulaşılan rakamlar da astronomik seviyelerdedir (Schiller 2009, s.1); sadece 2008 yılında özel sektör ve kamunun birlikte EİT’lere 1,75 trilyon dolar yatırdığı ABD’de, hükümetin 45 milyar dolarlık kurtarma planını kabul etmeden önce Citigroup Bankası (Citicorp’un varisi) 25 bin yazılım uzmanı çalıştırmakta ve işletim masraflarını hesaba katmazsak EİT’lere 4,9 milyar dolar yatırım yapmış görünmektedir. Lehman Brothers bankası da 2008 Eylül’ünde batmadan önce dünyanın dört bir yanındaki 25 bin sunucuda tutulan 3 bin yazılımı işletmektedir.

Dönüşümün başlangıcı

Uluslararası haber ajansları, kapitalizmin dönüşümüne ve teknolojik yeniliklere uyum sağlama çabası içinde olmuştur. Britanya kökenli Reuters ajansı bu noktada rakiplerine kıyasla daha ileridedir. Reuters süreç içinde müşterilerine enformasyon sunan “klasik” bir haber ajansından daha farklı bir kimliğe bürünmüş ve çok daha farklı hizmetler vermeye başlamıştır.

Haber ajanslarının yeni durumunu kavrayabilmek için öncelikle 1960’lara dönmek gerekir. Bu dönemde döşenen sualtı kabloları, fırlatılan uydular ve yeni beliren EİT’ler sermayenin enformasyon ihtiyacına daha iyi yanıt verdiklerinden piyasanın işleyişi önemli ölçüde değişmiştir. Öncesinde dünyanın iki büyük ekonomik kutbu Kuzey Amerika ile Avrupa arasındaki hızlı iletişim ancak radyo dalgalarıyla sağlanmıştır ve kötü hava koşulları ve sinyalleri bozan güneş patlamaları nedeniyle enformasyon ve veri aktarımı güvenli biçimde gerçekleştirilmekten uzaktır. Dolayısıyla Atlantik Okyanusu’na ilk sualtı kabloları döşendiğinde büyük bir talep olmuştur. Örneğin 1958’de döşenen ve Kanada’ya uzanan kablunun iletişim trafiğini 20 yıl idare etmesi planlanırken, üç yıl içinde kapasitesi sonuna kadar dolmuştur (Barbier ve Bertho Lavenir 1996, s.300).

Yeni gelişen iletişim altyapılarından faydalanmak için telekomünikasyon otoritelerinin kapısını çalan ilk müşteriler arasında haber ajansları da bulunmaktadır. Temmuz 1962’de ABD’den Avrupa’ya enformasyon aktarmak için ilk defa olarak uydu kullanan –Telstar uydusundan yararlanan– Fransız AFP ajansı ertesi sene Atlantik’in iki yakası arasında düzenli uydu aktarımına girişmiş ve 1971’de de tüm kıtalararası aktarımlarını uydu üzerinden yapmaya başlamıştır (Huteau ve Ullmann 1992, s.299-300). Reuters de 1962’de uydu kullanımına başlamıştır (White 1997, s.116). Reuters’in durumunda ilgi çekici

nokta, daha güvenli bulunan okyanus tabanındaki koaksiyal kabloların kullanımına başvurmasıdır. 1960'tan itibaren transatlantik kabloları günde dokuz saat kullanan ajans, ilerleyen yıllarda iki ana kablo arterine sahip olmuştur (Read 1999, s.349). Bunlardan ilki 1964'te leasing yöntemiyle kullanımına başlanan Tatpac'tir. Atlantik ve Pasifik okyanuslarını geçen bu kablo ağı altı yıl sonra tamamen operasyonel hâle gelmiş ve Londra, Singapur, Tokyo, Montreal, Sydney ve Hong Kong'u birbirine bağlamıştır. Avrupalı telekomünikasyon otoriteleriyle uzun müzakerelerin ardından 1967'de işlemeye başlayan Europlex kablo ağıysa Londra, Paris, Cenevre, Frankfurt, Lahey ve Brüksel'i birleştirmektedir.

1960'ların başında Reuters'in ekonomik zorluklarla boğuşan bir ajans olduğunu vurgulamak gerekir. Esasında tüm bu atılımlarının arkasında ajan-sın 1963'ten 1981'e kadar genel müdürlüğünü yapan Gerald Long'un hayatta kalmak amacıyla Reuters'i yeni teknolojilerle donatma ve ekonomik verilerin aktarımı faaliyetinde uzmanlaşma kararı yatmaktadır (White 1997, s.108). Bu aynı zamanda ABD'de borsa haberlerinin, hisse kotasyonlarının uzaktan aktarımına ilişkin EİT'lerin hızlı gelişme kaydettiği bir dönemdir. Bu konuda faaliyet gösterenlerden biri olan Ultronic Sistemler Şirketi [Ultronic Systems Corporation] abonelerine Stockmaster isimli bir ürün satmaktadır. Reuters ve Ultronic 1964'te ortaklık anlaşması imzalamıştır (Read 1999, s.355; White 1997, s.116; Pigeat 1997, s.72; Boyd-Barrett ve Palmer 1981, s.353). En büyük Amerikalı rakibi Bunker Ramo ile aynı zamanda Avrupa pazarına giren Ultronic, anlaşmaya göre, Atlantik'in iki yakası arasında bol hacimli verileri taşımak için ihtiyaç duyduğu geniş bant kabloları Reuters'den temin edecektir. Reuters ise Kuzey Amerika dışında Stockmaster'ın tüm haklarına 10 yıllığına sahip olacaktır.

