

HƏMİD VƏLİYEV

DÜNYA İNFORMASIYA AGENTLİKLƏRİ

Dərs vəsaiti

Bakı-2003

Elmi redaktoru:

Cahangir Məmmədli,
filologiya elmləri
namizədi, dosent,
BDU-nun mətbuat
tarixi kafedrasının müdiri

Rəyçilər:

Məmmədismayıl Mehdiyev,
tarix elmləri namizədi
Pərvanə Məmmədli,
filologiya elmləri
namizədi

***Vəliyev Həmid. Dünya informasiya agentlikləri. Bakı.
Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2003***

Dərs vəsaitində YUNESKO-nun təsnifatına görə dünya informasiya agentlikləri kimi tanınan Frans-Press, Assoşiyetted Press, Röyter, İTAR-TASS və Yunayted Press İnterneyşnl agentliklərinin yaranması və inkişafı tarixindən, onların bugünkü fəaliyyətindən, dünya informasiya məkanında yerindən bəhs edilir.

Dərs vəsaiti dünya mətbuatı tarixi ilə maraqlanan mütəxəssislər, jurnalistika fakültələrinin və bölmələrinin tələbələri üçün nəzərdə tutulmuşdur.

V $\frac{4501000000-19}{658 (07)-072}$ 72-2003

©Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2003

GİRİŞ

Universitetlərin jurnalistika fakültə və bölmələrində “Xarici ölkələrin jurnalistikası tarixi” kursunun tədrisi zamanı hər bir ölkənin informasiya agentlikləri haqqında da söhbət gedir, bu və ya digər ölkənin kütləvi informasiya vasitələrinin, səfirliklərin, idarə və təşkilatların informasiya ilə təchiz edilməsində onların rolundan danışılır, milli informasiya agentliklərinin tarixinə və inkişaf yoluna toxunulur.

İnformasiya agentliklərinin çox böyük əksəriyyəti milli çərçivədə qalır, əsas etibarlı ilə mənsub olduğu ölkələrin kütləvi informasiya vasitələrini materiallarla təmin etməklə kifayətlənir. Bununla belə, elə informasiya agentlikləri də vardır ki, dünyanın aparıcı informasiya agentlikləri səviyyəsinə yüksəlmişdir və dünya informasiya məkanında hakim rol oynayır. Yer üzünün bütün ölkələrində bu agentliklərin informasiyalarına inam və ehtiyac vardır.

Dünya informasiya agentlikləri kimi şərəfli adı hələlik beş agentlik qazanmışdır. Biz bunları nüfuz dairələrinə görə yox, yaranma tarixinə görə xronoloji yolla sadalayırıq: Frans-Press (AFP-Agence France-Presse), Assoşieyted Press (AP - Associated Press), Röyter (Reuters), İTAR-TASS və Yunayted Press İnterneşnl (United Press İnternational).

Məhz bu agentliklər dünyada informasiya məkanına sözün əsl mənasında başçılıq edir və heç təsadüfi deyildir ki,

müstəqil Azərbaycanın əsas ali təhsil müəssisəsi olan Bakı Dövlət Universiteti jurnalistika fakültəsinin magistratura pilləsinin tələbələrinə “Dünyanın aparıcı informasiya agentliklərində informasiya xidmətinin təşkili” kursu tədris edilir və magistr dərəcəsi almağa namizəd olan tələbələr bu fəndən imtahan verirlər.

Hələ beynəlxalq münasibətlər və beynəlxalq hüquq fakültəsinin beynəlxalq jurnalistika bölməsi mövcud olarkən magistratura pilləsində bu kurs tədris edilsə də, dərş vəsaiti yox idi. 1999-cu ilin sentyabrından həmin bölmənin magistraturası jurnalistika fakültəsinə köçürüldü və təəssüf ki, indiyədək bu fəndən burada da nə dərşlik, nə də dərş vəsaiti mövcuddur.

Uzun illər boyu bu kursu tədris edən mütəxəssis kimi bu sahədəki boşluğu müəyyən qədər aradan qaldırmaq məqsədilə bu dərş vəsaitini yazmağı qərara aldım. Əlbəttə, ilk təşəbbüs kimi dərş vəsaitinin müsbət cəhətləri ilə yanaşı, əyər-əskikləri də yox deyildir. Həm mütəxəssislər, həm də tələbələr kitabın nöqsanlarını göstərsələr, gələcək nəşrlərdə onları nəzərə almaq olar.

İNFORMASIYA AGENTLİKLƏRİNİN YARANMASININ ZƏRURİLİYİ

Qəzet, jurnal, radio, televiziya, İnternet-bütün bu sözlər müasir dövrün insanlarına yaxşı məlumdur. Kütləvi informasiya vasitələri sisteminin yarandığı və bu sistemin ən mühüm ünsiyyət kanalı, insan şəxsiyyətinin və kollektivin formalaşmasının, sosial fəallığının yüksəlməsində əvəzsiz alət olduğu hamıya məlumdur. Belə bir sistem böyük tarixi yolun, inkişafın məhsuludur. İndi həyatımızı bunlarsız təsəvvür etmək mümkün deyildir.

Cəmiyyət yarandığı gündən informasiyaya ehtiyac duymuş, informasiya insanla birlikdə yaranmış və cəmiyyətin formalaşmasının müxtəlif mərhələlərində müxtəlif üsullarla yayılmışdır. Rəsmlərin, şifahi nitqin, nəğmələrin, səs siqnallarının və i.a vasitəsilə informasiyaların çatdırılması ibtidai icma dövründə geniş yayılmış formalar sayılırdı. Qədim dünya tarixinin ilk dövrlərinə bələd olanlar yaxşı bilirlər ki, natiqlərin və vaizlərin çıxışları informasiya mübadiləsinin formaları kimi məşhur idi. Antik ritorika tarixinə siyasi nitqin ustası kimi daxil olmuş İsokrat şifahi nitqdə informasiya çatdırmağın böyük imkanlarını yaxşı görürdü. Sonralar kitabxanaların yaradılması kommunikasiya texnologiyalarının inkişafına kömək edirdi.

Cəmiyyətin inkişafının sonrakı mərhələlərində yazının

meydana çıxması informasiya yayılmasının sürətini artırdı və keyfiyyətini yüksəltdi. Qədim Romada Yuri Sezarın hakimiyyəti dövründə senatın iclaslarının protokolları müntəzəm olaraq açıqlanırdı. Bu protokollar dövrü nəşr olan “**Acta Senatus**”da informasiyanın əsasını təşkil edirdi. Müasir dövrün dili ilə desək, bunlar Roma parlamentinin iclasları haqqında hesabatlar idi. Sezar “**Acta Senatus**”un kütləviliyindən ruhlanaraq, daha kütləvi nəşr barəsində fərman verdi. Bu, “**Acta Diurna**” adlanırdı. “Gündəlik xəbərlər” mənasını verən bu nəşrlərin tirajı böyük idi. Bu yolla oxucular Roma dövlətinin mərkəzi və əyalətləri barəsində ən mühüm hadisələrlə tanış edilirdilər. Burada nələr olmurdu? İctimai problemlər, ədəbi əsərlər, lətifələr, tanınmış insanların ölümü haqqında məlumatlar, qladiatorların döyüşlərinin nəticələri. Təəssüf ki, sonrakı dövrdə, Tiberinin imperatorluğu dövründə “**Acta Senatus**” qadağan edildi. Səbəbi isə dövlətə xəyanət proseslərinin artması və Senatda imperatorun və onun ailə üzvlərinin heysiyyətinə toxunan tənqidlərin səslənməsi idi. Bu cür informasiyaların yayılması isə müstəbidlərin mənafeyinə toxunurdu.

Çap dəzgahı və kağız icad edildikdən sonra informasiya yayılmasının sürəti artmağa başladı. Orta əsrlərin və intibah dövrünün publisistikası kütlələr tərəfindən maraqla qarşılanırdı.

İlk çap maşınını çinlilər icad etsələr də, avropalılar İohann Qutenberqin kəşf etdiyi çap dəzgahı sayəsində ön sıraya çıxmış və informasiya məkanının fəthində böyük rol oynamışlar.

XV-XVI əsrlərdə informasiyanın yayılması son dərəcə böyük səmərə verən işə çevrilmişdi. Almaniyada əlyazma-

sı şəklində informasiya vərəqələri yayılırdı. Bu vərəqələrin ən maraqlılarını ayrı-ayrı mətbəələrin sahibləri dəzgahlarda yenidən çap edir və ticarət yarmarkalarında satırdılar. Bu vərəqlərdə əsas etibarilə dini ədavətlərdən, siyasi hadisələrdən, epidemiyalardan, müxtəlif “möcüzələrdən”, fəlakətlərdən, ağır xəstəliklərdən sağalma hallarından və digər yeniliklərdən bəhs edilirdi. Maraqlıdır ki, bu informasiyalarda hadisələrin təhlili verilmirdi. Jurnalistikanın inkişafının həmin mərhələsində sensasiyalılıq ünsürü kommersiya uğurunun ən başlıca şərti hesab edilirdi. Müəllifin üslubu, dili, şəxsiyyəti heç bir rol oynamırdı.

Əlyazması şəklində yeniliklər Avropanın bütün ölkələrinə yayılırdı. Bununla belə, bu forma Almaniyada İngiltərə və ya Fransada olduğundan daha tez meydana çıxmışdı. Müasir oxucunun təsəvvür etdiyi qəzet, yeni dəzgahda çap edilmiş və müntəzəm çıxan ilk qəzetlər də məhz bu ölkədə yaranmışdı. XV-XVI əsrlərdə Avropanın 260 şəhərində 1100 mətbəə fəaliyyət göstərirdi. Bu dövrdə jurnalistikanın təşkilatçılıq-tərtibatçılıq mərhələsi başlanmışdı. Ticarətçilərdən daha çox intellektuallar şöhrət qazanırdılar, çünki informasiya yayılmasının texnika və texnologiyasının yollarını məhz intellektuallar yaradırdılar.

Cəmiyyət inkişaf etdikcə informasiya yayılmasının yeni forma və vasitələri meydana çıxırdı. Bunun ən gözəl nümunəsi isə ilk qəzetlər oldu. İlk qəzet Almaniyada 1609-cu ildə yaradıldı. Strasburqda nəşrə başlayan “Relatio” (“Xəbərlər”) qəzeti Almaniyada, Fransada, İtaliyada, Şotlandiyada, İngiltərədə, İspaniyada, Macarıstanda, Polşada, Moldaviyada və Türkiyədə 1609-cu il ərzində baş vermiş ən mühüm hadisələrdən bəhs edirdi. Digər həftəlik qəzet

isə elə həmin ildə Auqsburqda nəşrə başlamışdı. Bu qəzetlərdə və sonralar yaranmış bir sıra mətbuat orqanlarında siyasətdən bəhs edən yazılar çap edilmirdi. Bu, senzuranın ciddiliyi ilə izah olunmalıdır. Əslində həmin qəzetlər özlərinin həqiqi simalarını hələ müəyyənləşdirə bilməmişdilər. Xarici görkəmləri etibarlı ilə kitabı xatırladırdı, səhifənin formatı vərəqin dördüdə birinə bərabər idi. Kitablardan fərqli olaraq, böyük miqdarda səhvlərə yol verilirdi, kağızın və çapın keyfiyyəti aşağı idi. İlk qəzetlər həftədə bir dəfə çıxırdı.

XVII əsrin ikinci yarısında jurnallar, gündəlik qəzetlər yaranmağa başladı. Vaxtilə çıxan qəzetlər əsas etibarilə tacirlər, şəhərlilər və vəzifəli şəxslər üçün nəzərdə tutulduğu halda, getdikcə əhəlinin digər təbəqələri də dövrü nəşrlərlə maraqlanmağa başlayır və onların yaydıqları informasiyalardan bəhrələnməyə çalışırdılar.

XVIII əsrdə və XIX əsrin birinci yarısında yeni-yeni qəzet və jurnallar fəaliyyət göstərməyə başlayırdı. 1702-ci ildə Rusiyada ilk qəzet - "Vedomosti" qəzeti nəşrə başladı. Avropada və Amerikada qəzet və jurnalların sayı artırdı, Afrikada, Misirdə XVIII əsrin axırlarında fransız dilində, XIX əsrin 20-ci illərində isə ərəb və türk dillərində qəzetlər işıq üzü gördü. 1831-ci il noyabrın 1-də İstanbulda Sultan II Mahmudun bilavasitə köməyi ilə türk dilində ilk qəzet çıxmağa başladı. "Təqvim-i vəkai" adlanan həmin qəzet rəsmi mətbuat orqanı olsa da, qeyri-rəsmi materiallar da çap edirdi və heç təsadüfi deyildir ki, türk mətbuatının yaranmasının tarixi bu qəzetin ilk sayının çapdan çıxması ilə başlayır.

Qəzetlər artdıqca onların informasiya ilə, xüsusilə xaric-

də, bütün dünyada baş verən məlumatlarla təchiz olunması problemə çevrilirdi. Mətbuat orqanlarının böyük əksəriyyətinin maliyyə vəsaiti xarici ölkələrdə müxbir saxlamağa və ya xarici ölkələrdən informasiyalar toplamaq üçün müxbir göndərməyə imkanları çatmırdı. Qəzetləri, xüsusilə özəl qəzetləri yaradanlar isə bu sahədən biznes kimi istifadə etməyə üstünlük verirdilər. Qəzetlər arasında informasiya sahəsində rəqabət getdikcə güclənirdi. Qəzet və jurnal redaksiyaları daha maraqlı informasiya əldə etmək üçün bütün imkanlardan istifadə edir, yeni forma və üsullar axtarırdılar. Nəhayət, qəzet və jurnalları ən yeni informasiyalarla təchiz etmək üçün yol tapıldı: informasiya agentliklərinin yaranmasının bünövrəsi qoyuldu. Belə bir qurumun yaradılması son dərəcə zəruri idi. İnformasiya agentliyi yaradılmamışdan əvvəl qəzetlərdə çap olunan materialların böyük bir qismi göstərir ki, mətbuat orqanları hadisələrin quyruğunda sürünür, dünyaya çoxdan məlum olan faktları yenilik kimi oxucularına çatdırmağa məcbur olurdular. Belə bir fakt: Türkiyənin ilk qəzetinin 1850-ci ildə çıxmış bir sayında Amerika Birləşmiş Ştatlarında Robert Hunun çap texnikasında buxar enerjisindən istifadə etməyə başlaması barədə xəbər verilmişdir. Halbuki həmin ixtira ondan dörd il əvvələ, yəni 1846-cı ilə aiddir. Bundan əlavə, "Təqvim-i vəkai" həftəlik qəzet kimi yaradılsa da, onun ildə 15-20 sayı işıq üzü görürdü. Bunun bir səbəbi qəzetin redaksiyasında kifayət qədər jurnalistin işləməməsi olsa da, başlıca səbəbi xarici ölkələrdən vaxtında informasiyalar ala bilməməsi idi.

