

NƏSİMƏN YAQUBLU
AKİF RÜSTƏMLİ

XARİCİ
ÖLKƏLƏRİN
JURNALİSTİKASI



FOREIGN
JOURNALISM



“ADİLOĞLU”
Bakı-2007

Az
X 30

4 612

Y 17

Rəyçilər: Həmid Vəliyev – filologiya elmləri namizədi, Bakı Dövlət Universiteti Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının müdiri

Nəsir Əhmədli – filologiya elmləri namizədi Bakı Dövlət Universiteti Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının dosenti

Redaktor: Sabir Məmmədli - tarix elmləri namizədi.

 Kitab «Jurnalist» qəzetinin layihəsi əsasında Açıq Cəmiyyət İnstитutu – Yardım Fonduunun dəstəyi ilə nəşr edilmişdir.

X 30 Nəsiman Yaqublu, Akif Rüstəmli

«XARİCİ ÖLKƏLƏRİN JURNALİSTİKASI»

Bakı, «Adiloglu» nəşriyyatı-2007, 212 səh.

262-262

Kitabda xarici ölkələrin jurnalistika sistemi araşdırılmışdır. Dünyanın 10 ölkəsinin mətbuatı, televiziya və radiosu, informasiya agentlikləri haqqında geniş bilgi verən bu vəsaitdə maraqlı məlumatlar toplanmışdır. Eyni zamanda ABŞ-in, Almanıyanın, Böyük Britaniyanın, Fransanın, İtaliyanın, İspaniyanın, Türkiyənin, Yaponiyanın, Rusiyanın və Hindistanın Kütləvi İnformasiya tarixi ardıcılıqla əksini tapmış, həmin dövlətlərin KIV sisteminin hüquqi əsasları da ciddi olaraq tədqiq edilmişdir.

Kitabda dünyadan inkişaf etmiş dövlətlərinin mətbuat və televiziya, radio sistemi önə çəkilərək, Sovetlər Birliyi məkanından qopmuş Rusiyanın, eləcə də Asiya məkanında yerləşən Hindistanın da KIV nümunələrinə yer ayrılmışdır. Belə yanaşmadada əsas məqsəd oxucuları dünyamızın müxtəlif guşələrinin media məkanı ilə ətraflı tanış etməkdir.

Bu kitab dərs və əlavə oxu vəsaiti kimi müəllim, aspirant və tələbələr üçün, həmçinin geniş oxucu kütləsi üçün, universitetlərimizin jurnalistika fakultələrində tədris-də istifadə üçün nəzərdə tutulmaqla yanaşı, həm də Azərbaycanda fəaliyyət göstərən müxtəlif qəzet və jurnalların, televiziya və radio kanallarının, informasiya agentliklərinin, eləcə də ayrı-ayrı qurumların mətbuat xidmətində jurnalistlər üçün əhəmiyyətli olacaqdır.

ISBN 978-9952-25-058-9

© N. Yaqublu, A. Rüstəmli, 2007

Az
X 30

Reviewers: Hamid Valiyev – Candidate of Philological Sciences (Chief of International Law Department at Baku State University);
Nasir Ahmedli - Candidate of Philological Sciences (Reader of International Journalism Department at Baku State University)

Editor: Sabir Memmedli - Candidate of Historical Sciences (Reader of International Journalism Department at Baku State University)



The Book was published with funding from the Open Society Institute – Assistance Foundation (OSI-AF).

X 30 Nasiman Yagublu, Akif Rustemli
«FOREIGN JOURNALISM»
Baku, «Adiloglu» publisher-2007, 212 p.

The book investigates **foreign journalism**. The manual that broadly speaks of media associations and outlets (press, news agencies, TV, Radio) from ten countries throughout the world covers interesting information. At the same time, the book orderly mirrors the history of mass media outlets in the United States, Germany, Great Britain, France, Italy, Spain, Turkey, Japan, Russia, and India through analyzing legal bases of the media system in the said states.

The book particularly focuses on the mass media system of developed civilizations, yet the media system of Russia that gained independence from Soviet rule in the early ninetieth of last century has also been the subject of researches.

The aim for such an approach is to acquaint readers with the media system in various corners of our world. The book designed as a text book and additional manual not only may be used by teachers, post graduates, university schools, but also will be a valuable source for journalists employed by diverse newspaper and journal editorials, TV and Radio broadcasting agencies, information agencies, as well as press offices of organizations in Azerbaijan.

ISBN 978-9952-25-058-9

© N. Yagublu, A. Rustemli, 2007

M Ü N D Ə R İ C A T

| | |
|--|------------|
| İNFORMASIYALI CƏMIYYƏT | |
| QURUCULUĞUNA BİR TÖHFƏ..... | 6 |
| ÖN SÖZ YERİNƏ..... | 9 |
| AMERİKA BİRLƏŞMİŞ ŞATLARI..... | 13 |
| ABŞ mətbuatı..... | 15 |
| Televiziya və radio | 29 |
| Mövcud qanunlar | 50 |
| Agentliklər | 56 |
| BÖYÜK BRİTANIYA | 58 |
| Böyük Birləşmiş Krallıq mətbuatı | 60 |
| Televiziya və radio | 67 |
| Mövcud qanunlar | 74 |
| Agentliklər | 76 |
| FRANSA | 77 |
| Fransa mətbuatı | 79 |
| Televiziya və radio | 84 |
| Mövcud qanunlar | 94 |
| Agentliklər | 96 |
| ALMANİYA | 98 |
| Almaniya mətbuatı | 100 |
| Televiziya və radio | 107 |
| Mövcud qanunlar | 112 |
| Agentliklər | 115 |
| İTALİYA..... | 116 |
| İtaliya mətbuatı | 118 |
| Televiziya və radio | 123 |
| Mövcud qanunlar | 130 |
| Agentliklər | 132 |
| İSPANIYA..... | 134 |
| İspaniya mətbuatı | 136 |

| | |
|---------------------------------|------------|
| Televiziya və radio | 140 |
| Agentliklər | 141 |
| TÜRKİYƏ | 142 |
| Türkiyə mətbuati | 144 |
| Televiziya və radio | 149 |
| Mövcud qanunlar | 159 |
| Agentliklər | 161 |
| YAPONİYA..... | 162 |
| Yaponiya mətbuati | 164 |
| Televiziya və radio | 169 |
| Agentliklər | 171 |
| RUSİYA | 172 |
| Rusiya mətbuati | 174 |
| Televiziya və radio | 185 |
| Mövcud qanunlar | 188 |
| Agentliklər | 189 |
| HİNDİSTAN | 190 |
| Hindistan mətbuati | 192 |
| Televiziya və radio | 199 |
| Agentliklər | 200 |
| Ədəbiyyat siyahısı | 201 |

İNFORMASIYALI CƏMİYYƏT QURUCULUĞUNA BİR TÖHFƏ

Qloballaşma prosesi bu gün insan həyatının bütün sahələrini əhatə etmişdir. Əgər yaxın zamanlara qədər insanlığın tarixi yalnız ayrı-ayrı ölkələrin, xalqların tarixi və mədəniyyətindən ibarət idisə, hazırda bu proses ümumi bir qlobal tarixə çevrilir: belə ki, ayrıca bir ölkədə baş verən hadisə hansı bir formadasa Yer kürəsinin uzaq bir nöqtəsində yerləşən məkanda əksini tapır. Nəticədə ölkələr arasındaki sərhədlər tədricən aradan götürülür, mədəniyyətlərin yaxınlaşması və informasiya mübadiləsi genişlənir.

Qloballaşma prosesinin müsbət göstəricilərindən biri müxtəlif ölkələrin və xalqların mədəniyyətləri ilə ümumi tanışlığın mümkün olmasıdır. Eyni zamanda ictimai inkişafın sürəti müasir insandan baş verən hadisəni daha gərgin və diqqətli mənimmsəməsini tələb edir. Baş verən proseslər müasir anlaşılan və ətrafdakıların dəyərləndirdiyi olmasını vacib sayır. Belə məqamlarda hər bir fərd tarixi inkişaf boyunca ictimai normaya, dəyərə, bilik və fəaliyyət qabiliyyətinə çevrilmiş ümuminsanlıq təcrübəsini mənimsəyir və mədəniyyət daşıyıcısı olan şəxsiyyət kimi formalaşır.

Belə ictimai şəraitdə dünyanın etnik, irqi, sosial və mədəni müxtəlifliyi insanların ümumi anlaşması üçün sonsuz imkanlar açır.

Yaşadığımız XXI əsr sürətlə inkişaf edir və dəyişir. Çoxlu ənənəvi kateqoriyaların yerini başqa dəyərlər əvəz edir. Yeni yaşayış qaydaları həm də aşağıdakıları tələb edir:

1. Dünyanın istənilən guşəsindən informasiyanın alınması və ötürülməsi.

2. Informasiya, maliyyə və iqtisadiyyatın sürətli axını və dayanmadan inkişafı.

3. Ayrı-ayrı dövlətlər, xalqlar arasında yeni beynəlmiləl və transmilli anlaşmaların formalaşması.

4. Milli cəmiyyət və təşkilatlardan ümumi bir qlobal şəbəkədə birləşmiş maliyyə, iqtisadiyyat və intellektual sahəyə aid yeni bir neslin yetişməsi.

Qeyd edək ki, qloballaşma prosesi KİV sisteminə və büttövlükdə jurnalistikaya da öz ciddi təsirini göstərmişdir.

Bu gün Azərbaycan cəmiyyətinin hüquqi və demokratik əsaslarla inkişafında ictimai demokratik institutlar, xüsusilə ictimai-informasiya əlaqələr sistemi, mətbu və elektron KİV-lər əhəmiyyətli rol oynayır.

Dövlət və kommersiya strukturlarından asılı olmayan, cəmiyyətə obyektiv tərəfsiz, ədalətli və balanslı informasiya çatdırıran KİV sisteminin, demokratik ölkələrin təcrübəsi əsasında formalaşması olduqca zəruridir.

Qeyd edək ki, demokratik dövlət quruculuğu prosesində mətbuat qurumlarının yeniləşməsi, ABŞ, Böyük Britaniya, Fransa, Almaniya, İtaliya, Türkiyə, Yaponiya kimi dövlətlərin mətbuat sistemi informasiya strukturlarının və KİV sahəsində jurnalistin tərəfkeşliyi, obyektivliyi, auditoriya ilə münasibətlər qurulması təcrübəsinin öyrənilməsi vacibdir. Eyni zamanda həmin ölkələrin mətbuat tarixi təcrübəsinin öyrənilməsinə də ehtiyac vardır.

Qeyd edək ki, 2001-ci ildən Avropa Şurasının üşvü olan Azərbaycanın KİV sistemi bu ölkələrin təcrübəsindən ciddi faydalana malıdır. ABŞ-ın və Avropa Şurasına daxil olan ölkələrin mətbuat, elektron KİV sisteminin öyrənilməsi Açıq Cəmiyyət quruculuğuna böyük köməkdir. Bu həm də dünyada gedən Qloballaşma Prosesinin vacib tendensiya-

larının mətbuat vasitəsi ilə də ölkəmizin inkişafına təsirini gücləndirən faktorlardır.

Təbii ki, bu kitabın nəşri keçmiş sovet məkanından qopmuş Azərbaycanda KİV sisteminin demokratik ölkələrin təcrübəsi əsasında inkişafına zəmin yaradacaq.

Qeyd olunmalıdır ki, Azərbaycanın KİV sistemində çalışan jurnalistlərin və ayrı-ayrı ali məktəblərin jurnalistika fakultələrində təhsil alan gənclərin ABŞ və Avropa ölkələri mediası ilə bağlı bilgiləri azdır. Bu sahədə hələ Azərbaycanda ayrıca bir kitab nəşr edilməyib. Bu kitabın nəşri ilk göstərilən cəhddir. Belə bir kitabın nəşri həm universitetlərin jurnalistika fakultələrində tədris-təcrübə üçün, həm də müxtəlif media strukturlarında çalışan, fəaliyyət göstərən jurnalistlərin peşəkar olaraq formalaşması baxımından faydalıdır.

Rövşən Bağırov
Açıq Cəmiyyət İnstитutu – Yardım Fonduunun
İctimaiyyətlə Əlaqələr Şöbəsinin direktoru

ÖN SÖZ YERİNƏ

Kütləvi informasiya vasitələri müasir dövrdə cəmiyyət həyatının bütün sahələrinə güclü təsir göstərməkdədir. İctimai rəyin formallaşmasında, ictimai-siyasi proseslərin inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşməsində onun rolu və əhəmiyyəti son dərəcə böyükdür. Ölkədə və dünyada baş verən mühüm proseslərin ictimaiyyət tərəfindən dərk edilib qiymətləndirilməsi əsasən kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyəti ilə mümkün olur. Yaşadığımız cəmiyyətdə mətbuatın siyasi hadisələrə və proseslərə ciddi təsir etmək imkanları da nəzərə alınsa, onun rolunun və məsuliyyətinin böyük olduğuna heç bir şübhə yeri qalmır. İctimai rəyə belə təsir göstərmək imkanlarına görədir ki, kütləvi informasiya vasitələrini dördüncü hakimiyyət də adlandırırlar.

Jurnalistikanın tarixi, nəzəriyyəsi və təcrübəsi elmi, nəzəri və ictimai fikirdə özünə çoxdan yer tutmuş və bu gün də tutmaqdadır. Jurnalistikaya ictimai, elmi maraq yeni tarixin deyil, onun bir ictimai institut kimi formallaşma dövrünün məhsuludur.

Mətbuatın yaranışından bütün funkisiyalatı ilə bərabər, həm də çox vaxt ideoloji, manipulyativ keyfiyyəti və bu keyfiyyətin zamana, şəraitə, məkana, ölkəyə, rejimə görə dəyişkən olması onun ümumi qanunauyğunluqlarının da gec yaranmasına səbəb olmuşdur.

Jurnalistikanın ümumi prinsipləri XX əsrin sonlarında əsasən formalassa da, KİV ABŞ-da öz xüsusiyyətlərinə, Böyük Britaniyada başqa xüsusiyyətlərə, Çində digər xarakterə, Rusiyada fərqli cəhətlərə malikdir. Son yüz ildə isə bütün fərqlərə və ölkə xüsusiyyətlərinə baxmayaraq dönyanın hər yerində az və ya çox dərəcədə qəbul edilən

eyni, yaxud bir-birinə çox bənzəyən xüsusiyyətlər nəzəri ümumiləşmələrə təkan vermişdir.

Jurnalistikənin ən ciddi və əsaslı problemlərindən biri onun ifadə etdiyi sözün azadlığıdır. Jurnalistikənin ilkin dövründən onun ifadə azadlığı, təqdim etdiyi informasiyanın müstəqilliyi ətrafında mübahisələr və mübarizələr başlamışdır. Mətbuat azadlığı problemi hələ XVII əsrдə İngiltərədə ciddi şəkil almışdı. Mətbuatın vəzifəsi və cəmiyyətdə yeri barədə diskussiyaların Avropada 300-ə yaxın yaşı var. Bir zamanlar ingilis yazarı Con Milton 1644-cü ildə ingilis parlamentində çıxış edərək mətbuat azadlığını müdafiə etmişdir.

Sonrakı dövrlərdə də mətbuat azadlığı uğrundə ayrı-ayrı ölkələrdə ciddi mübarizələr aparıldı və bu mətbuatın inkişafına böyük təsir göstərdi.

Qeyd edək ki, sovet dövründə də jurnalistikənin inkişafında müəyyən müsbət tendensiyalar olsa da, lakin ümumiyyətdə geriliklər, ayrı-ayrı xarici ölkələrin KİV nümayəndələrinə ideoloji yanaşmalar həm də zərərli cəhətlərini ortalığa qoyurdu. Belə ki, həmin “ideoloji yanaşma” “kommunist” yönlü (əgər var idisə) qəzet və jurnallara daha çox diqqət yetirirdi. Bu da təbii ki, informasiyasızlığın, qeyri-obyektiv yanaşmaların genişlənməsinə şərait yaradırdı.

1991-ci ildən – Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra situasiya dəyişməyə başladı. İdeologiyadan azad olmağa başlayan Azərbaycan məkanına dünyanın inkişaf etmiş, KİV sisteminin rəngarəngliyi haqqında da informasiyalar axmağa başladı. Media ilə bağlı ayrı-ayrı təşkilatların ölkəmizdə reallaşdırıldığı layihələr bu sahədə az rol oynamadı. Yeni kitablar nəşr edildi, jurnallar çap olundu, ayrıca televiziya programları hazırlanıb efirə verildi.

Bunlar, əslində ciddi hadisələr idi və jurnalistikamızın inkişafına böyük təkan verirdi. Və bu reallaşan layihələr Azərbaycanda informasiyalı cəmiyyət quruculuğunun başlıca dayaqlarına çevrilirdi. ABŞ-ın, Böyük Britaniyanın, Almaniyanın, Fransanın KİV sistemi təcrübəsinin öyrənilməsi mətbuatımızın demokratik və hüquqi əsaslarla inkişafını və bəhrələnməsini təmin edirdi.

Lakin bu sahədə əldə edilən uğurlarla yanaşı, bir başlıca problem hələ də qalmaqda idi: o da xarici ölkələrin jurnalistikasını geniş əhatə edən vəsaitin olmaması! Media mütəxəssislərimiz və tələbələrimiz yalnız ingilis, rus, türk (Türkiyə türkcəsi) dillərində nəşr edilmiş vəsaitlərdən istifadə etmək məcburiyyətində qalırdı.

Nəhayət ki, bu problem də öz həllini tapdı. Açıq Cəmiyyət İnstитutu – Yardım Fondunun dəstəyi ilə Azərbaycan jurnalistikasının çox vacib bir probleminə də işiq tutuldu. Və media tariximizdə ilk dəfə olaraq “Xarici ölkələrin jurnalistikası” kitabı işlənib çapa hazırlandı. Təbii ki, bu ideyanın gerçəkləşməsinə dəstək verən Açıq Cəmiyyət İнститutu – Yardım Fondunun Azərbaycan nümayəndələrinə təşəkkürümüzü bildiririk. Bu ideyanın reallaşmasına şərait yaratmış və məsləhətlər vermiş aşağıdakı şəxslərə də səmimi arzularımızı çatdırırıq: Fərda Əsədov (Açıq Cəmiyyət İнстitutu – Yardım Fondunun İcraçı direktoru); Rövşən Bağırov (Açıq Cəmiyyət İнстitutu – Yardım Fondunun İctimaiyyətlə Əlaqə Şöbəsinin direktoru); Zərdüşt Əlizadə (Açıq Cəmiyyət İнстitutu – Yardım Fondu İdarə Heyətinin sədri); Arif Əliyev (“Yeni Nəsil” Jurnalistlər Birliyinin sədri); Rəşid Hacılı (Media Hüququ İnstitutunun direktoru).

Bundan əlavə, kitab nəşrə hazırlanarkən tanınmış mütəxəssislərdən N. Əhmədlinin, N. Mehdinin, D. Əliyeva və A. Nağının tərcümələrindən də istifadə edilmişdir.

İnanırıq ki, bu kitab jurnalistlərin və jurnalistika fakultələrində təhsil alan, bu sahənin peşəkar xüsusiyyətlərini öyrənən gənc jurnalistlərimiz üçün əsaslı mənbə olacaq.

**Nəsiman Yaqublu
Bakı Dövlət Universiteti jurnalistika
fakültəsinin baş müəllimi,
tarix elmləri namizədi**

AMERİKA BİRLƏŞMİŞ ŞATLARI

Şimali Amerikada yerləşir;

İdərəetmə forması – federativ dövlət quruluşu ilə respublika;

Dövlət başçısı – prezident;

Ali qanunverici orqan – Konqress, iki palatadan ibarət: Senat və Nümayəndələr palatası;

Ali icraedici orqan – hökumət – Nazirlər kabineti – Senatın razılığı ilə prezident təyin edir;

Hökumət başçısı – prezident;

Dövlət dili – ingilis;

Milli bayram – müstəqillik günü – 4 iyul (1776);

Üzv olduğu təşkilatlar – BMT (1945), NATO (1949);

Siyasi partiyalar – Demokrat partiyası (1828); Respublika partiyası (1854);

Əhalisi – 275 mln;

Paytaxtı – Vaşinqton.



TARİXİ ARAYIŞ

- **XVI** əsr – Avropalılar Şimali Amerika qitəsinə gələnədək indiki hindular və eskimoslar yaşayırıdı. Bu dövr kolonistlər dövrü (1607-1775) adlanır.
- **1775-1783** – İstiqlaliyyət müharibəsinin gedişində ABŞ-n yaranması
- **1776** – Müstəqilliyin elan olunması
- **1783** – İngiltərənin hökmranlığına son qoyulması, İngiltərənin ABŞ-ı tanımı (Versal sülh müqaviləsi)
- **1787** – ABŞ Konstitusiyasının qəbul olunması (1789-cu il-dən quvvədədir)
- **1789** – Corc Vaşinktonun prezident seçilməsi
- **1791** – Konstitusiyaya demokratik azadlıqları təsdiq edən 10 maddənin əlavə olunması
- **1800** – Tomas Ceffersonun prezident seçilməsi
- **1828** – İlk fəhlə və Demokratlar Partiyasının yaranması
- **1854** – Respublikaçılar Partiyasının yaranması
- **1860** – Avraam Linkolnun (respublikaçı) hakimiyyət başına gəlməsi
- **1933** – Franklin Delano Ruzveltin prezident seçilməsi
- **1944** – ABŞ İngiltərə ilə birlidə müharibədə ikinci cəbhənin açılması
- **1947** – «Marşall planı»nın qəbul edilməsi
- **1949** – ABŞ-n təşəbbüsü ilə NATO-nun yaradılması
- **1974** – «Uotorqey əhvalatı», Niksonun istefa verməsi
- **2000** - Corc Buşun prezident seçilməsi



ABŞ MƏTBUATI

Amerikada əhalinin əksəriyyəti savadlıdır. Elə buna görə də başqa ölkələrə nisbətən burada kütləvi informasiya vasitələrinə maraq daha böyükdür. Müasir tələblərə cavab verən KİV Amerikanın bugünkü reallığıdır. Amerika jurnalistika sahəsində qazandığı nailiyyətlərə bire-dən-birə nail olmamışdır. O uzun və çətin bir yol keçmişdir. Amerikada mətbuatın yaranması 17-ci əsrin sonlarına təsadüf edir. Tədqiqatçılar qeyd edirlər ki, 1690-cı il sentyabrın 25-də Boston şəhərində «Pablik okkaransız» («İctimai hadisə») adlı 4 səhifəlik qəzet nəşr olunub. Bu qəzet kitab satıcısı, çapçı Benjamin Xarris tərəfindən nəşr olunmuşdur. Cəmi bircə nömrəsi çıxan qəzet hökumət dairələrini razı salmadığı üçün qadağan edilmişdir. Bəhanə də bu idi ki, qəzet hinduların problemlərini yuxarılarının arzularına uyğun işıqlandırmır.

Bostonda yerli poçt işçisi Con Kempbell tərəfindən buraxılan başqa bir qəzet - «Boston nyus letter» («Boston xəbərləri») 72 il (1704-1776) fəaliyyət göstərib. Bu qəzetiin tirajı o qədər də böyük deyildi, cəmi 300 nüsxə idi. Bostonda çıxan qəzətlər ölkənin başqa şəhərlərində də yayılırdı. Bundan ruhlananlar Filadelfiya və Pensilvaniyada da qəzətlər buraxdırılar. Bunlar həftəlik «Amerikan uikli merkuri» (1719) və «Pensilvaniya qazett» (1728) idi.

Şimali Amerikada istiqlaliyyət müharibəsi (1775-1783) İngiltərə hökmranlığına son qoydu. Və 1783-cü ildə İngiltərə ABŞ-ı tanıdı. Müstəqillik uğrunda inqilabin hazırlanmasında və həyata keçirilməsində qəzətlər də az rol oynamadı. Məsələn, Bostonda çıxan «Independent advertayzer» («Müstəqil qəzet») qəzetiin yaradıcısı Samuel Adams inqilabin alovlu təbliğatçısı idi. Onun qəzətdə dərc olunan yazıları İngiltərə hökmranlığına qarşı yönəlmışdı.

1787-ci ildə qəbul olunan Konstitusiya ABŞ-ı federal dövlət kimi rəsmiləşdirdi. 1791-ci ildə isə xalq kütlələrinin təzyiqi ilə konstitusiyaya demokratik azadlıqları təsdiq edən 10 maddə əlavə olundu ki, bu da jurnalistikanın azadlığına təminat, inkişafına da təkan verdi. Artıq XVIII əsrin sonlarında ABŞ-da 17 gündəlik qəzet və 200 müxtəlif dövri mətbuat fəaliyyət göstərirdisə, 1820-ci ildə 24 gündəlik, 422 həftəlik qəzet çıxırıdı.