Stockmaster sisteminde, kotasyonlar ve diğer borsa verileri önce ABD'nin New Jersey eyaletindeki ana bilgisayara iletilmekte, sonrasında ana bilgisayar bunları müşterilerin bürolarındaki ikincil bilgisayarlara aktarmaktadır (Read 1999, s.355). Hesap makinesine benzeyen Stockmaster başlangıçta 10 bin kadar kotasyon sunarken, 1974'e gelindiğinde bu hammadde ve borsaya dair 20 binden fazla kotasyona ulaşmıştır ve müşteriler böylece iki saniyeden az bir sürede en son fiyatları ya da son 24 saatteki en yüksek ve en düşük fiyatları öğrenebilmektedir (Boyd-Barrett ve Palmer 1981, s.352). Zamanla Stockmaster dünyaya yayılmıştır; 1969'da kullanıcı sayısı 2000 civarındayken, bu rakam 1971'te 12 bin 578'e ulaşmıştır (Boyd-Barrett ve Palmer 1981, s.355). Artık Avrupa, ABD, Japonya, Hong Kong, Avustralya ve Güney



Fotoğraf 1. Stockmaster (solda) ve Videomaster (sağda)

Kaynak: hws.wu, 2004.

Afrika'daki pek çok sermaye sahibi piyasaları izlemek için Stockmaster'dan faydalanmaktadır. Dahası 1960'ların sonunda Düsseldorf'taki bir Alman bankasının aynı kentteki borsa hakkında enformasyon edinmesinin en hızlı yolunun artık Reuters olduğu öne sürülürken, dönemin ABD Hazine Bakanı da yeni teknolojiler sayesinde ülkesindeki Avrupalı yatırımların önemli ölçüde arttığını ve bunun ödemeler dengesini olumlu etkilediğini vurgulamıştır (Read 1999, s.357-358).

Reuters-Ultronic ortaklığının bir sonraki adımı Videoscan isimli üründür (Read 1999, s.359). İki ortak bu yeni ürünü 1968'de ABD'de piyasaya sürdükten iki yıl sonra (1970'de) Reuters bu kez aynı ürünü Videomaster ismiyle Avrupa'da pazarlamaya başlamıştır. Bu yeni ürünün özelliği, aktarılan enformasyon ve verilerin ilk kez olarak ekranda görüntülenmesidir. Stockmaster sadece 3 basamak gösterirken, Videomaster'ın ekranında 72 basamak bulunmaktadır. Daktilo büyüklüğündeki Videomaster 9 bin 500'den fazla hisse ve emtia içinde seçilen bir tanesine ilişkin olarak aynı anda 18 farklı enformasyonu ya da kullanıcı tarafından belirlenen 18 tanesinin son fiyatlarını iletmekle kalmamakta aynı zamanda belirlenen kalemin değeri abonenin be-

lirlediği alt ve üst sınırlara ulaştığında uyarı vermekte ve Reuters'in sunduğu genel enformasyonun özetlerinin programlanabilmesi olanağını tanımaktadır (Boyd-Barrett ve Palmer 1981, s.353; Read 1999, s.359). Reuters 1972'de Ultronic'le olan ortak girişimin denetimini ele geçirmiş ve onu Reuter Finans Raporu [*Reuter Financial Report*] olarak yeniden isimlendirmiştir (Read 1999, s.359). 1969'da 300 olan Videomaster cihazlarının sayısı 1971'de 6 bin 477'ye, 1974'teyse 24 bine ulaşmıştır (Boyd-Barrett ve Palmer 1981, s.355). Öyle ki sistemin 1973'te eriştiği Japonya'daki Reuters aboneleri artık Londra'daki bir bilgisayarda sorgulama yapabilme ve dört saniye içinde yanıt alabilme imkânına kavuşmuştur.

Elektronik piyasaların doğuşu

Stockmaster ve Videomaster, sermayenin uzam ve zamana dair sınırlamaların üstesinden gelmesine önemli katkı yapmakla birlikte günümüzün EİT'ler üstünde yükselen sanal piyasalarının hâlâ çok uzağında kalmaktadır. Bu iki ürün esasında dünyanın dört bir yanında fiziksel olarak varolan mekânlardan edinilen enformasyonu iletmekten ötesini yapmamaktadır. Sanal borsaların gelişimi için 1971'te Nasdaq'ın kurulmasını beklemek gerekecektir (Castells 2001, s.82; Castells 2008, s.193). Bu, belli bir yeri olmayan, bilgisayar ağları üzerinde yükselen elektronik bir borsadır.