Bu cür misalların sayını digər ölkələrin mətbuatından götürülmüş faktlar əsasında artırmaq olardı. Lakin buna ehti-

yac yoxdur.

Beləliklə, dünya ölkələrində baş verən ən yeni hadisələrdən vaxtında xəbər tutmağa və bu xəbəri sürətlə mətbuat orqanlarına çatdırmağa qadir olan yeganə qurum, bütün redaksiyalara çox ucuz başa gələn və verilən xəbərlərin operativliyini təmin edən vasitə informasiya agentliyidir. Bizim məqsədimiz dünya ölkələrində fəaliyyət göstərən informasiya agentliklərinin hamısından deyil, yalnız dünya informasiya agentlikləri statusunu qazanmış beş agentlikdən, bu agentliklərin yaranması və inkişafı tarixindən, bu gündən və perspektivlərindən bəhs etməkdir.



FRANS-PRESS AGENTLİYİ (AFP-AGENCE FRANCE-PRESSE)

YARANMASI VƏ İNKİŞAFI TARİXİ

Ən qədim dünya informasiya agentliyi, hazırda Franss-Press adlanan Havas agentliyi 1835-ci ildə hələ 30-cu illərin əvvəllərində Parisdə bank sahibi olan Şarl-Lui Havas tərəfindən tərcümələr və mətbuat bürosu kimi meydana çıxmışdır. Şarl-Lui Havas 1783-cü ildə anadan olmuşdur. O, uzun illər boyu ağır maliyyə vəziyyətində fəaliyyət gös-



Şarl-Lui Havas

tərmişdir. Nəhayət, 52 yaşında ikən mətbuata əvvəlcə Fransada, sonra isə xaricdə baş vermiş hadisələr barəsində informasiya vermək kimi vacib bir layihə fikirləşmiş və həmin layihəni həyata keçirməyə başlamışdır.-

Şarl-Lui Havas çox sadə bir fəaliyyətlə işə başlamışdır. Mərkəzi poçtamtın qarşısında qərar tutan həmin şəxs xarici qəzetləri alır və arvadının köməyi ilə onların informasiyalarını tərcümə edir, ingilis və alman dillərində olan nəşrlərlə işləyir, arvadı isə ispan və portuqal dillərindən

tərcümələr edirdi. Havas 1832-ci ildə Avropaya səfərə çıxmış və özünə müxbirlər axtarmağa başlamışdır.

Kral Lui-Filipp 1830-cu ildə hakimiyyətə gəldikdən sonra mətbuata xeyli azadlıq verilir, tirajlar artır. Havas 1835-ci ildə öz əməkdaşları ilə "Siyasi və ümumi korrespondensiyalar agentliyi"nin əssasını qoyur. Beləliklə, dünyada ilk xəbərlər agentliyi rəsmən yaranır. Bank sahibi tezliklə daxil olan informasiyaların toplanması və yayılması işini bütünlüklə öz əlində cəmləşdirir və bu işi bir növ qəzetlər üçün qəzetlərə çevirir. Görkəmli fransız yazıçısı Onore de Balzak jurnalistika sahəsində fəaliyyət göstərdiyi zaman 1840-cı ildən başlayaraq, öz əsərlərində həmin müəssisənin artmaqda olan uğurlarını dəfələrlə xatırladır və materialların qiymətləndirilməsindən uzaqlaşmaq cəhdlərini açıq-aşkar damğalayır, onun yalnız faktlara meyillənməsini tənqid edir.

Havas agentliyi ikinci imperiya dövründə, yəni 1852-ci ildən 1870-ci ilədək olan dövrdə və üçüncü respublika dövründə özünün əsl inkişaf dövrünü yaşayır. Özəl müəssisə olsa da, daha çox adamın işlədiyi müəssisəyə çevrilir. Havas agentliyi yeni status alır və 17 min səhmi olan səhmdar cəmiyyət olur.

Əsrin əsas kəşfləri olan teletayp, telefon və radio istifadə olunan informasiyanın həcmi artırmağa və buraxılışı sürətləndirməyə imkan verir. Əlbəttə, bütün bunlar həm agentlikdə işləyənlərin maaşlarını artırmağı, həm də avadanlıq alınmasını tələb edirdi. Bundan əlavə, teletaypın meydana çıxması Morze əlifbasından istifadə olunması ilə bağlı mənələri aradan qaldırmağa imkan verdi. Agentlik 1895-ci ilə qədər Paris şəhərinin bir çox yeməxana və

banklarında maliyyə yeniliklərini ötürmək üçün aparatlar qoydu. Parisin bəzi qəzetləri teletayp sisteminə yalnız 1920-ci ildə keçdi. Abunəçilərə informasiyaların çatdırılması isə hələ uzun müddət velosipedli xidmətçilərin öhdəsinə düşürdü. 1879-cu ildə Havas agentliyinin mərkəzi redaksiyasında 180 nəfər çalışırdı. 1914-cü ildə isə onların sayı 350 nəfərə çatdı. Bundan əlavə, əyalətlərdə 400 nəfərə yaxın ştatda olan və ştatdankənar müxbir vardı. Xarici ölkələrdə ştatda olan müxbirlərin sayı 125 nəfər, ştatdankənar müxbirlərin sayı isə 150 nəfər idi.

Birinci və ikinci dünya müharibələri arasında Havas agentliyi çox çətin şəraitdə fəaliyyət göstərməyə məcbur olmuşdu. Senzura və xarici müdaxilə onun fəaliyyətini misli görünməmiş dərəcədə məhdudlaşdırırdı. Bunun nəticəsində Havas bitərəf ölkələrdə, o cümlədən Latin Amerikasında öz mövqelərini itirirdi. Burada Amerikanın informasiya agentlikləri rəqabətdə daha böyük uğur qazanırdılar. İkinci dünya müharibəsi agentliklərin inkişafına mənfi təsir göstərirdi və Havas agentliyi 1918-ci ildən 1944-cü ilədək itirilmiş mövqelərinə qayıtmaq üçün çox böyük işlər görməli idi.

Havas iki dünya müharibəsi arasındakı dövrdə əslində holdinqə çevrilir: reklam bölməsi yeni-yeni uğurlar qazanır, lakin informasiya bölməsi öz mövqelərini itirir. Ağır siyasi iqlim, iqtisadi tənəzzül, hakimiyyət qurumlarının böhranı 30-cu illərdə Havas jurnalistlərinin vəzifəsini mürəkkəbləşdirir, eyni zamanda informasiya meydanında rəqabət daha da kəskinləşir, işə salınmış təbliğat maşınları hadisələrin obyektiv işıqlandırılmasını çətinləşdirir. 1917-ci ildə ROS-TA agentliyi yaradılır, Hitler Almaniyası özünün əvvəlki

WOLF-Sontinental agentliyinin adını dəyişdirir, Amerika Birləşmiş Ştatlarında 1907-ci ildə yeni bir informasiya agentliyi - Yunayted Press İnterneşnl agentliyi yaradılır. Beləliklə, dünya agentlikləri öz aralarında birbaşa rəqabətə girişirlər. Havasın informasiya bölməsi zərərlə işləyir və buna görə də dövlətə yardım üçün müraciət etməyə məcbur olur. Beləliklə, agentlik müstəqilliyinin müəyyən hissəsini itirir. Modernləşdirmə prosesinə girişir, lakin holdinqin maliyyə mənafeələrinin müxtəlifliyi siyasi partiyaların sol cənabı tərəfindən nifrətlə qarşılanır. Agentliyi gah milliləşdirməyə, gah da parçalamağa cəhd göstərirlər. Fransanın Hitler Almaniyası tərəfindən 1940-cı ildə zəbt edilməsi hər iki istəyin birdən-birə həyata keçirilməsinə imkan verdi: Havasın reklam və informasiya xidmətləri bir-birindən ayrıldı və beləliklə, Fransa informasiya bürosu yaradıldı.

1944-cü ildə Fransa hitlerçilərdən azad edildikdən sonra Müqavimət hərəkatının üzvü olan jurnalistlər agentliyə yeni ad verdilər - Frans-Press agentliyi.

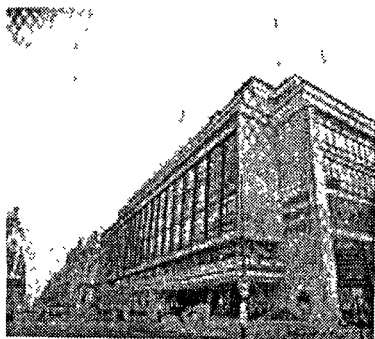
Agentlik 13 il müvəqqəti statusla mövcud oldu və 1957-ci ildə qəbul edilən qanuna görə ona qəti status verildi. Həmin qanuna əsasən, agentlik hökumətin tabeliyindən çıxdı, onun strukturu və fəaliyyətinin qaydaları müəyyənləşdirildi və beləliklə, Fransa mətbuatı birliyinə yaxınlaşdırıldı.

FRANS-PRESS AGENTLİYİ BU GÜN

Franss-Press agentliyi insan fəaliyyətinin bütün sahələrində - siyasətdə, diplomatik münasibətlərdə, iqtisadiyyatda baş verən hadisələri, idman yeniliklərini, mədəniyyət xəbərlərini, elmi yenilikləri, kino və teatr yeniliklərini daha

çox işıqlandırır.

Frans-Press agentliyi həm kütləvi informasiya vasitələrinin, həm də onlara aidiyyəti olmayanların nümayəndələrinin arzusunu nəzərə alaraq, ümumdövlət və beynəlxalq miqyaslı ən kiçik məsələlərdən tutmuş ən böyük hadisələrə qədər bütün problemləri işıqlandırmaqla məşğul olur



Franss-Press agentliyinin binası

və həmişə də birinciliyi əldə saxlamaq şüarı ilə işləyir. 1953-cü ildə Stalinin ölümü, 1997-ci ildə şahzadə Diananın faciəli surətdə həlak olması və neçə-neçə digər məsələlər barəsində birinci məlumat verməsi Frans-Press agentliyinin nüfuzunu durmadan artırır.

1991-ci ildə dövlət çevrilişinə cəhddən sonra agentliyin jurnalistləri Qara dəniz sahilində Mixail Qorbaçovdan müsahibəni birinci almışlar. Agentlik Münxendə olimpiya oyunlarında qırğın barəsində, Ben Consonun oyundan kənarlaşdırılması və Əfqanıstanın keçmiş diktatoru Nəcibullanın edam edilməsi, Mao Tzedunun ölümü, İshaq Rabinə sui-qəsd, Alyendenin həlak olması, birinci İoann Pavəlin ölümü barəsində ilk informasiyanı məhz Frans-Press agentliyi yaymışdır.

Agentliyin mərkəzi Parisdə yerləşir. Ona prezident-baş direktor başda olmaqla inzibati şura rəhbərlik edir.

Fransa hökuməti, dövlət idarələri, həmçinin 12 min qəzet və jurnal, həm daxildə, həm də xaricdə yüzlərlə radio və televiziya stansiyaları, sənaye firmaları, banklar, turist

təşkilatları və başqaları Frans-Press agentliyinin abunəçisidirlər.

Frans-Press agentliyinin 165 ölkədə müxbir şəbəkəsi vardır və beş zonada bürosu fəaliyyət göstərir. Şimali Amerikada 9 büronun mərkəzi Vaşinqtonda, Latin Amerikasındakı 15 büronun mərkəzi Montevideoda, Asiya-Sakit okean bölgəsindəki 25 büronun mərkəzi Honkonqda, Avropa-Afrikadakı 36 büronun mərkəzi Parisdə, Yaxın və Orta Şərqdəki 9 büronun mərkəzi Nikosiyada yerləşir.

Fransadakı bölgə şəbəkələri Bordo, Lill, Lion, Marsel, Renn, Tuluz şəhərlərində yerləşir.

Frans-Press agentliyində bu gün dünyanın beş qitəsində işləyən 2000 əməkdaş, o cümlədən 1200 nəfər jurnalist, 2000 nəfər fotoqraf və ştatdankənar müxbir vardır.

Frans-Press öz kanalları vasitəsilə hər gün 600 min sözdən ibarət informasiya yayır. İnformasiyalar abunəçilərə altı dildə - fransız, ingilis, ispan, alman, portuqal və ərəb dillərində çatdırılır. Agentlik kompüterlərlə tam təchiz olunmuşdur və rabitə peykindən istifadə edir. Bütün dünya agentlikləri ilə informasiya mübadiləsi aparır.



ASSOŞİYTED PRESS AGENTLİYİ (AR-ASSOCIATED PRESS)

YARANMASI VƏ İNKİŞAFI TARİXİ

Amerika Birləşmiş Ştatlarının ən böyük informasiya agentliyi sayılan Assoşieyted Press (AR-Associated Press) dünya informasiya agentlikləri sırasına daxildir.

Həmin agentlik 1848-ci ilin may ayında Nyu-Yorkda rəqabət qabiliyyətinə malik olan 6 qəzeti təmsil edən 10 nəfər tərəfindən “Nyu-York Assoşieyted Press” adı ilə yaradılmış və 1900-cü ildə indiki adını almışdır. 1893-cü ildə Avropadakı sürətli inkişafa qatılaraq, Avropa xəbərlərinin Amerikaya, Amerika xəbərlərinin də Avropaya ötürülməsi üçün Röyter agentliyi ilə qarşılıqlı müqavilə imzalamışdır.

Tarixdə ilk dəfə olaraq müstəqil qəzetlərin yaratdığı Assoşieyted Pressin ilk prezidenti Benjamin Mankelvey olmuşdur. O, eyni zamanda Vaşinqtonda nəşr edilən nüfuzlu bir qəzetin də redaktoru idi.

Agentliyin qarşısında duran mühüm vəzifə Avropada ən son yenilikləri toplamaq idi. Çünki bu yeniliklər uğrunda qəzetlər arasında ciddi rəqabət gedirdi. Redaksiyalar öz müxbirlərini avarlı qayıqlarda gəmiləri qarşılamağa göndərdilər. Bu gəmilər isə Nyu-York limanında lövbər salırdı.