1800-cü ildə ABŞ-da prezident seçkilərində respublikaçı Tomas Ceffersonun qələbəsi Amerikanın gələcəyinə müsbət təsir göstərdi. T.Cefferson özünün inaqurasiya nitqində demokratiyaya yüksək qiymət vermiş və ölkənin gələcək inkişafının demokratiyadan keçdiyini bildirmişdi. O, çox yaxşı dərk edirdi ki, demokratiya olmayan yerdə nə vicdan azadlığından, nə də mətbuat azadlığından danışmaq olar. Onun parlaq, yadda qalan inaqurasiya nitqi Amerikanın demək olar ki, əksər qəzetlərinin səhifələrinə çıxarıldı.

Amerika inkişaf etdikcə xarici ölkələrdən oraya gələnlərin sayı da getdikcə artırdı. Qırx il (1820 - 1860) ərzində Avropanan ABŞ-a 5 milyon adam köçmüdü. Əhalinin çoxalması işçi qüvvəsinin artmasına səbəb oldu. Yeni—yeni iş yerləri artdıqca fəhlə sinfi də formalasdırı. Bu da fəhlə partiyalarının yaranmasına gətirib çıxardı. İlk fəhlə partiyası 1828-ci ildə Filadelfiyada, sonralar Nyu – York və digər şəhərlərdə yarandı. 1829 – 1847-ci illərdə çıxan həftəlik «Working men edvockeyt» («Əməkçi adamin müdafiəçisi») qəzeti fəhlə həyatından yazar, onların mənafeyini müdafiə edirdi.

1861-1865-ci illərdə ABŞ-da vətəndaş müharibəsi Şimalın qələbəsi ilə başa çatdı. Müharibə informasiyaların verilməsi üslubunu dəyişdi, jurnalist peşəsi isə məsuliyyət və hünər tələb etdi. Amerika jurnalistikasında Cozef Pulitser kimi adamlar meydana gəldi. Amerikada ən böyük jurnalist mükafatı da onun adını daşıyır. O, 1883-cü ildə «Nyu-York uorld» («Nyu-

York dünyası») adlı qəzet təşkil edir. Və ilk növbədə qəzetiñ tirajı qayğısına qalır. Onun oxunaqlı olması üçün o dövrün tələblərinə uyğun olaraq qəzətdə hadisələrdən reportajlar verir, hamının başa düşəcəyi sadə dildə sensasiya xarakterli yazılar dərc edir. Hətta, şəkillərdən də geniş istifadə edirdi. Bütün bunlar bir məqsədə – qəzetiñ tirajının artmasına xidmət edirdi. Nəticədə XIX əsrin axırlarında qəzetiñ tirajı 600 min nüsxəyə çatdı. Bu da o dövr üçün çox böyük rəqəm idi.

«Sarı mətbuat» termini də Cozef Pulitserin adı ilə bağlıdır. Belə ki, 1889-cu ildə «Nyu-York uorld»un əyləncə səhifələrində «Sarı oğlan» adlı komik personajın şəkilli sil-silə materialları çap olunurdu. Bu «Sarı oğlan» oxucuları müxtəlif mövzularda öz gülməli görkəmi, axmaq təbəssümü, gülünc düşüncələri və qeyri-adi davranışları ilə əyləndirirdi. Pulitserin jurnalistikaya gətirdiyi bu yenilik «Sarı mətbuat» terminini yaratdı.

İyirminci əsrin əvvəllərində mətbuat sahəsində də inhisarlaşma gücləndi. Artıq 1910-cu ildə Amerikada 13 inhisarçı qəzet şirkətləri qrupu 62 qəzetə nəzarət edirdi. 20 ildən sonra şirkətlər qrupunun sayı 55-ə, qəzetlərin sayı isə 328-ə çatdı. İri şəhərlərdə çıxan qəzetlərin güclü mətbəə bazası da vardı. Təkcə, «Nyu-York tayms» qəzetiñin mətbəəsində 1800 fəhlə, redaksiyasında 516 əməkdaş çalışırdı.

1919-cu ildə Amerikada yeni tipli mətbuat meydana gəldi. Bu da kiçik formatda buraxılan qəzetlər idi. Böyük formatda olan qəzetləri tramvayda, avtobusda və s. yerlərdə oxumaq bir qədər çətin olduğundan, kiçik formatlı qəzetlərə üstünlük verilirdi. İlk belə qəzet «Nyu-York deyli nyus» («Nyu-York gündəlik xəbərləri») idi. Lakin buna baxmayaraq, «Nyu-York tayms», «Nyu-York herald tribun» və «Krisçen sayens monitor» qəzetləri birinciliyi əldə saxlayır və getdikcə oxucu auditoriyasını artırırı.

«Nyu-York Tayms» qəzeti

A collage of news snippets from USA Today, March 21, 2002. It includes stories about golf, politics, sports, and religion.

«Yu Es Ey Tudey» qəzeti

Öz iqtisadi qüdrətini artırıran ABŞ 20-ci illərdən başlayaraq kapitalist dövlətləri arasında hökmranlığa can atırdı. 1920–1921-ci illərdə ölkəni bürüyən iqtisadi böhran fəhlələrin vəziyyətini ağırlaşdırıldı. Belə bir şəraitdə ABŞ kommunist mətbuatı – «Deyli uorker» qəzeti və «Politkl affers» («Siyasi məsələlər») jurnalı fəhlələrin müdafiəsinə qalxdı. Amerikanın o vaxtkı ilk kommunist publisistləri Con Rid, Albert Vilyams, Vilyam Foster və başqaları qəzet və jurnalların səhifələrində dövrün siyasi vəziyyətini təhlil edən məqalələrlə çıxış edirdilər.

Amerika mətbuatından danişarkən, həftəlik «Tayms» («Zaman») jurnalını xüsusilə qeyd etmək lazımdır. Nyu-Yorkda çıxan bu jurnalın ilk nömrəsi 1923-cü ilin martında işıq üzü gördü. Onun əsas üstün cəhəti xəbərlərə geniş yer verməsi idi. «Tayms»ın yaradıcıları Henri Lyus və Briton Xadden idi. 1930-cu ildə Henri Lyus aylıq «Forçun» («Uğur») jurnalını buraxırdı və 1933-cü ildə «Layf» («Həyat») jurnalını satın alır.

Amerika yeganə ölkədir ki, ikinci dünya müharibəsindən iqtisadi cəhətdən qüvvətli çıxdı. Müharibədən sonra dövri mətbuat həm kəmiyyət, həm də keyfiyyətcə yaxşılaşdı. Gündəlik qəzetlərin sayı da artdı. Reklamlara geniş yer verildi. Mətbəələr də modernləşdirildi. Bununla yanaşı bazar günü çıxan qəzetlərin səhifələri çoxaldı. Təkcə bir faktı göstərmək kifayətdir ki, «Nyu-York tayms» qəzetinin 1963-cü il 7 aprel tarixli sayı 702 səhifə, çəkisi isə 3 kq idi.

Həmişə Amerikada antikommunist təbliğatı böyük mass-tabda aparılıb. Kütłəvi informasiya vasitələri də bu təbliğatda böyük rol oynayıb. Hələ 1962-ci ildə keçmiş ABŞ prezidenti Riçard Nikson «Nyu-York herald tribun» qəzetində bir sıra məqalələrlə çıxış edərək kommunist təsirinin ABŞ-da yayılmasının qarşısını almağın yollarını göstərmişdir. Bu yollardan biri də təbliğat xarakterli kitabların yazılması idi. Az vaxtda onlarca kitablar yazılırdı. Onlardan «Psixoloji müharibə» (Pol

Laynbajer), «Dünya inqilabının texnikası» (Harold Lassuel), «Müasir ictimai rəy» (Uilyams Olbiq) və sairlərini göstərmək olar.

Dünya jurnalistikasında mətbuat nəzəriyyəçiləri kimi tanınan Amerika alimləri – Fred Sibert, Teodor Piterson və Uilbur Şramm «Mətbuatın dörd nəzəriyyəsi» kitabının müəllifidirlər.

Keçən əsrin ortalarında yazılmış bu kitabda göstərilən dörd nəzəriyyə öz qiymətini bu gün də saxlayır. Nəzəriyyə dörd tip mətbuatdan, yəni dörd konsepsiyadan danışır. Onlar bunlardır: avtoritar, azad iradə, sosial məsuliyyət və sovet kommunist mətbuati. Avtoritar rejimdə azad mətbuatdan söz gedə bilməz. Azad iradə (ona libertarian da deyilir) nəzəriyyəsinə görə insan yalnız idarə olunan varlıq deyil, onun öz müstəqil fikri, öz düşüncəsi, yalani doğrudan ayırmak qabiliyyəti var. Burada insana müstəqil qərar qəbul etmək imkanı verilir. «Müasir jurnalistika kitabı» nda isə azad iradə nəzəriyyəsi belə şərh edilir: «Həqiqətin yalnız hakimiyyətə məxsusluğu rədd edilir, onun insanın hər birinə xas olan keyfiyyət kimi qəbulu məqbul sayılır, insana seçim hüququ verilir. Bu cəmiyyətdə mətbuatın yeri çox maraqlıdır: mətbuat həqiqət axtarışında insanın köməkçisinə çevrilir». Bu nəzəriyyəye görə KİV hakimiyyətin təzyiq aləti deyil. Mətbuatın sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi qərbədə, xüsusən də Amerikada çox dəbdədir. Nəzəriyyəye görə mətbuat xalqa düzgün və operativ informasiya verməlidir, həm də auditoriyani əyləndirməlidir. Dördüncü nəzəriyyə sovet-kommunist mətbuati nəzəriyyəsidir ki, bu da o deməkdir ki, mətbuat kommunistlərin nəzarəti altında fəaliyyət göstərir, necə deyərlər, onların dedikləri ilə oturub durur. Elə bunun nəticəsidir ki, uzun illər SSRİ-də, o cümlədən digər kommunist ölkələrində mətbuat partiyalılıq prinsiplərinə söykənərək fəaliyyət göstərmişdir. Mətbuatın partiyalılığı isə mətbuat azadlığına ziddir. Partiyanın orqanı kimi təsis edilən qəzetlərin eksəriyyətində bütün əməkdaşla-

rın həmin təşkilata üzv olmasını tələb edirlər. Bu da jurnalistlərin peşəkarlığına zərbə vurur.

Başqa ölkələrdə olduğu kimi Amerikada da nəşr olunan qəzetlər bir neçə dəfə böhranla üzləşib. Bu böhran XX əsrin 50-60-ci illərində televiziyanın inkişafı və maliyyə çətinlikləri ilə bağlı idisə, sonrakı 70 və 90-ci illərdə kağızın qiymətinin artması bu böhranı az da olsa dərinləşdirdi. Müqayisə üçün deyək ki, 1972-ci ildə kağızın bir tonunun qiyməti 305 dollar idisə, artıq 1980-ci ildə bu qiymət 165 dollar artaraq 470 dollara çatır. Bu artım çox qəzetə mənfi təsir göstərir. 1995-ci ildəki kağız böhranı «Baltimor ivninq san» və «Xouston post»un bağlanması səbəb oldu. Amma «Nyu-York tayms» çıxış yolunu qəzeti qıymətini 50 sentdən 85 sentə qaldırmaqda gördü.

Uzun bir yol keçən Amerika jurnalistikası 20-ci əsrin 80-ci illərində daha da inkişaf etdi. Nəhəng konsernlərin yaranması təkcə qəzet sənayesində deyil, bütövlükdə KİV-də özünü göstərdi. ABŞ-in qəzet və jurnalları Şərqi Avropanın bazarlarına yol açdı. Məsələn, kişilər üçün buraxılan «Pleyboy» jurnalı Macaristanda çap olundu. Amerikada kütləvi informasiya vəsitələrinin qloballaşması sonralar da davam etdi. 1989-cu ildə «İntənəşnl herald tribun» qəzeti Frankfurt şəhərində çıxdı. Həmin ilin məlumatına görə üç qitənin 11 şəhərində çap olunan qəzet 164 ölkəyə yayıldı.

Məlumdur ki, mətbuatın fəaliyyəti üçün ilk növbədə onun oxucu auditoriyası olmalıdır. Auditoriyası olmayan mətbuat çox yaşamır, gec-tez bağlanır. Amerika jurnalistləri də qəzet və jurnallara oxucu cəlb etmək üçün müxtəlif formalardan istifadə edirlər. 1989-cu ildə qəzetlərin rəngli buraxılması meyli, redaksiyaların bütövlükdə kompüterləşməsi xeyli gücləndi. Qeyd edək ki, səksəninci illərdən əvvəl də qəzet və jurnallar rəngli buraxılırdı, redaksiyalar kompüterdən istifadə

IMMIGRATION MELTDOWN

Hot Market in Pollution Credits
Intel to AMD: Drop Dead

Forbes

DOCTORS, LAWYERS

8
8

A few thousand got very sick.
For this Wyeth's bill is \$22 billion—
and counting.

THIEVES

#BXBCB67 *****CAR-RT LOT#C-000
#FRE0065802357/24 00038 22FEB07 6453
PAS-INFO RES CENTER 61363
DEPT OF STATE EMBASSY PAS 5828
7050 BAKU PLACE 332
WASHINGTON DC 20521-7050

«Forbes» jurnalı

edirdi. Yalnız 1989-cu ildən başlayaraq bu sahəyə xüsusi diqqət artırıldı.

Amerikada sosioloji sorğunun əhəmiyyəti çox yaxşı dərk edilir. Redaksiyalar sorğu vasitəsi ilə qəzetlərin mövqelərini aydınlaşdırırlar. Belə bir sorğunu «Editor end pablisher» jurnalı 1972-ci ildə prezident seçkiləri kompaniyasında gündəlik qəzetlərin mövqelərini aydınlaşdırmaq arzusu ilə onların arasında keçirmişdir. 1764 gündəlik qəzetdən 1054-ü sorğuda iştirak etmişdir. Bunlardan ümumi tirajı 30,5 milyon nüsxə təşkil edən 753 qəzet Niksonun, 56-sı (ümumi tirajı 3 milyon) Makhoverin namizədliyini müdafiə etmiş, 245-i isə (tirajı 5,8 milyon nüsxə) öz mövqelərini müəyyənləşdirməmişdilər. Beləliklə, Niksonu gündəlik qəzetlərin 71,4 faizi müdafiə etmişdi. 1968-ci il şorğusunun nəticələri ilə müqayisədə Nikson siyasetini bəyənən və müdafiə edən qəzetlərin sayı artmışdır. Ümumiyyətlə, mətbuat prezident seçkilərinin nəticəsinə təsir göstərir. Onu da qeyd edək ki, Amerika mətbuatı adətən respublika partiyasından prezidentliyə namizədləri müdafiə edir.

Amerika həmişə dissidentlərin pənah yeri olub. Dünyanın bu demokratik ölkəsinə vaxtilə pənah gətirən insanlardan biri də rus yazıçısı, tarixçi Aleksandr Soljenitsindir. Varlı kazak ailəsində doğulan, haqq-qədalət uğrunda mübarizə aparan, kommunist rejiminin cinayətlərini hakimiyyətə çatdırmaq istəyən A.Soljenitsin «İvan Denisoviçin bir günü» povestinin, «QULAQ arxivləri» epopeyasının və bir sıra əsərlərin müəllifidir. O, hökumətdən xəbərsiz «QULAQ arxivləri»ni Parisdə çap etdirir. Kommunist rejiminin 1924-1953-cü illərdə törlətdiyi cinayətlərdən bəhs edən bu əsər o vaxtkı kommunist hərəkatına ağır zərbə vurur. Qorxuya düşmüş Sovet rəhbərliyi yazılımını vətəndaşlıqdan mərhum edir və onu 1974-cü ildə SSRİ-dən sürgün edir. (O, yalnız SSRİ-nin süqtundan sonra Rusiyaya qayıdır).

Amerikanın Vermont şəhərində yaşayan A.Soljenitsin «Vaşinqton post» qəzetində (18 ferval 1974) öz həmvətənlərinə müraciətini – «Yalansız yaşamaq» adlı publisist yazısını dərc etdirir. Bu müraciət az bir vaxtda «Samizdat»ın köməyi ilə bütün ölkəyə yayılır. Yaziçı öz həmvətənlərinə haqsızlıqlara, özbaşinalığa necə mane olmağın reseptini verir. Yazının əhəmiyyətini nəzərə alaraq, onu ixtisarla kitaba əlavə etmişik:

Azadlığa çıxmağın indiyəcən məhəl qoymadığımız ən adı, ən sadə açarı elə buradadır – şəxsən yalana qoşulmamaq!...

Düşünüb danışmamaq, yalana qətiyyən qahmar çıxmamaq!...

Və nəhayət, itaətkarlılığımızdan çıxış yolunu qoy hər kəs özü seçsin: ya bilə-bilə yalana nökərçilik eləsin, ya da müasirlərə, gələcək nəslə layiq adam olsun. Və həmin gündən o;

- daha bir kəlmə də yalan yazib çap etdirməsin, yalana imza atmasın;

- özünüşığorta üçün, öz müvəffəqiyyəti naminə «yuxarılar»dan şifahi və ya yazılı şəkildə yerinə düşməyən sitatlar gətirməsin;

- könlüncə olmayan təklifin lehinə əl qaldırmamasın, layiq bilmədiyi, yaxud şübhələndiyi adama (açıq və ya gizli) səs verməsin;

- informasiyanı saxtalaşdırın, əsl faktları ört-bastır eləyən qəzet – jurnallara abunə yazılmasın, onları satışdan almasın...

A.Soljenitsinə görə, vicdansız cəmiyyətdə demokratiya ola bilməz.

1996-ci il Amerika jurnalistikasında yeni texnologiyadan istifadə ili kimi qəbul olunur. Qəzetlərin Internet səhifələri artır. Təkcə bir ildə belə səhifələrin sayı iki dəfə artaraq 175-dən 360-a çatır.

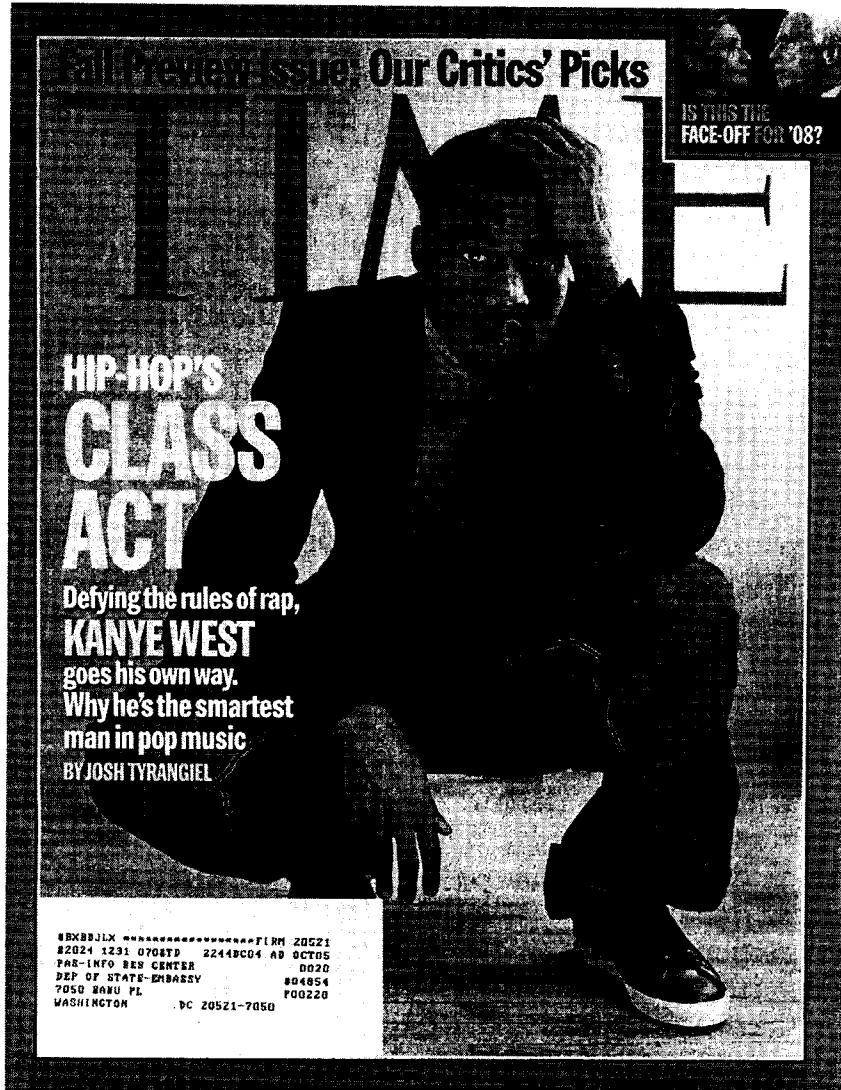
Minlərlə amerikalı və başqa ölkələrin vətəndaşlarının ölü-münə səbəb olan 2001-ci ilin 11 sentyabr terror aktı bizim müasir dünyaya və beynəlxalq münasibətlərə baxışımızı də-

yişdi. Terror aktı barədə yazılar dünyanın aparıcı qəzetlərinin birinci səhifələrində özünə yer aldı. Bu hadisə Amerika KİV-ni daha çox silkəldi. Gündəlik qəzetlərin terakta operativ reaksiyası gözlənildiyindən də tez oldu. İndiyədək baş vermiş fövqəladə hadisələr hələ belə operativ oxucu auditoriyasına çatdırılmamışdır. Məsələn, «Qannet kompaniyası»na məxsus 97 qəzetdən 75-i elə həmin gün təcili buraxılışla çıxdı. «Çi-kaqo tribun» qəzeti də 11 sentyabrın axşamı 24 səhifəlik bura-xılışla dərc edildi. Bütün bunlar qəzetlərin tirajının artmasına səbəb oldu. Nyu-York və Vaşinqtondakı terror aktı qəzetlərin mövzu dairəsinə də təsir etdi. Yazıların əksəriyyəti bu mövzuya həsr olundur. Qəzetlərdə yeni rubrikalar yarandı: «Terrorizmlə mübarizə» («Nyusuik»), «Şokdan sonraki iqtisadiyyat» («Biznes uik») və s. Hətta bəzi qəzetlər yazdı ki, 11 sentyabr XXI-ci əsrin yeni başlanan müharibəsidir, özü də bu müharibə yeni tipli müharibədir.

Terror aktından sonra Amerikanın mənəvi simvolu olan dövlət bayrağına olan münasibət də yeniləşdi. Qəzetlərin bir çoxu dövlət bayrağını çap etməklə yanaşı, milli himndən parçalar da verirdi. «Taym» jurnalının üz qabığında isə (24 sentyabr tarixli) əlində bayraq prezident Buşun fotosu verilmiş və bayrağın fonunda bu sözlər yazılmışdır: «Yeganə bir ölkə».

Bu dəhşətli hadisədən sonra «soyuq müharibə» illərində olduğu kimi, Amerikanın KİV-i təbliğat xarakterli material-lara öz səhifələrində daha geniş yer verir. Və bu yazınlarda Amerikanın dünya terrorizminə qarşı bir sıra ölkələrlə birgə mübarizəsi öz əksini tapır.

Amerika mətbuatı öz kütləviliyinə, informasiya zənginliyinə və poliqrafiya icrasına görə bütün dünyada liderdir. Həzirdə Amerikada 1700 gündəlik qəzet çıxır. Onların ümumi tirajı 62 milyon nüsxədən çoxdur. Müasir Amerikada ən oxunan və keyfiyyətinə görə başqalarından seçilən qəzetlərdən



«Taym» jurnalı

«Nyu--York tayms», «Vaşinqton post», «Los--Anceles tayms» qəzetlərini göstərmək olar.

Ümumiyyətlə, Amerikada jurnalıstlər çox sərbəstdirlər. Jurnalist Yucin Qudinə görə Amerika jurnalıstları əmindilər ki, mətbuat vətəndaşlara hakimiyyətin görüyü işlər barədə geniş və hərtərəfli məlumat verməli və bununla da onların demokratik sistemin fəaliyyətində şüurlu sürətdə iştirak etməsində şərait yaratmalıdır. Bunlar Amerika mediasının demokratik dəyərlərə söykənməsindən, başqalarından asılı olmamasa-sından xəbər verir. «Çikaqo tribun» qəzetiinin redaktoru Ceyms Skvayrs yazır: «Ölkə tarixi göstərir ki,... Amerikanın demokratik təcrübəsinin nadir cəhətlərindən birini bizim qəzeti-lərin hökumətdən və digər hakimiyət institutlarından heç bir asılılığının olmaması təşkil edir. Məhz bu müstəqillik mətbuatı siyasi çəkişmələrin cərəyan etdiyi forum rolunu oynamaq imkanı verir».