Yeni yeni gelişen EİT'ler, 1970'lerin başında sermayeye yeni imkânlar sunmuştur. Aslında sermayenin bu dönemde ihtiyacı olan tam da böylesi yeniliklerdir. 1971'de ABD'nin Bretton Woods Antlaşması'nı rafa kaldırarak, doların değerini altına sabitlemekten vazgeçmesi tüm dünyada kurların çalkalanmasına yol açmıştır. Her an değişen döviz kurları hakkında kesin ve hızlı bilgi alabilmek tüm bankalar ve ekonomi kuruluşları için elzem hâle gelse de ortada bunu sağlayabilecek bir aktör yoktur (Pigeat 1997, s.72; White 1997, s.123). Sorun, borsadaki hisseler ve hammaddelere dair kotasyonların öğrenilebileceği fiziksel mekânlar olmasına karşın dövizler için bunun bulunmamasıdır. Bankalar ve aracılar, telefon ve teleks yoluyla farklı alıcılar ve satıcılardan fiyat öğrenmeye çalışsa da yanıt aldıklarında fiyat çoktan değişmiş olmaktadır. Tam bu anda Reuters, satıcıların istedikleri fiyatı belirtecekleri, işlem yapmak isteyen alıcılarınsa son kurları öğrenebilecekleri elektronik bir piyasa kurma düşüncesini geliştirmiştir (Read 1999, s.361). ABD'de bu dönemde bilgisayara veri girme ilkesine (*computerized contributed data*) göre işleyen birkaç küçük şirket bulunmaktadır ancak Reuters'in niyetlendiği ülkeler ve kıtalar arasında işleyen çok daha geniş bir piyasa yaratmaktır.



Fotoğraf 2. Reuters Monitor

Kaynak: Pennings, 2012.

Bu amaçla Reuters kendi imkânlarıyla Monitor isimli bir cihaz imal etmiş ve 1973'te faaliyete sokmuştur (White 1997, s.116; Read 1999, s.360). Aynı yıl Ortadoğu'da Arap-İsrail Savaşı'nın patlak vermesi ve ardından Petrol İhracat Eden Ülkeler Örgütü'nün (OPEC) petrol ambargosu uygulaması ajansın iyice işine gelmiştir; çünkü piyasa olabildiğince dalgalanırken enformasyon ihtiyacı tavan yapmıştır (Palmer vd. 1998, s.67). Sonuçta Reuters çok ciddi bir ticari başarı yakalamıştır. Monitor'ü faaliyete sokarken 1980'de 300 müşteriye ulaşmayı öngören ajansın abone sayısı daha 1978'de bin 700'ü bulurken, iki yıl sonra bu rakam 7 bini geçmiştir (Boyd-Barrett ve Palmer 1981, s.354). Bu dönemde, ayrıca, Monitor'ün çeşitlenmesi söz konusudur. 1979 başında 33 ülkedeki 3 bin abone, Money Monitor'ü (döviz fiyatlarına ilişkin ilk Monitor hizmetini), Monitor Equities'i (menkul kıymetler için), Monitor Commodities'i (hammadeler için), Monitor Shipping'i (deniz taşımacılığı için) ve başka hizmetleri kullanmaktadır (Boyd-Barrett ve Palmer 1981, s.354,

361-362; Read 1999, s.365). Monitor sisteminin 1980’de günde ortalama 136 bin 800 fiyat güncellemesine ve 840 bin talebe sahne olması (Read 1999, s.365-366), 1979’da *Harvard Business Review*’in “ilk defa olarak dünyanın dört bir yanındaki fiyatların ve paranın değerinin gerçek zamanlı olarak bilindiği uluslararası bir piyasaya sahip oluyoruz” yargısını destekler görünmektedir.

Müşterilerin finansal işlemlerini, telefon ya da teleksle değil de işlem kararını almaya iten enformasyonu edindikleri bilgisayarla gerçekleştirebilecekleri elektronik bir aracılık sistemi kurmak, 1973’ten itibaren tartışılmaya başlanmıştır. Ancak sistemin etkileşimli olması için 1981’e kadar beklemek gerekmiştir. Reuters’in bu yıl hizmete soktuğu Dealing Service ile kullanıcılar ekranda birbirleriyle iletişime geçme, alım-satım emri verme ve bağlı yazıcılarından yapılan işlemlerin dökümünü alma olanağına kavuşmuştur (Read 1999, s.369; White 1997, s.116; Palmer vd. 1998, s.66). Dealing Service’de girilen fiyatlara göre bilgisayarın alıcı ve satıcıyı kendisinin bulduğu ve işlemi gerçekleştirdiği otomatik eşleştirme sistemi yoktur ve araçlar hâlâ işlemleri denetlemeyi sürdürmektedir. Zira piyasa araştırmaları Reuters’in öncelikli kullanıcıları olan araçların teknik gelişmeler yüzünden mesleklerini yitirmekten endişe ettiklerini göstermiştir (Read 1999, s.364).³

Dealing Service için yapılan ilk tanıtımlarda Reuters’in vurgusu hıza yöneliktir; yeni ürünün 2 ila 4 saniyede işlem gerçekleştirmeye olanak tanıdığı ve bunun diğer yöntemlerden 10 kat kısa olduğu belirtilmiştir (Read 1999, s.369). 1983’te 24 ülkedeki 400 abone Reuters’in Dealing Service hizmetinden faydalanmaktadır ve aralarında dünyanın en büyük 27 bankası da olan aboneler günde ortalama 10 bin arama yapmaktadır (Read 1999, s.369).