Bəhsləşmə son dərəcə gərgin idi və baha başa gəlirdi. Lakin zaman hər şeyi həll edir. Zamanın tələbi Assoşieyted Pressin yaranmasını təmin etdi.

> Yeni yaranmış və dünyada Havas agentliyindən sonra ikinci hesab edilən kooperativ müəssisənin fəaliyyəti səmərəli oldu. Ölkənin müxtəlif ştatlarında müxbirlər fəaliyyətə başladılar. Müəssisə teleqrafdan və Morze əlifbası kimi tanınan nöqtələr və tirelər dilindən istifadə edən AP inkişaf etdi və 1875-ci ildə icarəyə götürülmüş teleqraf xəttini ilk yeniliklər xidməti ilə təmin etdi. XIX əsrin sonlarında artıq 50 yaşlı tamam olmuş agentlik dünyanın çox güclü informasiya mənbələrindən birinə çevrildi.

Yarandığı gündən həm Amerika Birləşmiş Ştatları daxilində, həm də bütün dünyada inhisar yaratmağı qarşısına məqsəd qoymuş agentlik bu məsələni sürətlə həll edə bildi. Bu, agentliyə o qədər də asan başa gəlmədi. Dünyanın böyük informasiya agentlikləri ilə mübarizə aparmalı oldu. Bunlar İngiltərədə Røyter, Fransada Havas, Almaniyada Volf agentlikləri idi. Bu agentliklərin isə hər birinin öz təsir dairəsi vardı. Røyterə Britaniya imperiyası, Orta və Yaxın Şərq, habelə Asiya ölkələri, Fransa, İtaliya, İspaniya, Portuqaliya və Latin Amerikası, Almaniya və Skandinaviya ölkələri, Şərqi Avropa daxil idi. Havas və Røyter bir cəbhədən çıxış edərək, Assoşieyted Pressin ABŞ sərhədlərindən kənara çıxmasının qarşısını almağa çalışdılar. AP-nin rəhbərliyi isə dünya ictimaiyyətinə təlqin etməyə çalışdı ki, Havas, Røyter və Volf agentlikləri bunu ABŞ haqqında informasiyanı özlərinə sərf edən şəkildə çatdırmağa müvəffəq olmaq üçün edirlər. “Çikaqo tribun” qəzetinin nəşiri, polkovnik Makormin bildirirdi ki, bu agentliklər Ame-

rika Birləşmiş Ştatlarını dünyaya canilər, şərəfsiz cinayətlər ölkəsi kimi tanıtmışlar. Biz isə dünyaya həqiqi Amerikanı göstərəcəyik.

Mütəşəkkil və ardıcıl mübarizə öz bəhrəsini verirdi, AP müxtəlif illərdə böyük agentliklərlə müqavilələr bağlamağa nail oldu. 1918-ci ildə Havasla Latın Amerikasında fəaliyyət azadlığı haqqında ilk müqavilə bağlandı. 1925-ci ildə AP SSRİ-nin əsas informasiya agentliyi olan TASS ilə informasiya və texniki əməkdaşlıq barəsində müqavilə imzaladı.

AP informasiya toplamaq və yaymaq sahəsində daim birincilik uğrunda mübarizə aparmışdır. Fəaliyyət göstərdiyi bütün illər ərzində bu informasiya mənbəyinin fədakarlığını əks etdirən çoxlu faktlar vardır. Bu faktların heç olmasa, kiçik bir hissəsini sadalasaq, neçə-neçə qəzet səhifəsi üçün kifayət edəcək qədər kağız lazım gələrdi. Bununla belə, dünyada baş verən ən mühüm hadisələr barəsində Assoşieyted Pressin yaydığı bəzi informasiyaları xatırlatmaq yerinə düşərdi. 1932-ci ildə təyyarəçi Çarlz Lindberqin oğurlanmış oğlunun yerini məhz AP-nin jurnalisti müəyyənləşdirmiş və hərtərəfli informasiyaya görə Pulitser mükafatına layiq görülmüşdür. Agentliyin Berlin bürosunun rəhbəri Lui P.Lokner nasist Almaniyasından verdiyi məlumatlara görə Pulitser mükafatını udmuşdur. 1941-ci ilin dekabrında həmin jurnalist nasistlər tərəfindən həbs edilmiş və sonralar həbsxanada yatan almanlarla dəyişdirilmişdir. Almaniya Birləşmiş Ştatlara müharibə elan etdikdə AP-nin amerikalı hərbi müxbirləri göz altına alınmışdılar. O dövrdə Almaniyanın Xarici İşlər Nazirliyi göstərirdi: “Bizim üçün “Amerika jurnalistləri” bundan sonra mövcud deyildirlər”.

Müharibə dövründə AP-nin hərbi müxbiri Co Morton digər 9 amerikalı və 4 britaniyalı məmurlarla birlikdə nacistlər tərəfindən Mauthauzen həbs düşərgəsində edam edilmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, Morton ikinci dünya müharibəsi dövründə faşistlərin edam etdikləri yeganə tanınmış jurnalist olmuşdur.

1991-ci ildə Sovet İttifaqının dağılması və kommunist rejiminin iflası barəsində ilk məlumatı Assoşieyted Pressin müxbirləri vermişlər. Bununla bağlı olaraq Olqa Şalicin, Liu Heunq Şinq, Kzeyrk Sokolovski, Boris Yurçenko və Aleksandr Zemlyaniçenko Pulitser mükafatını qazanmışlar.

Sovet İttifaqının səkkizinci və sonuncu lideri Mixail Qorbaçovun hakimiyyətdən getməsi və Kremldə sovet bayrağının endirilməsi barəsində də məhz bu mükafatı alanlardan biri - Liu Heunq Şinq məlumat vermişdir.

Bu cür misalların sayını artırmaq da olar. Lakin elə bunların özü Assoşieyted Press agentliyinin necə operativ işlədiyini və nə qədər dəqiq informasiya yaydığını göstərir.

Assoşieyted Pressin rəhbərləri və jurnalistləri öz vəzifə borclarını həqiqəti operativ surətdə cəmiyyətə çatdırmaqda görürlər. Hələ 1862-ci ildə Lorens A. Hobrayt kongresdə çıxış edərkən demişdir: “Mənim biznesim faktlar barəsində sadəcə məlumat vermək olmalıdır. Mənim təlimatlarım verdiyim faktlar barəsində hər hansı şərhərlə çıxış etməyimə imkan vermir... Buna görə də mən yalnız yenilikləri çatdırıram”.

1965-ci ildə agentliyin baş direktoru vəzifəsində çalışan Vess Hollager yazırdı: “Biz nəqliyyat vasitəsi deyilik ki, “milli mənafeyə” xidmət edək. Bir də siyasi xadimlər deyili-

lik ki, “milli mənafeyə” xidmət edək. Həqiqəti görmək və demək bizim ayrılmaz hüququmuzdur və cəmiyyətə xidmətdə əsas rolumuzdur”.

ASSOŞİYTED PRESS BU GÜN

Assoşieyted Press agentliyi daim inkişaf yolundadır və qəzet nəşirlərinin, radio və televiziya stansiyalarının sahiblərinin kooperativ birliyi kimi fəaliyyət göstərir. 1700 qəzet, 5000 radio və televiziya stansiyası həmin birliyin üzvüdür. Dünyanın 121 ölkəsində 8500-ə yaxın abunəçisi vardır.”

AP öz xərclərini ciddi tarif sistemi ilə müəyyənləşdirilmiş ayırmalar hesabına ödəyir. Qeyd etmək lazımdır ki, informasiya biznesinin bütün ağırlıqları müştərilərinin üzərinə düşür. Lakin AP-nin qüdrətli, məlumatlı və etibarlı informasiyalı olması onun nüfuzunu artırır və məsrəflər səmərəsiz qalmır.

AP hər gün ingilis və ispan dillərində 20 milyon söz deyir, 1000 fotosəkil yayır. Onun fotosəkillər, məqalələr və digər çap məhsullarının yayılması ilə məşğul olan 3 iri mətbuat sindikası vardır. Bu mətbuat sindikatları - “Assoşieyted Press illyustreyted nyus fiçers”, “Uayd fotos” və “Uayd uorld” ABŞ-da və xarici ölkələrdə çoxlu miqdarda mətbuat orqanlarına informasiyalar və illüstrasiyalar çatdırır.

Agentlik elektron-hesablama texnikası ilə təchiz edilmişdir. Əsas kompüter Nyu-York şəhərindədir. AP-nin habelə Londonda informasiya toplamaq, onları peyk və digər rabitə kanalları vasitəsilə çatdırmaq üçün elektron hesablama maşınlarına malikdir. İnformasiyanı Avropadakı abunə-

çilərə çatdırmaq üçün Frankfurt da elektron hesablaşma maşınından istifadə edilir.

“AP-Do Cons” adlı xüsusi iqtisadi və kommertiya xidməti vardır ki, bu da 1982-ci ildə Avstraliyanın, İngiltərənin, İtaliyanın, Tayvanın və Qonkonqun informasiya bazarında tətbiq edilmiş və o vaxtdan bəri abunəçilərə müntəzəm olaraq dünya neft bazarlarında vəziyyət haqqında informasiya verməyə başlamışdır. Dünyada ən böyük foto xidməti də Assoşieyted Pressə məxsusdur. Bu xidmətin Nyu-York və London şəhərlərində şöbələri vardır. Elektron hesablaşma maşınları tətbiq etməklə yaradılmış xüsusi informasiya xidməti seçki kampaniyalarının işıqlandırılmasında mühüm rol oynayır.

Dünyanın informasiya bazarlarında Assoşieyted Pressin xüsusi çəkisi son dərəcə böyükdür. Bir sıra ölkələrdə, o cümlədən Afrika ölkələrində kütləvi informasiya vasitələrinin materiallarının 75 faizindən çoxu həmin agentliyə aid olur. Asiya və Afrika ölkələrinin kütləvi informasiya vasitələri xarici informasiya agentliklərinin, xüsusilə dünya agentliklərinin materiallarından geniş istifadə etməklə yanaşı, əhalinin çaşqınlığına və düzgün məlumatlandırılmasına gətirib çıxara biləcək informasiyaların yayılmasının qarşısını almağa çalışırlar. Afrikada fəaliyyət göstərən və əsasən XX əsrin 70-ci illərindən sonra yaradılmış Ümumafrika İnformasiya Agentliyi və Ərəb İnformasiya Agentlikləri Federasiyası bu məqsədlə fəaliyyət göstərir. Həmin qurumlar milli agentliklərin fəalliyətini əlaqələndirməklə yanaşı, həm də Afrika ölkələri barəsində yalan və qərəzli məlumatların yayılmasının qarşısını alırlar.

AP-nin ştatında 3 min nəfər yaxın şəxs çalışır. Bunun ya-

rısından çoxu müxbirlər, redaktorlar və fotomüxbirlərdir. Agentliyin jurnalistləri həm ABŞ-da, həm də xarici ölkələrdə fəaliyyət göstərirlər. Belə ki, agentliyin ABŞ ərazisində 126 şöbəsi və müxbir məntəqəsi, 62 ölkədə isə 78 şöbəsi və müxbir məntəqəsi vardır. Qeyd etmək lazımdır ki, SSRİ dağıldıqdan və onun ərazisində bir sıra müstəqil dövlətlər yaradıldıqdan sonra AP agentliyinin keçmiş SSRİ məkanına, o cümlədən Azərbaycan Respublikasına, ölkənin başlıca sərvəti olan neft sənayesinə marağı artmışdır.

AP-nin informasiyalarına dünyada çox böyük maraq vardır. Agentliyin apardığı hesablamalara görə, hər gün 1 milyard nəfərdən çox adam agentliyin yenilikləri ilə tanış olur. Bu rəqəmin reallığına heç bir şübhə ola bilməz. Təkcə Amerikada agentliyin 2900 müştərisi vardır, on min xarici qəzet, radio və televiziya onun müştərisidir və dünyanın 110 ölkəsini təmsil edir. Xaricdə informasiya toplamaq üçün 70 ölkədə agentliyin 84 bürosu fəaliyyət göstərir. Dünyanın digər iri agentlikləri kimi, AP də icarəyə götürdü-yü peyk rabitə xətlərindən, sualtı kabellərdən geniş istifadə edir. Bundan məqsəd qəzetləri və kütləvi informasiya vasitələrinin digər növlərini gündə 24 saat ərzində dünyada baş vermiş son hadisələr haqqında informasiya ilə təchiz etməkdir. KİV-in Sinqapurda, Buenos-Ayresdə, Dehli-də, Ankarada, Qahirədə mövcud olmasından asılı olmayaraq, yeniliklər bülletenini eyni vaxtda ala bilirlər. Nyu-Yorkdakı, Londondakı və Tokiodakı üç əsas mərkəz hər gün öz xarici abunəçilərinə milyonlarla söz çatdırır. Nyu-York bürosu gün ərzində 182 minə yaxın söz yayır ki, bunun da 50 minindən çoxu Nyu-York qəzetləri və digər abunəçilər tərəfindən istifadə edilir. Agentliyə Avropadan, Or-

ta və Yaxın Şərqdən, Afrikadan hər gün 87 minə yaxın, Asiyadan 59 min, Latin Amerikasından 36 min söz daxil olur.

Assoşieyted Press Amerka jurnalistikasında çox nüfuzlu mükafat hesab edilən - Cozef Pulitser tərəfindən təsis olunmuş və görkəmli nailiyyətlərə görə hər il təqdim edilən 47 Pulitser mükafatına layiq görülmüşdür. Bunlardan 19-u məktublara və 28-i rəsmlərə görə verilmişdir.

Assoşieyted Press agentliyinin rəhbər orqanı 3 il müddətinə seçilən direktorlar şurasıdır.

YARANMASI VƏ İNKİŞAFI TARİXİ

Röyter dünya agentlikləri arasında böyük nüfuza malikdir. Onun yaydığı xəbərlərin və maliyyə informasiyalarının mürəkkəbliyinə və ümumi həcminə görə tayı-bərabəri yoxdur. Agentlik kütləvi informasiya vasitələrinə ən yeni məlumatları çatdırır. Məhz buna görə də abunəçilərinin, xüsusilə iş adamları olan abunəçilərinin miqdarı durmadan artır.