Dünya mediasının önündə gedən Amerika ictimayıyyətin informasiya almaq hüququnu hər şeydən üstün tutur. Bu ifadəni ilk dəfə işlədən Assoşieyted Press agentliyinin keçmiş rəhbəri Kent Kuper yazındı ki, geniş xalq kütləsinin hakimiyyətin nə ilə məşğul olduğunu bilməyə haqqı var və mətbuat cəmiyyətin tamhüquqlu nümayəndəsi kimi bu barədə informasiyanı toplamağa və dərc etməyə borcludur.

Ən mühüm qəzet və jurnallar. «Baltimor san» («Baltimore günü» - 1837), «Biznes uik» («Biznes həftə ərzində» - 1929), «Vaşinqton post» («Vaşinqton poçtu» - 1877), «Vaşinqton tayms» («Vaşinqton vaxtı» - 1982), «Layf» («Həyat» - 1939), «Los – Anceles tayms» («Los Anceles vaxtı - 1881»), «Nyu – York tayms» («Nyu York vaxtı» - 1851), «Nyu-York tribun» («Nyu York tribunası» - 1983), «Taym» («Zaman» - 1923), «Çikaqo tribun» («Çikaqo tribunası» - 1948) və s.

Ən iri qəzet – nəşriyyat inhisarları. «Qannet kompani inkorporeyted» ABŞ-in ən iri qəzet inhisarıdır. Milyonçu Frenk Qannet tərəfindən 1906-ci ildə yaradılıb. İqamətgahı Rocesterdə yerləşir. ABŞ-in müxtəlif rayonlarında, Kanadada və Virginiya adalarında çıxan 130-dan çox dövri nəşr, o cümlədən 90-dan yuxarı qəzet bu şirkətə məxsusdur. Rabitə peyk-lərindən də istifadə edir. 15 televiziya və 13 radiostansiyasının sahibidir, kabel televiziyanın 450 min abunəçisi var. ABŞ-in 11 ştatında və Kanadanın 30-dan artıq şəhərində reklam şirkətlərinə, sənədli filmlər və videoyazılıar buraxan studiyalara, şirkətə mənsub qəzetləri materiallarla təchiz edən informasiya xidmətinə malikdir.

Rupert Merdok qrupu 1985-ci ilin sentyabrında ABŞ vətəndaşlığını qəbul etmiş avstraliyalı Rupert Merdok tərəfindən yaradılıb. Ölkədəki «Nyus Amerika pablışinq» nəşriyyat konserni ona məxsusdur. Bu konsern «Avieyşn deyli», «Aerospeys deyli», «Trəvl uikli», «Nyu-York post», «Boston herald» qəzetlərini, «Villic voys» həftəliyini, «Nyu-York məqəzin», «Uikli of biznes avieyşn» jurnallarını buraxır. Avstraliyada «Nyus» qəzet – nəşriyyat konserni, Böyük Britaniyada «Tayms», «Sandi tayms», «Nyus of uorld», «San» qəzetləri Merdokundur.

Herstin nəşriyyat tresti ABŞ-in ən iri qəzet trestlərindən biridir. 1895-ci ildə Uilyam Randorf Herst tərəfindən yaradılıb. Nyu-Yorkda yerləşir. ABŞ-da və Avropada 14 gündəlik və 30 həftəlik qəzet, 20 jurnal nəşr edir. 5 televiziya və 7 radiostansiyaya malikdir. 1981-ci ildə trest Ey-Bi-Si televiziya şirkəti «Herst-Ey-Bi-Si video enterprizerz» müstərək müəssisəni yaratmışdır.

TELEVİZİYA VƏ RADİO

XX əsrde elmin, texnikanın yüksək tərəqqisi Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin də inkişafına güclü təkan verdi. Geniş auditoriyaya malik olan kütləvi informasiya vasitələri ictimaiyyəti informasiya ilə təmin etmək probleminin həllində əhəmiyyətli rol oynadı.

XX əsrin 20-ci, 30-cu illərindən başlayaraq kütləvi informasiyalar sırasına yeni vasitələr – radio və televiziya da qoşuldu. ABŞ-ın radio və televiziya sisteminin inkişafı da məhz bu illərə təsadüf edir. Amerikada ilk radio yayımı isə 1906-ci ilə aid edilir. Yayım Boston şəhərinin cənubundakı radioverici aparattan Recinald Fesenden verilmişdir. Bu bizim başa düşdürüümüz müntəzəm radio yayımı deyildi. Müntəzəm verilişlərin tarixi 1920-ci illərin sonundan hesablanır. ABŞ Konqresi radiostansiyaların müntəzəm programlarla çıxışına 1927-ci ildə rəsmi icazə verdi. Yalnız bundan sonra radio inkişaf yoluna çıxdı. Artıq 1928-ci ilə qədər Birləşmiş Ştatlarda üç milli radio şəbəkə fəaliyyət göstərirdi. Onlardan ikisi “En-Bi-Si” (“neşnl brodkastinq kompani” – milli geniş yayılmış korporasiya), biri isə “Si-Bi-Es”ə (“Kolombia brodkastinq sistem” – Kolumbiya geniş yayılmış xidmət) aid idi: ilk vaxtlarda ABŞ-da radionu daha çox əyləncə formasında dinləsələr də, tezliklə hadisə yerlərindən hazırlanan radioreportajlar özünə geniş auditoriya topladı. Radionun belə sürətlə inkişafı, müxtəlif dalğalarla efirə çıxmazı, tez-tez başqa stansiyaların verilişlərinə daxil olması dinləyicilərdə narahatlıq doğurduğundan Konqres bu problemin həlli vacibliyini hökumətə çatdırıldı və ona səlahiyyətli olaraq radiostansiyaların fəaliyyətini lisenziyalasdırmağı tapşırıldı. Həmin vaxtdan etibarən həm radio, həm də televiziya milli ləyaqət forması olaraq ictimaiyyətin maraqlarını ifadə etməkdədir.

Qeyd edək ki, hələ 1927-ci ildə ABŞ-da yaradılan Federal Radio Komissiyasının 1934-cü ildə adı dəyişdirildi və həmin vaxtdan Federal Rabitələr Komissiyası olaraq fəaliyyətini davam etdirdi. Federal Rabitələr Komissiyası əvvəllər radionun, sonralar isə televiziyanın inkişafına nəzarət edirdi. Komissiya ilkin növbədə radio və televiziya stansiyalarının yaradılması üçün lisenziyalar verir və tələblər hazırlayırdı. Özünün stansiyasını yaratmaq istəyən hər bir şirkət bu tələblərə cavab verməli idi.

Şirkət özünün texniki təchizatla təminata və xüsusi stansiya yaratmağa kifayət qədər vəsaiti olduğunu sübut etməli, göstərməlidir ki, o, belə bir stansiya yaratmaqdə hüquqludur. Federal Rabitələr Komissiyası isə qanunların pozulmasını izləyir və onun pozulması hallarında lisenziyanı geri almaq hüququna malikdir.

Federal Rabitələr Komissiyasının başlıca tələbi belə idi: şirkət hər şeydən əvvəl ictimaiyyətin marağı ilə hesablaşmalı, ictimai problemlərin azad mühakiməsi qaydalarını həyata keçirməlidir. Eyni zamanda Komissiya programın məzmununu da izləməli və məlumatlı olmalı idi. Lakin Komissiyanın qarşısında duran bu vəzifə qaranlıq olduğundan, ona başçılıq edənlər ilkin olaraq hansı problemi nəzarətə götürməkdə çətinlik çəkirdilər. Kennedy administrasiyasında fəaliyyət göstərən Nyuton Minou kimiləri komissiyanın məqsədini aşağıdakı istiqamətdə görürdülər, o yəniz həddi-buluğa çatmayanlara aid programların məzmununu izləməlidir. Başqaları isə, məsələn, Nikolas Conson və Kennet Koks komissiyanın başlıca vəzifəsini ictimai azlıqlara həsr edilmiş programlara diqqətli olmaqdə görür və ABŞ ərazisində yaşayan, tutaq ki, qaradərili insanların marağında olan stansiyaların işinə müdaxilə etməyi mümkün sayırdılar. Belə fikirdə olanlar

da vardi ki, programların məzmununa istənilən təsir Konstitusiyanın pozulması ilə nəticələnə bilər.

1948-ci ilin sentyabrından başlayaraq Federal Rabitələr Komissiyası lisenziyaların verilməsini 1952-ci ilin iyun ayının 1-nə qədər dayandırdı. Bu müddət ərzində komissiya televiziyanın inkişafını tənzimləyən çoxlu qanunlar işləyib hazırladı. Müqayisəli formada götürsək, bu dövr olduqca sakit keçdi, belə ki, lisenziyaların verilməsi qərarı ləğv edildikdən sonrakı bir il müddətində televiziya stansiyalarının sayı üç dəfə artdı.

Televiziyanın bundan sonrakı sürətli inkişaf dövründə Federal Kommunikasiya Komissiyası (FKS) demək olar ki, verilişlərin məzmununa təsir etməyə çalışır və öz funksiyasında ABŞ ərazisinin televiziya ilə əhatəsi tələbini yerinə yetirirdi. Eyni zamanda, komissiyadan rəngli televiziyanın meydana gəlməsi ilə bağlı yeni problemlərin həlli tələb olunurdu. 1951-ci ildə ABŞ-da ilk rəngli televiziya programı efirə buraxıldı. 1952-ci ildə isə Radio və Televiziya Verilişləri Milli Assosiasiyası televiziyanın müstəqilliyi qaydalarını təmin edən, ictimai maraqları və verilişlərin keyfiyyətini əsas götürən Televiziya kodeksini hazırladı.

Qeyd edək ki, 1960-ci illər ABŞ-da kommersiya televiziyasının yüksək inkişaf dövrüdür. Bu illərdə fəaliyyət göstərən üç şirkətin verilişləri ("Si-Bi-Es", "En-Bi-Si" və "Ey-Bi-Si") öz xüsusi stansiyaları vasitəsi ilə ABŞ ərazisinin 70%-ni əhatə edirdi.

Artıq 1956-57-ci ildən başlayaraq kommersiya televiziyası tənqidə məruz qaldı və Televiziya strukturlarının dəyişdirilməsi ilə bağlı layihələr irəli sürüldü. Əgər 50-ci illərin sonunda kommersiya televiziyasının ünvanına olan tənqid daha çox yerli xarakter daşıyırdısa (yəni yerlərdən tənqid), artıq 60-ci illərin sonuna yaxın ciddi dəyişikliklər istə-

yənlərin sayı daha da artmağa başladı. İlk növbədə ciddi narazılıq yaradan çoxlu sayda kommersiya elanlarının programlarda verilməsi idi. Sosiooji tədqiqatlar göstərirdi ki, rəyi soruşulanların 67%-i televiziyanı reklamsız görmək isteyirdilər. 1967-ci ildə çağırılan Kameqi komissiyası televiziyanın yenidən formalaşması istiqamətində çoxlu təkliflər irəli sürdü.

Komissiyanın təqdimatı cəmiyyətdə reaksiya doğurdu və 1967-ci ilin martında Konqres belə bir təşkilatın yaradılması haqqında qərar qəbul etdi. Əvvəlcə C. P. B. (İctimai Geniş Yayım Üçün Korporasiya) yaradıldı və onun ilk işi Konqresin ayırdığı vəsaiti bölüşdurməsi oldu. Bundan sonrakı problemlərlə, xüsusən İctimai Televiziya Proqramlarına aid olan işlərə Pi-Bi-Es- (İctimai Geniş Yayım Xidməti) məşğul olmalı idi.

Dördüncü Amerika Televiziya şəbəkəsi bütövlükdə iqtisadi və əhəmiyyətli şəkildə mərkəzləşdirilmiş oldu. 1970-ci ildə Pi-Bi-Es- 20-yə qədər stansiya ilə əməkdaşlıq edirdi. Proqramlar hazırlayan, şəbəkələrlə ötürülən başlıca stansiyalar ABŞ-in aşağıdakı əsas şəhərlərində yerləşirdi: Nyu-York, Boston, Çikaqo, San-Fransisko, Los-Anceles, Pitsburq. İctimai Televiziya Proqramlarının əsas hissəsini onlar hazırlayırdılar. Kommersiya xarakteri olmayan ən böyük proqram yaradıcılarından biri də Nyu-Yorkda Uşaq Televiziya verilişləridir ki, özünün məşhur "Sezam küçəsi" teleserialı ilə bütün dünyada tanınmaqdadır.

İctimai Televiziya, əlbəttə ki, kommersiya televiziyası ilə ciddi rəqabətə girə bilməzdi və əslində onun vəzifəsi bu deyildi. Onun yaradılmasının başlıca məqsədi reklamsız, yalnız əyləncə xarakterli yox, eyni zamanda təhsilə üstünlük verən alternativ televiziya formalaşdırmaq idi. Və Pi-Bi-Es- tezliklə bu məqsədinə nail oldu.

Qeyd edək ki, 1967-ci ildə İctimai Verilişlər Korporasiyasının yaradılması (Pi-Bi-Es) və İctimai Verilişlər Xidmətinin formalasdırılması kommersiya olmayan telestansiyalara özünəməxsus milli üslub formalasdırılmasına kömək etdi. Məsələn, tezliklə məşhur uşaq verilişlərindən olan “Tilsimli küçə” və “Şedevrlər şairi” adı ilə göstərilən yüksək keyfiyyətli dramatik Britaniya quruluşları ictimai televiziyanın auditoriyasını kəskin şəkildə yüksəldi. Federal büdcənin artması və Pi-Bi-Es-nin milli proqramlarının çoxalması 1995-ci ildə kommersiya olmayan telestansiyaların sayını 400-ə çatdırıldı.

ABŞ-ın Pi-Bi-Es şirkəti hazırda ölkədəki ictimai televiziya şəbəkəsini idarə edir və ilk dəfə olaraq sputnik şəbəkəsindən istifadə etmişdir.

1985-ci ildə isə o, bütünlüklə yer xəttindən-sputnikdən istifadə sisteminə keçdi. (Bundan sonra kommersiya olmayan radiolar və verilişləri şəbəkəsi də Pi-Bi-Es-in təcrübəsinə qoşuldular). Pi-Bi-Es-in eksər proqramları bir neçə böyük telestansiyalar vasitəsi ilə (Bostonda, Nyu-Yorkda, San-Fransiskoda, Vaşinqtonda yerləşən), xarici verilişlər kampaniyalarının köməyi ilə (xüsusən Britaniyanın) və müstəqil prodyusserlərlə hazırlanır. Bəzi ştatlar isə ictimai telestansiyalar şəbəkəsini idarə edir ki, bu da onlara ərazilərində baş verən hadisələri işıqlandırmağa imkan yaradır.

Kabel televiziyası sənayesinin də müəyyən mənada “ictimailiyi” vardır. Vaşinqtonda yerləşən Si-SPEN (İctimai Tədbirlərin Kabel-Sputnik Şəbəkəsi) verilişlərində reklam vermir və eyni zamanda kabel televiziyanın istənilən abonentini əlavə ödəmə haqqı vermədən onun proqramlarına baxa bilər.

Qeyd edək ki, 1988-ci ildən başlayaraq qeyri-kommersiya televiziyanın auditoriyası 2, 5-3% səviyyəsində stabiləşdi. Baxmayaraq ki, musiqi və konsert proqramları televiziya tamaşaçlarının 10%-ni cəlb edirdi. Proqramlar əsasən stansiyaların özləri tərəfindən yaradılır (50 və 70% arasında); 20-25% müstəqil studiyalarda, 15% isə xaricdən daxil olurdu.

Pi-Bi-Es-in əsas işi stansiyaların maliyyələşdirilməsidir. Pi-Bi-Es-ə sponsorluq edən təşkilatların sayı isə durmadan artmaqdadır. 1993-cü ildə 334 milyon dollar pul alınmışdı.

80-ci illərin ortalarında ABŞ-da, eləcə də digər ölkələrdə televiziya sənayesi strukturunda müxtəlif dəyişikliklər başladı (məsələn, Fransa televiziyası strukturunda ilk dəfə olaraq xüsusi kanallar yarandı). ABŞ-da prezident Reyanın apardığı siyaset bütün Amerika iqtisadiyyatında dəyişikliklər yaratdı. Onun siyaseti bütün işgüzar dairələrdə öz əksini tapdı.

1984-cü ildə ABŞ-da kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə özünün rekord səviyyəsinə çatmışdı. Amerikalıların 98%-dən çoxunun evində heç olmasa bir televiziya qurğusu vardı. Ümumi tirajı 65,7 milyon olan 9151 qəzet nəşr edilirdi. 11 minə qədər sayı olan jurnal, bülleten və məcmuələr çap edilirdi.

Şübhəsiz ki, buraya elmin, texnikanın inkişafı da öz əhəmiyyətli təsirini göstərməkdə idi. Beləliklə, kabel televiziyanın fəaliyyət göstərməsi ilə televiziyanın inkişafında yeni mərhələ başlanır.

Televiziyanın inkişafında daha bir mərhələ - sputnik antennalarının və proqramlarının yayılması oldu. Beləliklə, 1976-ci ildən şəxsi antennaların qurulması dövrü başladı. 1981-ci ildə onların sayı 20 minə, 1985-ci ildə 1400-ə, 1990-cı ildə isə 3,5-4,7 milyona çatdı.

1995-ci ildə ABŞ-da 4 milyon ailənin xüsusi "çanaq"ları vardı. Proqnozlara görə 2000-ci ildə bu rəqəm artıb 15 milyona çatacaq. ABŞ televiziyasında əsas kabel kanalları aşağıdakılardır. Discoveru channels (69,4); USA Network (68,2); CNN (67,8); TBS (67,7); TNT (67,6); CSPAN (67,1), ESPN (67,0) mötərizələrdə abonentlərin sayı faizlə göstərilmişdir. Əldə olunan gəlir 1980-ci illə müqayisədə iki milyon beş yüz qırx doqquz min dollardan 1995-ci ildə iki milyon dörd min altı yüz on doqquz dollara qalxmışdır.

Şübhəsiz ki, internetin də yaranması informasiya sisteminin inkişafında mühüm rol oynadı. Internet - internetdə dünya kompüter şəbəkəsi yerləşir ki, onun köməyi ilə müxtəlif informasiyaları əldə etmək mümkündür. Bir qədər əvvəl informasiya alınıb ötürülməsinin sürəti videoşiqnalların çatdırılması üçün yetərinçə oldu və artıq bəzi verilişlərə şəbəkədə baxmaq mümkün idi. Ehtimal ki, çox tezliklə hər kanal öz verilişlərini internet xətti ilə yaymağa üstünlük verəcək.

Şübhəsiz ki, bütün ölkələrdə olduğu kimi, ABŞ Televiziya və Radio sistemində başlıca problemlərdən biri proqramlar üçün materialın, faktin əldə olunmasıdır. Verilişlərin hazırlanması və efirə buraxılışı olduqca mürəkkəb bir programdır. ABŞ Televiziya və Radiosundakı verilişləri şərti olaraq belə bölüşdurmək mümkünür: 1) əyləncəli televerilişlər; 2) xəbərlər və informasiya məlumatları; 3) uşaq verilişləri; 4) idman; 5) radio verilişləri.

Əyləncəli televerilişlər kabel və geniyayımlı efirin əsas hissəsini tutur. Televiziya verilişləri əsasən Los-Ancelos rayonunda yerləşən müstəqil şirkətlər tərəfindən hazırlanır. Eyni zamanda musiqi və informasiya verilişləri isə başqa şirkətlər tərəfindən edilir.

“Praym-Taym” (axşam saatları, ABŞ-in şərq və qərb bölgələrində adamlar adətən ən çoxu saat 20-dən 23-ə qədər, mərkəzi və dağlıq hissələrdə isə saat 19-dan 22-yə qədər televizora baxırlar) ən rəqabətədözümlü verilişlərin göstərilmə vaxtıdır. Bu verilişlər adətən telequrumlar və komediyalara efirdə göstərilir. Hər ilin yazında yeni “Telefəsil” üçün formallaşan verilişlər sektasının (cədvəlinin) sentyabrda açılışı olur. Uğursuz Proqramlar (aşağı reytinqli) il ərzində yeniləri ilə əvəzlənir. Ötən ildə yer tutan köhnə verilişlərin təkrarı yay dövründə rəqabət üçün əsl meydana çevrilir və əlavə verilişlərin istehsalını stimullaşdırır. Yerli “affiliat”lar (yəni müqavilə əsasında bir şəbəkənin proqramını göstərən geniş yayılmış stansiya) öz şəbəkələrinin verilişlərini “Praym-Taym” zamanında, bir hissəsini isə gündüz zamanında göstərirlər. Qalan vaxtda isə efirdə (əksər telestansiyalar günün 18 saatını, çoxları isə bütün günü efirdə olurlar) birləşdirici əyləncəli verilişlərlə (əsasən, şou yarışları və şəbəkə verilişlərinin təkrarı), eləcə də yerli xəbərlər, hava haqqında məlumatlar və idman məlumatları verilir. Sindikatlaşmış proqramlarda, stansiya proqramları iki-üç dəfə yerli şəraitdə müəyyən müddətdə göstərmək üçün müstəsna hüquqlar əldə edir. Məhz uğurlu Amerikadaxili və beynəlxalq sindikasiya adətən teleseriallardan gəlir götürsə də, yaxşı verilişlərin şəbəkədə ilkin göstərilməsi sərf olunan xərci hələ tam ödəmir.

Əyləncəli proqramlar çox baha olduğundan yerli stansiyalarda istehsal edilmir. Eləcə də kommersiya stansiyaları xarici proqramları, demək olar ki, göstərmir. Bu proqramlar əsasən ictimai televiziyalarda göstərilir. Proqramlar auditoriyani müxtəlif yollarla, ənənəvi kinoteatrlardan və telestansiyalardan başlamış yeni vəsaitlərə (kabel və sputnik) qədər əhatə edir. Bu proqramları hətta yerli mağazadan videoprokata da götürmək mümkündür.

Xəbərlər və informasiya məlumatları. Çoxlu sayıda rəylər göstərir ki, amerikalılar eksər informasiyanı televiziya vasitəsi ilə əldə edirlər. Böyük şəhərlərdə isə yerli stansiyalar öz programlarına gündə iki-üç saat xəbərlər daxil edir. Göründüyü kimi, xəbər janrı tamaşaçılar və eləcə də reklamçılar üçün ən məşhurudur. Kabel xəbərlər şəbəkəsinin məshhurluğunun artması ilə bu tendensiya daha da gücləndi. Qəzet və radioya marağın artımına gəldikdə isə, qeyd edək ki, qəzet tirajının artımı əhalinin qəzətoxuma artımından geri qalır, əvvəlki oxunma məshhurluğunu itirir. Radio isə o qədər də əhəmiyyətli informasiya mənbəyi rolunu oynamır. Televiziya yenilikləri həvəskarlarının eksəriyyəti, adətən, axşamlar efirdə verilən yarımsaatlıq xəbərlərə baxır (məsələn, Den Razerin Si-Bi-Es-də, Tom Broakunun En-Bi-Si-də və Piter Cenninqin Ey-Bi-Si-dəki aparıcılığı çox məshhurdur). Xəbərlərin əldə olunmasında milli xəbərlər agentlikləri (Assoşeyted Pres və Yunayted Pres İnterneşnl) əsaslı rol oynasa da, eksər Amerika şəbəkələri uzaq rayonlarda özlərinin xüsusi yaxud ştatdankənar müxbirlərindən istifadə edirlər. Xaricilər adətən, Amerikanın xəbərlər buraxılışını daha çox dünya hadisələrinin böhranlı məqamlarını göstərməkdə və təhqir etməkdə tənqidə tuturlar. Qeyd edək ki, son illərdə Si-En-En-in iki şəbəkəsi və digər informasiya şəbəkələri xarici televiziya programlarının göstərilməsinə imkan yaratmışdır.

Digər ciddi veriliş növləri olan müsahibə, ictimai-siyasi programlar, sənədli filmlər Amerikada getdikcə öz məshhurluğunu itirir. Belə verilişlər getdikcə telekanallarda az göstərilir. Çünkü bu verilişlərin auditoriya imkanları geniş deyildir və onlar reklamvericiləri cəlb etmir. Əsasən, xarici, Britaniya istehsalı olan sənədli filmləri ictimai televiziya və bəzi kabel televiziyası kanallarında görmək mümkündür.