1992’de tanıtımı gerçekleşen Dealing 2000’in yeniliği döviz piyasasındaki ilk uluslararası otomatik eşleştirme hizmetini vermesidir (Thomsonreuters, t.y.; White 1997, s.116; Pigeat 1997, s.72-73).⁴ Artık insan unsuru ortadan kaldırılmıştır ve kurlar sisteme bir kez girildikten sonra sistem birbirini karşılayan arz ve talebi kendi başına bulmakta ve işlemi gerçekleştirmektedir. 1996’ta 3000 serisi ürünler tanıtılmıştır (Thomsonreuters, t.y.). Müşterilere enformasyon arşivi kadar gerçek zamanlı haber ve veri de sunan 3000 seri-

•••••

3 Aynı gerekçeyle Londra’daki araçlara ait bir meslek kuruluşu da (London Foreign Exchange Brokers Association) 1977’ye kadar Monitor siparişlerini engellemiştir (Read 1999, s.369).

4 Dealing 2000’in lansmanı için White 1989 tarihini işaret ederken, Pigeat da 1995’te hizmete girdiğini belirtmiştir. Burada 1992 tarihi Reuters’in internet sitesine dayanılarak verilmiştir.



Fotoğraf 3. Reuters Eikon

Kaynak: blog.thomsonreuters.com

si ürünlerin en gelişmiş versiyonu 3000 Xtra'dır. Reuters'in 2012'ye ait Yıllık Raporu'nda, bunun 2010'da tanıtılan yeni nesil Reuters Eikon ürünlerinin hizmete girmesiyle 2013 sonunda kalkacağı belirtilmektedir (Thomson Reuters 2013b, s.6).

Dönüşümün bilançosu ve rakipler

Reuters, bu uzun dönüşümünün sonucunda finansal enformasyon ve işlem piyasasında hegemonik bir konuma yükselmiştir. 1995'te küresel gerçek zamanlı finansal enformasyon piyasasının yüzde 41'ini, kambiyo piyasasının yüzde 68'ini, borsada kote şirketler hakkındaki enformasyon piyasasının [*equity information market*] yüzde 33'ünü, bono piyasasının [*fixed income market*] yüzde 24'ünü ve takas odalarında [*trading rooms*] enformasyon işleme sistemleri pazarının yüzde 60'ını denetlemektedir (White 1997, s.114).

Reuters'in 1990'lardaki hegemonik konumuna işaret eden bir diğer gösterge de onun aracılığıyla yapılan finansal işlemlerin hacmidir. Buna göre, günlük küresel döviz işlem hacminin yaklaşık 640 milyon dolar olduğu 1990'da işlemlerin üçte birinin Reuters ağıyla gerçekleştirildiği tahmin edilmektedir (Palmer vd. 1998, s.70). 1996 tarihli bir başka tahmini değerlendirmede de Tokyo'daki araçlarca gerçekleştirilen dolar-yen ticaretinin yüzde 40'ının ve dolar-mark ticaretinin de yüzde 70'inin Reuters ve EBS vasıtasıyla gerçekleştirildiği belirtilirken, Londra'daki tüm işlemlerin yüzde 40'ının, Sin-

gapur'daki spot döviz işlemlerinin de yüzde 52'sinin aynı yolla yapıldığı vurgulanmaktadır (Palmer vd. 1998, s.78). Reuters'in 2002 yılının üçüncü çeyreğinde yayınladığı raporda da çarpıcı veriler vardır. Buna göre, Nasdaq'a kote olup Reuters aracılığıyla işlem gören hisselerin oranı yüzde 21'ken, Reuters'in Instinet branşının Eylül 2002'de Island ECN ile birleşmesi sonucunda pazar payı iki hafta içinde yüzde 34'e çıkmıştır.

Böylesi bir tabloda Reuters'in hissedarlarının büyük çoğunluğunun, milyar dolarları dünyanın çevresinde dolaştıran büyük ekonomik oyuncular olması şaşırtıcı değildir. 1994'te Reuters hisselerinin yüzde 30'u emeklilik fonlarında, yüzde 28'i Amerikalı yatırımcılarda, yüzde 14'ü sigorta şirketlerinde, yüzde 5'i yatırım fonlarında, yüzde 4'ü hükümetlerde, yüzde 3'ü çeşitli holdinglerde, yüzde 3'ü çeşitli şahıslarda ve yüzde 13'ü de diğer kategorisinde kabul edilenlerde bulunmaktadır (Mathien ve Conso 1997, s.107). Keza aboneilerinin yüzde 57'sini finans kurumları, yüzde 26'sını ticari firmalar, yüzde 10'unu medya kuruluşları, yüzde 7'sini de hükümetler ve diğer örgütler oluşturmaktadır (White 1997, s.111).