Bütün dünya informasiya agentlikləri kimi, Röyter agentliyinin də özünəməxsus yaranma tarixi vardır. 1851-ci ildə London şəhərində Pol-Culius Röyter tərəfindən xəbərlər agentliyi kimi yaradılmış Röyter tezliklə beynəlxalq mövzuda xəbərlərin birinci dərəcəli mənbəyi kimi nüfuz qazanmışdır. Bu xəbərlər həmişə öz operativliyi, dəqiqliyi və müstəqilliyi ilə seçilmişdir. Fəaliyyətinə bu cür başlayan agentlik həmin sahədə liderliyini günü bu gün də qoruyub saxlayır.

Röyter agentliyinin yaranma tarixindən danışarkən qeyd etmək lazımdır ki, XIX əsrin birinci yarısında Böyük Britaniya kimi ölkədə Avropanın digər ölkələri ilə əlaqə saxlamaq mətbuat üçün çox ağır bir problem idi. "Tayms" qəzetinin nəşirləri sürət gəmilərinə və digər üzən vasitələrə vəsait xərcləməyi istəmədiklərinə görə poçt göyərçinlərindən istifadə etməyə başladılar. Redaksiya məhz göyərçinlərin

köməyi ilə Parisdən Qərbi Avropanın əsas birjalarında səhmlərin son qiymətləri haqqında bülletenləri almaq imkanı əldə etdi. Elektrik teleqrafı ilk uğurlarını qazandıqdan sonra belə qəzetin rəhbərliyi rabitənin yalnız bu xidmətindən istifadə etməyi davam etdirirdi.

Artıq 1846-cı ildə teleqraf İngiltərənin dəmir yollarında rabitə vasitəsi kimi bərqərar edilmişdi. 1849-cu ildə Berlində mətbuat da daxil olmaqla Prussiya dövlət teleqrafı müştərilərin xidmətinə verildi. Bundan kommersant B.Volf dərhal istifadə etməyə başladı, operativ birja informasiyası və digər informasiyalar toplamaq və yaymaq məqsədilə ilk teleqraf bürosu açdı. 1835-ci ildən bu sahədə çalışan Fransanın Havas agentliyi də onun yolu ilə getdi. Lakin Böyük Britaniya mətbuatı bu qədər gözəl dəyişiklikləri nəzərə almamağa çalışırdı.

Mətbuata yardım etmək və bu işi yerindən tərpətmək üçün kimsə lazım idi. Belə bir insan yuxarıda adını çəkdiyimiz və 1816-cı ildə Almaniyada doğulmuş və 1844-cü ildə xristian dinini qəbul etmiş Pol-Culius Røyter oldu. Røyter öz sahibkarlıq fəaliyyətinə Berlində kitab mağazasının sahibi kimi başladı. Lakin onu digər bir biznes - operativ informasiya toplayıb yaymaq biznesi maraqlandırırırdı. Røyter B.Volfa müraciət edərək iş istədi. Xahişinə əməl etmək mümkün olmadıqda 1848-ci ildə Parisə gəldi. Burada ona Havas agentliyində tərcüməçi vəzifəsi təklif edildi. Røyter həmin təklifi qəbul edərkən buna agentlik işində bir növ staj keçmək imkanı kimi baxdı. Lakin o, uzun müddət şagird rolunda çıxış edə bilməzdi, öz işinin sahibi olmaq qətiyyətində idi.

Røyter 1849-cu ilin yazında artıq özünün yeniliklər büro-

sunun sahibi rolunda idi. Burada eyni zamanda həm redaktor, həm inzibatçı, həm mühasib, həm də yayıcı hesab olunurdu. Arvadı hazırladığı məlumatları tərcümə edir və üzünü köçürməklə məşğul olurdu. Onların yaşadıkları mənzil eyni zamanda həm də idarələri idi. Təəssüf ki, müştəri qazanmaq cəhdləri heç bir uğur gətirmirdi. Røyter məhz buna görə də Berlinə qayıtmalı oldu. Lakin burada teleqraf xətləri əslində Volf tərəfindən artıq inhisarlaşdırılmışdı. Røyter ciddi bir addım atdı: özünün xəbərlər bürosunu yaratdı, informasiya toplanması və yayılması üçün atılı kuryerlərdən və poçt göyərçinlərindən istifadə etməyə başladı.

Røyter xidmətlərini sadalayarkən qeyd edirdi ki, onun təşkil etdiyi büro yalnız birja fəallığı xronikası ilə məhdudlaşmayacaq, həmçinin siyasi xəbərlər də təqdim edəcəkdir. O, Londonda çıxan "Tayms" qəzeti ilə işgüzar əlaqələr yaratmağa cəhd göstərir, məhsullarını qəzetə təklif edir və yol kəsiyində teleqrafdan kanal vasitəsilə istifadə etməyə hazır olduğunu bildirirdi. Lakin "Tayms" yeni informasiya mənbəyinə yenə də maraq göstərmirdi.

Røyter dostlarının məsləhəti ilə İngiltərəyə gəldi, burada kral birjasının binasında iki otağı icarəyə götürdü. Tezliklə onun teleqraf ofisi "Røyter teleqraf şirkəti" kimi qeydiyyatdan keçdi. Maraqlıdır ki, onun təklif etdiyi xidmət birja dälallalarının, kommersantların və bank sahiblərinin arasında çox yerinə düşürdü. Şirkət tərəfindən dönmədən genişləndirilən rabitə şəbəkəsi Amsterdamı, Berlini, Vyananı, Afinanı, Şərqi Avropanı, Qara dəniz sahili dövlətlərini əhatə edirdi.

Dövrünün nüfuzlu mətbuat orqanı "Tayms" Røyterin

1852 və 1853-cü illərdəki əməkdaşlıq barəsində iki təklifi ni də nəzakətlə rədd etmişdi. Bununla belə, Londonda “Deyli teleqraf” və “Standart” qəzetlərinin ardınca “Morning star” və “İvniq star”, əyalətlərdə isə “Liver pullpost”, “Manchester qardian” və “Skotsmen” kimi qəzetlər gündəlik çıxmağa başlamışdı. Əlbəttə, bütün bu mətbuat orqanları xarici ölkələrdəki müxbir məntəqələrini saxlamaq üçün yüksək məsrəflərdən xilas edə biləcək xidmət istərdilər. Belə xidmətdən istifadə etməyə birinci olaraq “Tayms” başladı. Sonra isə “Morning Adveytarzer”, “Morning post”, “Morning kronikl” kimi qəzetlər ona qoşuldular. Bu qəzetlər 30 funt sterlinq abunə haqqı ödəməklə dünya hadisələrinin geniş və rəngarəng mənzərəsini əldə etdilər.

Röyterin nümunəsi İngiltərədə nəşr olunan qəzetlərin sahiblərini ölkə daxilində informasiya toplanması və yayılması üçün xidmət yaratmağa ruhlandırdı. Beləliklə, 1868-ci ildə həm London, həm də əyalət qəzetlərini birləşdirən müəssisə - “Press Assoşieyşn” agentliyi meydana çıxdı.

Röyter informasiya toplanmasını və yayılmasını sürətləndirmək üçün daim yollar axtarırdı. Məsələn, Amerikada vətəndaş müharibəsi haqqında xəbərlər Avropaya on iki gün ərzində yalnız gəmilərlə gətirilirdi. Röyter bu müddəti qısaltmaq məqsədilə səmərəli bir üsul tapdı. Agentliyin Amerikadakı müxbiri xəbərləri gəmilərdəki boş bidonlara doldurar, gəmilər İrlandiyanın cənub burnundan keçdiyi zaman bidonlar dənizə atılmış. Röyterin icarəyə götürdüyü korvetlər, yəni qarovul gəmiləri həmin bidonları toplayar və informasiyalar sürətlə İrlandiyada qurulmuş teleqraf vasitəsilə Londona ötürülmüş.

Əlbəttə, bu cür yolla informasiyaların operativliyi təmin

edilirdi. Røyter siyasi məsələlərdə də bu cür operativliyin təmin olunmasını təşkil edə bilirdi. Məsələn, 1859-cu ildə Fransa ilə Avstriya arasında münasibətlər növbəti dəfə gərginləşmişdi. La-Manşın hər iki tərəfi Fransa parlamentində imperator III Napoleonun fevralın 7-nə elan edilmiş nitqini səbirsizliklə gözləyirdi. Røyter misli görünməmiş addım ataraq, monarxın köməkçisinə nitqin mətnini teleqraf vasitəsilə ona verməyi xahiş etdi və həmin nitqi almağa müyəssər oldu. Mətn Røyterə çatdırıldı. Nitq Londona çatanadək ingilis dilinə tərcümə edildi və imperatorun çıxış etdiyi vaxtda qəzet redaktorlarının masası üzərində oldu. Bir saatdan sonra qəzetlərin xüsusi buraxılışları artıq Londonda satılırdı. Birjada çaşqınlıq başlandı: Fransa monarxının nitqində Avstriyanın ünvanına səslənən kəskin ifadələr iki ölkə arasında müharibə təhlükəsini aradan qaldırmadı. Müharibə 1859-cu il aprelin 16-da başlandı.

İnformasiya toplanması və yayılmasında Røyter agentliyinin daim birincilik uğrunda mübarizəsini əks etdirən misallar çoxdur və inkişafının sonrakı illərində də çoxlu uğurlar qazanmışdır.

1968-ci ildə Røyter dünyanın informasiya agentlikləri arasında birinci olaraq yeniliklər alınması, işlənib hazırlanması və abunəçilərə ötürülməsi üçün yeni elektron texnikasının tətbiqinə başlamışdır. 1973-cü ildə agentlikdə maliyyə-iqtisadi informasiyanın işlənib hazırlanması və abunəçilərə verilməsi üçün "Monitor" elektron-informasiya sistemi yaradılmışdır. O dövrdə həmin informasiyanın on beş min abunəçisi vardı, özü də bu abunəçilər dünyanın 112 ölkəsində fəaliyyət göstərirdilər. Bunlar banklar, sənaye şirkətləri və i.a idi. Kommersiya xidmətinin yaradılması

agentliyə yüksək mənfəət gətirirdi. Yalnız bir fakt: 1983-cü ildə agentliyin gəliri 83 milyon dollar idisə, 1984-cü ildə həmin rəqəm 98 milyon dollara çatmışdı.

1984-cü ildə Röyterin səhmləri London fond birjasına və Nyu-Yorkdakı NASDAQ sisteminə daxil olmuşdu. Agentlik 2000-ci ilin ortalarında London fond birjasında 11,77 milyard funt sterlinq kapitalla aparıcı şirkətlər arasında 30-cu yeri tuturdu.

RÖYTER BU GÜN

Şirkətin mənzil-qərargahı Londonda yerləşir. Röyter öz müstəqilliyini və bütövlüyünü qoruyaraq, bütün səhm sahiblərinə şirkətin 15 faizdən çox səhminə sahib olmağı qadağan edir. Röyterə inam prinsipi isə onu daha çox qoruyur. Təsisçinin səhmi digər adi səhmlərə nisbətən üstünlük hüququna malik olmaqla əlavə dəstəkdir.

Röyter agentliyi 2001-ci ildə özünün şanlı yubileyini - yaradılmasının 150 illiyini qeyd etmişdir. Agentliyin həm rəhbərləri, həm də bütün işçiləri belə hesab edirlər ki, dəyişməkdə olan dünyada onların məqsədi daimidir: müştərilərə yenilikləri çatdırmaq, onları öz aralarında birləşdirmək, telekommunikasiya sahəsində ən yeni nailiyyətlərdən istifadə etmək və yeni informasiya mühiti yaratmaq.

Bu gün agentlik artmaqda olan qlobal informasiya aclığına son qoymaq üçün İnternet texnologiyasından geniş istifadə edir, müştərilərin etimadını qazanır, nadir məhsullar işləyib hazırlayır. Müştərilər Röyterə inanırlar, bu isə şirkət səhmdarlarının gəlirlərinin artmasını təmin edir. Səhmlərində Böyük Britaniyanın bütün ən iri qəzetlərinin payı olan

Röyter daim inkişafdadır. İngiltərənin bütün kütləvi informasiya vasitələrində ötən əsrin 90-cı illərində baş verən kommersializasiya prosesi Röyter agentliyinə də təsirsiz qalmamışdır. Agentlik işgüzar və maliyyə informasiyasına daha çox diqqət yetirərək, müxtəlif ölkələrdəki müştərilərinə kommersiya informasiyası ötürməklə gəlirlərin 90 faizini qazanmışdır. Röyter 1992-ci ildə xüsusi broker kompleksi açmış və bunun köməyi ilə dünyanın bütün birjalarında vəziyyəti öyrənmək imkanı əldə etmişdir. Agentlik bu prosesi davam etdirərək 2000-ci ilin fevralında “Ceyran” layihəsini açıqlamışdır. Həmin layihəyə uyğun olaraq agentliyin fəaliyyətində demokratikləşmə baş verməlidir. Röyter banklar və maliyyə şirkətləri üçün informasiya verən vasitədən maliyyə investisiyalarına dair informasiya üçün hamının müraciət edə biləcəyi müəssisəyə çevrilməlidir.

2001-ci ildə Röyterin baş direktoru dəyişmiş, Piter Cobun yerinə nyuyorklu hüquqşünas Toni Qlouser təyin edilmişdir. Qeyd etmək lazımdır ki, agentliyə 150 il ərzində həmişə jurnalistlər rəhbərlik etmişlər. İndi isə bu vəzifəyə hüquqşünas təyin edilmişdir. Belə bir təyinat nədən xəbər verir? Həmin suala cavab vermək üçün demək lazımdır ki,



Toni Qlouser

bu təyinat agentliyin inkişafında hakim meyllərin jurnalistikaya deyil, kommersiya və texnologiyaya istiqamətləndiyini əks etdirir. Baş direktor agentlikdə həm işin informasiya, həm də texniki cəhətinə eyni əhəmiyyət verə-

cəyini bildirsə də, “Ceyran” layihəsinə uyğun olaraq, Röyter öz fəaliyyətində elektron şəbəkəsinə daha çox yönüm vermək məqsədilə yenidənqurma aparacaqdır. Qeyd etmək lazımdır ki, “Ceyran” planı elan edildikdən sonra birjada Röyterin səhmlərinin yeni kəskin yüksəlişi baş vermişdir.