Uşaq verilişləri. Amerikada uşaqlar üçün ən məşhur olan veriliş Uşaq Teleemalatxanasının istehsalı – “Tilsimli küçə”dir. Bu veriliş ilk dəfə efirə 1969-cu ildə çıxdı. İndi Böyük quş, Kermit qurbağa və digər kukla obrazları öz milli variantlarında aktyorların yüksək oyunu sayəsində bütün dünyada məşhurdur. Təəssüflər ki, digər məşhur uşaq verilişləri “Tilsimli küçə” qədərki rol oynamır. Bazar günləri səhərlər bütün telesəbəkələr (eləcə də bir çox kabel multiplikasiya şəbəkələri) uşaqlara multiplikasiya savaş filmləri göstərirlər. Onların bəziləri olduqca amansızdır və efirdə göstərilərkən malların reklamı ilə müşahidə olunur. (Adətən belə reklamlar ərzaq məhsulları və müxtəlif oyunlar olur). Coxları belə verilişlərin azyaşlı uşaqlar üçün zərərli olduğunu qeyd edirlər.

1990-ci ildə ABŞ Konqresi uşaq verilişləri zamanı reklamların məhdudlaşdırılması haqqında (bu, KİV-də reklamların sayının azaldılması haqqında ilk qanunverici məhdudiyyət idi) qanun qəbul etdi. Bu qanunda uşaq verilişlərinin ictimai istiqamətinə üstünlük verilməsi tələb olunurdu.

Qeyd edək ki, bu günə qədər mövcud qanun verilişlərin məzmununa ciddi təsir göstərə bilməmişdir.

İdman. Televiziyyada daha çox məşhur olan və geniş işıqlandırılan idman növlərindən biri peşəkar və tələbə Amerika futboludur. Radio, Televiziya və bəzi kabel xidmətləri beysbol və basketbol oyunlarının da göstərilməsinə çoxlu saatlar ayırırlar. Digər idman növlərinin göstərilməsinə isə az vaxt həsr olunur. Məsələn, amerikalılar bütün dünyada məşhur olan futbola, demək olar ki, laqeyddirlər. Televiziya şəbəkələri peşəkar futbol və beysbol oyunlarını, eləcə də, dörd ildən bir keçirilən olimpiya oyunlarını göstərmək hüququ uğrunda daima mübarizə aparırlar. Onlar belə hüququ qazanmaq üçün milyonlarla dolları sərf

etməyə hazırlırlar. Bəzi kabel şəbəkələri, xüsusən, İ-Es-Pi-En, demək olar ki, bütün efir vaxtını idman programlarına həsr edir.

Radio verilişləri. Qeyd edək ki, radionun ilkin fəaliyyət dövrü I Dünya müharibəsindən əvvəlki dövrə təsadüf edir. Belə yayımlar sporadik cədvəllərlə həftədə bir neçə saat işləyirdi. Dünyadan ilk geniş yayının tarixi də 1906-ci ildən güman olunur. Belə ki, həmin ili Massaquesets ştatının Boston şəhərinin cənubundakı radioverici aparatdan Recinald Fesenden vermişdilər.

AM (və yaxud radioveriliş dalğası) radio geniş yayımı müntəzəm əsasda 1920-ci illərin sonlarında başlamışdır. 1927-ci ildə Birləşmiş Ştatlar Konqresi radio stansiyalarının müntəzəm proqramlarla çıxış etmək razılığına gəlindi. 1941-ci ilə qədər geniş yayım ancaq AM stansiyalarından ibarət idi. 1941-ci ilin sonlarında FM (yaxud VNF radio və televiziya geniş yayımının müntəzəm fəaliyyətinə razılıq verildi. 1958-ci ildən sonra səsi yüksək dəqiqliklə verdiyinə görə FM radio stansiyası inkişafa başladı. 1979-cu ildə artıq FM radiosunu AM radiosundan daha çox adam dinləyirdi. 10 il sonra isə radio dinləyicilərin hamısının dörddə üçü FM radiosuna qulaq asdı.

Hazırda ABŞ-da əsas markerlərin də 30 və ya daha artıq radiostansiyası vardır. Radio şəbəkələrinin əksəri proqramı ya peyk vasitəsi ilə, ya da lent yazılısı ilə yayırlar. Radio stansiyalarında reklama daha geniş yer ayrıılır. Onlar çox hallarda bir saatlıq verilişdə 18-20 dəqiqəni reklama verirlər.

Qeyd edək ki, ABŞ-da qeyri-kommersiya radiolarının sayı da durmadan artmaqdadır. 1990-ci ildə qeyri-kommersiya radio sənayesi 1400-ə qədər genişləndi. 1963-cü ilə qədər qeyri-kommersiya radiosu üçün federal

fondlaşdırma yox idi. Bu funksiyani xeyriyyəçilik yolu ilə Ford Fondu təmin edirdi. 1967-ci ildə İctimai Geniş Yayım üçün Korporasiya formalasdı və bir il sonra o, Dövlət İctimai Radionu yaratdı. Və bu qayda qeyri-kommersiya radiosunun inkişafına güclü təkan verdi.

Kristofer Sterlinq “Elektron məlumat vasitələri” məqaləsində yazar: “Son zamanlara qədər qeyri-kommersiya stansiyalarının və şəbəkələrinin fəaliyyətinə maddi yardım üçün verilən bütün pulların yarıya qədəri İctimai Geniş Yayım Korporasiyası vasitəsilə federal fondlardan, vergilərdən və bu və ya digər ştatda stansiyalara yardım üçün həmin ştatda tutulan vergilərdən gəlirdi. Vergilərdən gələn yardım bütöv gəlirlərin 1990-ci ildə 40%-nə qədərini təşkil edirdi. Qalanı isə biznesi təmin edən proqramlara verilən və “zəmanətli” adlanan pul ödənclərdən, fərdi xeyriyyə pullarından, fondlaşdırmadan və başqa mənbələrdən gəlirdi...

İctimai geniş yayım üçün Korporasiya və iki şəbəkə kimi, radio üçün Dövlət İctimai Radiosu və Televiziya üçün İctimai Geniş Yayım Xidmətinin fəaliyyəti Vaşinqton siyasi sahəsində qeyri-kommersiya geniş yayımını geniş şəkildə təmsil edir.

Dövlət İctimai Radio (NPR) 250-ə yaxın radio stansiyasını birləşdirir. NPR axşam düşərkən və həftə ərzində səhərlər kütləvi yeniliklər proqramları ilə təmin edir. NPR stansiyaları təmin etmək üçün verilişlər hazırlayıır.

ABŞ radiolarının əksəriyyət verilişləri məşhur musiqi lentlərinin oxudulmasından ibarətdir. Böyük şəhərlərdə bəzi stansiyalar xəbərlərə və danışq verilişlərinə daha çox üstünlük versələr də, çoxu musiqi lentlərinə, xəbərlər oxunuşuna hədsiz sayda reklamlara üstünlük verirlər. Əlliinci illərə qədər əhəmiyyətli rol oynayan şəbəkələr, sonradan televiziya rəqabəti ilə sıxışdırıldı. Son illərdə radioverilişlərin geniş yayımı üçün sputniklərdən istifadə

olunması və kabellə audiooxidmət verilişlərinin çatdırılması ümummilli verilişlərin ölçüsünü bir qədər dirçəltmişdir.

Reytinglər. 1930-cu ildən başlayaraq radiodinləycilərin və tamaşaçıların zövqü ilə bağlı aparılan tədqiqatlar təkmilləşir və televerilişlərin programlaşdırılması tendensiyasına güclü təsir göstərirdi. Reytinglərin müəyyənləşməsi üzrə başlıca ümummilli şirkətlər aşağıdakılardır: "Ey-Si-Nisen" (Dan end Bredstrit" şirkətinin bölməsi) və "Arbitron" ("Kontrol Deyt" şirkətinin bölməsi). "Nisen" şirkəti yerli və kabel televiziyalarının reytingləri haqqında, "Arbitron" isə yerli radioların reytinglərlə bağlı məlumatlar hazırlayır. Bu şirkətlər hər hansı bir təşkilat tərəfindən qarşılıqlı maraq əsasında işləmirlər.

Reyting aşağıdakı qaydada müəyyənləşir: mövcud rayonda radioqəbuledicilərin və televizorların ümumi sayından asılı olaraq göstərilən proqrama baxan ailənin nisbəti reytinglər keçirilərkən reklamvericilər həm də ayrı-ayrı televerilişlərin auditoriyasının sayını və tərkibini də öyrənirlər.

Bu informasiyalar həmçinin reklamvericilərin öz məhsullarını harda yerləşdirməsi ilə bağlı ilk müəyyənləşdirmə rolunu oynayır. Veriliş və kabel şirkətləri məhz bu reytinglər əsasında öz auditoriyalarını reklamvericilərə "satırlar". Reytinglər seçimin elmi prinsiplərinə əsaslanır. Məsələn, "Nisen" ölkənin müxtəlif coğrafi regionuna məxsus və əhalinin ayrı-ayrı ictimai təbəqələrini əhatə edən təqribən 5000-ə qədər ailənin milli reytingini müəyyənləşdirir. Güman edilir ki, bu reytinglər diniyyəcilerin və tamaşaçılara milli strukturunun düzgün əks olunmasında başlıca rol oynayır.

Reytinglərin toplanmasında başqa üsullardan da istifadə edilir. Ən yeni üsullardan biri "adamlar saygacı"ndan

istifadədir. Belə kiçik cihazlar televiziyada yerləşdirilir və tamaşaçılar məsafəli idarəetmə vasitəsi ilə məlumatları və rəyləri oraya ötürürər. Beləliklə, "adamlar saygacı" qəbul edici işləyərkən hansı kanaldadırsa, ailə tərkibi ilə bağlı məlumatları asanlıqla qeyd edə bilir. Daha ənənəvi üsullar sırasında telefon sorğuları və qeydiyyat jurnallarıdır ki, onların vasitəsi ilə dinlənilmiş və baxılmış həftəlik verilişlərlə bağlı məlumatlar qeyd olunur.

Federal Rabitələr Komissiyası. Kristofer Steroinq ABŞ-da Federal Rabitələr Komissiyasının fəaliyyətini belə izah edir: "1934-cü ildə Konqres daha əhatəli Rabitələr Qanunu qəbul etdi. Bu qanun telefon və radioverilişləri tənzimləmələrini bir agentlikdə birləşdirdi və o zamandan bir neçə dəfə müvafiq düzəlişlər verildiyinə baxmayaraq, Federal Tənzimləmə siyasetini indi də o, idarə edir. Bu qanun "PICON" ("İctimai maraq, rahatlıq və zəruriyyət") standartını davam etdirdi və FRK-nı təsis etdi. Qərargahı Vaşinqton şəhərində yerləşən Federal Rabitələr Komissiyası ABŞ-in rabitə və kütləvi elektron vasitələrini nizamlayır. Federal Rabitələr Komissiyası adətən hüquqsünləşərin təmsil olunduğu beş komissiya üzvündən ibarətdir. Onları ABŞ prezidenti təyin etsə də, Senat tərəfindən də qəbul olunmalıdır. Federal Rabitələr Komissiyasının tərkibində 2000-ə qədər işçi çalışır və onlar müasir telekommunikasiyanı nizamlayan gərəkli hüquq, iqtisadi və texniki işi yerinə yetirirlər. Federal Rabitələr Komissiyasının illik büdcəsi təqribən 175 milyon dollara bərabərdir ki, bu da federal idarəələrin büdcələri nisbətindədir. Kabel Xidmətləri Bürosu kabel lisenziyalarını vermək hüququndadır. Federal Kommunikasiya nəzdindəki KİV üzrə Büroda çalışan 300-ə qədər adam verilişlərə nəzarət və əsasən lisenziya verilməsini həyata keçirir.

Lisenziyalar aşağıdakı müddətdə verilir: radiostansiylar **yeddi il**, teleşirkətlər isə **beş il** müddətinə nəzərdə tutulur. Lakin müddət başa çatdıqdan sonra lisenziyaları yeniləşdirmək elə çətinlik yaratmır. Qeyd edək ki, Federal Rabitələr Komissiyasının başlıca funksiyası lisenziyalasdırmadır və bu qurum ister tənzimləmədə, istərsə də nəzarətdə həmin funksiyadan çıxış edir. Kabel sistemləri, adətən, yerli hakimiyyətdən icazə almalıdır və bu halda kabel xidməti bürosu ümumi nəzarəti həyata keçirir və bəzi ölçüdə tarifləri nizamlayır.

Federal Rabitələr Komissiyası yeni qaydalar qəbul edə bilir (qeyd edək ki, yalnız qaydalar, çünki, ancaq Konqres qanun qəbul edə bilər və qanunda dəyişikliyi həyata keçirə bilər). Eyni zamanda Federal Rabitələr Komissiyası köhnəlmış qaydaları ya ləğv etmək, yaxud yeni düzəlişlər əlavə etmək səlahiyyətindədir. Eyni zamanda Federal Rabitələr Komissiyasına Konqres tərəfindən telekommunikasiya xidməti üçün texniki standartları müəyyənləşdirmək səlahiyyəti də verilmişdir. Lakin qayda üzrə şirkətlər və müəssisələr özləri daha uyğun gələn müxtəlif sistemləri sınadın keçirir və sonra onu komissiyanın təsdiqinə verirlər. Ağ-qara və rəngli televiziya sistemləri (En-Te-Es-Si) və stereo Radio-UKV sistemi standartları məhz belə üsulla qəbul edilmişdir.

Bəs ABŞ televiziya və radio sistemində verilişlərin məzmunu necə nizamlanır? Qeyd edək ki, bu ölkədə verilişlərin məzmununun nizamlanması qaydaları elə böyük deyil. Başlıca səbəbi isə, yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, ABŞ Konstitusiyasına birinci düzəlişin mövcudluğudur. Burada hətta efirə seçkili vəzifələrə namizədlərin buraxılması tələbi də vardır. Federal Rabitələr Komissiyasının yalnız uşaqq verilişlərinə müəyyən tələbləri olsa da, programların

məzmununa az təsir göstərməkdədir. Müxtəlif ştatlarda isə böhtan və şəxsi həyata müdaxilə ilə bağlı ayrıca öz qanunları mövcuddur. Qalan problemləri isə, yəni kabel və efir şəbəkəsi verilişlərinin məzmunu ilə bağlı sualları həkimiyət deyil, şirkətlərin rəhbərliyi həll edir. Ən mühümü odur ki, xəbərlərin və ictimai-siyasi verilişlərin məzmununa nəzarətə icazə verilmir.

70-ci illərdən başlayaraq Federal Rabitələr Komissiyası bəzi sualların nizamlanması problemində öz uzunmüddətli mövqeyini dəyişməyə başladı. Reyqan administrasiyası dövründə (80-ci illərdə) Mark Faulerin sədrliyi ilə Federal Rabitələr Komissiyası televiziya stansiyalarının fəaliyyətini məhdudlaşdırın çıxlu qayda və təlimatları azaldıb ləğv etdi. 1987-ci ilin avqustunda, əvvəllər stansiyalardan yerli problemləri müzakirə etmək üçün efir vaxtının ayrılması ilə bağlı tələb olunan “həqiqət doktrinası”nı da ləğv etdi. Belə bir doktrinanı qəbul edərkən Federal Rabitələr Komissiyası rəqabət aparan çıxlu sayıda stansiyaların və xidmətlərin mövcudluğunu nəzərə alıb, 1949-cu ildə qəbul edilmiş bu qaydanı (o zaman efirdəki stansiyaların sayı olduqca az idi) vaxtı ötmüş hesab etdi.

Hazırda ABŞ-da yeni xidmətlərə lisenziyalar keçmişdə olduğu kimi administrativ qaydalarla yox, materiya və auksionların keçirilməsi ilə verilir. Bundan əlavə, azsaylı auditoriyalara malik çıxlu yeni xidmətlər, demək olar ki, nizamlanmışdır. Bu üsulu isə ictimaiyyət geniş şəkildə müdafiə edir.

Siyasi tənzimlənmə. Kommunikasiya vasitələri ABŞ Konstitusiyasının iki maddəsi ilə tənzimlənir: 1) “Kommersiya haqqında maddə” (1789-cu il, 1-ci maddə, 8-ci bölmə) Konqresin ştatlar arasında və ştatlarla xarici dövlətlər arasında ticarəti tənzimləmək hüququ vardır. ABŞ Konstitusiyasına birinci düzəliş (1791-ci ildən) mətbuat və

söz azadlığını təmin edir. Kommunikasiya sahəsində hökumətin bütün fəaliyyəti bu iki Konstitusiya maddəsininə əsaslanır.

1910-cu və 1912-ci illərdə Konqres teleqrafi tənzimləyən qanun qəbul etdi. Yalnız 1927-ci ildə xüsusü olaraq radiostansiyaların lisenziyalasdırılmasını tənzimləyən ilk qanun qəbul edildi. Bu qanun “ictimai maraqların əlverişli və gərəkliyi”nin vacib prinsipini müəyyənləşdirdi ki, bu da hazırkı dövrdə lisenziya verilməsi və digər tənzimləmə formaları ilə bağlı problemlərin həll edilməsində mühüm rol oynayır.

1934-cü ildə Konqres Kommunikasiyalar haqqında bütöv bir qanun qəbul edir. Bu qanun həm telefon əlaqələrinin, həm də Federal Rabitələr Komissiyasının geniş yayılmış sənayesinin tənzimlənməsinə kömək edir ki, bu da hazırkı dövrdə də federal tənzimləmə siyasetinin tələblərinə cavab verir. 1934-cü ildə qəbul edilmiş əsas qanuna sonrakı illərdə müəyyən dəyişikliklər əlavə edildi. Məsələn, 1967-ci ildə ictimai televiziyalarla, 1984 və 1992-ci illərdə kabel televiziyası, 1996-cı ildə “Efirdə zor; zoraklıq” halları ilə bağlı ciddi dəyişikliklər oldu.

Telereklam yaradıcılığı Hər il müxtəlif çeşidli reklamlara 300 milyard dollar pul sərf edilir ki, onun yarısı Amerika Birləşmiş Ştatlarının payına düşür. 90-cı illərin ortalarından başlayaraq televiziya reklamlarının verilməsi verilməsi həcmində qəzetləri ötərək birinci yerə çıxdı. Aşağıdakı cədvəldə televiziya ilə reklama ayrılan xərcləri daha aydın görmək mümkündür:

İllik ümumi xərclər

| | |
|-------------------|--------------------------|
| 1975-ci il | - 5,3 mld dollar |
| 1980 | - 11,5 mld dollar |
| 1985 | - 21,1 mld dollar |

Xarici Ölkələrin Jurnalistikası

| | |
|-------------|--------------------------|
| 1990 | - 29,1 mld dollar |
| 1995 | - 37,5 mld dollar |
| 2000 | - 52,8 mld dollar |
| 2005 | - 63 mld dollar |

Eyni zamanda ümummilli və yerli televiziyalarda reklama çəkilən illik xərclər:

Ümummilli

Yerli

| 1975-ci il | - 3,9 mld dollar | 1,4 mld dollar |
|-------------------|--------------------------|------------------------|
| 1980 | - 8,6 mld dollar | 2,9 mld dollar |
| 1985 | - 15,2 mld dollar | 5,9 mld dollar |
| 1990 | - 20,6 mld dollar | 8,5 mld dollar |
| 1995 | - 25,9 mld dollar | 11,6 mld dollar |
| 2000 | - 36,1 mld dollar | 16,7 mld dollar |
| 2005 | - 39,2 mld dollar | 19,6 mld dollar |

ABŞ Mətbuat və Radio-Televiziya sistemində reklam mühüm rol oynayır. Bu ölkədə jurnalların gəlirinin yarısından çoxunun, qəzetlərin 75%-nin, kabel-sputnik televiziyalarının 15%-nin, efir kommersiya televiziyalarının isə 100%-nin gəlirini reklamlar təşkil edir. Hər bir amerikalı ailəsində televizor orta hesabla gündə altı-yeddi saat baxılır. Mövcud qanunlar telereklamların həcmində məhdudiyyətlər qoymur (uşaq verilişləri istisna olmaqla). Belə düşünülür ki, tamaşaçının qəbuletmə dözümü ölçüsündə də reklamlar vermək mümkündür. Əgər hər hansı bir kanaldə reklam çox verilirsə, (məsələn, 1 saatda 10-12 dəqiqə) onda auditoriya rəqib kanalların xeyrinə işləyir və həmin kanal ümumi qaydalara tabe olmaq məcburiyyətində qalır.

Amerikalılar ekranda reklamların çoxluğundan şikayətlənsələr də, onu hazırlayanların yaradıcı fantaziyalarından

heyrətlənlərlər. Tərif etmədən demək mümkündür ki, reklam öz maraqlılığına görə televiziya əyləncələrində ən diqqətli elementlərdən biridir. Lakin reklamin hazırlanması həm də böyük xərc tələb edir. Qeyd edək ki, 30 saniyəlik reklam rolikinin istehsalına orta hesabla 200 min dollar sərf edilir.

Kino-aktyorlar kinofilmlər və televiziya verilişləri ilə müqayisədə ümumilikdə reklamdan daha çox gəlir götürür-lər. Reklamlar aktyorların, rejissorların, dramaturqların və digər peşə adamlarının yaradıcı işi olaraq ortaya qoyulur. Ən baxılan vaxtda ("Praym-Täym" zamanında) 30 saniyəlik reklama sıfarişçi 350-400 min dollar pul sərf edir. Belə reklamin dəfələrlə göstərilməsi çoxmilyonlu müəssisə üçün böyük gəlir gətirir. Şübhəsiz ki, reklamin belə gəlir verməsi təbii bir sual doğurur: doğrudanmı reklam belə imkanlara malikdir? Klassik bazar nəzəriyyəsi aydınlaşdırır ki, bəli, istehsalçı tələbatı uyğun olaraq öz məhsulu ilə alıcıının tələbatını təmin etməyə çalışır. ABŞ ümummilli televiziyanın yüz nəhəng reklamvericiləri sırasından 80 transmilli korporasiyası filialları ilə birlikdə bütün dünyani əhatə edir. Tələbatı nəzərə almadan belə böyük niqyasda məhsul buraxmaq sadəcə təhlükəlidir. Tələbatlar isə yalnız reklamin üstünlüyü ilə mümkündür.

Dünyanın heç bir ölkəsində Amerikadaki kimi telereklam gündəlik həyata təsir etmir. Hələ bundan başqa, uşaq danışmağa başlayan kimi, telereklamdan çıxıştıyi reklam mahnlarını oxumağa çalışır. Hətta reklam elanlarındakı mahnilar, şüarlar və yumorlar müasir Amerika folkloruna daxil olmuşdur. 1960-ci ildən başlayaraq telereklamların və onlarla yaxşı reklam roliklərinin illik festivalı keçirilir və qaliblərə "Klio" mükafatı təqdim olunur. Həmin reklam rolik-laueratlar videokasetlərə kö-

çürülərək reklamı xoşlayan və ondan istifadə edən insanlara satılır. Elə buna görədir ki, reklamı Amerika incəsənət forması adlandırırlar.

ABŞ-da reklam sənayesi ilə 200 mindən çox adam məşğul olur. Hər il Amerika kollec və universitetlərində müxtəlif həcm və rakurs üzrə 16 mindən çox adam təhsil alır, 5 mindən çox reklamçı mütəxəssis ixtisaslaşır.

ABŞ Televiziyasının fəaliyyət tarixinin mühüm dövrləri:

1907-ci il – “Televiziya” sözü ilk dəfə olaraq “Sayentifik amerikan” jurnalında işlədirilir.

1923-cü il – V. K. Zvorikin ikonoskopu ixtira edir. Beləliklə, iki elektron TV yaradılır.

1939-cu il aprelin 30-da Nyu-Yorkda Ümumdünya sərgisinin açılışı nümayiş etdirilir. Amerikada daimi televerilişlərin göstərilməsinə başlanılır.

1941-ci il iyulun 1-də ilk dəfə olaraq efirdə kommersiya teleeləni verilir.

1945-ci il – ilk nəhəng TV sponsorları olan “Jilett” və “Tekasso” şirkətləri yaradılır.

1950-ci il – reklamvericilər kütləvi miqyasda radiodan televiziyyaya keçirlər.

1952-ci ildə milli verilişlər assosiasiyanın televiziya kodeksi qəbul edilir və burada reklamın könüllü tənzimlənməsi göstərilir (1984-cü ildə bu qayda ləğv edilir).

1954-cü ildə - televiziya ümummilli reklamların başlıca yayımına çevirilir. İlk dəfə olaraq rəngli reklamların görünüşünə başlanılır.

1956-ci ildə - Si-Bi-Es kinoskop çekilişindən imtina edib “Ampeks” videomaqnitofonlarından istifadəyə başlayır.