1996'da Reuters'in gelirlerinin sadece yüzde 5,7'si medya ürünlerinden gelirken yüzde 69,5'i ekonomik ve finansal enformasyon hizmetleri ve ürünlerinden, yüzde 24,8'i ise elektronik finansal işlemlerden kaynaklanmaktadır (White 1997, s.111).⁵ Bu faaliyetlerinden edindiği gelirlerle Reuters diğer klasik haber ajanslarından çok daha fazla ciroya sahiptir. 1997'de Reuters'in cirosu yaklaşık 4,4 milyar avroyken (28,8 milyar Fransız francı), AP'ninki yaklaşık 450 milyon avro (3 milyar Fransız francı), AFP'ninki de yaklaşık 180 milyon avrodur (1,2 milyar Fransız francıdır) (Albert ve Leteinturier, 1999).

Ekonomik ve finansal veri, haber ve analiz satışında bulunan ve çevrim içi elektronik mübadele hizmetleri sunan başka şirketler de vardır. 1990'ların sonunda Reuters'in başlıca rakipleri Bloomberg ve AP/Dow Jones'tur. Associated Press (AP) esasen "klasik" bir haber ajansıdır ve geleceğin finansal hizmetlerde olduğunu görerek Reuters gibi erkenden harekete geçmiş, 1967'de dünyaca ünlü ekonomi gazetesi *The Wall Street Journal*'ı yayımlayan ve Amerikan borsalarındaki kurların çevrim içi bildirimini yapan bir hizmet sunan Dow Jones ile ortaklık kurmuştur (Mathien ve Conso 1997, s.114; Pigeat 1997, s.78). Kuzey Amerika'da sıkı bir rekabet içinde oldukları Reuters'in dünyanın geri kalanındaki hegemonik konumunu azaltmayı amaçlayan AP/Dow Jones

•••••

5 1962'de genel nitelikteki haberler Reuters'in gelirlerinin yüzde 68,6'sını, ekonomi hizmetleri ise yüzde 31,4'ünü oluşturmaktaydı. 1970'te ekonomi hizmetlerinin oranı yüzde 66'ya ulaşırken diğerininki yüzde 34'e inmiştir (White 1997, s.129).

ortaklığının istedikleri sonucu aldıklarını söylemek mümkün değildir. Medya-dışı gelirlerinin toplam gelir içindeki oranı hiçbir zaman yüzde 25'i geçmediğinden AP hâlâ "klasik" bir haber ajansı niteliğini sürdürmektedir (Palmer vd. 1998, s.64). Üstelik 1993'te 19 milyon dolar zarar eden AP'nin kâr edebildiği tek girişimi Dow Jones ile ortaklığıdır (Pigeat 1997, s.79) Dow Jones grubu da Reuters'e kafa tutabilecek büyüklükte görünmemektedir. Reuters'in yaklaşık 260 borsaya bağlanan 340 bin bilgisayar terminaline (White 1997, s.111) karşılık kendi ağında sadece 106 bin terminale sahip olan Dow Jones, 1995'te küresel gerçek zamanlı finansal enformasyon piyasasının ancak yüzde 16'sına hâkimdir ve tüm bunların sonucunda 1995'te elde ettiği ciro da 1,75 milyar avro (11,5 milyar Fransız fransı) civarındadır (Mathien ve Conso 1997, s.114).

New York'ta portföy yatırımcılığı yapmış bir isim olan Michael Bloomberg tarafından 1980'de kurulan Bloomberg'in 1995'te sahip olduğu 55 bin abonenin büyük çoğunluğu profesyonel yatırımcılardır (Mathien ve Conso 1997, s.116; Pigeat 1997, s.83). Şirket görece genç olmasına rağmen 1993-1995 döneminde hızlı bir büyüme yakalamış, küresel gerçek zamanlı enformasyon piyasasındaki payı yüzde 9'dan yüzde 13,5'a çıkınca en önemli üçüncü oyuncu konumuna gelmiştir (White 1997, s.114). 1995'te ABD'deki çevrim içi ekonomik enformasyon piyasasının yaklaşık yüzde 15'ine sahip olan Bloomberg'in cirosuysa yaklaşık 685 milyon avrodur (4,5 milyar Fransız fransı) (Mathien ve Conso 1997, s.116). Bloomberg'e ilişkin önem ifade eden bir diğer unsur, en başından beri hisselerinin yüzde 30'unun Amerikan finans bankalarından Merrill Lynch'in elinde olmasıdır ki bu ortaklık gerçekleştirilen işlem hacminin yüksek seyretmesini sağlamıştır (Ciborra 1993, s.190-191; Mathien ve Conso 1997, s.116).

Tüm bu finansal enformasyon piyasası ciddi bir teknolojik altyapının üstünde yükselmektedir ve zaman zaman teknoloji sağlayıcıların da içerik üretimine girerek rakip oldukları görülmektedir. Quotron bunlardan biridir. Başlangıçta sadece terminal cihazları üreten şirket sonradan finansal enformasyon da sunmaya başlamıştır. Sonrasında Merrill Lynch'in Bloomberg ile yakaladığı başarıdan etkilenen ve aynısını yapmak isteyen Citicorp bankası tarafından satın alınmıştır (Ciborra 1993, s.191), ancak Reuters 1994'te bu rakibini bünyesine katmıştır (White 1997, s.117).