Agentliyin jurnalistləri daim hadisə yerində olur və baş verən olayların dəqiq və aydın mənzərəsini yaradırlar. Qrafik yeniliklər xidmətinin jurnalistləri mətn çatışmadıqda və fotoşəkillərin alınması mümkün olmadıqda köməyə gəlirlər. Vizual aydınlıq gətirilməsi tələb olunan bütün yeniliklər illüstrasiya ilə təmin edilir və xidmətin abunəçilərinə çatdırılır.

Abunəçilər dünya iqtisadiyyatı və bazarlarının vəziyyətini, seçkilərin və sorğuların nəticələrini əks etdirən qrafikləri, fəlakət və hadisə yerlərinin sxemlərini, idman yarışlarının dinamikasını göstərən nəticələri ala bilirlər. Biz tematika səhifəsində illüstrasiyaların nümunələri ilə tanış ola bilirik.

Beləliklə, *qrafik yeniliklər xidməti* həftədə altı gün, sutkada 24 saat işləyən ümumdünya xidmətidir:

* Dünyanın 80 ölkəsində 380 qəzet, jurnal və televiziya stansiyası həmin xidmətin abunəçiləridir.

* Xidmət informasiyalarını ingilis, rus, fransız, alman, ispan, yapon və bolqar dillərində yayır.

* Əsas iqtisadi indikatorlar hər gün, hər ay və hər kvartalda izlənir.

* Bütün illüstrasiyalar həm qara-ağ, həm də rəngli təsvirdə olur.

* Veriliş peyk kanalı vasitəsilə PC və ya Macintosh iş

stansiyasına ötürülür.

Röyterə biznes informasiyası qəzetlər, informasiya agentlikləri, ticarət jurnalları və mətbuat məlumatları da daxil olmaqla 4 mindən çox mənbədən daxil olur.

On-line yeniliklərini yer üzündə 33 milyon müxtəlif adam görür ki, bu da dünyada İnternetdən istifadə edənlərin təxminən 15 faizinə bərabərdir. Röyterin yaydığı yeniliklər əməli olaraq bir göz qırpımında abunəçiyə çatır. Bu informasiyalar dərhal hər hansı əlavə müdaxilə olmadan onların saytlarına düşür. Belə ki, agentliyin ən yeni informasiyası radio və ya televiziya səs-lən-məzdən daha tez Yahoo-da görünə bilər. Bu informasiyalarda biznes, idman, texnologiyalar, maliyyə məsələləri, qeyri-adi hadisələr və bir çox digər məsələlər öz əksini tapır.

On-line Reports yeniliklər zərfində müxtəlif kateqoriyalardan olan informasiyalar yayılır və onlar əsasən ölkələr və rubrikalar üzrə bölüşdürülür.

Röyterin yaydığı informasiyalar arasında şirkətlər və bazarlar barəsində yeniliklər mühüm yer tutur. Burada digər məsələlərlə yanaşı, keçmiş SSRİ-nin 12 müttəfiq respublikasından, o cümlədən Azərbaycandan yeniliklər verilir. Həmin yeniliklər gündə 60 informasiya həcmində olub, rus dilində təqdim edilir.

Yeniliklər *İDS (İnternet Deluveru Sistem)* sisteminin köməyi ilə İnternet vasitəsilə verilir. Bu o deməkdir ki, abunəçilər həmin yenilikləri qəbul etmək üçün əlavə avadanlığa ehtiyac duymurlar.

Röyterin *biznes brifinqi* işgüzar informasiya məlumatlarının güclü beynəlxalq bazasını təqdim edir. Bu baza dünyanın 4 mindən çox mənbəyini birləşdirən on illik arxivdən

ibarətdir.

Röyterin İnterndəki saytlarında reklamlar, marketing və KİV barəsində yeniliklər, fotolentlər, reklam, marketing və KİV bazarlarından bəhs edən ixtisaslaşdırılmış jurnalların və bülletenlərin geniş spektri, şirkətlər barəsində informasiya, istehlak bazarları barəsində məlumatlar, sənaye sahələrinin profilləri və digər məsələlər öz əksini tapır.

Röyterin peşəkar jurnalistlərindən ibarət komandası hər gün reklam, marketing və kütləvi informasiya vasitələri sahələrində əsas beynəlxalq hadisələri işıqlandırır. Əsas icmallardan biri ixtisaslaşdırılmış *Worldwide Advertising and Media Digest* daycestidir. Buraya reklam verənlərin, reklam agentliklərinin yenilikləri, təqdim olunan məhsullar və istehlak modelləri, İnternetin və yeni KİV-in inkişaf meylləri haqqında informasiya daxildir. Daycest cari hadisələr barəsində tez və dəqiq informasiya ehtiyacında olan peşəkar bazar iştirakçıları üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Röyter agentliyi MDB məkanında çox populyardır. Müstəqil dövlətlərin mətbuat orqanlarında, radio və televiziya-sında həmin agentliyin materiallarından gen-bol istifadə edilir. Bununla birlikdə, Röyter agentliyi informasiya və maliyyə məsələləri ilə bağlı MDB ölkələrində keçirilən beynəlxalq tədbirlərdə fəal iştirak edir. 2000-ci il fevralın 24-dən 26-dək Bakı şəhərində Röyter maliyyə bazarlarının iştirakçıları üçün texniki təhlil məsələlərinə həsr edilmiş seminar keçirilmişdir. Seminar Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsində və Qərb Universitetində təşkil olunmuşdu. Dövlət komitəsinin sədri H.Babayev və Bakı Fond Birjasının nümayəndəsi M.Hacıyev tədbir iştirakçıları qarşısında çıxış etmişlər. "Əmrahbank"ın nümayəndəsi E.Salamov valyuta

bazarının nəzəri əsasları və texniki təhlilin əsasları kimi məsələləri işıqlandırmış, “Günaybank”ın nümayəndəsi E.Ağayev dilerin praktik işi barəsində danışmışdır. Elə həmin il aprelin 25-də Moskvada beynəlxalq ticarət mərkəzində “Rusiyada investisiyalar. Kapitalın mənbələri, real layihələr, investisiya konsaltinqi” adlı konfrans-sərgidə Røyter agentliyi də fəal iştirak etmişdir. Bu, prezident seçkilərindən sonra Rusiyada keçirilən ən böyük investisiya forumu idi.

Burada iki illik böhrandan sonra xarici və rusiyalı investorlar Rusiya iqtisadiyyatına kapital qoyuluşu mövzusunda yenidən maraq göstərdiklərini sübut etmişlər.

Konfrans-sərginin işində 800 nəfərdən çox adam iştirak etmişdir. Konfransın nümayəndələri arasında Rusiyada işləyən bütün ən iri maliyyə strukturlarının, məşhur sənaye müəssisələrinin nümayəndələrini, qiymətli kağızlar bazarı üzrə federal komissiyanın bütün regional şöbələrinin rəhbərlərini görmək olardı. Geniş iclasda Rusiya Federasiyasının vergilər naziri Aleksandr Poçinok, qiymətli kağızlar üzrə federal komissiyanın sədri İqor Kostikov, Maliyyə Nazirliyi dövlət daxili borc idarəsi departamentinin rəisi Bella Zladkis məruzələrlə çıxış etmişlər. Seksiya iclaslarında Rusiya maliyyə bazarında işləyən 50 nəfərdən çox tanınmış mütəxəssis öz fikrini bildirmişdir.

Rusiyanın digər şəhərlərində, habelə keçmiş SSRİ-nin müttəfiq respublikalarının paytaxtlarında Røyterin bilavasitə təşkil etdiyi və iştirak etdiyi digər beynəlxalq tədbirlər də olmuşdur.

Yuxarıda deyilənlərin hamısı Røyter agentliyinin 150 illik inkişaf yolu keçdiyini, keçən bir əsr yarım ərzində durmadan təkmilləşdiyini və dünya informasiya məkanında özünə layiq yer tutduğunu sübut edir.



İTAR-TASS AGENTLİYİ

(ИНФОРМАЦИОННОЕ ТЕЛЕГРАФНОЕ АГЕНТСТВО РОССИИ-
ТЕЛЕГРАФНОЕ АГЕНТСТВО СОВЕТСКОГО СОЮЗА)

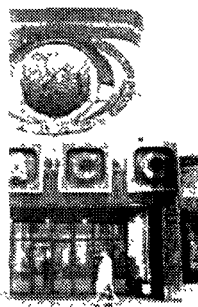
(YARANMASI VƏ İNKİŞAFI TARİXİ

Görkəmli rus yazıçısı Konstantin Paustovski hələ ötən əsrin 30-cu illərinin əvvəllərində yazırdı: "Müasirlik+sürətli iş+ən yeni texnika+qeyri-adi qabiliyyətə malik adamların çoxluğu+yaxşı inkişaf etmiş yoldaşlıq hissi+siyasi yetkinlik+asan işləməyi bacarmaq=SİTA".

O dövrdən bəri dünyada çox şeylər dəyişmiş, SİTA İTAR-TASS-a

çevrilmiş, onun fəaliyyət dairəsi genişlənmiş, yaydığı informasiyaların aktuallığı daha da artmışdır.

Gələn il Rusiyanın bir nömrəli informasiya agentliyi olan və dünya informasiya agentlikləri sırasında özünə layiq yer tutan İTAR-TASS-ın yaradılmasının bir əsrlik yubileyi qeyd ediləcəkdir. Bu agentlik ənənəsinə sadıq qalaraq həm Rusiyada, həm də xaricdə qəzetlərə, jurnallara, televiziya və radio şirkətlərinə, hakimiyyət orqanlarına, dövlət idarələrinə, müxtəlif mülkiyyət formaları olan müəssisələrə, siyasi



İTAR-TASS-ın binası

partiyalara və ictimai təşkilatlara, həm Rusiyada, həm də xaricdə xarici diplomatik nümayəndəliklərə və digər müştərilərə yeniliklər çatdırmaqda liderliyi davam etdirir.

Agentlik gördüyü işlərin həcminə və digər göstəricilərə görə dünyanın beş ən iri agentlikləri arasında Røyter, Assoşeyted Press və Frans-Press agentliklərindən sonra dördüncü yeri tutur. YUNESKO-nun apardığı təsnifata uyğun olaraq, dünyanın aparıcı informasiya agentlikləri sırasına daxil olmuş İTAR-TASS-ın yaranması tarixi 1904-cü ildən başlayır. Rusiya imperiyasının maliyyə naziri Kokovtsov xarici işlər nazirinin adına yazdığı 1904-cü il 26 mart tarixli məktubunda qeyd edirdi ki, xarici ölkələrdə Rusiyanın iqtisadi vəziyyəti haqqında yalan məlumatların yayılması güclənmişdir və bunun qarşısını almaq, Rusiyada daxili ticarət bəzəsində geniş məlumat yaymaq üçün hökumət tərəfindən layihələşdirilən teleqraf agentliyi yaradılmalıdır.

İmperator II Nikolay 1904-cü il iyulun 21-də layihənin həyata keçirilməsinə razılıq verdi və həmin il sentyabrın 1-dən Rusiyanın paytaxtında Sankt-Peterburq Teleqraf Agentliyi fəaliyyət göstərməyə başladı.

Sankt-Peterburq Teleqraf Agentliyi Maliyyə Nazirliyinin strukturuna daxil idi. Hökumətin başçısı P.A.Stolipinin təklifi ilə 1909-cu ilin sonunda agentlik haqqında yeni əsasnamə işlənib hazırlandı və həmin əsasnaməyə uyğun olaraq Sankt-Peterburq Teleqraf Agentliyi Nazirlər Sovetinin tərkibinə daxil edildi.

1914-cü ildə Sankt-Peterburq şəhərinin adının dəyişdirilməsi ilə əlaqədar bu informasiya agentliyi Petroqrاد Teleqraf Agentliyi adlanmağa başladı. 1917-ci il dekabrın 1-

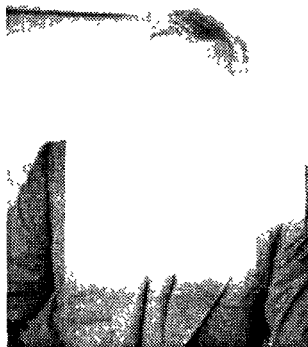
də agentlik RSFSR Xalq Komissarları Soveti yanında Mərkəzi informasiya orqanı elan edildi. 1918-ci il sentyabrın 7-də Petroqrad Teleqraf Agentliyinin və RSFSR Xalq Komissarları Soveti yanında mətbuat bürosunun bazasında Rusiya Teleqraf Agentliyi (ROSTA) yaradıldı. Məlum olduğu kimi, 1922-ci il dekabrın 30-da Sovet dövlətinin tərkibinə daxil olan müttəfiq respublikalar SSRİ adlanan bir dövlətdə birləşdirildilər və SSRİ Mərkəzi İcraiyyə Komitəsinin Rəyasət Heyəti 1925-ci il iyulun 10-da Sovet İttifaqı Teleqraf Agentliyini (TASS) təsis etdi. Qeyd etmək lazımdır ki, 1925-ci ildən 1991-ci ilin oktyabrına, yəni SSRİ dağılana qədər Azərbaycanda TASS tərcümə edilərək SİTA, yəni Sovet İttifaqı Teleqraf Agentliyi kimi işlənirdi. Rusiya Federasiyasının əsas agentliyinin indiki adı - İTAR-TASS Rusiyanın suverenliyi elan edildikdən sonra, 1992-ci ilin yanvarında təsdiq edilmişdir. Belə bir ad təsdiq edilərkən agentliyin yaranma tarixi nəzərə alınmaqla TASS sözü saxlanmış, qarşısına isə İTAR, yəni информационное телеграфное агентство России əlavə edilmişdir. İndiki agentliyin adının hər iki tərəfində teleqraf sözünün saxlanması da tarixilik nöqteyi-nəzərindən məqbul hesab edilir.

İTAR-TASS BU GÜN

İTAR-TASS bir sutka ərzində Rusiyanın, yaxın və uzaq xarici ölkələrin siyasi, iqtisadi, ictimai, mədəni və idman həyatı haqqında iki mindən çox xəbər və 50-yə yaxın operativ fotosəkillər, diaqramlar və sxemlər yayır. Bu materiallarla A2 formatlı 200-dən çox qəzet səhifəsini doldurmaq olar.

Agentlik ölkədə və dünyada hadisələr barəsində operativ, dəqiq və rəngarəng informasiyalar hazırlanmasında həm bütün Rusiyada, həm də beş qitənin 67 dövlətində fəaliyyət göstərən xüsusi müxbirlərinə, məhəlli mərkəzlərinə, müxbir şöbələri və müxbir məntəqələrinə istinad edir. İnformasiyanın redaktə olunması, təhlil edilməsi, xarici dillərə tərcüməsi ilə İTAR-TASS-ın redaksiyaları, texniki və digər bölmələri məşğul olur. Agentliyin ştat cədvəlində iki min nəfərdən çox adam vardır.