1960-ci ildə - televerilişlər ABŞ-in 90% əhalisini əhatə edir. Həmin ilin sentyabrın 26-da prezidentliyə namizəd

olan V. R. Nikson və C. Kennedy arasında “böyük detalları” göstərir.

1963-cü ildə - İraqi hüquqbərabərliyi hərəkatının təsiri altında ümummilli televiziya ağ və qaradərili uşaqların iştirakı ilə reklam verir.

1964-cü ildə - ilk siyasi reklam roliki olan “Marqaritka” ətrafında toqquşma, səs-küy baş verir. İlk dəfə olaraq “Klio” festivalında təqdim edilmiş reklam roliklərindən şoular göstərilir.

1965-67-ci illərdə - rəngli TV ekrana çıxır.

1969-cu ildə ABŞ Ali Məhkəməsi siqaretə qarşı “əks reklama” icazə verir. Eyni zamanda Pi-Bi-Es-də mədəni-maariflənmə (ictimai) şəbəkəsi yaradılır.

1971-ci ildə tütün məhsullarının reklamının qadağanı TV-ni 7%-lik gəlirdən məhrum edir. Eyni zamanda 60 saniyəlik reklamdan 30 saniyəlik reklama keçid başlayır.

1972-ci ildə TV könüllü olaraq uşaq verilişlərində reklamın həcmini 16-dan 12 dəqiqəyə azaltmağa razılaşır.

1973-cü ildə sorğu göstərir ki, amerikalılar 5:1 nisbətində telereklamı “pulsuz verilişlərə düzgün yük kimi” qəbul edirlər.

1975-ci ildə - pullu kabel şirkəti olan “Xoum boks ofis” ilk dəfə sputnikdən istifadə edir. Kabel sputnik verilişləri göstərilməyə başlayır.

1976-ci ildə ev videomaqnitofonlarının ilk dəsti satılır.

1980-ci ildə Si-En-En yaradılır.

1982-ci ildə - telefon sıfərişi ilə malların birbaşa satışı şəbəkəsi olan “Xoum şöpinq netufsk” verilişləri fəaliyyətə başlayır.

1984-cü ildə - M. Cekson Pepsi-Kola üçün iki rolik hazırlayır (müqavilənin qiyməti 5 milyon dollar, çəkilişinki

isə 2 milyon dollar). Məşhur adamların iştirakı ilə geniş-miqyaslı reklam şirkətləri fəaliyyətə başlayır.

1986-cı ildə - B. Kosbinin şou komediyasında 30 saniyəlik vaxt 300-400 min dollara satılır – bu serial verilişlərdə ən böyük rekord idi.

1987-ci ildə R. Merdon dördüncü kommersiya teleşəbəkəsi olan “Foks”u yaradır.

1989-cu ildə Bi-Bi-Bi-Ou reklam agentliyi məşhur müğənni Madonnaya görünməmiş məbləğdə qonorar verərək, müğənninin şəkili olan reklamlar hazırlanır.

1990-cı ildə TV-də uşaq verilişləri haqqında qanun qəbul edilir və ara günlərlə 1 saatlıq reklamda 12 dəqiqə, bazar günlərində isə 9,5 dəqiqəlik reklam müddəti müəyyənləşdirilir.

1993-cü ildə - Ceksonla reklam müqavilələri ləğv edilir. TV məşhur adamlara marağını itirir.

1995-ci ildə - interaktiv reklamla təcrübə aparılır.

1996-ci ildə - seçkiqabağı kompaniyaya 2 milyard dollar pul sərf olunur.

1997-ci ildə - 99% amerikalı ailəsinin ən azı bir televizoru, 51%-nin ən azı üç televizoru, 92%-nin videomaqnitofonu, 10%-nin sputnik teleantennası vardır.

2005-ci ildə - İnfomasiyalı cəmiyyət quruculuğu prosesinə televiziya və radio güclü təsir edir.

MÖVCUD QANUNLAR

Qeyd etdi ki, ABŞ-da söz və mətbuat azadlığına təsir göstərən hər hansı bir məhdudiyyət yoxdur və dövlətin Konstitusiyasına Birinci düzəliş bu təminatı verir. Birinci düzəlişdə yazılıb: “Konqres söz azadlığını, mətbuat azadlığını və xalqın yığıncaq keçirmək azadlığını məhdudlaşdır-

n qanunlar qəbul edə bilməz". İki yüz ilə yaxındır ki, bu Amerika təcrübəsi uğurla davam edir və mətbuata, vətəndəşlərə fikirlərini azad ifadə etmək imkanı yaradır. Konstitusiya isə ölkənin əsas qanunudur və yalnız böyük təsirlə ona düzəlişlər etmək mümkündür.

"Fikri azad ifadəetmə" anlayışı altında şəxsi hüquqlar da başa düşülür ki, bu da aşağıdakı Amerika hüquq principlərinə uyğundur:

- hər bir şəxsin özünün xüsusi fikri və inamının olması;
- istənilən obyektlə bağlı azad informasiya mübadiləsi hüququnun olması;
- suallara cavab verməmək hüququnun olması;
- başqa insanlardan informasiya almaq hüququnun olması;
- bütün mənbələrdən xahiş edib informasiya almaq hüququnun olması;
- başqa şəxslərlə münasibət yaratmaq, əlaqə qurmaq hüququnun olması.

Göründüyü kimi, ABŞ-da hər kəsin fikrini azad ifadə etmək hüququ vardır. Bu ölkədə söz azadlığına hörmət o dərəcədə yüksəkdir ki, söz azadlığını müdafiə özünü ifadənin ən yüksək forması kimi yayılır. **Hətta Ali Məhkəmənin 1989-cu ildəki qərarı əsasında milli bayrağın yandırılması halı fikrini azad ifadə etmək hüququ ilə Birinci düzəlişə uyğun olaraq eyni maddə altında müdafiəyə düşür.**

Söz azadlığı hər bir şəxsin öz qabiliyyətini açmaq və reallaşdırması üçün bir vasitədir. **Professor Tomas Emerson** bu haqda konkret olaraq yazırıdı: "İnsan həyatının məqsədi şəxsiyyət kimi öz qabiliyyətini açıb göstərməkdir. Bundan ötrü azadlıq lazımdır. Buna əsaslanıb demək mümkündür ki, hər hansı bir fikrin ifadəsinə təzyiq göstərilməsi şəxsi ləyaqət hissələrini təhqir edir və onun insan kimi şəxsiyyə-

tini ləkələyir". ABŞ-da senzuraya belə yanaşırlar: o yalnız söz azadlığını deyil, eyni zamanda şəxsiyyəti də boğur. Bir daha **ABŞ Ali Məhkəməsinin** fikrinə diqqət edək: Bizim vətəndaşların və siyasi institutların yaşamaq qabiliyyətliliyi söz azadlığından asılıdır. Bizim cəmiyyəti totalitar rejimdən fərqləndirən məhz öz fikrini açıq demək və müxtəlif ideyaları, programları irəli sürmək hüququnun olmasıdır.

ABŞ dövlətində müxtəlif formalarda hüquqi normalar mövcuddur. Bu, ilk növbədə ölkənin Konstitusiyasıdır ki, burada cəmiyyətdə insan fəaliyyətinin başlıca qaydaları təsbit edilmişdir. Eyni zamanda qanunvericilik orqanlarının qəbul etdiyi qanunvericilik aktları da mövcuddur. İcra orqanlarının da hüquqi normaları vardır. Digər tərəfdən məhkəmələrin qərarı əsasında formallaşan ümumi hüquqi normalar da cəmiyyətin tənzimlənməsinə təsir göstərir.

Amerika hüquq sistemi bütün bu formaları özündə təcəssüm etdirir. İşin mürəkkəbliyi həm də ondadır ki, Amerikanın hər bir ştatının öz konstitusiyası, icra orqanlarının hüquqi aktları və ümumi qaydaları vardır. Lakin bütün bu sistemlərin başında Konstitusiya durur. Heç bir qanunverici akt, icra orqanının qərarı və məhkəmənin hökmü Konstitusiyaya qarşı çıxa bilməz. Hər bir Amerika vətəndaşının başı üzərində ABŞ Konstitusiyası dayanır. Hər bir Amerika ştatı əsas qaydalar və hüquqi prinsiplər toplumu olan bu Konstitusiyaya tabe olmalıdır. ABŞ-da mətbuat, radio və televiziyada tənzimləmə mexanizmi bir sırə qanunvericilik aktlarına əsaslanır. Məsələn, diffamasiya (bir şəxsi ləkələyən məlumatın mətbuatda çap edilməsi) haqqında qanunvericilik, informasiya azadlığı haqqında qanun, hökumətin açıqlığı haqqında qanun, kommunikasiyalar haqqında qanun və s.

Bu qanunların bəzi məqamlarını da açıqlayaq.

Əvvəlcə qeyd edək ki, ABŞ-da (eləcə də İngiltərədə) 1964-cü ilədək böhtan xarakterli nəşrlərlə bağlı işlər ümu-

mi hüquqi normalar əsasında aparılırdı. Yalnız 1964-cü ildə böhtan haqqında ayrıca qanun qəbul edildi.

Diffamasiya haqqında qanunvericilikdə Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin hansı halda məsuliyyət daşıdığı, ayrı-ayrı dövlət və ictimai xadimlərlə, şəxslərlə bağlı verilmiş məlumatların təhqiqredici və şübhəli olması göstərilir. Eyni zamanda Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin milli təhlükəsizlik baxımından hüquq və vəzifələri də araşdırılır. Jurnalisticin öz informasiya mənbəyini qoruması imkanlarına toxunulur. Dövlət orqanları tərəfindən Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin tənzimlənməsi də diqqəti cəlb etməkdədir.

Söz və mətbuat azadlığına Amerika Konstitusiyasına Birinci düzəlişlə təminat verilir. Demokratik dövlət quruculuğu üçün azad informasiyanın alınıb-verilməsi qaydası mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ali məhkəmə özünün məşhur "Nyu-York-Tayms" Sallivana qarşı" işi üzrə verdiyi qərarda "dövlət məsələlərin azad, sağlam və açıq mühakimələrlə" aparılması vacibliyinə xüsusi olaraq diqqət yetirmişdi.

Lakin söz azadlığı təminatına qarşı olan digər gərəkli problem ayrı-ayrı şəxslərin şərəf və ləyaqətlərinin qorunmasıdır. Beləliklə, hər bir Amerika ştatında ingilis qanunvericiliyi sistemindən götürülmüş ümumi qaydalar möbuddur və bu istənilən şəxsə aid informasiyaların təhriflə açıqlanmasının qarşısını alır.

Bəs şərəf və ləyaqət elementləri hansılardır?

Ümumiyyətlə isə böhtan anlayışı altında altı başlıca element nəzərdə tutulur: 1) Açıqlanma (böhtan yazılı və şifahi olaraq radio və televiziya ilə yayılmana bilər). 2) "Faktın təsdiqlənməsi" (Diffamasiya fakt haqqında düşünməkdir). Nə qədər ki, belə düşünmələrin həqiqiliyi, yaxud yalançlığı mahiyyətcə təsdiqlənməyib, onda bu, böhtan

kimi qəbul edilə bilməz. **3)** “Yalan” (Düşünmək sadəcə yalan deyildir, iddiaçı onun yalanlığını sübut edə bilər). Düşünmək əslində mənaca yalan olmalıdır. Başqa sözlə, o, texniki cəhətdən yalan olaraq verilibsə, oxucu üçün həqiqət kimi qəbul edilir və məhkəmə istintaqına təqdimə ehtiyac yoxdur. Məsələn, tutaq ki, qəzet, radio, televiziya Con Dounun 20 min dollar cərimə edilməsi haqqında məlumat verirsə və əgər bu cərimə 15 min dollar həcmindədirse, onda iddia qəbul edilmir. Rəqəmlərdəki fərq oxucu, tamaşaçı üçün əhəmiyyət kəsb etmir. **4)** “İddiaçıya münasibət” (Açıqlama iddiaçıya o dərəcədə aid olmalıdır ki, oxucular, tamaşaçı və diniyyicilər onu diffamasiya subyekti kimi qəbul etsinlər. Burada onun adının şəxsi hallandırılmasına ehtiyac yoxdur. Məsələn, futbol komandasının kapitani, yaxud yerli polisin rəisi fikirlərini söyləmək kifayətdir. Əgər ifadə belə işlədirse ki: “Polis işçilərindən biri” və belələri şəhərdə yüzlərlədir, onda bu da iddiaya səbəb ola bilməz). **5)** “Şərəf və ləyaqətə zərbə” (Təsdiqləmədə insanın şərəf və ləyaqətinə vurulan zərər olmalıdır. Bundan ötrü maliyyə zərərinin vurulması əsas deyildir. İddiaçının ünvanına deyilən yalana görə ətrafdakıların onun haqqında pis fikirləşdiyini sübut etməsi kifayətdir). **6)** “Günahkarlığın dərəcəsi” (Söz azadlığı Konstitusiya ilə ‘qorunur və yalan, nüfuzdansalma məlumatının açıqlanması bu fikri söyləyən adamın məsuliyyətə cəlb olunması üçün kifayət etmir. Bundan ötrü Kütłəvi İnformasiya Vasitəsi nümayəndəsinin günahını sübut etmək lazımdır.

Ali məhkəmənin qərarı ilə iddiaçılar **iki kateqoriyaya bölünür**. **Birinci**yə dövlət xadimləri (buraya çəmilmiş şəxslər, məmurlar, polislər, dövlət məktəblərinin müəllimləri aiddir), ictimai xadimlər (buraya idman və kino ulduzları, məşhur adamlar aiddir). Belə adamlar tanımış olduqlarından və daima mətbuatın diqqət mərkəzi onlara

yönəldiyindən, eləcə də onlar haqqında məlumatlar geniş ictimaiyyəti maraqlandırğından həmin şəxslərin iddiaçı kimi çıxış etməsi çox çətindir. Onlar ünvanlarına yönələn faktın qəsdən, bilərəkdən böhtanlığını sübut etməyi bacarmalıdırular.

İkinci kateqoriyaya – şəxsi adamlar daxildir. Birinci ilə müqayisədə bu, bir qədər yüngül qəbul edilir və adətən öz işinə vicdanla yanaşmamaq kimi münasibət göstərilir. Belə hallarda adətən ona bu suallarla müraciət edilir: o, məlum problemlə bağlı kifayət sayda adamlardan müsahibə götürüb mü? Bu adamlar etibarlı idimi? Jurnalistin müvafiq sənədləri vardımı?

ABŞ-da informasiya azadlığı haqqında qanun. İnfomasiya azadlığı haqqında qanun **1966-cı il iyunun 20-də** ABŞ-in 89-cu Konqresində qəbul edilmişdir. Qanunun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, burada göstərilmiş istisnalardan başqa federal hökumətin bütün sənədləri vətəndaşların istifadəsinə verilə bilər. Mövcud qanun hökumətinin məxfi qaydalarının naşirini demək olar ki, yasaqlayır.

Qanun bütün hakimiyət orqanlarının sənədlərinə aid edilir. ABŞ Prezidentinin və onun müşavirlərinin, eləcə də ABŞ Konqresi və onun komitələrinin, federal məhkəmə sistemi orqanlarının sənədləri açıqlamalarda istisna olunur. Bu qanun ştatların icra hakimiyəti orqanlarına, yerli özünüidarəyə (yerlərdə açıqlıq ştat qanunları ilə tənzimlənir) aid edilmir.

İnfomasiyaya azad buraxılış “**Federal register**” bülletenində sənədlərin nəşri və həcmimin vətəndaşlara onlarla tanışlıq, surətini çıxarmaq hüququnun verilməsi ilə müəyyənləşir. Belə şəraiti yaratmaq üçün əksər hökumət orqanları oxu zalları yaratmışlar.

Müəssisələr öz sənətlərini nəinki ictimaiyyətə təqdim etməlidirlər, həmçinin onların göstəricilərini nəşr etməklə

tez əldə olunmasına köməklik göstərməlidirlər. İnformasiyanın alınması səbəbini göstərməyə ehtiyac yoxdur. Müəssisənin informasiyanı təqdim etmədiyi şəraitdə məhkəməyə şikayət etmək olar. Belə şikayətlərə məhkəmədə birinci baxılır. Əksər hallarda iddiaçı işini uğurla başa çatdırırsa, onda ona pul faizi verilir.

İnformasiya azadlığı haqqında qanun sənədlərin açıqlanması ilə bağlı qaydadan doqquz istisnasını (lakin mütləq yox!) mümkün sayır. Bəzi hallarda müəssisənin ondan soruşulan faktları təsdiq və inkar etmək (lakin mütləq deyildir) hüquqvardır.

Hazırda bu qanunun mətninə 1974-cü ildə “Şəxsi Həyatın Toxunulmazlıq Hüququnun Müdafiəsi Haqqınd-a” Qanunun qəbulu ilə bağlı müəyyən əlavələr, düzəlişlər edilmişdir.

Bələliklə, bu fikri deməyə əsasımız var ki, ABŞ-da Rado da, Televiziya da, qəzet də, jurnal da söz və mətbuat azadlığı prinsipləri əsasında inkişaf edir. ABŞ qanunvericiyi isə bu inkişafa yalnız köməklik göstərir.

AGENTLİKLƏR

Assoşıyeted Press – AP ABŞ-ın ən iri informasiya agentliyidir. Əsası 1848-ci ildə qoyulub. Nyu-Yorkda yerləşir. Həmişə informasiya toplamaq və yaymaq sahəsində birincilik uğrunda mübarizə aparır. H.Vəliyev «Dünya informasiya agentlikləri» kitabında göstərir ki, AP agentliyi qəzet naşirlərinin, radio və televiziya stansiyalarının sahiblərinin kooperativ birligi kimi fəaliyyət göstərir. 1700 qəzet və 5000 radio və televiziya stansiyası bu informasiya agentliyinin üzvüdür. Dünyanın 121 ölkəsində 8500-ə yaxın abunəçisi vardır [18, 21]. Hər gün ingilis və ispan dillərində 20 milyon sözdən ibarət informasiya yayır. Dünyada həmçinin ən iri fotoxidmətə malikdir və onun Nyu-Yorkda, Londonda şöbələri var.

Yunayted Press İntənəşnl – YUPI ABŞ-in ikinci ən böyük informasiya agentliyidir. Özəl müəssisədir. 1907-ci ildə E.U.Skripps tərəfindən yaradılıb. İqamətgahı Vaşinqtonda yerləşir. 1000 Amerika qəzeti, 3600 radio və 550 televiziya stansiyasına, 800 xarici qəzetə, dünyanın 100-dən artıq ölkəsində 300 radiostansiyaya xidmət edir. Baş kompüter mərkəzi Dallasda yerləşir. İnfomasiyalar peyklər vasitəsi ilə ötürülür.

BÖYÜK BRİTANIYA

Avropada yerləşir;

İdarəetmə forması – konstitusiyalı monarxiya;

Dövlət başçısı – monarx, idarəedici orqanın ali daşıyıcısı, məhkəmə sisteminin başçısı, ali baş komandan;

Ali qanunverici orqan – ikipalatalı parlament;

Ali icraedici orqan – Nazirlər soveti,

Dövlət dili – ingilis;

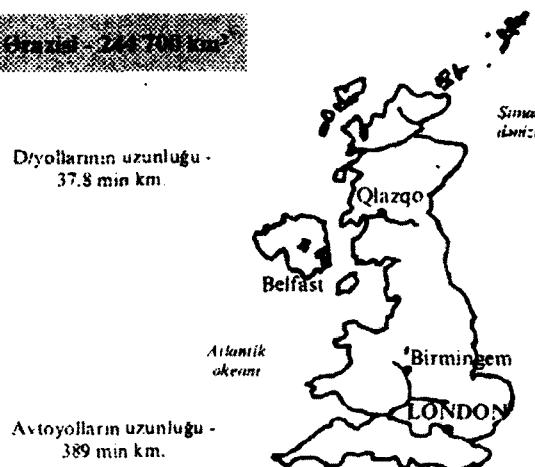
Milli bayram – kraliçanın doğum gününün bayram edilməsi (iyun ayının 2-ci şənbə günü);

Üzv olduğu təşkilatlar – BMT (1945), NATO (1949);

Siyasi partiyalar – leyborist Partiyası (1890), Konservativ Partiya (torilər partiyası) XVII əsrin sonundan;

Əhalisi – 59,5 mln (2000);

Paytaxtı – London.



TARİXİ ARAYIŞ

- **E.ə. 5-ci minillik** – Böyük Britaniya materikdən ayrıldı
- **I əsr** – Roma imperiyasının tərkibində
- **XII-XIII əsrlər** – İngiltərədə məhkəmə sisteminin meydana gəlməsi
- **1265** – İngiltərə parlamentinin yaranması
- **1337-1453** – Fransa ilə yüzillik müharibə
- **1642 – 1649** – İngiltərə inqilabı
- **1644** – Özünüifadə azadlığı uğrunda mübarizə
- **1649** – İngiltərənin respublika elan edilməsi
- **1689** – İngiltərədə seçki hüququnun genişlənməsi
- **XVII əsr** – Siyasi partiyaların yaradılması
- **1775-1783** – Şimali Amerikada müstəmləkələrini itirilməsi
- **1931** – Milli hökumətin təşkili
- **1935** - Milli hökumətin istefası
- **1937** – Nevill Çemberlinin Baş nazir seçilməsi
- **1939, 3 sentyabr** – Fransa ilə birlikdə Almaniyaya müharibə elan edilməsi
- **1946** – Uinston Çorçillin Fulton çıxışı, soyuq müharibənin başlanması
- **1948** – «Marşall planı»nı qəbul etməsi
- **1968** – Olster probleminin meydana gəlməsi
- **1979-1990** – «Dəmir Ledi» – Tetçerin hakimiyyəti
- **1982, aprel-may** – Folkland adaları üstündə İngiltərə – Argentina silahlı münaqişəsi
- **1997** – Leyboristlərin hakimiyyətə gəlməsi.



BÖYÜK BRİTANİYA MƏTBUATI

İngiltərə mətbuatı qədim ənənələrə malikdir. Burada ilk mətbuatın yaranmasının başlangıcını əllə yazılan vərəqələr qoyub. Belə vərəqələrdən biri 16-ci əsrədə çıxan «Nyus» («Yeniliklər») adlı vərəqə idi. Adı çəkilən vərəqədə əsasən İngiltərəyə yan alan ticarət gəmiləri haqqında xəbərlər verilirdi. Dövri mətbuat isə 23 iyun 1588-ci ildə çıxan «İnglis merkuri» («İngilis xəbərləri») qəzetidir. 1640-ci ildə ölkədə inqilab baş verdi və doqquz ildən sonra 1649-cu ildə İngiltərə respublika elan edildi. Bu dövrədə ölkədə bir sıra qəzetlər yarandı. İlk gündəlik qəzet isə 1702-ci ildə çıxan «Deyli kuranti» («Gündəlik saat») qəzetidir.

Böyük Britaniyada ümummilli qəzet olan «Tayms» («Zaman») qəzeti 1785-ci ildən nəşr olunur. Hazırda bu nüfuzlu qəzet ölkənin bütün əyalətlərinə yayılır. Mütəxəssislərin fikrincə 19-cu əsrin sonlarında və 20-ci əsrədə İngiltərədə mətbuat keyfiyyət və kütləviliyinə görə iki yerə bölündürdü. «Tayms»dan sonra keyfiyyətinə görə seçilən qəzetlərdən «Deyli teleqraf» («Gündəlik teleqraf» - 1855), «Faynenş tayms» («Maliyyə vaxtı» - 1888), «İndependent» («Müstəqillik») qəzetlərini göstərmək olar. Belə qəzetlərin tirajı çox olmasa da, materialların məzmununa, həm də verdiyi informasiyaların sayına görə seçilirdi.

Hər bir ölkədə olduğu kimi, İngiltərədə də geniş oxucu kütləsi tərəfindən rəğbətlə qarışılanan populyar qəzetlər var. Onların tirajı həmişə o birilərindən çox olur. «San» («Günəş» - 1964), «Mirror» («Ayna» - 1903), «Deyli ekspress» («Gündəlik ekspress» - 1900), «Deyli meyl» («Gündəlik poçt» - 1896) qəzetləri məhz populyarlığına görə (bəzilərinin tirajı 5 milyona yaxındır) başqalarından fərqlənir.



«Faynenşl Tayms» qəzeti



«Deyli Telegraf» qəzeti

On il «Deyli mirror» («Gündəlik ayna») qəzeti tabloid mətbuatı içərisində leyboristlərin ruporu olub.

XIX-cu əsrin 70 - 90-cı illərində İngiltərənin imperializm mərhələsinə keçməsi başa çatdı.