Operasyonları açısından Reuters ve rakiplerine duydukları bağımlılık büyük bankalar açısından endişe kaynağıdır. Bu nedenle kendi girişimlerini kuran Amerikan bankaları Merrill Lynch ve Citicorp'dan çok daha önce İsviçre bankaları bu yönde harekete geçmiştir. Stockmaster ve Videomaster'ın

başlıca müşterileri olan İsviçre bankaları 1975'te Telekurs isimli bir sistem kurmuştur (Read 1999, s.361; Pigeat 1987, s.76). Bir başka çevrim içi aracılık sistemi olan EBS de Citibank, J.P. Morgan, Swiss Bank Corporation gibi büyük finansal aktörlerin müdahil olduğu bir konsorsiyum tarafından kurulmuştur.

“Klasik” haber ajansları içinde büyük oyuncuların biri olarak görülen AFP bu piyasada marjinal bir figürdür. AFP'nin 1991'de Britanya kökenli ekonomi ajansı Extel News ile yaptığı ortaklık sonucunda AFX kurulmuştur (Mathien ve Conso 1997, s.117; Pigeat 1997, s.102). Ancak AFX beş yıl boyunca zarar etmiştir. 1996'da da Bloomberg ile ortaklığa gidilmiştir (Pigeat 1997, s.102). Buna göre, Bloomberg terminallerine biri İngilizce, diğeri Fransızca olmak üzere AFP'nin iki hattı giriş yapacaktır (Mathien ve Conso 1997, s.117). Keza Fransızca verilen AFP-Finances hizmeti de yine Bloomberg terminallerine bağlanacaktır.

Bu noktada piyasadaki tüm aktörleri ilgilendiren önemli bir durum çevrim içi borsaların gelişimidir ve Reuters burada da en başta gelen aktörler arasındadır. ABD'nin Chicago kentindeki rakip borsalar CME (*Chicago Mercantile Exchange*) ve CBOT'un (*Chicago Board of Trade*) getirdiği talep doğrultusunda, 1992'de Reuters elindeki imkânlarla vadeli işlemler yapılan Globex isimli sanal bir borsa yaratmıştır (White 1997, s.116-117). Piyasaların açık olduğu saatler dışında da işlem yapılabilmesi amacıyla kurulan sisteme 1993'te Fransız borsası MATIF (*Marché à Terme International de France*) de katılmıştır. 1993'te bütün yıl boyunca 4,3 milyon işlem yapılırken Globex 1994'te önemli bir atılım kaydetmiş ve yılın sadece ilk 14 haftasında 3 milyon işlem yapılmıştır (Palmer vd. 1998, s.68). Ancak Globex'teki işlemlerin yüzde 85'i MATIF kaynaklı olduğundan Amerikalı ortaklar 1997'de çekilmiş ve sistem sıkıntıya girmiştir (Palmer vd. 1998, s.68).

Castells (2001, s.83) bu alandaki başka girişimlerin örneklerini verir. Almanya ve İsviçre girişimi, çevrim içi elektronik bir borsa olan Eurex, 1999'da CBOT'u geçerek dünyanın en büyük vadeli işlem borsası olmuştur. 1998 ve 2000 yılları arasında MATIF ve LIFFE (*London International Financial Futures and Options Exchange*) çevrim içi hizmete geçmiştir. Keza ABD'nin New York kentinde bulunan ve bono ticaretinde dünyanın en büyük araçlarından biri olan Cantor Fitzgerald Broker da 1998'de ABD hazine bonolarının alım-satımı için bir elektronik borsa kurmuştur. Çevrim içi elektronik borsaların gelişimi geleneksel borsaları tehdit etmekte ve birleşme kararları almaya yönelterek yapılarını değiştirmektedir (Castells 2001, s.83).

Sonuç

Ulusal sınırlar dâhilinde “refah devleti” politikalarıyla desteklenen kitlesel üretim-kitlesel tüketim döngüsünün bozulması ve sermaye birikiminin tıkanması üzerine 20’inci yüzyılın son çeyreğinde üretim ve tüketimin küreselleştiği yeni bir birikim düzenine geçilmiştir. Bu yeni dönemde sermayenin enformasyon ihtiyacı eskiye kıyasla katlanarak artmıştır. Dünyanın dört bir yanındaki piyasaları takip etmek, talepteki değişimleri saptamak, sonrasında farklı ülkelere yayılan üretim ve pazarlama faaliyetlerini yönlendirebilmek EİT’lerle giderilen sürekli ve güvenli bir enformasyon ihtiyacına yol açmıştır. Finans sektörünün artan ekonomik önemi ve hacmi de bu yeni dönemin asli niteliklerinden biridir. Üretim ve tüketimin küreselleşmesine koşut olarak arka plandaki bankacılık ve sigortacılık gibi faaliyetler de sınırların ötesine taşarken, piyasanın belirsizlikleri karşısında kendilerini güvence altına almak isteyen firmalar daha fazla finansal hizmetlere başvurmaya başlamıştır. Asıl önemlisi, finans sektörüne dair düzenlemelerin gevşetilmesi sayesinde sermayenin uluslararası planda dolaşımı mümkün hâle gelmiştir. Bunu sağlayan da milyarlarca doların tek tuşa basarak saniyeler içinde bir ülkeden diğerine aktarılmasına olanak tanıyan EİT’lerdir.