İTAR-TASS özünün mərkəzi dövlət agentliyi statusunu saxlayaraq, Rusiyanın müstəqilliyinin əldə edilməsindən sonra ötən illər ərzində ölkədə demokratik dəyişikliklərlə, informasiya alınmasının genişlənməsi, yeni kompüter və telekommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə bağlı müsbət meyillər kəsb etmişdir. İndi həm Rusiyada, həm də



**İTAR-TASS-ın baş
direktoru Vitali İqnatenko**

onun hüdudlarından kənarlarda marağı olan idarələr, təşkilatlar və ayrı-ayrı şəxslər informasiya agentliyinin hazırladığı bütün operativ informasiyadan və çap məhsulundan istifadə edə bilirlər. Halbuki sovet dövründə bu cür məhsulların böyük hissəsindən yalnız vəzifəli şəxslər bəhrələndirilirdi.

İTAR-TASS 86 adda informasiya məhsulu buraxır. “Vahid yeniliklər lentisi” - ENL (Единая новостная лента) (1-ci versiya)”. Burada Rusiyada, yaxın və uzaq xaricdə baş verən hadisələr barəsində bütün operativ məlumatlar öz əksini tapır. Həmin məlumatlar fasiləsiz daxil olur, ümumi in-

formasiya axınına qovuşur. Bunların həcmi sutkada təxminən 30 makina səhifəsinə bərabərdir. Əgər müasir kompüterlər və digər kommunikasiya vasitələri olmasaydı, köhnə teleqraf aparatları bunların öhdəsindən yəqin ki, gələ bilməzdilər.

İTAR-TASS abunəçilərinə bundan əlavə, 16 adda çap məhsulu təklif edir. Bunların arasında “Rusiya: yerlərdə hakimiyyət”, “Kompas” xəbərlər topluları, “Dünya ölkələri bu gün”, “Tarixlər və hadisələr təqvimini” məlumat kitabçaları və digər nəşrlər mühüm yer tutur.

Agentliyin məhsullarını həm elektron, həm də çap olunmuş şəkildə almaq olar. Məhsul İnternet şəbəkəsi və elektron poçt vasitəsilə ötürülür.

Daimi fəaliyyət göstərən informasiya xidmətindən istifadə edilməsi böyük səmərə verir. Bu xidmətin vəzifəsi meydana çıxan suallara cavab verməkdən, lazım olan informasiya və xidmətlərin seçilməsinə yardım göstərməkdən ibarətdir.

Hadisələr barəsində operativ informasiya real vaxtda bütün gecə-gündüz ərzində İnternet şəbəkəsinə, ayrılmış rabitə kanalları vasitəsilə elektron poçtuna İTAR-TASS-ın peyk sistemi, “Radiotekst” sistemi vasitəsilə, həmçinin çap olunmuş halda poçt vasitəsilə göndərilir. “Vahid yeniliklər lenti”ndə Rusiyada, yaxın və uzaq xaricdə baş verən hadisələr barəsində agentliyin operativ məlumatları verilir. Burada hakimiyyətin yuxarı eşelonlarının fəaliyyəti işıqlandırılır, ictimai-siyasi və iqtisadi həyatdan, sosial və mədəniyyət sahələrindən, idman aləmindən... yeniliklər verilir, hadisələr, fəlakətlər, ağılasığmayan olaylar barəsində məlumatlar çatdırılır. Bu yeniliklərdən Rusiyanın ümummilli

və iri bölgə qəzetləri və teleradio şirkətləri, beynəlxalq və milli informasiya agentlikləri, Rusiyada fəaliyyət göstərən xarici diplomatik nümayəndəliklər istifadə edir. Sutka ərzində agentliyin yaydığı məlumatların həcmi 400-ə qədərdir.

“Vahid yeniliklər lenti”nin ikinci versiyası Rusiya həyatının bir növ güzgüsüdür. “Vahid yeniliklər lenti”nin birinci versiyası Rusiyada baş verən hadisələr barəsində əsas xəbərlərə istinad olunmaqla hazırlanır. Qeyd etmək lazımdır ki, “Vahid yeniliklər lenti”nin ikinci versiyasına xarici ölkələrdə baş verən hadisələr barəsində məlumatlar daxil edilmir. Bu məlumatlar əsasən vilayət, respublika, diyar, şəhər qəzetlərinə və teleradio şirkətlərinə, MDB-nin və Baltikyanı ölkələrin kütləvi informasiya vasitələrinə məsləhət görülür. Bu materialların həcmi 150-yə yaxın xəbərdən ibarət olur.

Operativ hadisələr barəsində informasiya deyilənlərdən əlavə, “TASS-Ekspress”, “Rusiyanın hakimiyyət strukturlarından yeniliklər”, “Rusiyanın siyasi nəbzi: seçkilər, partiyalar, hərəkatlar”, “TASS: yaxşı yeniliklər”, “MDB və Baltikyanı ölkələrdə”, “İşgüzar yeniliklər”, “Mədəniyyət yenilikləri”, “Ekoloji monitorinq”, “Kriminal xronika”, “Diqqət: fəvqəladə hadisə”, “Mənəvi aləm (din)” rubrikaları ilə həm Rusiyada, həm də xarici ölkələrdə baş verən hadisələrdən ən yeni xəbərlər çatdırılır.

“Zərfləşdirilmiş informasiya (TASS-ın gündəliyi)”abunəçilərə sutkada bir və ya bir neçə dəfə, yaxud həftədə bir dəfə müəyyən vaxtda elektron poçt vasitəsilə, İTAR-TASS-ın peyk sistemi, “Radiotekst” sistemi vasitəsilə İnternet.şəbəkəsi, habelə çap olunmuş halda poçt vasitəsilə verilir.

“İTAR-TASS-ın operativ informasiyası” rubrikasında Rusiyada və xarici aləmdə baş verən ən mühüm hadisələr qı-saca işıqlandırılır, xarici kütləvi informasiya vasitələrinin və mütəxəssislərin bu hadisələrə şərhləri, təhlili rəyləri verilir. Daha təcili məlumatlar abunəçilərə “Xəbərlərin əsas buraxılışına əlavələr” formasında göndərilir. Bu informasi-yalar başlıca olaraq müxtəlif səviyyəli hakimiyyət orqanla-rı, siyasi partiyalar, ictimai hərəkətlər, təhlillər aparan mərkəzlər üçün nəzərdə tutulmuşdur. Hər bir buraxılışın həcmi 5-8 səhifə olur.

“Rusiyanın gündəlik həyatı” rubrikasında ölkənin siyasi, iqtisadi, sosial və mədəni həyatından birinci dərəcəli yeniliklər, yaxın və uzaq xaricdə baş verən hadisələrin Rusiyanın və onun regionlarının mənafeələrinə təsiri öz əksini tapır.

Xəbərlərin verilməsi forması son dərəcə əlverişlidir. Burada həm mərkəzdə, həm də yerlərdə çıxarılan qərarlar, qanunvericilərin apardıqları müzakirələr, siyasi qüvvələrin strategiyası, liderlərin reytingləri, sosioloji sorğuların nəticələri əks etdirilir.

İnformasiya bloku bütün səviyyələrdən olan inzibati strukturlara, partiyalara, ictimai təşkilatlara, kütləvi informasiya vasitələrinə istiqamətləndirilir. Bu cür xəbərlərin həcmi hər gün 6-10 səhifə olur. Zərfləşdirilmiş informasiya (TASS-ın gündəliyi) bölməsində verilən xəbərlər yuxarıda deyilənlərdən əlavə, “Teleradio gündəliyi”, “TASS-anons”, “TASS-gündəlik anons”, “TASS-həftəlik anons”, “Mərkəzi mətbuatın daycesti”, “Operativ hadisələr barəsində informasiyanın regional proqramları” və digər rubrikalarda söhbət gedir.

Qafqaz və onun tərkib hissəsi olan Azərbaycan, habelə Türkiyə və İranla bağlı olduğuna görə axırınıc rubrika haqqında danışmaq lızımdır. Həmin rubrika bölgə prinsipi əsasında qurulur və yerlərdə hadisələrə xüsusi diqqət yetirilir. Bu hadisələr barəsində xəbərler vahid yeniliklər lentlərinin birinci və ikinci versiyalarında yayılmır. Müxtəlif mövzuları əhatə edən qısa yeniliklərin müstəqil zərfləri sutka ərzində iki dəfə yerli vaxtla saat 13.00-da və 17.00-da verilir. Bu xəbərler Rusiyanın və onunla həmsərhəd olan ərazilərin regionlarının kütləvi informasiya vasitələri üçün nəzərdə tutulur.

Regional proqramların sayı dördür: “Şərç”, “Ural”, “Cənub”, “Mərkəz” proqramları. “Şərç” proqramında Sibirdən və Uzaq Şərçdən, bunlarla həmsərhəd olan ölkələrdən-Çindən, Monqolustandan, Yaponiyadan, KXDR-dən və Cənubi Koreyadan xəbərler verilir. Bu xəbərlerin həcmi sutka ərzində 20-yə qədər olur. “Ural” proqramı Volqaboyu və Ural regionlarından, Orenburqdan, Nijni-Novqoroddan, Sıktıvkardan, Yekaterinburqdan, habelə bu regionlarla bağlı söhbət getdikdə Rusiyanın digər yerlərindən və xaricdən alınmış xəbərleri əhatə edir. Bu xəbərlerin həcmi sutka ərzində 15-ə çatır. “Cənub” proqramında Rostov, Volqoqrad və Həştərxan vilayətlərindən, Stavropol və Krasnodar diyarlarından, Kalmıkıstan Respublikasından, Şimali Qafqaz respublikalarından, həmçinin Zaqaqaziya dövlətlərindən- Azərbaycandan, Gürcüstandan, Ermənistandan və onlarla həmsərhəd olan ölkələrdən - Türkiyədən və İrandan alınmış xəbərler yayılır. Bu cür xəbərlerin həcmi sutka ərzində 15-ə çatır.

“Mərkəz” proqramı Rusiyanın Mərkəzi və Şimali Avropa

hissəsində yerləşən vilayətlərdən bəhs edir. Bu cür xəbərlərin sayı sutka ərzində 20 olur.

“İxtisaslaşdırılmış beynəlxalq informasiya” bölməsində “Beş qitədən xəbərlər” rubrikası ilə iki versiyada informasiya yayılır. Birinci versiyada uzaq xarici ölkələrdə ən parlaq və əlamətdar hadisələr barəsində məlumat verilir və bunlar xarici ölkələrdə həyatın bütün sahələri barəsində İTAR-TASS-ın müxbirlərinin geniş oxucu kütlələri üçün nəzərdə tutulmuş məlumatlarından ibarət olur. Bu məlumatlar əsas etibarilə ümummilli və respublika kütləvi informasiya vasitələri üçün müəyyənləşdirilir. Əlbəttə, xarici informasiyanı qiymətləndirə bilən bütün kateqoriyalardan olan abunəçilər də bu informasiyalardan gen-bol istifadə edirlər. İkinci versiya birinci versiyanın qısaldılmış variantından ibarət olub siyasi, iqtisadi, elmi-texniki, hərbi, əyləncəli informasiyanı birləşdirir. Bu informasiya ilk növbədə şəhər qəzetləri və teleradio şirkətlər üçün nəzərdə tutulur.

“Beynəlxalq ekspress informasiya” bölməsi aşağıdakı məsələləri işıqlandırır:

- xarici ölkələrdə siyasi şərait;
- dünyada vəziyyətə təsir etməyə qadir olan ən mühüm hadisələr;
- bu hadisələrə operativ rəylər;
- xarici dövlət xadimlərinin və siyasi xadimlərin fikirləri;
- partiyaların ən mühüm sənədləri və qətnamələri;
- hökumətlərdə dəyişikliklər;
- siyasətçilər haqqında qısa məlumatlar.

Rusiya rəhbərlərinin xarici ölkələrə səfərləri haqqında hesabatlar və onların çıxışları, aparıcı xarici nəşrlərin xülasəsi və digər maraqlı informasiya yayılır. İTAR-TASS-ın bu

materialları şərhçilərə, ölkəşünaslara, siyasi xadimlərə və digər kateqoriyalardan olan abunəçilərə tövsiyə edilir. “Əyləncəli informasiya” bölməsində abunəçilər elm və texnika, tibb yenilikləri ilə tanış olur, Rusiyada və xarici ölkələrdə ordu həyatından, kriminal aləmdən bəhs edən yeniliklərdən xəbər tutur, mədəniyyət aləminin - musiqinin, kinonun, teatrın, rəssamlığın, arxitekturanın həyatında baş verən yenilikləri izləyirlər. Bununla belə, abunəçilər Rusiyanın, yaxın və uzaq xaricin böyük siyasət, elm, ədəbiyyat və incəsənət xadimlərinin ictimai və şəxsi həyatlarından ən maraqlı hadisələri öyrənirlər.

İTAR-TASS-ın nəşr etdiyi kitablar, məlumat kitabçaları da maraqlıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, “Dünya ölkələri bu gün” beş cildlik məlumat kitabı hər il nəşr edilir. Burada hər bir ölkənin coğrafi vəziyyəti, o cümlədən birinci cildə Avropanın 44, Amerikanın 51, Afrikanın 57, Asiyanın 42, Avstraliya və Okeaniyanın 27 ölkəsinin coğrafi vəziyyəti, dövlət quruluşu, qanunvericilik və icra hakimiyyəti, parlamentin partiya tərkibi, hökumətin adbaad tərkibi, yerli özünüidarə orqanlarının, siyasi partiyaların və həmkarlar ittifaqlarının, kütləvi informasiya vasitələri və bir çox digər məsələlər barəsində məlumatlar verilir. Jurnalistlər və ekspertlər buradakı informasiya digər nəşrlərdə olmadığına görə məlumat kitabını yüksək qiymətləndirirlər. “Dünya ölkələri bu gün” çoxcildliyinin ayda bir dəfə əlavəsi də buraxılır. Burada bu və ya digər ölkələrdə cari dəyişikliklər əks etdirilir.