Və İngiltərə müstəmləkəçi bir dövlət kimi formalaşdı. Ölkə inkişaf etdikcə mətbuat da durmadan inkişaf edirdi. XIX-cu əsrin axırlarında ölkədə müxtəlif istiqamətli bir sıra qəzetlər işiq üzü gördü. Onlardan «Birmingem ivninq meyl» («Birminqem axşam poctu» - 1870), «Katalik herald» («Katalik xəbərləri» - 1884), «Liverpul eko» («Liverpul əks sədasi» - 1879), «Sandi pipl» («Bazar gününün adamları» - 1881) və s. qəzetləri nümunə kimi göstərmək olar.

1916-cı ildə çıxan «Koll» («Çağırış») qəzeti isə fəhlələri müdafiə edən yeganə qəzet idi. Böyükbritaniya Kommunist Partiyası yarananda (1920) «Koll» «Kommunist» adı ilə çıxdı və 1923-cü ildə onu «Workers uikli» əvəz etdi.

- 1930-cu il yanvarın 1-də «Deyli uorker» («Gündəlik fəhlə») qəzeti çıxmaga başladı. London zirzəmilərinin birində, elektrik işığı olmayan bir şəraitdə nəşr olunan bu qəzet 1966-cı ilin aprel ayından «Morning star» («Dan ulduzu») adlandırıldı. Qəzet hal-hazırda fealiyyət göstərir və İngiltərə kommunistlərinin ümummilli qəzetidir.

İkinci dünya müharibəsindən sonra İngiltərənin siyasi və iqtisadi mövqeləri zəiflədi. Bu da onun Amerikadan asılılığını artırdı. Nəticədə başlanan milli-azadlıq hərəkatı ona gətirib çıxardı ki, İngiltərə müstəmləkələrinə istiqlaliyyət vermyə məcbur oldu.

1946-cı ildə U.Çörçillin Amerikanın Fulton Universitetindəki «Sülhün əzələləri» adlı məşhur nitqi «soyuq müharibə»nin başlangıcını qoydu. Əksər qəzetlər SSRİ və digər sosialist ölkələrinə qarşı «soyuq müharibə» əhval-ruhiyyəli yazılar dərc edirdi.

The Economist

APRIL 11TH-17TH 2008

www.economist.com

Iran and the British sailors

Shaking up Europe's airlines

Trade in danger in America

Russia's rising Muslims

Can dirt stave off depression?

Globalisation's offspring

How the new multinationals are remaking the old



14



| | | | | | | | | | | | |
|----------|-------|----------------|--------|-----------|-------|---------|--------|-------------|--------|-------|--------|
| Austria | €100 | Greece | £11.00 | Ireland | €5.10 | Iceland | £11.20 | Netherlands | €12.20 | Spain | €12.20 |
| Austria | €5.20 | Czech Rep. | £2.10 | Iceland | €5.20 | Iceland | £2.20 | Netherlands | €5.20 | Spain | €5.20 |
| Bulgaria | £1.20 | Dominican Rep. | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £2.25 | Egypt | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Fiji | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Finland | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | France | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Germany | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Hungary | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Iceland | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Ireland | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Italy | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Malta | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Mexico | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Norway | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Portugal | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Slovenia | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Spain | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Sweden | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Switzerland | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Turkey | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Ukraine | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | United Kingdom | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | United States | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Venezuela | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |
| Bulgaria | £6.67 | Yugoslavia | £0.45 | Gibraltar | £0.10 | Iceland | £5.20 | Netherlands | £5.20 | Spain | £5.20 |

«Ekonomist» jurnalı

Hətta, 1958-ci ildə jurnallardan biri öz oxucuları arasında «Qərbin hərbi gücünü necə effektli təşkil edək ki, soyuq müharibəni 10 il ərzində uda bilək» mövzusunda ən yaxşı məqalə üçün müsabiqə keçirmişdi.

1959-cu ildə isə başqa bir jurnalın keçirdiyi müsabiqə nüvə müharibəsi şəraitində əsgərlərin özlərini necə aparma-sına həsr olunmuşdu.

Hər yerdə olduğu kimi, İngiltərədə də hər bir qəzetin öz oxucusu var. Məsələn, deyirlər ki, «Deyli mirror»u oxumaq üçün 6 dəqiqə vaxt lazımdır. Amerika publisisti T.Metyuz yazır ki, «Mirror» öz səhifələrində kitab, tamaşa, musiqi barədə resenziya çap etmir. Ona görə ki, onun oxucuları kitab oxumur, tamaşa, konsertə getmir. Əksəriyyətinin evində televiziya olduğundan hər gün teleprogram dərc edir və onlar barədə şərh verir. Bu o vaxt idi ki, ölkədə televiziya yenicə yanmışdı. 1959-cu ildə İngiltərədə nəşr olunan səhər qəzetləri içərisində tirajına görə (4700 min nüsxə) «Deyli mirror» birinci yerdə dururdı. Təbii ki, bu rəqəm indi dəyişib, oxucuların da dünyagörüşü artıb.

1980-ci il İngiltərə iqtisadiyyatının tənəzzülə uğradığı il kimi də xarakterizə edilir. Bu da təbii olaraq kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyətinə təsir etməyə bilməzdi. Konsern və böyük inhisarçı birliliklərə daxil olmayan qəzet şirkətləri xeyli azalmışdı. Təkcə 20 il ərzində onun sayı 490-dan azalıb 220-ə çatmışdı.

1980-ci ildə İngiltərədə milli qəzet nəşr edən **7 inhisar** vardı: «Tayms nyuspeyperz», «Pirson Lonqmen», «Trafalgar xaus», «Nyus of ze vorld», «Assoşieyted nyuspeyperz», «Mirror nyuspeyperz» və «Teleqraf». Bundan başqa, Flit-strit iki böyük milli qəzet, gündəlik «Qardian» («Keşikçi») və bazar günü çıxan «Observer» («Müşahidəçi») qəzetlərini də nəşr edir. Mühafizəkarların hakimiyyətə gəlməsi qadınların hü-

TEST: BEST LAWNMOWERS 2007

CAMARO
CONVERTIBLE
IT'S BACK!

Popular Mechanics

SCIENCE AUTOMOTIVE TECHNOLOGY OUTDOORS HOME APRIL 2007 POPULARMECHANICS.COM

SKY PATROL

NEW UNMANNED PLANES

GUARD THE BORDER
SCOUT FOREST FIRES
TRACK HURRICANES

WHAT'S SHAKING?

SOLVING AUTO MYSTERIES

EDITOR'S CHOICE

BEST DIGITAL GEAR

NASCAR'S NEW SPECS

WHERE YOUR CAR GOES TO DIE

DIY

>> BLEED BRAKES
>> SWEAT PIPE >> FIX NOISY WATER HEATERS
>> STATICPROOF YOUR CAR >> COOL A COMPUTER - WITH ANTIFREEZE!

THE PREDATOR B CAN FLY ALLOFT FOR 30 HOURS.

«Populyer Mexaniks» jurnalı

quqlarını məhdudlaşdırıldı. Bu da qadınların mübarizəsini gücləndirdi. 1980-ci ildə Birmenhemdə nəşrə başlayan qadın jurnalı «İnsist» bu mübarizəni müdafiə etmək əvəzinə daha çox başqa mövzulardan yazırıdı.

Yeni, XXI əsrin başlanması başqa ölkələrdə olduğu kimi, İngiltərədə də reklama çəkilən xərcləri azaltdı. Bir il ərzində bu rəqəm 300 milyon funt sterlinq oldu. Bu da Amerikadakı 11 sentyabr terror hadisəsi ilə bağlı idi. Qəzet maqnatları reklamdan gələn gəlirin azalması müqabilində işçiləri ixtisara salmağa məcbur oldular. «Triniti Mirror» şirkəti işçilərinin 800 nəfərini ixtisar etdi. Bir il ərzində İngiltərənin reklam şirkətləri 15 faiz işçilərini itirdi.

Ən çox uduzan nüfuzlu qəzet sayılan «Faynenşl tayms» oldu. Reklamdan gələn gəlirin 40 faiz azalması qəzetiñ tirajına təsir etdi. Artıq, 2001-ci ilin axırında qəzetiñ tirajı 500 mindən 455 minə endi. «Deyli Teleqraf» və «Qardian» qəzətləri isə özlərini iqtisadi çətinliklərdən qoruya bildi. Hər iki qəzet maliyyə əlavələrinin çapı hesabına «Faynenşl tayms»ın oxucularını cəlb edə bildilər.

Qeyd edək ki, **İngiltərədə Mətbuat Şurası** 1953-cü ildə yaradılmışdır. İlk dövrlərdə ona bir o qədər də etimad göstərmirdilər. Yalnız 1991-ci ildə mətbuatla əlaqədar şikayətlərə baxmaq üçün yeni komissiya yaradılandan sonra Şuranın nüfuzu artıdı. Komissiyanın əsas məqsədi cəmiyyəti müdafiyyə etməkdir. Komissiya 9 nəfər mətbuat, 6 nəfər isə ictimaiyyət nümayəndələrindən ibarətdir.

Ən mühüm qəzet və jurnallar: «Qardian» («Keşikçi» - 1821), «Deyli meyl» («Gündəlik poçt»-1896), «Deyli teleqraf» («Gündəlik teleqraf»-1855), «Deyli ekspress» («Gündəlik ekspress»-1900), «Deyli mirror» («Gündəlik güzgü»-1903), «Morning star» («Dan ulduzu»-1930), «Observer» («Müşahidəçi»-1791), «Sandi tayms» («Bazar günü»-1822), «Tayms»

(«Zaman»-1785), «Faynenşl tayms» («Maliyyə zəmanəsi»-1888).

Ən iri qəzet-nəşriyyat inhisarları. «Assoşieyted nyuspeyperz qrupu» lord Rotermirin qrupudur. Qəzet-nəşriyyat konsernidir. Bir sıra qəzetlər nəşr edir. «Nyus İntənəşnl» ən iri qəzet trestlərindən biridir. ABŞ vətəndaşlığını qəbul edən avstraliyalı qəzet maqnati Rupert Merdoka məxsusdur. «Tomson ricil nyuspeyperz» İngiltərənin qəzet-jurnal şirkətidir, kanadalı qəzet maqnati Tomson qrupuna daxildir. «Yunayted nyuspeyperz» qəzet nəşriyyat konsernidir. Maliyyəçi Devid Stivensə məxsusdur.

TELEVİZİYA VƏ RADIÖ

İngiltərədə ilk radio verilişi 1922-ci ildən başlayır. Lakin Bi-Bi-Si radiosu üzərində ayrıca dayanmaq lazımdır. Bütün dünyada tanınan **Bi-Bi-Si 1927-ci ildən** fəaliyyətdədir. Onun 30-cu illərdəki fəaliyyəti birdən-birə genişləndi, nüfuzu durmadan artdı. 1932-ci ildə dinləyicilərin sayı 5 milyon idisə, artıq 1938-ci ildə Böyük Britaniya əhalisinin 98 faizi ona qulaq asındı.

Bi-Bi-Si İctimai yayımının maliyyələşmə qaydası. Bi-Bi-Si əsasən teleqəbuledicilərə verilən lisenziyalar üçün hər il bütün televizor sahiblərindən yiğilan haqq hesabına maliyyələşir. (Qeyd edək ki, 1997-98-ci illərdə rəngli televizor üçün 91,5 funt-sterlinq və aq-qara üçün 30,5 funt-sterlinq maliyyə yiğılb). 1996-ci ilin iyunun sonunda əhali 21,5 milyon lisenziya almışdı ki, onun da 20,6 milyonu rəngli televiziyalar üçün əldə edilmişdir. Bundan başqa, Bi-Bi-Si öz programlarının həm yazılı, həm də videomaterial şəklində bütün dünyada satışından, həmçinin maarifləndirici filmlərin və arxiv materiallarının satışı və icarəsi, bu və ya

digər proqrama həsr olunmuş sərgilərin təşkilindən ən çox gəlir əldə edir. Bi-Bi-Si-nin xarici radio yayımını Britaniya Xarici İşlər Nazirliyi maliyyələşdirir. Bi-Bi-Si-nin “Ümumdünya televiziyası” isə öz proqramlarının müstəqil maliyyələşdirilməsini həyata keçirir.

Müstəqil Televiziya Komissiyası (Ay-Ti-Si) qurumu ictimai nəzarət funksiyasını yerinə yetirir, lisenziyalar verir. Müstəqil Televiziya Komissiyası 1990-cı ildə qəbul edilmiş teleradio verilişləri haqqındaki qanuna uyğun olaraq 1991-ci ildə təsis olunmuşdur.

Komissiya Britaniyaya yayılan və Britaniyadan ötürü-lən kommersiya teleşirkətlərinin fəaliyyətini tənzimləyir və lisenziyalasdırır. Lisenziya tenderin nəticəsinə uyğun olaraq rəqabət əsasında verilir. **1996-cı ildə** qəbul edilən radio və televiziya haqqındaki qanun da Müstəqil Televiziya Komissiyasının Bi-Bi-Si-nin kommersiya yayımlarının və rəqəmli kommersiya kanallarının fəaliyyətini nizamlaşmasına səlahiyyət verir. Müstəqil Televiziya Komissiyası istehsalla və teleradio verilişlərinin yayımı ilə məşğul olmur. Komissiyanın əsas vəzifəsi Böyük Britaniyada yayılan verilişlərin keyfiyyətini, müxtəlifnövlülüyünü və tamaşaçıların marağını nəzərə almasını müşahidə etməkdir. Bundan əlavə, teleradio şirkətləri arasında effektli rəqabətin təminatı onun funksiyasına daxildir.

Komissiya müxtəlif telekanallara lisenziya vermək şərtlərini və programın məzmununa, reklama, sponsorluğa, texniki standartlara aid ümumi direktivləri, iş qaydalarını tənzimləyir. Əgər lisenziya alan şəxs müəyyənləşmiş qaydaları pozursa, onda komissiya ona xəbərdarlıq edir, yaxud efirdə rəsmi üzrxahlıq bildirməsini, eləcə də düzəliş verməsini tələb edir. Əks halda komissiya onu cərimə edir, lisenziyanı isə geri alır.

Müstəqil Komissiya əməkdaşları daimi olaraq programlara baxır, eləcə də tamaşaçı sorğularının nəticələrini tamaşaçıların diqqətinə çatdırır. Bundan başqa, Komissiya 11 tamaşaçıdan ibarət olan Məsləhət Şurasının və Maarifləndirmə, Dini verilişlər üzrə Komitənin də məsləhətini nəzərə alır.

Bi-Bi-Si ictimai yayımının ümumdünya xidməti. Bu xidmət 1994-cü ildə, Bi-Bi-Si-nin beynəlxalq və kommersiya fəaliyyətini koordinasiya etmək məqsədi ilə yaradılıb. Qurumun vəzifəsi ondan ibarətdir ki, korporasiya rəqabəti KİV bazارında aparıcı mövqeyini qorusun, Bi-Bi-Si-yə məxsus yüksək redaktor standartlarını itirməsin, onun dünyadakı böyük nüfuzunu saxlasın. Bu vəzifə yeni Nizamnamədə və eləcə də müqavilədə əksini tapmışdır. Bi-Bi-Si-nin Ümumdünya xidməti “Bi-Bi-Si-nin xarici xidməti”ni və Bi-Bi-Si Worlduayd limited”i özündə birləşdirir ki, bu sonuncu da üç bölməni əhatə edir: **1) Televiziya. 2) Nəşriyyat fəaliyyəti. 3) Təhsil.**

Nəzərdə tutulur ki, kommersiya fəaliyyətindən əldə olunacaq gəlir daha çox korporasiyanın maliyyələşməsinə sərf olunacaq.

Bi-Bi-Si-nin Ümumdünya xidməti korporasiyanın kommersiya televiziya layihələri ilə məşğul olur, beynəlxalq yayım və teleprogram produsserlərindən biri sayılır. 1995-96-cı illərdə şirkət dünyanın 80-dən çox ölkəsinin telekanallarına 15 min saatlıq yayım programı üçün lisenziya vermişdi ki, bu da Bi-Bi-Si-ni Avropa teleprogram ixrac edənləri sırasında birinci yere çıxarmışdı. Son illərin ən məşhur teleprogramları sırasında isə aşağıdakılardı qeyd etmək mümkündür: “İnsanların əsri”, “Küçədə rəqsələr” və s.

Ümumdünya televiziyası Bi-Bi-Si-nin program istehsal edən bölmələri və müstəqil produsserləri ilə six əlaqədə iş-

ləyir, onun xarici ölkələrdəki nümayəndəliklər şəbəkəsi isə beynəlxalq bazara daha maraqlı proqramları çıxarmaq istiqamətində onun kommersiya strategiyasını müəyyənləşdirir.

Ümumdünya Televiziyanın başlıca xidməti “**Bi-Bi-Si-World**”dur. Bu, fasiləsiz kanaldır və beynəlxalq xəbərlər, informasiyalar verir, reklamlarla maliyyələşir. Kanalın həmsahibi şəxsi şirkət olan “Pirson end Koks proqramminq”dir. Onun xəbərlər icmalina, ciddi şərtlərinə və hadisə yerindən reportajlarına dünyada 43 milyondan çox adam baxır və qulaq asır.

“**Bi-Bi-Si-Praym**” telekanalı isə Avropaya yayımlar verir və əyləncəli proqramlar, teletamaşalar üzrə ixtisaslaşır. Telekanalın 4 milyona yaxın abunəçisi vardır. Bundan başqa Ümumdünya Televiziyası əyləncəli sputnik kanalı olan “Yu-Key-Qold”un və Avstraliya abunəçiləri üçün yaradılmış yeni “Yu-Key-TV”-nin 20% aksiyalarının da sahibidir.

Bi-Bi-Si Worlduayd Publishing” – bu böyük nəşriyyat isə kitablar, video və audiokassetlər buraxır, lisenziyalar satır. Nəşriyyat dönyanın 70 ölkəsində fəal işləyir və Ümumdünya Televiziyanın kommersiya bölmələri ilə paralel şəkildə öz məhsulunun marketinqi ilə məşğul olur.

Ümumdünya Televiziyanın 1995-ci ildə yaradılmış “**Bi-Bi-Si-Worlduayd Perninq**” bölməsi isə bütün dönyanın kommersiya bazarı üçün tədris və təhsil məhsullarının istehsalı ilə məşğul olur.

Müstəqil efir televiziyası (3-cü kanal). Müstəqil efir televiziyanın (Ay-Ti-Vi-nin) ilk daimi proqramları **1955-ci ildə** Londonda efirə çıxmağa başladı. 19 ildən sonra isə dünyada ilk dəfə olaraq Bi-Bi-Si özünün daimi teleyayımlarına başladı. Zaman keçdikcə müstəqil TV şəbəkələri sürtələ böyüdü və bütün ölkəni büründü.

Bu gün 3-cü kanal 14 coğrafi regiona yayım lisenziyası olan 15 regional telesirkəti özündə birləşdirir. Londonda isə yayım üçün iki lisenziya tələb edilir: biri adı günlərdə, ikincisi isə bazar günlərində yayım üçün. Daha bir lisenziyası olan "Ci-Em-Ti-Vi" isə "Ay-Ti-Vi" kanalında səhər yeməyi vaxtı səhər verilişləri ilə efirə çıxır.

Yayının gerçəkləşməsində 4-cü kanalın və "Es-4-Si"nin rolü. Qeyd edək ki, yayım şəbəkəsi Böyük Britaniyada müxtəlif kanalları əhatə edir ki, onlardan biri də 4-cü kanaldır. 4-cü kanal öz yayımına 1982-ci ildən başlayıb. Bu telesirkət əvvəlcə qapalı aksioner cəmiyyət olsa da, 1993-cü ildən açıq aksioner cəmiyyətinə çevrilmişdir. 4-cü kanal Müstəqil Televiziyy Komissiyasının nəzarətindədir və reklamlarla maliyyələşir. Onun vəzifəsinə aşağıdakılardaxildir:

1) Müəyyən xarakterik üsluba və istiqamətə uyğun programlar hazırlamaq.

2) 3-cü kanalın o qədər də diqqət yetirmədiyi, tamaşaçı marağına və zövqünə istiqamətlənmək.

3) Yaradıcılıq axtarışlarının və innovasiyaların inkişafına imkan yaratmaq.

Bundan əlavə, lisenziyada göstərilir ki, 4-cü kanal geniş mövzulu programların buraxılışını təmin etməli, xəbərlərə, gündəlik hadisələrin icmalına, məktəb və təhsil programlarına diqqət yetirməlidir. Kanal özü az sayıda program istehsal edir, qalan materialları isə müstəqil produsserlərə sifariş verir.

Yayında 5-ci kanal. Böyük Britaniyada efir televiziyanın ən sonuncu kanalı 1997-ci ildə fəaliyyətə başladı. Müsabiqə əsasında keçirilən 10 illik yayım lisenziyasını 1995-ci ilin oktyabrında "Çennel-5 Brodkastinq limited" şirkəti aldı. Digərlərində olduğu kimi, "5-ci kanal"da

yuxarıda sadalanmış standart tələbləri yerinə yetirməli, daxili və beynəlxalq xəbərləri yaymalıdır. Yeni kanal əsasən reklam gəlirlərindən maliyyələşir.

Qael dilində yayım. “Teleradio yayımları üzrə Qael Komitəsi” müstəqil təşkilat olaraq yaradılmışdır və Şotlandiyada qael dilində müxtəlif keyfiyyətli teleradio yayımlarını efirə verir. Komitə Müstəqil Televiziya Komissiyasının Radio Yayımları İdarəsi ilə müvafiq razılığına əsasən təyin olunur. Komitənin funksiyasına dövlət dotsasiyasından qael yayım vasitəsi ilə program istehsalçılарını maliyyələşdirmək aiddir. **Qael** dilində olan teleprogramlar 1993-cü ildən efirə çıxır. 1997-ci ilin aprelindən isə Fond radioprogramların maliyyələşdirilməsi ilə məşğul olur.

Peyk televiziyası. Böyük Britaniyanın peyk televiziyası da yayım funksiyasını yerinə yetirir. 1989-cu ildən başlayaraq Britaniyanın hər yerində birbaşa peyk televiziya-sına baxmaq imkanı yarandı.

Burada əksər peyk kanalları pulludur. Bəzi kanallar ümuməyləncə xarakterli olsa da, əksəriyyəti xüsusi mövzulara – məsələn idmana, musiqiyə, uşaq programlarına, bədii filmlərin nümayişinə həsr olunur.

Britaniyada adı sputnik antençası olan hər kəs ingilis dilində 30-dan çox kanala baxa bilər.

Müstəqil Televiziya Komissiyası həmçinin Britaniyada yaşayış milli azlıqlar və başqa ölkələrdəki xarici auditoriya üçün xarici dillər yayımını da lisenziyalasdırır. Britaniya tamaşaçıları başqa Avropa ölkələrindən də teleprogramlar qəbul etmək imkanına malikdir.

Peyk və digər kanallar Müstəqil Televiziya Komissiyasının programlarının məzmununa, reklam və sponsorluğuna aid bütün qaydalarına əməl etməyə borcludur.

Hazırda Britaniyada ən böyük peyk televiziyası “Bi-Skay-Bi”dir (“Britiş Skay Brodkastinq”). Şirkətin aksiyalarının böyük bir hissəsi “Nyus-İnterneşl” konserninə məxsusdur. “Bi-Skay-Bi”nin abunəçilərinin sayı beş milyondan çoxdur. Ötən ildən şirkət rəqəmli yayımların yeni xidmətini təklif etməyə başlayıb.

Kabel televiziyası. Hazırda Britaniyada 8,5 milyona qədər mənzildə kabel televiziyasına baxılır. Müasir kabel sistemləri vasitəsi ilə 30-dan 65 televiziya kanalı nadək (efir və sputnik televiziyası kanalları daxil olmaqla) və telekommunikasiya xidmətinin geniş imkanlarından istifadə etmək mümkündür. İnteraktiv xidmətlər olan “Sifarişlə video”, “Telemaqazin”, “Telebank” və digərləri ölkənin bir çox rayonlarında fəal istifadə olunur. Adı yayımlardan fərqli olaraq interaktiv xidmət abunəçiyə öz seçimini etmək imkanı verir. Hazırda Britaniyada pullu kabel televiziyasının 2 milyona qədər abunəçisi vardır.

Kabel şəbəkəsinin yaradılması və lisenziyalasdırılması Müstəqil Televiziya Komissiyasının kabel və peyk televiziyası bölmələri tərəfindən reallaşdırılır.