Bu süreçte Marx’ın betimlediği şekliyle üretim ve tüketimin genişlemesine paralel olarak sermayenin enformasyon ihtiyacının arttığını ve bunu karşılamak için (EİT’ler gibi) güvenli ve hızlı iletişim yöntemlerinin yükseldiğini görmek mümkündür. Diğer yandan, tüm bu gelişmeler, Marx’ın vurguladığı diyalektik ilişki nedeniyle sermayenin enformasyon ihtiyacının daha da artmasına yol açmıştır. Piyasanın oynaklığı karşısında sürekli kendi konumlarını ve rakiplerini tartan ve buna göre stratejilerini sürekli uyarlayan sermaye sahipleri aynı zamanda mevcut dalgalanmaları daha da artırırılar. Çeşitlenen yatırım araçlarında günlük işlem hacminin sürekli arttığı finans piyasalarındaysa bu durum daha da billurlaştır.

Sermayenin enformasyon ihtiyacının bu şekilde farklılaşması, özellikle de finans piyasalarının oynaklığı haber ajanslarının iki kategoriye ayrılmasına yol açmıştır. Yeni nesil haber ajanslarının kökeni, 1960’ların sonundan itibaren yeni gelişen EİT’ler vasıtasıyla ekonomik ve finansal verilerin aktarımının başlamasına kadar uzanmaktadır. Bu süreçte Reuters ve AP gibi “klasik” haber ajansları, ekonomik ve finansal veri aktarımı yapan çeşitli kuruluşlarla ortaklığa gitmiştir. Reuters’in bu alandaki faaliyetleri o derece başarılı olmuştur ki sonrasında ajans “klasik” haber ajansı kimliğinden sıyrılmış ve yeni nesil

haber ajanslarının öncüsü hâline gelmiştir. Reuters'ın serüvenine baktığımızda başarısını getirenin, sermayenin ihtiyaçlarına tam zamanında EİT'ler vasıtasıyla yanıt vermesi olduğunu görmekteyiz. Bretton Woods Antlaşmaları'nın rafa kaldırılmasından sonra dalgalanan döviz piyasaları karşısında sunulan Monitör hizmeti bunun en bariz örneğidir. Reuters, hizmetleriyle finansal piyasaların uzam ve zamana dair sınırlılıkları aşarak serpilmesine yardımcı olmuş ve bu sürecin başlıca kazananlarından biri hâline gelmiştir.

Reuters ve onun izinden giden diğer yeni nesil ajanslar, gerçek zamanlı ekonomik ve finansal enformasyon sunarak ve finansal işlemlerde aracılık yaparak önemli gelir elde etmektedirler. Bu ajansların abonelerinin çoğunluğunu, bankalar ve finansal kuruluşlar oluşturmaktadır. Sundukları enformasyon da genellikle kotasyonlar, endeksler, grafikler vesaire şeklinde olduğundan sürdürdükleri faaliyetlerin gazetecilik/habercilik sayılıp sayılmayacağı şüphelidir. Oysa Reuters yöneticileri, eski faaliyet alanlarından ve şekillerinden uzaklaşsalar bile enformasyon işleme üzerinde çalışmayı sürdürdüklerini belirterek haber ajansı kimliğini koruduklarını öne sürmektedirler (White 1997, s.128). Tüm bunlara bakıldığında, haberciliğin ve haber ajanslarının tanımına dair daha derinlemesine tartışmalar yapmak gerektiği ortadadır.

Böylesi bir sorgulamayı daha da elzem kılansa, haber ajanslarının sermayenin ihtiyaçlarını karşılamak üzere ortaya çıktıkları 19'uncu yüzyıldan günümüze kalan ve hâlihazırda dünyanın üç büyük uluslararası ajansından ikisi oluşturan AP ve AFP'nin bu sürece Reuters kadar başarılı biçimde uyum sağlayamamaları nedeniyle ekonomik zorluklarla boğuşmalarıdır. AP, Reuters kadar erken bir tarihte ekonomik ve finansal veri aktarımı işine girse de asli faaliyet alanını medyaya haber sunumu oluşturmaktadır. AFP'nin durumu da farklı değildir. Bu iki ajans, hızlı ve güvenilir enformasyonun başlıca müşterisi olan sermaye kesiminin ihtiyaçlarına doğrudan yanıt veremedikleri için atıl konuma düşmüştür ve zarar etmektedir. Başlıca müşterileri olan televizyon ve gazetelerin, *You Tube*, *Facebook* ve *Twitter* gibi yeni medyalar karşısında zemin kaybettiklerini de göz önüne aldığımızda "klasik" haber ajanslarının önünde uyum sağlamaları gereken yeni bir dönüşüm olduğundan bahsedebiliriz. Kitle medyası döneminin en temel uluslararası aktörleri olan haber ajanslarının, internet döneminde alacakları biçimi öngörmek açısından olduğu kadar "internet çağında" toplumsal iletişimin alacağı biçimi anlamak açısından da bu alandaki sorgulamalar artmalıdır.