“Tarixlər və hadisələr təqvim” Rusiyanın və xarici ölkələrin həyatında yaxınlaşmaqda olan tarixlər, siyasi, iqtisadi, ictimai və mədəni həyatında hadisələr barəsində məlu-

matlar, ən böyük sərgilər, festivallar, qurultaylar, beynəlxalq konfranslar və yarmarkalar haqqında anonslar, görkəmli şəxsiyyətlərin həyatı barəsində məlumatlar dərc edilir.

İTAR-TASS-ın iştirakı ilə işıq üzü görən nəşrlərə böyük maraq vardır. İctimai-siyasi illüstrasiyalı jurnal kimi çıxan “Exo planeti”da siyasət və iqtisadiyyatdan tutmuş mədəniyyət və idmana qədər beynəlxalq yeniliklər dərc edilir. Tirajı 35 min nüsxə olan həmin nəşr geniş təhsil görənlər üçün həftədə bir dəfə nəşr edilir. Müasir qadınlar üçün “Kompliment” və Rok və Pop musiqi pərəstişkarları üçün “Muzikalni olimp” adlı iki əlavəsi vardır. Əlavənin hər biri ayda bir dəfə çıxır.

“Media xəbərləri” - Rusiyada televiziya, radio və mətbuat, İnternet, reklam, pablik rileyşnz və media tədqiqatçıları üçün ilk jurnal olub “Media rama” agentliyi ilə birlikdə nəşr eldir. Burada dövlət strukturlarından, assosiasiyalardan və ictimai təşkilatlardan rəsmi yeniliklər, ORT, RTR, NTV, TV-6 televiziya kanallarından yeniliklər, kadr dəyişiklikləri, yeni layihələr, kino nümayişləri, televiziya və kino məhsulları istehsalı, onların satın alınması və televiziya ilə bağlı digər məsələlər öz əksini tapır. Radio, mətbuat, İnternet, reklam bazarı, mediametria və digər məsələlər barəsində yeniliklər yayılır.

İTAR-TASS-ın tərkibində yeni-yeni informasiya şəbəkələri yaradılır. Belə şəbəkələrdən biri 1996-cı ilin iyununda yaradılmış Praym-TASS-dır. Bu, İTAR-TASS informasiya agentliyi və maliyyə-iqtisadi informasiya sahəsində ixtisaslaşmış Praym informasiya-nəşriyyat agentliyi tərəfindən yaradılmışdır. Maraqlıdır ki, Praym-TASS agentliyi iki

dəfə “Rusiyanın iqtisadi dirçəlişi” jurnalist müsabiqəsinin laureatı olmuş, “Gümüş Merkuri” ticarət-sənaye palatasının və Rusiya Jurnalistlər İttifaqının diplomları və mükafatı ilə təltif olunmuşdur.

Qeyd etmək lazımdır ki, Praym-TASS “Bridge-Telerate” dünya maliyyə informasiya sistemlərinin əsas Rusiya tərəfdaşlarından biri, bir sıra layihələrdə Dünya Bankının tərəfdaşdır. Son illərdə agentlik beynəlxalq iqtisadi və maliyyə forumlarının və işgüzar görüşlərinin informasiya sponsoru kimi fəal çıxış edir.

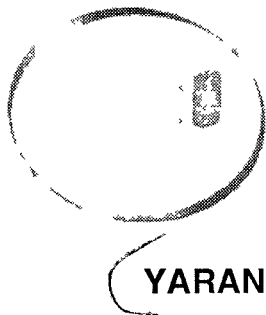
Praym-TASS agentliyindən söhbət gedərkən həmin agentliyin ən vacib vəzifələrindən qısaca da danışmaq yerinə düşərdi. Agentlik aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

- şirkətlərin və bankların fəaliyyətini işıqlandırır;
- iqtisadiyyata təsir edən ən vacib siyasi hadisələr haqqında son yenilikləri yayır;
- Rusiya Federasiyası hökumətinin, Mərkəzi Bankın, federal strukturların xarici iqtisadi fəaliyyətini, dünya bazarlarında rəqabəti, ən böyük müqavilələr haqqında məlumatları, tariflərin dəyişdirilməsini, statistikanı, fond bazarındaki yenilikləri, iqtisadiyyatın baza sektorlarında səhmlərin ən iri emitentlərini yayır.

Praym-TASS onun xidmətindən istifadə edənlər üçün əlverişli şərait yaratmaq məqsədilə “Günün yenilikləri”, “Banklar və maliyyə”, “Səhmlər bazarı”, “Yanacaq-energetika kompleksi şirkətlərinin yenilikləri”, “Əmtəə bazarları və xarici ticarət” adlı beş müstəqil tematik lent buraxır. Hər gün yayılan məlumatların sayı 170-ə qədərdir.

Maliyyə yeniliklərindən ibarət bülleten gündə iki dəfə,

“Analitik xülasə” bülleteni üç bölmədən ibarət olub həftədə bir dəfə işıq üzə görünür. Bütün bunlardan əlavə, “Rusiya regionları”, “Rusiya Bankı xəbərləri”, “Bank statistikasını bülleteni” kimi nəşrləri vardır.



YUNAYTED PRESS İNTERNEŞNL (*UNITED PRESS INTERNATIONAL*)

YARANMASI VƏ İNKİŞAFI TARİXİ

Yunayted Press İnterneşnl böyüklüyünə görə ABŞ-ın ikinci informasiya agentliyidir və dünya agentlikləri beşliyinə daxildir. 1907-ci il iyunun 21-də E.V.Skripps tərəfindən “Yunayted Press Assoşieyşns, inkorporteyted” adı altında yaradılmışdır. Qəzet naşiri olan Skrippsin arzusu informasiyanı sürətlə, dəqiq, ədalətlə və ölüçülüb-biçilmiş şəkildə çatdırmaq idi. Bu məqsədlə də üç regional informasiya xidmətini birləşmiş mətbuat agentliyində birləşdirərək bildirdi ki, informasiya xidmətindən xəbərləri istənilən adam heç bir məhdudiyət qoyulmadan ala bilər. Belə bir forma o dövrdə Amerikanın və Avropanın əsas agentliklərinin inhisarçılığına və onların ittifaqının mümkünlüyünə təhlükə hesab edilə bilərdi. Xarici yeniliklər uğrunda rəqabət aparmaq üçün birləşmiş mətbuat agentliyi öz fəaliyyətində iki yeni prinsip müəyyənləşdirdi. Bunlardan birincisi o idi ki, yeniliklər xidməti bütün dünyadan xəbərlər əldə edə bilər. İkincisi, harada yerləşməsindən asılı

olmayaraq, qəzet redaksiyaları bu yenilikləri satın ala birlərlər. Agentliyin baş direktoru Roy Hovardın liderliyi altında yer üzündə bütün qəzetlərə xidmət edə biləcək və onlara öz yeniliklərini çatdırma biləcək birinci agentlik Şimali Amerika mətbuat agentliyi oldu. Bundan əlavə, Birləşmiş Ştatların hüduudlarından kənarlarda fəaliyyət göstərmək və yeniliklərin obyektiv surətdə əhatə olunmasını təmin etmək üçün Avropa bürosu yaradıldı.

Yeni informasiya mənbəyi agentliyin üslub və metodlarında dəyişikliklər etdi. 1935-ci ildə yenilikləri jurnalistlərə verən ilk informasiya xidməti də yaradıldı. On il keçdikdən sonra isə ilk idman xətti fəaliyyətə başladı.

1952-ci ildə birləşmiş mətbuat agentliyi yeniliklər mənzərəsi sahəsində beynəlxalq mövzuya daha geniş yer verdi. İnformasiya xidməti fotojurnalistikada üstün mövqe tutmağa başladı. Bu ənənə Pulitser mükafatları ilə nəticələndi.

1909-cu ildə KİV maqnatı Uilyam Randolf Herst tərəfindən əsas qoyulmuş və 1958-ci ildə birləşmiş mətbuat agentliyi ilə qovuşmuş beynəlxalq informasiya xidməti uğurlar qazanılmasında mühüm mərhələ oldu. Elə həmin il YPI yeniliklər agentliyinin ilk radio şəbəkəsini işə saldı və bütün dünyada müxbirlərindən aldığı məlumatlarla radiostansiyaları təmin etdi.

Biz yuxarıda qəzet maqnatı Uilyam Randolf Herstin adını çəkdik. O kimdir? Qeyd etmək lazımdır ki, varlı Kaliforniya ailəsindən olan U.R.Herst “yeni jurnalizm” prinsiplərinin ən böyük uğur qazanan davamçılarından biridir. 1885-1887-ci illərdə Pulitserin “The New York World”da müxbirlik işi məktəbini keçmiş və “yeni jurnalizm” üsullarını dərin-

dən öyrənmişdir. 1887-ci ildə San-Fransiskoya qayıdan Herst “The San Francicko Examiner” qəzetinin idarə olunmasını öz əlinə almış və 3 il ərzində həmin nəşri təcavüzkar, kəskin mövqedə duran və çiçəklənən qəzetə çevirmişdir. O, “yeni jurnalizm” konsepsiyasında dəyişikliklər aparmış, bu konsepsiyanın tərkib hissəsi olan informasiya verilməsində səliqəlilik və dəqiqlik prinsiplərini atmışdır. Herstin nöqteyi-nəzərincə, ən əhəmiyyətsiz faktdan belə sensasiya yaratmaq olar: başlıca məsələ materialın verilməsi üçün forma axtarmaq və oxucunun tələblərinə uyğunluğu müəyyənləşdirməkdir. Herst 1895-ci ildə Nyu-Yorkun qəzet bazarında böyük uğur qazanaraq, “The New York Journal” qəzetini satın almışdır.

Qəzetin yeni sahibi buraya bir çox tanınmış jurnalistləri və rəssamları cəlb etmiş, informasiyalarda sensasiyalılığı və əyləncəliliyi gücləndirmiş, nəşrinin qiymətini aşağı salmışdır. Bunun nəticəsində “The New York Journal”ın tirajı kəskin surətdə artmışdır. Herst 1896-cı ildə Amerikada ilk komiksin yaradıcısı Riçard Autkoltu əməkdaşlığa cəlb edə bilmiş və bunun nəticəsində Herstlə Pulitser arasında komiksin nəşrinə müəlliflik hüququ uğrunda mübarizə başlanmışdır. Herstin nəşr etdiyi komiks bütünlüklə sarı rəngdə çap olunurdu və nəşirin müasirləri jurnalistikanın bu modelini “sarı jurnalizm” adlandırırdılar. Sonralar “sarı mətbuat” deyildikdə Herstin üslubu yada düşürdü. Herst redaksiya məqalələrindən birində yazırdı ki, “The New York Journal”ın siyasəti ondan ibarətdir ki, diqqəti cəlb etmək faktları axtarıb tapmaq qədər vacibdir; əhali sadəcə yeniliklərdən daha çox əyləncələr istəyir. Pulitser və Herst arasında kəskin rəqabət mübarizəsi 1895-1898-ci illərdə Ku-

ba hadisələri dövründə xüsusilə xoşagəlməz formalar kəsb etmişdi. Hər iki şəxsin nəşr etdikləri qəzetlər tiraj uğrunda vuruşaraq, Kuba hadisələri barəsində yenilikləri sensasiya şəkildə vermək sahəsində yarışdılar. Onlar materiallardakı faktların dəqiqliyinə və dürüstlüyünə məhəl qoymurdular, İspaniya qoşunlarının Kubada vəhşiliklərinin müfəssəl təsvirini verməklə kifayətlənmir, xarici dövlətin daxili işlərinə də qarışırdılar. 1897-ci ildə Herstin qəzeti xəyanətdə ittiham edilən gənc kubalı qızın Havana həbsxanasından qaçmasını təşkil etmiş, 1898-ci ilin əvvəlində isə "The New York Journal" səhifələrində İspaniya səfirinin oğurlanmış şəxsi məktubu çap edilmişdi. Həmin məktubda Amerika prezidenti Uilyam Makkinlinin xasiyyəti tənqid edilmişdi. Bundan məqsəd sülhsevər mövqe tutan prezidenti İspaniya barəsində daha qətiyyətli tədbir görməyə məcbur etmək idi.

Uilyam Herst dəyişən zəmanəyə uyğunlaşmağı bacarırdı, maliyyə uğurları qazanmaq üçün əlinə düşən fürsətdən istifadə edirdi. Təsadüfi deyildir ki, o, "Rosmorolitan Maqazine" jurnalını satın aldı və onu makreyker nəşrinə çevirdi. 1906-cı ildə jurnalda nəşr edilən materiallar Amerikanın ictimai rəyini təlatümə gətirdi. İfşaedici dalğa ölkənin yüksək siyasi dairələrinə çatdı. D.Fillipsin yazdığı "Senatın satqınlığı" ümumi adı ilə verilmiş qalmaqallı materiallar bir sıra böyük vəzifəli siyasi simaların nüfuzuna mənfi təsir göstərdi.

YPİ agentliyi və onun müxbirləri həmişə hadisələrin içərisində olmuş, dəqiq informasiya yaymağa çalışmışlar. 1956-cı ildə Macarıstan inqilabı haqqında ən dəqiq informasiyanı həmin agentlik birinci yaymış və jurnalist Rastel

Couns Pulitser mükafatına layiq görülmüşdür. 1963-cü ildə prezident Con Kennedinin öldürülməsi barədə ilk bülleteni dünyaya yayan həmin agentlik olmuşdur. O dövrdə müxbir Merriman Smit avtomobildə mobil radiotelefonu götürmüş və hadisə barəsində YPI agentliyinin Dallas bürosuna məlumat vermişdir. Həmin müxbir sonrakı hadisələri də izləmişdir.

YPI agentliyi yeniliklər sənayesində nailiyyətləri tətbiq etməyi davam etdirmişdir. Şirkət kompüterlərdən 1968-ci ildə istifadə etməyə başlamış, 1982-ci ildə informasiya xidməti abunəçilərə sənaye üsulu ilə informasiya çatdırılmasını işə salmışdır.

2001-ci ildə YPI çoxdillli “əsl qəzet zalı”nı inkişaf etdirmişdir.

YUNAYTED PRESS İNTERNEŞNL AGENTLİYİ BU GÜN

Yunayted Press İnterneşnl agentliyi ABŞ-ın paytaxtı Vaşinqtonda yerləşir. Onun Konkonqda, Londonda, Santyaqoda və Tokioda idarələri fəaliyyət göstərir. Şirkət ən istedadlı jurnalistlər komandasına və bütün dünyada ən yeni xəbərləri toplamaq üçün geniş müxbirlər şəbəkəsinə malikdir. Siyasət də daxil olmaqla ən müxtəlif mövzularda nadir xəbərləri, maliyyə yeniliklərini, əyləncələri, idman yarışlarını, habelə elm sahəsində qazanılan nailiyyətləri, müxtəlif geosiyasi və sosial problemləri işıqlandırır.