Radio yayımların idarə olunması. Böyük Britaniyada müstəqil radiostansiyaların fəaliyyətini Radio Yayımları İdarəsi tənzimləyir. 1990-ci ildə qəbul edilmiş teleradiroyayımı haqqındaki qanuna əsasən bu funksiyani həmin təşkilat 1991-ci ilin yanvarından yerinə yetirməyə başlamışdır.

İdarənin səlahiyyətinə bütün müstəqil radiostansiyalar, o cümlədən, milli, yerli, kabel və sputnik yayımları da daxildir. Bundan əlavə o, məhdudlaşdırılmış qaydada nazirlilik stansiyalarına (məsələn, tələbəlik və xəstəxanalar) xüsusi lisenziyalar və bəzi müəssisələr üçün isə qısamüddətli (adətən 28 günlük) lisenziyalar da verir. İdarə üç başlıca tapşırığı yerinə yetirir: tezliyin paylanması planlaşdırı-

aq, (o hesabla lisenziya vermək ki, dirləyicilər daha geniş programı seçə bilsinlər) program repertuarını müəyyənləşdirmək, reklamı tənzimləmək.

İdarə Avropa Radio Yayımıları İttifaqının üzvüdür.

Müstəqil Milli Radio. 1990-ci ildəki Qanuna əsasən Radio Yayımıları İdarəsi müsabiqə əsasında üç müstəqil radiostansiyaya milli yayımlar üçün lisenziya vermək hüququqna malik idi. Bu vaxta qədər bütün milli radiostansiyalar Bi-Bi-Siyə məxsus idi. Bununla əlaqədar qanunda göstərilirdi ki, müstəqil radiostansiyalardan biri “danışq janrı”nda işləməli, digər ikisindən biri isə “Pop”-dan başqa istənilən musiqini verə bilərdi. Nəticədə, lisenziyanı aşağıdakılardan almışdı:

“Klassik FM” – 1922-ci ilin sentyabrından musiqi yayan, ilk Britaniya müstəqil radiostansiyası.

“Vercin 1215” – ilk dəfə olaraq 1993-cü ilin aprelindən efirə çıxan bu radiostansiya Pop və Rok musiqi yayır.

“Tok-Radio Yu-Key” – Bu radiostansiya yaxın zamanlarda lisenziya alıb. Onun yayımlarının əsasını 1995-ci ilin fevralından efirə çıxan “danışq” verilişləri təşkil edir.

Bütün bu üç radiostansiya gündə 24 saat işləyir.

Irlandiya kommersiya radiostansiyası olan “Atlantik-252” radiostansiyasının Britaniya lisenziyası olmasa da, Böyük Britaniyanın ərazisinin üçdə ikisini əhatə edir.

MÖVCUD QANUNLAR

Yayım üzrə 1990-ci il Qanun Aktı: çözdüyü və törətdiyi problemlər. Bu Qanun Aktının tarixçəsi belədir. 1989-cu ildə Tetçər hökuməti Britaniyada gələcək yayım haqqında Ağ kitab çap etdi. Bu kitab yayım üçün perspektivləri göstərməklə yanaşı yeni Qanun proyektiinin ana ideyalarını vermiş oldu. Bir az sonra Tetçər hökuməti-

nin Ağ Kitabı əsasında Qanun` layihəsi hazırlandı. Bu proyekt Parlament müzakirələrindən keçəndən sonra Yayım üzrə 1990-cı il Qanun Aktı şəklində qəbul olundu.

İrəlidə dediklərimizi bir daha təkrar edək. Britaniyada yayım haqqında çıxarılan Qanun Aktları həmişə yayımda yaranan yeni durumu hüquqi məkana salmaq məqsədini güdmüşdür. Bu qaydadan 1990-cı il Qanun Aktı da qır夲a çıxmadi.

Bu Akt eyni zamanda Britaniya Radiosunda dəyişgiləri göz qabağına aldı. Planlaşdırıldı ki, burada Bi-Bi-Si-nin beş radiostansiyasına qarşı üç milli kommersiya radiostansiyası dursun. Qanun nəzərdə tutdu ki, onlara icazə lisenzini vermək Radio Rəhbərliyi adlanan quruma tapşırılsın. Quruma göstəriş verildi ki, yerli radiostansiyalara da icazə lisenzilərini özü versin. O vaxtacan Britaniyada 140 bölgə kommersiya radiostansiyaları vardı. İndisə düşünürdü ki, onlara yüzü də əlavə olunsun.

Bu Aktın yönəldiyi başqa ciddi məsələ yayımın kommersiyalaşması oldu. 90-cı il Qanun Aktının başlıca ideyası Britaniya televizyonunun kommersiyalaşmasını daha da yüksəltmək və yayımı dövlət tərəfindən tənzimləmə, yönəltmək mexanizminə sonuncu zərbəni vurmaq idi.

Britaniyada Yayım üzrə 1996-cı il Qanun Aktı. 1996-cı il Qanun Aktı Britaniya qanunçuluğunda Radio və Televizyonda yaranmış yeni texnoloji situasiyanı hüquqi məkana salmaq baxımından dəyərli bir hadisədir. Bu yeni situasiya cüt say, eləcə də sadəcə, say anlamını verən “digital” anlayışı ilə bir də çoxlu illərin hörgüsü anlamını verən “multipleks” anlayışları ilə bağlıdır.

Qanundan əvvəl artıq Britaniyada və eləcə də Avropanın başqa ölkələrində, Birləşmiş Ştatlarda, Avstraliyada “digital radio”, “digital televizyon”, “digital yayım”

və "multipleks dicital xidmət" deyilən texnoloji sistemlər yaranmışdı. Həm də bu yarananlar sərf texniki faktlar deyildi. Onlar yayında həm estetika, həm ünsiyyət, həm kültür baxımından yeni imkanların açılması idi.

1996-cı il Qanun Aktı dicital, yəni sayar biçimli yayım və çox hörgülü (multipleks) yayım xidmətinin imkanlarını və bu imkanlardan istifadə edilməsini hüquqi məkana salmaq üçün önəmlı addımlar atdı. Bundan başqa yayında yaranmış yeni durumun ölçülərində icazə lisenzilərinin verilmə qaydalarına və başqa məsələlərə yeni qanun düzəlişləri verdi. Bax, bu mənada 96-cı il Qanun Aktı 90-cı ilin Qanun Aktına düzəlişlər kimi də qavranılır.

AGENTLİKLƏR

Röyter – Əsası 1851-ci ildə qoyulmuşdur. Paul Julius Röyterin adını daşıyır. Londonda yerləşir. Agentlik Büyük Britaniyada və dünyadan 200-ə yaxın ölkəsində 10 mindən çox qəzet, informasiya agentliklərini, televiziya və radio stansiyalarını, səfirlilikləri xarici informasiya ilə təmin edir.

Press-Assoşieyşn – PA. Əsası 1868-ci ildə qoyulmuşdur. Londonda yerləşir. Daxili informasiya toplamaq və yaymaqla ixtisaslaşdır.

Eksçeync Teleqraf – Ekstel. Əsası 1872-ci ildə qoyulmuşdur. Londonda yerləşir. Əsasən iqtisadi, maliyyə və statistika xarakterli xəbərlər yayır.

FRANSA

Avropada yerləşir;

İdarəetmə orqanı – respublika;

Dövlət başçısı – prezident;

Ali qanunverici orqan – ikipalatalı parlament (Milli Məclis və Senat);

Ali icraçı orqan – hökumət;

Dövlət dili – fransız;

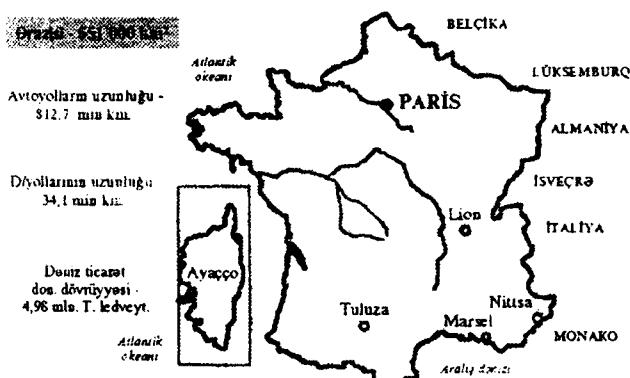
Milli bayram – Bastiliyanın alınması – iyun (1789);

Üzv olduğu təşkilatlar – BMT (1945), AŞ (1949), AB (1957), NATO (1949);

Siyasi partiyalar – Fransa Sosialist Partiyası – FSP (1971), Respublikanın Müdafiə Birliyi – RMB (1958), Fransa Demokratiyası Uğrunda İttifaq – FDUİ (1993), «Demokratik Qüvvə» - DQ (1995);

Əhalisi – 59,3 mln;

Paytaxtı – Paris.



TARİXİ ARAYIŞ

- VI əsrin ortaları – Fransa Frank dövlətinə daxil idi
- X əsrən – Ölkə Fransa adlandı
- 1337-1453 – Yüzillik müharibə
- 1789 – Böyük Fransa inqilabı
- 1799-1815 – Napoleon erası
- 1848 – Burjuaz inqilabı nəticəsində Fransanın respublika elan olunması
- 1871 – Dünyada ilk proletar diktaturası – Paris Kommunasının yaradılması
- 1914-1918 – Antanta tərəfində I Dünya müharibəsində iştirakı
- 1919 – Milli blokun yaradılması
- 1940, 22 iyun – Fransanın İkinci Dünya müharibəsində təslim olması
- 1944 – Fransanın işğaldan azad edilməsi
- 1946-1958 – Dördüncü respublika dövrü
- 1946, dekabr – Yeni konstitusiyanın qüvvəyə minməsi
- 1958, 1 iyul – Şarl de Qollun hökumət başçısı seçilməsi
- 1969 – Şarl de Qollun istefa verməsi
- 1981 – Prezident və parlament seçkilərində sol qüvvələrin qələbəsi
- 1981 - Sosialist partiyasının lideri Fransua Mitteranın prezident seçilməsi
- 2002 – Prezident və parlament seçkilərində Jak Şirakin qələbəsi



FRANSA MƏTBUATI

Fransada mətbuatın üç əsrənən çox tarixi var. 1631-ci ildə nəşr olunan həftəlik «**Qazett**» az vaxtda oxucuların diq-qətini cəlb etdi. Aradan təxminən əsr yarımla keçəndən sonra 1777-ci ildə ölkədə ilk gündəlik «**Journal de Paris**» adında qəzet çıxmaya başladı. Böyük Fransız inqlabı (1789-1799) dövründə siyasi və inqilabi-demokratik mətbuat yarandı. İngilab ərəfəsində 27 qəzet çıxırdısa, artıq 1790-ci ildə 350 qəzet nəşr olunurdu. **1789-cu il** inqlabı «**İnsanın və vətəndaşların hüquqları haqqında bəyannamə**» qəbul etdi. On yeddi maddədən ibarət olan bəyannamə təkcə Fransa vətəndaşlarına şamil edilmirdi, bütün bəşəriyyətə aid idi. Bəyannamədə qeyd olunan «insanlar azad və bərabər hüquqlarla doğulur və yaşayırlar» şüarı az bir vaxtda bütün dünyaya yayıldı.

İlk dəfə proletariatın müstəqil siyasi qüvvə kimi çıxış etdiyi **1848-ci il** burjua inqilabının (fevral-may) hazırlanmasında mətbuat böyük rol oynadı. Fransa ümumiyyətlə inqilablar ölkəsidir. 1871-ci il martın 18-də dünyada birinci proletar inqilabı günü oldu. Parisdə ilk dəfə olaraq burjua hakimiyyəti devrildi. Paris Kommunası yeni tipli dövlət idi. Cəmi 72 gün yaşayan Paris Kommunası 90-a yaxın mətbuat orqanı nəşr edə bildi. Lakin bunların əksəriyyətinin bir neçə sayı çıxmışdı. Yalnız 7 qəzet axıra kimi fəaliyyət göstərmişdir. Kommuna vaxtı çıxan qəzətlərdən «**Kri dyu pepl**», «**Ami dyu pepl**», «**Tribun dyu pepl**» qəzətlərini göstərmək olar. Adı çəkilən qəzətlər kommunanı müdafiə edirdi.

İngilab vaxtı kommunarların rəsmi orqanı yox idi. Yalnız «**Jurnal offisel**» qəzeti əvvəl Milli Qvardiya Mərkəzi Komitəsinin, sonra isə kommunanın rəsmi orqanına çevirilir. Martin 19-dan mayın 24-dək qəzətin 67 nömrəsi çıxbı. Qəzətin az (3500 nüsxə) satılması kommunarları narahat edirdi. Onlar çalışırdılar ki, qəzeti populyarlaşdırılsınlar. İlk növbədə «**Jurnal**

offisel»in qiymətinə əl gəzdirdilər. Belə ki, qəzətin qiymətini 15 santimdən 5 santimə endirdilər. Bu da qəzətin çox satılmasına şərait yaratdı. Yalnız bundan sonra sadə xalq kommunanın dekret və rəsmi sənədləri ilə tanış ola bildilər. «Jurnal offisel»in müxtəlif vaxtlarda redaktoru Berbere, Lebo, Lonqe və Vezinye olmuşdur.

Fransada kütləvi informasiya vasitələrinə aid **ilk qanun 1881-ci ildə** qəbul olunmuşdur. Bu qanun fikir azadlığının ilk kodeksi idi. Və onun əsas ruhu sonralar da KİV-lə bağlı verilən bütün qanunularda öz əksini tapmışdır.

1870-1914-cü illər Fransa mətbuatını inkişafı ilə yadda qalıb. Bu dövrə Fransa mətbuati həm kəmiyyət, həm də keyfiyyətcə yaxşılaşmağa doğru nailiyyətlər əldə etdi. Təkcə bu faktı göstərmək kifayətdir ki, 1870-1880-ci illər ərzində dövri nəşrlərin sayı 900-dən 2500-ə qədər artdı.

1904-cü il aprelin 18-də «Humanite» («Bəşəriyyət») qəzeti nəşrə başladı. Qəzətin yaradıcısı Jan Jores idi (Jores Fransa sosialist hərəkatının tanınmış nümayəndələrindən idi). Qəzet 1911-ci ilə kimi Joresin pulu ilə nəşr edilirdi. Sonralar Sosialist Partiyası qəzətin xərcini öz üzərinə götürür. «Humanite» Fransa Kommunist Partiyası yaranandan (29 dekabr 1920) sonra rəsmi olaraq partiyanın orqanına çevrilir.

Faşist işğalı dövründə «**Hümanite**» qadağan edilir. Onun ilk gizli sayı 1939-cu il oktyabr ayının 26-da çıxır. 5 il ərzində qəzətin 317 buraxılışı gizli olaraq nəşr edilib, tirajı da 120-200 min nüsxə olmaqla. Qəzətin axırıncı gizli sayı 1944-cü il avqustun 18-də çıxıb. 1944-cü il avqustun 21-də Paris faşistlərdən azad olunduqdan bir gün sonra, avqustun 22-də «Humanite» açıq çıxdı. Yeri gəlmışkən, qeyd edək ki, müharibə illərində faşistlər qəzətin 12 redaktorunu güllələmişlər. Sonrakı illərdə də qəzət kəskin çıxişlarına görə ya cərimə olunub, ya da məhkəməyə verilib. Beş il ərzində (1955-1960) 231 dəfə

1.19 € [View in catalog](#)

LE FIGARO

2 000 offres
d'emplois

Bercy teste la déclaration d'impôt par téléphone

Le système entre en vigueur à la fin du mois pour un peu moins de 200 000 familles normandes, avant sa généralisation.

UNIVERSITY courses in pure culture, the students of the Agricultural College, present, however, a number of agricultural books. One point to note is that the books are not

l'assurance maladie conforme à leur demande peuvent l'effectuer, et il convient de faire en sorte que les personnes en charge de ces services la connaissent. On peut également faire appel à des organismes qui proposent à la population des services de prévention et de réadaptation.

Nucléaire :
nouvelle
provocation
européenne.

MÉTIER : Directeur de l'ONIA. Il devra passer à la phase industrielle de production de combustible nucléaire.

«Lö Figaro» qəzeti

Le Monde

www.farmradio.org

Journal of Health Politics, Policy and Law, Vol. 35, No. 4, December 2010
DOI 10.1215/03616878-35-4 © 2010 by The University of Chicago

MANUAL DE INSTRUCCIONES

[View all posts by **John**](#) [View all posts in **Uncategorized**](#)

L'enjeu des électeurs indécis

Présidentielle : à commencer

Le campagne officielle pour l'Euro 2000 passe par la construction d'infrastructures et l'aménagement de sites touristiques. L'objectif est de faire de la France le plus beau pays du monde.

transit dans les
échelles de la
société. Cela
explique que
l'ordre des
marchés et
de ses écon-
omies.

Qui sont les que communiquent ce programme?

FUMP est animé par une personnalité : « Sartre et ses amis ». Il ne peut pas dire qu'il s'agit de la vraie voix, tellement Jules Dassin, comédien, participe de la vie sociale actuelle. « La lucidité, l'impartialité, le sens des responsabilités et d'engagement », relate le capitaine de FILM-Satellite à Paris.

« On va voir que c'est bien parti », a admis M. Sartre, lors d'une récente réunion avec les deux hommes qui ont créé la chaîne.

Pour prévenir aussi-tôt qu'il se changeait pas de ligne. En investissant le terrains de l'indépendance et de l'insoumission, le candidat de l'UMP entend réhabiliter les valeurs de la droite et sortir les voix du Front national dans l'opposition.

Lots pages 7 et 8.

Grande inquiétude à Paris au sujet des otages français en Afghanistan

En Afghanistan
Le président Karzai refuse de négocier avec les talibans auteurs des enlèvements

VOLCADES
ESTADÍSTICAS
DE LOS MUNICIPIOS
DEL ESTADO DE
MÉJICO

«Lö Mond» qəzeti

məhkəməyə verilən «Humanite» 160 min frank cərimə olunub. 70-ci illər Fransa jurnalistikası tarixində yadda qalan illər hesab olunur. Bu illərdə ilk dəfə əyalət qəzetləri ölkənin ən populyar qəzetləri sırasına daxil olmuşdur. **1976-cı ildə «Uest Frans» («Qərbi Fransa»)** qəzeti 708 min tirajla birinci yerə çıxmışdır. 1980-ci ildə ölkənin 10 populyar qəzetlərindən 6-sı əyalət qəzeti idi.

2001-ci ilin 11 sentyabr terror aktı Fransa mediasına da mənfi təsir göstərdi. Ölkənin milli mətbuati həmin ildə iqtisadi çətinliklə üzləşdi. Sekodin institutunun məlumatına görə, 2001-ci ilin altı ayı ərzində qəzetlərə verilən reklamların azalması «**Figarо**» kimi populyar bir qəzeti çıxılmaz vəziyyətə saldı. Kommunistlərin «Humanite» qəzeti də eziyyət çəkənlərdən oldu. Hər iki qəzeti əməkdaşları arasında ixtisar aparıldı. «Krua» və «Telerama» qəzetlərinin sifarişi ilə fransızlar arasında KİV-ə olan münasibəti öyrənmək üçün sorğu keçirildi. Məlum oldu ki, bir il ərzində (dekabr 2000-dekabr 2001) hər iki qəzeti oxucularının 66 faizi başqa qəzetləri oxumağa üstünlük verib. Başqa bir sorğu əhalinin jurnalistlərə olan münasibətini öyrənib. Respondentlərin 55 faizi jurnalistlərin həkimiyətdən, 54 faizi isə puldan asılı olduğunu qeyd ediblər. Bir məsələni də qeyd etmək yerinə düşər. Qəzet bazarındaki iqtisadi böhran vaxtı redaksiya əməkdaşları çalışırdı ki, yeni forma və metodlardan, texnikanın yeniliklərindən istifadə etməklə qəzetləri düşdükləri ağır vəziyyətdən çıxarsınlar. Məsələn, «**Mond**» qəzetinin 1995-ci il 9 yanvar ayında bu yeniləşmə açıq-aşkar hiss olundu. Qəzet əvvəlki illərdən seçilirdi. Oxucuları ələ almaq üçün «Mond» analitik informasiyalara geniş yer verdi və onları 7 bölməyə ayırdı («Beynəlxalq», «Fransa», «Cəmiyyət», «Müəssisə», «Bu gün», «Üfüqlər», «Mədəniyyət»). Rəhbərlik həm də qəzeti Parisdə satışını da bir saat qabağa çəkdi. Bütün bunlar «Mond» oxucularının diqqətini cəlb etdi.

AVRIL 2007
N° 407

L'ACTUALITÉ DES SCIENCES

NOUVEAU
Cahier technologique
Le futur du pétrole

ANTRÉS MATERIE TERRE VIE ARCHEOLOGIE SCIENCES SANTÉ TECHNOLOGIES MATHÉMATIQUES

La Recherche

Les problèmes difficiles en mathématiques

DOSSIER p. 30

Comment la conjecture de Poincaré a été démontrée

SAVONS LA RECHERCHE

POLITIQUE

Présidentielle, questions de science p. 42

Bac to basics LES DENTS Comment ça marche LA MACHINE À VOTER DES SOLUTIONS POUR FAIRE BONNE FIGURE Jeux dans LA TASSE DES LECTEURS T.01108-407 - F. 6,00 €

«La Löşerş» jurnalı

Hazırda Fransada **15 mindən** çox dövri mətbuat fəaliyyət göstərir.

Ən mühüm qəzet və jurnallar. «Jurnal dü dimans» («Bazar günü qəzeti» - 1945-ci ildən çıxır), «Liberasyon» («Azadlıq» - 1973), «Mond» («Dünya» - 1944), «Fiqaro» («Fiqaro» - 1826), «Eko» («Əks-səda» - 1908), «Humanite» («Bəşəriyyət» - 1904), «Ekspres» («Ekspres» - 1953), «Pari Matç» («Paris matçı» - 1949).

Ən iri qəzet-nəşriyyat inhisarları. Ersanın qrupu ən iri qəzet-nəşriyyat qrupudur. Əsası 1950-ci ildə Rober Ersan tərəfindən qoyulub. Bir çox qəzetlər Ersana məxsusdur. Məsələn, təkcə Parisdə çıxan «Fiqaro», «Frans-suar», «Parizeyn libere» qəzetlərini göstərmək kifayətdir. Ersan həmçinin 6 nəşriyyat şirkətinin sahibidir. Həmin şirkətlər paytaxtda və əyalətlərdə xeyli qəzet və jurnal buraxır.

TELEVİZİYA VƏ RADIÖ

Fransa dövləti uzun müddət radio və televiziyanı öz inhisarında saxlamışdır. Bu da yalnız kommersiya radio və televiziyanın yaranmasını ləngitmişdir. Lakin buna baxmayaraq, radio və televiziya inkişaf edə bilməşdir. Ölkədə televiziyanın ilk sınaq verilişi **1931-ci ildə** oldu. 1933-cü ildə isə studiya yarandı. 1935-ci ildə Fransanın simvolu olan **Eyfel** qülləsində quraşdırılan antena müntəzəm verilişlərin yayımına şərait yaratdı. Radioyayımlı maliyyə şirkəti (SOFIRAD) 1942-ci ildə yaradılmışdır. Bu şirkət **«Monte-Carlo»** və **«Sud-Radio»** radiostansiyalarına nəzarət edir. Radioyayımlı maliyyə şirkəti həmçinin Avropa-1 radiostansiyasının kapitalının üçdə birinə malik olmaqla onun fəaliyyətini nəzarətdə saxlayır. Özəl radiolara reklam yerləşdirməyə yalnız 1984-cü ildən icazə verilir.

Fransada **televiziyanın** ilk sınaq verilişi **14 aprel 1931-ci ildə** baş tutdu. 1935-ci ilin aprelində isə Eyfel qülləsində qurulmuş antena vasitəsilə daimi verlişlərə başladı, elə həmin tarix də TV-nin yarandığı gün hesab olunur.

İkinci dünya müharibəsi illərində Fransa televiziya verilişlərini dayandırmalı olur. Fransada radio və televiziya yayımıları sahəsində əsas qanunlar müharibədən sonrakı illərə təsadüf edir. Əvvəllər yaradılmış Milli radio yayım xidməti yenidən qurularaq Fransa **radio və televiziya yayımına** (RTF) çevrilmişdir. 1964-cü ildə isə onun statusu dəyişdirilərək Fransa Radio və Televiziya Yayımlar İdarəsinə (ORTF) çevrildi. ORTF-in təmsilçiləri siyasi və ictimai xadimlərdən ibarətdir. 1968-ci ildə ORTF-ə icazə verildi ki, büdcəsinin 25 faizini reklamin hesabına ödəsin. Əvvəl onun nizamnaməsində belə bir razılıq yox idi. Fransada II program 1964-cü ildə, III program 1972-ci ildə, IV program isə 1972-ci ildə fəaliyyətə başlayıb. Rəngli televiziya isə 1967-ci ildə efirə çıxıb. Vaxtilə Fransada dövlətə məxsus 5 kanal mövcud idi. İndi dövlət kanallarının sayı 2-dir: «Anten-2» və «Fransa-3». Fransa-nın TF-1 dövlət televiziya şirkəti 30 sentyabr 1986-ci il tarixli qanunla özəlləşdirilmişdi. Ölək əhalisinin 43,1 faizi TF-1 kanalına, 32,3 faizi «Anten-2», 10,6 faizi isə «Frans-3» kanallarına baxır.