Tüm bunlar aynı zamanda de la Haye'in kapitalizm dâhilindeki enformasyon ağlarını –aralarındaki yalıtıma/geçirmezliğe değinerek– biri ser-

mayeye, diğeri kitlelere yönelik olmak üzere ikiye ayırmasının geçerliliğini de göstermektedir. 20'inci yüzyılın sonunda sermaye kendi kararlarına vesile olan enformasyonu edindiği kendi ağlarına sahiptir. Ekonomiyi, dolayısıyla toplumu yönlendiren pek çok karar bu ağlardan edinilen enformasyonla gerçekleştirilmektedir. Kamunun bu ağlara erişimi söz konusu değildir. Eskiden sermayeye hizmet veren "klasik" haber ajansları da artık söz konusu ağların dışında kaldığından, onlar da de la Haye'in bahsettiği ikinci türden kamuya yönelik ağlar kapsamında değerlendirilebilir. Ancak şunu belirtmek gerekir ki, kamunun davranışlarının kapitalizmin genel akılcılığına uydurulması kapitalizmin sürekliliği açısından yaşamsaldır.

Kaynakça

- ALBERT, P. ve LETEINTURIER, C. (1999) *Les médias dans le monde, enjeux internationaux et diversités nationales*. Paris: Ellipses.
- BARBIER F. ve BERTHO LAVENIR, C. (1996) *Histoire des médias de Diderot à internet*. Paris: Armand Collin.
- BLOG.THOMSONREUTERS.COM (t.y.) Thomson Reuters Eikon: delivering on innovation [Çevrimiçi]. <http://blog.thomsonreuters.com/index.php/thomson-reuters-eikon-delivering-on-innovation/> [Erişim tarihi: 16/12/2013].
- BOYD-BARRETT, O. ve PALMER, M. (1981) *Le trafic des nouvelles: les agences mondiales d'information*. Paris: Alain Moreau.
- CASTELLS, M. (2001) *The internet galaxy: reflections on the internet, business, and society*. New York: Oxford University Press.
- CASTELLS, M. (2008) *Ağ toplumunun yükselişi: enformasyon çağı, ekonomi, toplum ve kültür, cilt 1*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CIBORRA, C. U. (1993) *Teams, markets and systems: business innovation and information technology*. London: Cambridge University Press.
- DE LA HAYE, Y. (1980) *Marx & Engels on the means of communication*. New York: International General.
- GERAY, H. (2003) *İletişim ve teknoloji: uluslararası birikim düzeninde yeni medya politikaları*. Ankara: Ütopya.
- HARVEY, D. (2010) *Postmodernliğin durumu: kültürel değişimin kökenleri*. İstanbul: Metis.
- HOBBSAWM, E. (1996) *Kısa 20. Yüzyıl 1914-1991, Aşırıliklar Çağı*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- HUTEAU, J. ve ULLMANN, B. (1992) *AFP, une histoire de l'Agence France Presse, 1944-1990*. Paris: Robert Laffont.
- HWSW.HU (2004) A Reuters szerepe a gazdasági életben [Çevrimiçi]. <http://www.hws.hu/hirek/40810/a-reuters-szerepe-a-gazdasagi-életben.html> [Erişim tarihi: 16/12/2013].
- KUMAR, K. (2004) *Sanayi sonrası toplumdaki post-modern topluma, çağdaş dünyanın yeni kuramları*. Ankara: Dost Kitabevi.
- MARX, K. (1973) *Grundrisse*. London: Penguin.
- MATHIEN, M. ve CONSO, C. (1997) *Les agences de presse internationales*. Paris: Presses Universitaires de France.

- NOAM, E. M. (1987) The public telecommunications network: a concept in transition. *Journal of Communication*, 37 (1), s.30-48.
- PALMER, M. vd. (1998) Global financial news. BOYD-BARRETT, O. ve RANTANEN, T. (der.) içinde. *The globalization of news*. London: Sage, s.61-78.
- PENNINGS, A. J. (2012) Geopolitical Risk and the Information Standard [Çevrimiçi]. <http://apennings.com/democratic-political-economies/geopolitical-risk-and-the-information-standard> [Erişim tarihi: 16/12/2013].
- PIGEAT, H. (1987) *Le nouveau désordre mondial de l'information*. Paris: Hachette.
- PIGEAT, H. (1997) *Les agences de presse, institutions du passé ou médias d'avenir*. Paris: La Documentation Française.
- READ, D. (1999) *The power of news: the history of Reuters*. London: Oxford University Press.
- THOMSONREUTERS (t.y.) Company History: Historical highlights from across Thomson Reuters [Çevrimiçi]. <http://thomsonreuters.com/about-us/company-history/> [Erişim tarihi: 16/12/2013].
- SCHILLER, D. (2009) Internet enfante les géants de l'après-crise. *Le Monde Diplomatique*, 669-Décembre, s.1- 18.
- THOMSON REUTERS (2013a) *Fact book 2013*.
- THOMSON REUTERS (2013b) *Annual report 2012*.
- WHITE, P. (1997) *Le village CNN: La crise des agences de presses*. Montréal: Les Presses de l'Université Montréal.