YPI özünün bütün fəaliyyətində bazarın tələblərinə cavab verməyə çalışır. Bu işə bizim günlərimizdə son dərəcə vacibdir və sabah da əhəmiyyətini itirməyəcəkdir.

Agentliyin auditoriyası biznesdə və siyasətdə qərarlar qəbul edən şəxslərə üz tutur. Bu informasiya mənbəyinin hazırladığı ibrətamiz və təhlili materiallar ondan istifadə edənlərə öz biznesində və siyasət məsələlərinin həllində uğur qazanmasına yardım göstərir. Jurnalistlər oxucularına bilik verməyə çalışırlar. Elə bilik ki, bunun sayəsində onlar düzgün qərarlar qəbul edib, problemin nə dərəcədə perspektivli olduğunu müəyyənləşdirə bilər.

Agentliyin materialları kommersiya fəaliyyətinin minlərlə növünə və bütün dünyada akademik müəssisələrin fəaliyyətinə açar əldə olunmasını təmin edir.

YPİ ingilis dilində məlumatlara əlavə olaraq müxtəlif təməllər üçün müxtəlif dillərdə yenilikləri yayır. Agentliyin Yaxın Şərqlə müxbirləri ərəb dilində xəbərlər və digər materiallar, o cümlədən analitik materiallar hazırlayırlar. Latın Amerikasında fəaliyyət göstərən büro ispan dilində yenilikləri yayır.

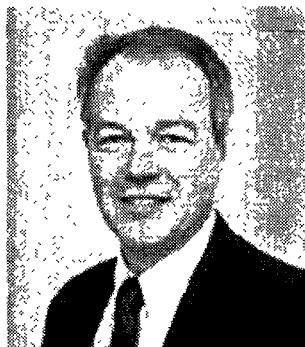
2007-ci ildə Yunayted Press İnterneşnl özünün bir əsrlik yubileyini qeyd edəcəkdir. Bu əlamətdar hadisəyə elə indinin özündə hazırlıq gedir və hazırlığın başlıca istiqaməti agentliyin fəaliyyətinin daha da gücləndirilməsinə, yayılan xəbərlərin obyektivliyinin və dürüstlüyünün təmin olunmasına yönəldilmişdir.

YPİ özünün bütün fəaliyyətində kadrlarına arxalanır. Burada isə öz peşəsinin ən səriştəli adamları çalışırlar.

Aşağıda onların bəziləri ilə sizi tanış edirik.

MAYKL MARŞALL,
baş redaktor

Bu şəxs 25 illik beynəlxalq təcrübəyə malikdir. Agentlikdə 1986-cı ildən fəaliyyət göstərir, incəsənət, elm məsələlərini işıqlandırır, cari işlərlə məşğul olur. O, habelə dünya KİV assosiasiyasının rəhbəridir. Beynəlxalq təşkilat olan bu assosiasiya KİV-in jurnalistləri üçün forum rolunu oynayır. Burada jurnalist etikasının ən yüksək standartlarına əməl edilir.



O, Londonda nəşr olunan və həftədə iki dəfə çıxan jurnalın və aylıq jurnalın redaktoru olmuşdur.

Əslən ingiltərəli olan Marşall Kembridcə Xrist kollecinin diplomunu almışdır.



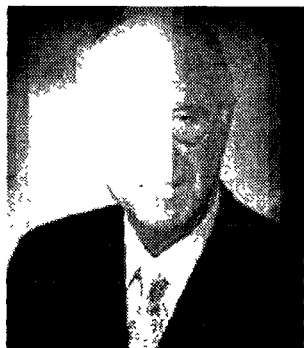
MARTİN VOLKER,
redaktor

Bu şəxs YPI agentliyinin qocaman xarici müxbiridir, sabahkı mühüm beynəlxalq xəbəri bu gün almağa nail olmaq kimi şərəfli bir nüfuz qazanmışdır. “YPI agentliyi eşidir” adlı gündəlik buraxılışın müəllifidir.

Amerikanın xarici siyasəti və beynəlxalq işlər üzrə ekspert kimi 25 il Böyük Britaniyada qəzetdə işləmiş, YPI-nin Moskva bürosunun və Amerika bürosunun rəhbəri olmuş, 1987-ci ildə İngiltərənin “İlin müxbiri” mükafatını almışdır.

Martin Volker 7 elmi kitab və 3 roman nəşr etdirmişdir.

ARNO de BORŞQRAV,
redaktor



Bu şəxs YPI agentliyinin redktoru və Vaşinqtonda nəşr olunan "Tayms" jurnalının redaktoru kimi dünya liderlərinin böyük əksəriyyə-tindən müsahibələr almış və gördü-yü işlərə görə dəfələrlə mükafatlan-dırılmışdır. 25 illik fəaliyyəti dövrün-də 90 ölkədə olmuş və 17 müharibəni işıqlandırmışdır. Vyetnamda material toplayarkən iki dəfə yaralanmışdır.

Robert Mosla birlikdə yazdığı "Şip" romanında Sovet Dövlət Təhlükəsizliyi Komitəsinin əməllərindən bəhs edil-
ilir. 1991-ci ildə Vaşinqtonda yerləşən strateji və beynəlxalq tədqiqatlar mərkəzində baş məsləhətçi təyin edilmiş-dir.



PİTER ROFF,
milli siyasi şəhrçi

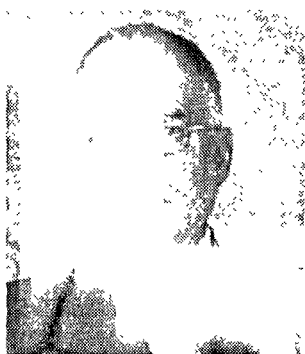
Bu şəxs 15 ildir ki, seçkilərin və ideoloji siyasətin işıqlandırılması ilə məşğul olur. O, hökuməti, seçkiləri və əmin-amanlığı ən təcrübəli adam kimi başa düşür.

Roff Vaşinqtonda və millət ətrafında baş verən hadisələri YPI agentli-yində hərtərəfli təhlil edən yeganə şəxsdir. Siyasətlə marqlananlar onun informasiyalarını böyük maraqla oxuyurlar.

MARTİN XATÇINSON,
redaktor

Bu şəxs yeni yaranmış bazarla üzrə ekspert kimi YPI agentliyini global biznesini istiqamətləndirir, ə mühüm iqtisadi hadisələri lazımı səviyyədə işıqlandırır.

O, jurnalist olana qədər beynəlxalq investisiya bankiri idi. İngiltərədə Kembric universitetində riyaziyyat üzrə magistr dərəcəsini aldıqdan sonra Britaniyanın ticarət bankında sənədləri layihələşdirməklə məşğul olmuşdur.



KLOD SALANI,
redaktor

Bu şəxs beynəlxalq jurnalist, foto-müxbir, redaktor və müəllim kimi YPI agentliyinin beynəlxalq yeniliklərini istiqamətləndirir.

O, Yaxın Şərq, terrorizm və islam haqqında yazır, habelə tez-tez televiziya və radio verilişlərində iştirak edir.

30 illik əmək fəaliyyəti dövründə 75 ölkədə olmuş, bu ölkələrdə baş verən ən mühüm hadisələri işıqlandırmışdır. Onun informasiyaları dünyanın bir çox əsas qəzet və jurnallarında nəşr olunmuşdur.

2003-ci ilin iyununda Klod Salanini xarici redaktor adlandırmışlar. "Qara sentyabrda əməliyyata (səhrada fırtına: jurnalist Yaxın Şərqdə)" adlı ilk kitabı 1998-ci ildə nəşr

edilmişdir.

K.Salani ingilis, fransız, italyan, ərəb dillərində sərbəst danışır və ispan dilindən istifadə edə bilir. Amerika prezidentləri Nikson, Karter, Ford, Buş və Klintonla səfərlərdə olmuş və onların səfərlərini işıqlandırmışdır.

ENN DİVİS,
elm və texnika üzrə redaktor

Bu xanım elm və texnika məsələlərinin işıqlandırılmasında YF agentliyini dünya səviyyəsinə qaldırır, universiteti başa çatdırıb ali təhsil diplomu aldıqdan sonra inkişaf etməkdə olan peyklərin kommersiya buraxılışları və digər faydalı yüklər üzrə şirkətdə işləməyə başlamış, ticarətin kosmik problemləri üzrə bazar rəqabətinin öyrənilməsini təmin edən müstəqil analitik kimi tanınmışdır.

Bir sıra jurnalların redaktoru kimi fəaliyyət göstərmişdir.



MARTİN SİFF,
cari hadisələrin şərhçisi



Bu şəxs günün başlıca hadisələrinin və bunlarla bağlı problemlərin şərhini verməklə məşğuldur. O, hər gün başlıca beynəlxalq problemlər haqqında tədqiqatlar yazır, sonrakı hadisələrin proqnozlarını verir. Sovet İttifaqında və Şərqi Avropada

kommunizmin çökməsini müşahidə etməyə imkan verən

informasiyalari Vaşinqtonda nəşr edilən “Tayms” qəzetində çap olunmuş və bu yazılara görə üç dəfə Pulitser mükafatına layiq görülmüşdür.

Siff Oksford Universitetini bitirmiş, burada müasir tarix üzrə bakalavr və magistr dərəcələri almışdır.

Yunayted Press İnterneşnl agentliyinin bəzi aparıcı jurnalistlərinin həyat və fəaliyyəti göstərir ki, həmin informasiya mənbəyi məhz bu cür mütəxəssislərin sayəsində bundan sonra da uğurlar qazanacaq, dünya informasiya agentlikləri beşliyində öz yerini daha da möhkəmləndirəcəkdir.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ MƏNBƏLƏR

Azərbaycan dilində

Məmmədli C. Jurnalistikaya giriş. Bakı, 2002.

Məmmədli C. Müasir jurnalistika. Bakı, 2003.

Türk dilində

Hifzi Topus, Ertuğrul Özbök. “Vers Un Nouvel International de L’information” millətlərarası münasibətlər türk yıllığı. Ankara, 1979.

Nuri İnuğur M. Basın və yayın tarihi. İstanbul, 1993.

Rus dilində

Беглов С.И. Четвертая власть: британская модель. М., 2002.

Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества (национальное своеобразие средств массовой информации Германии). М., 1999.

Живейнов Н.А. Капиталистическая пресса США. М., 1956.

Зарубежная журналистика накануне XXI века. Часть 1. М., 2002.

Зарубежная печать. М., 1986.

История печати. М., 2001.

История печати. Том II. М., 2001.

Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М., 1999.

От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. М., 2000.

Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Учебное пособие. М., 2002.

Раскрепощенная пресса. М., 1995.

Ingilis dilində

Robert W.Desmond. The information process. Lowf City, 1978.

BİR NEÇƏ SÖZ DƏ MÜƏLLİF HAQQINDA

Filologiya elmləri namizədi, Gürcüstan Respublikasının əməkdar jurnalisti Həmid Ali oğlu Vəliyev 1939-cu il iyulun 15-də Gürcüstan Respublikasının Borçalı diyarının dilbər guşələrindən biri olan Sadaxlı kəndində anadan olmuşdur. Orta təhsilini doğma kəndində almış, ADU-nun filologiya fakültəsinin jurnalistika bölməsini və Moskvada Sov.İKP MK yanında Ali Partiya Məktəbinin jurnalistika fakültəsini bitirmiş, "Sovet Gürcüstanı" qəzetində



korrektor vəzifəsindən redaktor müavini vəzifəsinədək yüksəlmişdir. Tbilisidə və Bakıda çap olunmuş bir neçə kitabın, 150-dən çox elmi və elmi-publisistik məqalənin müəllifidir. Dünya publisistikasının incilərindən sayılan Amerika yazıçısı Deyl Karneginin "Dost qazanmaq və insanlara təsir göstərmək sənəti" əsərini dilimizə tərcümə etmiş və həmin kitab 1993-cü ildə "İşıq" nəşriyyatı tərəfindən çap edilmişdir.

Müəllif 1991-ci ildə Bakıya köçmüş, burada prezidentin himayəsi ilə nəşrə başlayan "Yurd" jurnalının Azərbaycan buraxılışına rəhbərlik etmiş, "El qəzeti"nin, "Mübarizə" qəzetinin və "Borçalı" jurnalının baş redaktoru olmuşdur. 1992-ci ildən BDU-da elmi-pedaqoji işlə məşğuldur. Səhiyyə Nazirliyinin orqanı "Şəfəqət" qəzetinin baş redaktorudur.

MÜNDƏRİCAT

<i>Giriş</i>	3
<i>İnformasiya agentliklərinin yaranmasının zəruriliyi</i>	5
<i>Frans-Press agentliyi (AFP-Agence Franse-Presse)</i>	
Yaranması və inkişafı tarixi.....	11
Frans-Press agentliyi bu gün.....	14
<i>Assoşieyted Press agentliyi (Ap-Associated Press)</i>	
Yaranması və inkişafı tarixi.....	17
Assoşieyted Press bu gün.....	21
<i>Röyter Agentliyi</i>	
Yaranması və inkişafı tarixi.....	25
Röyter bu gün.....	30
<i>İTAR-TASS Agentliyi</i>	
Yaranması və inkişafı tarixi.....	36
İTAR-TASS bu gün.....	38
<i>Yunayted Press İnterneşnl (United Press İnternational)</i>	
Yaranması və inkişafı tarixi.....	49
Yunayied Press İnterneşnl agentliyi bu gün.....	53
<i>İstifadə olunmuş mənbələr</i>	60
<i>Bir neçə söz də müəllif haqqında</i>	62

Operator: **Gülnarə Məmmədova**
Dizayn: **Ədqar Həlifəyev**

Yığılmağa verilmişdir: **26.11.2003**
Çapa imzalanmışdır: **05.12.2003**
Kağız formatı: **60x84 1/16**
H/n həcmi: **4 ç.v.**
Sifariş: **343**
Sayı: **500**

Qiyməti müqavilə ilə

Kitab "Adiloğlu" MMC-nin mətbəəsində
hazır diapozitivlərdən istifadə
olunmaqla çap edilmişdir.

*Ünvan: Bakı ş.,
Ü.Hacıbəyov küç., 38/3
Tel.: 98-68-25*