Audiovizual İnformasiya Vasitələrinin Ali Şurası. Audiovizual İnformasiya Vasitələrinin Ali Şurası (CSA) İnformasiya və Azadlıqlar üzrə Milli Komissiyasını (CNCL) əvəz etmişdir. Sonuncu isə 1982-ci il qanunu ilə yaradılmış Audiovizual İnformasiya Vasitələri Ali rəhbərliyinin varisi idi.

SCA kütləvi elektron informasiya vasitələrinin və rabitə vasitələrinin fəaliyyətinin nizama salınmasına xidmət edir. O, səlahiyyət müddəti 6 il olan doqquz üzvdən ibarətdir. Şuranın üzvlərindən üçü Respublika Prezidenti, üçü Milli Məclis, üçü isə Senat tərəfindən təyin edilir. Bundan başqa, Respublikanın Prezidenti Şuranın sədrini təyin edir.

Audiovizual İnfomasiya Vasitələri Ali Şurası öz sahəsində qərarlar qəbul etmək üçün müstəsna hüquqa malik olmaqla:

- dövlət telekanallarının prezidentlərini təyin edir;
- konsessiyalar verir;
- ictimai və özəl bölməyə məxsus radio və televizion müəssisələrinə istismar üçün icazə verir və texniki tələblərin yerinə yetirilməsinə nəzarət edir;
- milli və yerli radioyayım arasında, həmcinin rele və peyk tipli televizion kanalları arasında tezliklərin bölüşdürülməsini həyata keçirir;
- kabel şirkətlərinin istifadə olunması sahəsində siyaseti müəyyənləşdirir və rabitə vasitələrinin istifadə olunması sahəsində reqlamenti dəyişdirir;
- dövlət televizionu və radioyayımının hadisələri işıqlandırmasında plüralizm prinsiplərinin yerinə yetirilməsinə nəzarət edir.

Teleradioyayım şirkəti. “Fransa teleradioyayım” səhmdar cəmiyyətinin (TDF) böyük hissəsi dövlət təşkilatlarına məxsusdur. O, programların Fransaya və digər ölkələrə yayılması ilə məşğul olur. Bu şirkətin vəzifələrinə hökumət orqanları tərəfindən müəyyən edilən texniki işlərin yerinə yetirilməsi daxildir.

Radio və Televizion Proqramlarının İstehsal Üzrə Milli Şirkətlər. Hazırda radio və televizion proqramlarının istehsalı üzrə beş milli şirkət fəaliyyət göstərir:

- radio programlarının yaratılması, yerləşdirilməsi və yayımılanması ilə məşğul olan milli şirkət ("Radio-France");
- teleprogramların istehsalı ilə məşğul olan milli şirkət – o, programların metropoliya üçün yaratılması, yerləşdirilməsi və yayımımasını təmin edir (Antenner);
- teleprogramların istehsalı ilə məşğul olan digər milli şirkət (FR-3) – o, metropoliya üçün ümummilli və regional programları hazırlayır, yerləşdirir və yayımımasını təmin edir;
- dəniziarxası departamentlər və ərazilər üçün nəzərdə tutulan televizion və radio programlarının istehsalı ilə məşğul olan milli şirkət (RFO);
- xaricdə yaşayan vətəndaşlar üçün nəzərdə tutulan programların istehsalı ilə məşğul olan milli şirkət (RFI), o, radioprogramların, həmçinin bədii və sənədli səsyazmaların hazırlanması və yerləşdirilməsini həyata keçirir.

Televizion filmlərinin istehsalı üzrə şirkət. Televizion və video filmlərin istehsalı ilə məşğul olan Fransa şirkəti (SFP) səhmdar cəmiyyətdir. O, əsasən televizion üçün programlar istehsalı ilə məşğul olan şirkət vasitəsi ilə özünün televizion və video məhsullarını hazırlayır və iştirakılara çatdırılmasını təmin edir. Bu şirkətin kapitalının böyük hissəsi dövlət bölməsində çalışan hüquqi şəxslərə məxsusdur.

Milli Audiovizual Institut. Bu institut sənaye və ticarət xarakterli dövlət müəssisəsidir. Milli Audiovizual Institut lap əvvəldən arxivlərin saxlanılması və istifadə olunması ilə bağlı funksiyaları yerinə yetirmişdir. O, bu gün də həmin işlərlə məşğul olmaqdə davam edir. Lakin indi onun üçün arxiv fondlarının öyrənilməsi və istifadə olunması

üzrə fəaliyyət çərçivəsində mütəxəssislərin və verilişlərin hazırlanması fakultativ xarakter daşıyır.

Radio və televizion verilişlərinə görə ödəniş. Radioqəbuledicilərdən istifadəyə görə ödəniş ilk dəfə 13 may 1933-cü il tarixli qanunla tətbiq olunmuşdur. Bu ödəniş hazırda dövlət tərəfindən yenidən bərpa edilmişdir. Lakin indi hər bir ailə istifadə olunan radioqəbuledicilərin və televizionların sayından asılı olmayaraq, radio və televizion verilişinə görə birdəfəlik bir ödəniş ödəyir. Bu qayda eyni zamanda vergi ödəyənin avtmobilində quraşdırılmış radioqəbulediciyə də aiddir.

Videomaqnitofonlardan istifadəyə görə müəyyən olunmuş xüsusi ödəniş ləğv edilmişdir.

Reklam. Proqramların istehsalı üzrə milli şirkətlərin hazırladıqları reklam verilişlərinin yerləşdirilməsi qaydası texniki tapşırıqların siyahısına uyğun olaraq müəyyən edilir. Bu texniki tapşırıqların siyahısı hökumət orqanları tərəfindən tərtib edilir.

Radioyayım Maliyyə Şirkəti (SOFİRAD). Radioyayım Maliyyə Şirkəti (SOFİRAD) 1942-ci ildə yaradılmışdır. Bu, 24500 000 frank kapitala malik olan səhmdar cəmiyyətidir. SOFİRAD-in səhmlərinin 99%-i Fransa dövlətinə məxsusdur. Son dövrlərə qədər Radioyayım maliyyə şirkəti, əsas etibarı ilə müəyyən qrup şirkətlərdə dövlətin maraqlarını təmsil edirdi. Onun bu funksiyani yerinə yetirdiyi şirkətlər birbaşa yaxud dolayısı ilə “əyalət ötürüculəri” adlandırılan xarici radio və televizion ötürüclərinin istismar olunmasında iştirak edirlər. Məsələn, SOFİRAD “Monte-Carlo” və “Sud Radio des Valles” səhmdar cəmiyyətinin kapitalının böyük hissəsinin mülkiyyətçisidir. O, bununla “Monte-Karло” və “Sud-Radio” radiostansiyalarına nəzarət edir. Bundan başqa SOFİRAD Avropa-1

radiostansiyasının kapitalının üçdə birinə malik olmaqla onun işinə nəzarət edir.

Özəl bölmə. Müəyyən məsafəyə audiovizual xidmətin göstərilməsi üçün uyğun strukturların yaradılması, onlara icazənin alınması labüb çətinliklərlə bağlıdır. Auditoriya-nın genişliyi, verilən informasiyanın, mətn, səs yaxud videomaterialların istehlakçılar tərəfindən müxtəlif cür qəbul edilməsi və qavranılması nəzərə alınmalıdır. Ona görə də uyğun işlə məşqul olmaq istəyənlərin səlahiyyətli hakimiyət orqanlarını xəbərdar etmələri vacib cəhətlərdən bıdır. Bu, heç bir halda təzyiq forması yaxud plüralizmin boğulması kimi qiymətləndirilməlidir.

Əyalət Televizion və Radiostansiyaları. Fransa ərazisinə yaxın həmsərhəd dövlətlərdə yerləşən (“əyalət” anlayışı buradan yaranmış və adətən belə situasiyalar aid edilir) bəzi televizion və radiostansiyaları öz verilişlərini Fransaya yayırlar. Çox vaxt bu cür situasiyalar məhz bu məqsədlə yaradılır. Lakin onların statusu ərazisində yerləşdikləri ölkələrin özündən asılıdır. Bu vəziyyətə uyğun olaraq, Fransa dövləti onlara xarici televizion və radio stansiyaları kimi baxır. Və yaranmış vəziyyətə uyğun da mövqe tutur. Bəzən münasibətlər müvafiq sazişlərlə həll edilir.

Kabel Ticarət Televizionu. 29 iyul 1982-ci il tarixli qanuna uyğun olaraq, kabel ticarət televizionu sahəsində işləmək üçün qabaqcadan icazə alınmalıdır. Hələ 3 iyul 1972-ci il qanunu radio və televizionun təhsilin və elmi tədqiqatların ehtiyacları üçün istifadə olunması, həmcinin “məhdud dairə programlarının” tətbiq olunması ilə bağlı sahələrdə istifadə olunmasına dövlət inhisarını bir qədər məhdudlaşdırılmışdı. Kabel televizionunun yerli şirkətləri (SLEC) texniki tələblərin razılaşdırılmış siyahısına riyət etməyə borcludurlar. Bu siyahı, məsələn, milli

teleprogramların (A2, FR3) radiostansiyasını, xarici programların ümumi uzunluğunun efir vaxtinın 30% həddi ilə məhdudlaşdırılmasını, efir vaxtinın 15%-dən az olmayaraq yerli mövzularda verilişlərə həsr olunmasını nəzərdə tutur.

“Canal Plus”: **Konsessiya Rejimi.** Audiovizual informasiya vasitələri haqqında qanunun 70-ci maddəsi dövlət və özəl şirkətlərə real xətləri vasitəsi ilə teleprogramlar yayımlamaq üçün konsessiya vermək hüququnu dövlətin ixtiyarına buraxır. Məsələn, belə bir konsessiya “Canal Plus” televizion kanalına verilmişdir. Bu kanalın əsas səhmdarı Navas agentliyidir. Navas agentliyi, onun kapitalının böyük hissəsinin dövlətə məxsus olmasına baxmaya-raq, özəl şirkət statusuna malikdir.

30 sentyabr 1986-ci il tarixli qanuna uyğun olaraq (26 noyabr 1986-ci il tarixli qanunla azad edilmiş dəyişiklikləri nəzərə almaqla), relee xətləri vasitəsi ilə televizion və radio programlarının ötürülməsinə icazə Audiovizual İformasiya Vəsitələri Ali Şurası tərəfindən verilir.

Peyk Televizionu. Fransada peyk televizionu TV5 kanalı ilə təmsil olunmuşdur. O, fransız dilində Avropa programını ECS Avropa peyki vasitəsi ilə yayımlayır. Lakin xeyli qədər veriliş Telecom 1 Fransa peyki vasitəsi ilə həyata keçirilir:

əsasən telefon rabitəsini təmin etmək üçün nəzərdə tutulan Telecom 1 və B (Rabitə nazirliyi) rabitə peykləri Fransa radio və televizion stansiyalarının verilişlərini Fransa ərazisinə və xaricə retransilyasiya edirlər;

1988 və 1990-ci illərdə buraxılmış TDF1 və TDF2 birbəşə teleyayım peykləri televizion verilişlərinin fərdi parabolik antenna və dekoderlər vasitəsi ilə birbaşa qəbul olunmasını təmin edir.

Fransanın aparıcı televiziya və radio şirkətləri *Radio Frans*

Ünvan: Paris, 75786, Prezident Kennedy prospekti 116, Sedeks 16. Radio verilişləri planlaşdırır və hazırlayır. Orkestr və xorun işini və inkişafını təmin edir. 124 studiya-sı var, onlardan 71-i əyalətdədir. Daimi qurumları: "Fransa milli orkestri" (1934-də yaranıb), 115 musiqiçisi var, "Filarmoniya orkestri" (1976-cı ildə yaranıb) 138 musiqiçisi var.

Frans-İnter

1947-ci ildə yaranıb. Sutkada 24 saat milli program yayır. Ötürüçüləri uzun və orta dalgalarla işləyir.

Frans-Kültür

1963-cü ildə yaranıb. Sutkada 24 saat işləyir. Mədəniyyətin bütün sahələri üzrə proqramlar hazırlayırlar. Müsahibə-lər, yaradıcılıq söhbətləri, mətbuat müzakirəsi, geniş reportajlar, musiqi proqramları əsas yer tutur.

Frans-Muzik

1963-cü ildə yaranıb. Sutkada 24 saat işləyir. Hər gün saat birlə saat yeddi arasında peyk ötürucusu vasitəsilə də yayılır. Radio Fransın yaratdığı konsert proqramları da burada səslənir.

Frans-İnfö

1987-ci ildə Rolan for və Jerom Bellay tərəfindən yaradılıb. Sutkada 24 saat işləyir. Fransanın 102-yə yaxın şəhərini əhatə edir.

FIP

1971-ci ildə Pyer Kodi və Jan Qaretto tərəfindən yaradılıb. Parisdəki küçə tixacları haqda məlumat yaymaq işinə xidmət edir. Sutkada 24 saat işləyir.

Radio Frans İnternasyonal (RF)

1931-ci ildə yaradılıb və ilk veriliş qısa dalğada “Müstəmləkə Poçtu” adı ilə yayılıb. 1935-ci ildən xarici dillərdə verilişlər proqramına çevrilib. 1940-ci ildə Paris radiosunda fəaliyyəti dayanıb və Bazzavil radiosu kimi fəaliyyətə başlayıb. 1975-ci ildən Radio Frans İnternasyonal adı ilə işləyir. 1983-cü ildən Fransa radiosunun xaric üçün verilişlərini özündə cəmləyən sərbəst quruma dönüb.

Frans Televizyon

Frans Televizyon Birliyi Frans-2 və Frans-3 televiziya proqramlarını təmsil edir və həmin proqramlar əvvəl “Anten-2” və “Frans Əyalət-3” adlanan proqramları əvəz ediblər. Proqramlar sutkada 24 saat işləyir. Əsas verilişlər xəbərlərdən, idman və gənclik proqramlarından, mədəniyyət, əyalət və Avropa yeniliklərindən ibarətdir.

1989-cu ildə yaradılmış Frans İnternasyonal proqramı isə peyk vasitəsilə verilişlər yayır. 1995-ci ildən həmin proqram 5 əraziyə: Mərkəzi və Şərqi Avropa, Yaxın Şərqi və Latin Amerikası ərazilərinə yayılır.

Frans-2

Ünvanı: Paris 75387, Sedeks 08, Monten pr. 22

Ölkə paytaxtının həyatına həsr olunmuş televiziya verilişləri hazırlayır. 1975-ci ildən ilk baş direktoru Marsel Julian olub. Müxtəlif mövzulu verilişlərə bütün ölkə əhalisi tamaşa edir.

Frans-3

Ünvan: 75790 Paris, Sedeks 16, prezident Kennedi pr. 116

Paytaxt və əyalət həyatından bəhs edən müxtəlif mövzulu televiziya verilişləri hazırlayır və yayır. 1975-ci ildə baş direktoru Klod Kontamin olub. 3246 daimi əməkdaşı var. Onlardan 2453 nəfəri texniki və administrativ işçi, 793 nəfəri isə jurnalistdir. Əməkdaşlarının çoxu əyalətdə işləyir.

İnformasiya və dövlət. Hökumətin rəsmi nümayəndəsi və Baş nazirin yanında rabitə vasitələri üzrə dövlət katibi ilə yanaşı informasiya məsələləri ilə aşağıdakı dövlət orqanları məşğul olurlar:

İnformasiya Məsələləri Üzrə Baş İdarə. 12 iyun 1974-cü il tarixli Dekretə uyğun olaraq yaradılmış Baş İdarə (Delegation generale) idarələrərəsə bir orqandır və bu rola uyğun olaraq aşağıdakı funksiyaları həyata keçirir:

Dövlət hakimiyyəti orqanlarının fəaliyyəti haqqında informasiyanın yayılması;

Jurnalistlərin xahişi və müraciəti əsasında nazirliklər və administrasionun orqanlarının işi haqqında onlara zəruri sənədlərin təqdim olunması.

İnformasiya məsələləri üzrə Baş İdarə həmçinin “İnformasiya Məsələləri Üzrə İdarələrərəsə Komitə”nin iclaslarının texniki cəhətdən hazırlanması və təşkil olunmasını təmin edir. Adı çəkilən Komitə 2 dekabr 1968-ci il tarixli Dekretlə yaradılmış və ilk növbədə müxtəlif nazirliklərin informasiya sahəsində fəaliyyətnin əlaqələndirilməsinə xidmət edir.

Hüquqi və Texniki İnformasiya Xidməti. Birbaşa Baş nazirə tabe etdirilmiş bu xidmət dövlət orqanlarının mətbuatla işinin əlaqələndirilməsini təmin etmək məqsədi ilə yaradılmışdır. Onun fəaliyyət dairəsinə zəruri etiketlərin gözlənilməsi, nəzarət, yardım edilməsi, statistik materialların təqdim olunması və s. daxildir.

Hüquqi və texniki informasiya xidməti 6 fevral və 17 noyabr 1954-cü il tarixli dekretlərə uyğun olaraq yaradılmış, sonra isə 18 yanvar və 4 fevral 1955-ci il, 28 sentyabr 1956-ci il və 7 mart 1975-ci il tarixli dekretlərlə yenidən qurulmuşdur. Sonuncu sənəd xidmətin fəaliyyət dairəsini

audiovizual informasiya vasitələrinə (kinoxronika, radio, televizion, SECAM sistemi və s.) aid etmişdir.

Hüquqi və texniki informasiya xidmətinə bir neçə ixtisaslaşmış bölmə daxildir. Onlar ya informasiya xidmətinin ümumi problemləri, ya da mətbuatın xüsusi aspektləri ilə məşğul olurlar. 1975-ci ilin əvvəlindən bu xidmət ləğv olunmuş ORTF-nin bazası əsasında yaradılan bəzi müəssisələri, məsələn, ictimai rəy sorğusu və gizli reklam üzərində nəzarət orqanlarını ifadə edir. Bu xidmətin daxilində işin operativliyini artırmaq, nəzarət imkanını gücləndirmək üçün diam təkmilləşdirmələr aparılır.

MÖVCUD QANUNLAR

Azadlıq prinsipləri və onun hədləri. İnsan Haqları Bəyannameşinin XI maddəsi (Hər bir vətəndaş azad danışa, öz əsərlərini dərc edə bilər, bir şərtlə ki, Qanunda nəzərdə tutulan hallarda bu azadlıqdan sui-istifadəyə görə məsuliyyət daşıyır”), 29 iyul 1881-ci il tarixli Qanun, 1946-ci il Konstitusiyasının preamble (bu preamble sonradan 1958-ci il Konstitusiyasına da daxil edilmişdir) və daha geniş mənada bütün Fransa hüququ azadlığa kütləvi informasiya vasitələrinə, ideyanın bütün yayılma formalarına aid olan bir norma kimi baxır. İctimai asayışın təmin edilməsi, yaxud vətəndaşların maraqlarının qorunması məqsədilə qoyulan məhdudiyyətlər və yasaqlar yalnız istisna təşkil edir. Bu məhdudiyyət və yasaqlar qanunla müəyyən edilməli, geniş miqyas almamalı, cəzalar isə dəqiq hüquqi proseduralar əsasında tətbiq edilməlidir.

Fransa Respublikasının Qanunu

N82652 29 iyul 1982-ci il

Teleradio Yayımlar Haqqında

Fransa Respublikasının Qanunu

Aşağıda məzmunu verilən qanunu Milli Məclis və Senat müzakirə etmiş, Milli Assambleya qəbul etmiş, Konstitusiya Şurası onun Konstitusiyaya uyğun olduğunu bildirmiş, Respublikanın Prezidenti elan etmişdir.

Bölmə 1

Ümumi prinsiplər

Maddə 1. Teleradio yayım azaddır

Hazırkı Qanuna görə istənilən cür səs təsvir, sənəd, məlumat və xəbərlərin radiodalğın və kabel vasitəsilə ictimaiyyətin ixtiyarına verilməsi teleradiroyayım adlandırılır.

Fransa radiosu və televizionunun vəziyyətində mühüm dəyişikliklər 1986-ci ildə edildi. 30 sentyabr 1986-ci il tarixli qanunla audiovizual informasiya vasitələrinə ali rəhbərlik informasiya vasitələri və azadlıqlar üzrə Milli Komissiya ilə əvəz olundu. 1982-ci il qanunu programların hazırlanması sahəsində dövlət inhisarını ləğv etmiş və az sayda özəl radiostansiyaların fəaliyyətinə icazə vermişdi. Bu yeni qanun bu istiqamətdə irəliyə doğru daha bir addım ataraq, informasiya vasitələrinin azadlığı prinsipini elan etdi, fransız radiosu və televizionu üzərində dövlət inhisarına birdəfəlik son qoyuldu. Beləliklə, liberalizm meylləri tam qalib gəldi: özəl bölmə imtiyazlı vəziyyətə düşdü, elektron informasiya sistemi isə bütövlükdə bazar iqtisadiyyatı şəraitində yaşamağa başladı. Konkret olaraq, bu, özünü Fransa televizionunun birinci, **TF-1** kanalının özəlləşdirilməsində, əyalət radiostansiyaları üzərində nəzarətdən dövlətin imtina etməsində, televizionun 5-ci və 6-ci kanallarının xüsusi sahibkarlarına verilmiş konsessiyaların

ləğv olunmasında və onlara yayım üçün pulsuz lisenziyaların verilməsində göstərdi. 1989-cu ildə yenidən müəyyən dəyişikliklər edilmişdir. Onlar informasiya vasitələri və azadlıqlar üzrə Milli Komissiyanın (CNCL) Audiovizual İformasiya Vasitələrinin Ali Şurası (CSA) ilə əvəz olunması ilə məhdudlaşdı.

Beleliklə, 07 avqust 1974-cü il tarixli qanun vahid təşkilat kimi **ORTF**-ni ləğv etdi (o, radio və televizion yayımı sahəsində dövlətin inhisarını həyata keçirirdi), onun rolunu dövlət müəssisələrinə və baş milli şirkətə verdi. Audiovizual iinformasiya vasitələri haqqında 29 iyul 1982-ci il tarixli qanun 09 noyabr 1981-ci il tarixli qanunun əsas istiqamətlərini təsdiq etdi və yerli özəl radiostansiyaların fəaliyyətinə müəyyən şərtlərlə icazə verərək, dövlət inhisarı prinsipini tam ləğv etdi. **30 sentyabr 1986-cı il tarixli 86-1067 sayılı** qanunun qəbulu ilə bu istiqamətdə növbəti addım atıldı. Bu qanun kütləvi iinformasiya vasitələrindən azad istifadə olunması prinsipini (birinci maddə) elan etdi.

Fransız dili. Fransız dilinin istifadə olunması haqqında 31 dekabr 1975-ci il tarixli qanun fransız dilində ekvivalent ifadələrin olduğu hallarda şifahi və yazılı reklamda, həmçinin mətbuat, radio və televizionda verilən iinformasiya materiallarında əcnəbi sözlərin işlədilməsini qadağan edir.

AGENTLİKLƏR

«**Frans Press**» Agentliyi – **AFP** dünyanın ən iri iinformasiya agentliklərindən biridir. Əsası 1835-ci ildə Havas tərəfindən qoyulmuş və onun şərəfinə Havas agentliyi adlanmışdır. 1944-cü ildən «**Frans-Press**» agentliyi adlanır. Kommersiya tipli müəssisədir. Gün ərzində 600 minə yaxın sözdən ibarət 7

Xarici Ölkələrin Jurnalistikası

dildə – fransız, ingilis, ispan, alman, portuqal, ərəb və rus dil-lərində informasiya yayır.

«Frans-Press» agentliyinin dünyanın 5 qitəsində işləyən 2000 əməkdaşı, o cümlədən 1200 nəfər jurnalist, 2000 nəfər fotoqraf və statdankənar müxbiri vardır.

ALMANİYA

Avropada yerləşir;

İdarəetmə forması – federativ dövlət quruluşu ilə respublika;

Dövlət başçısı – federal prezident;

Ali qanunverici orqan – ikipalatadan ibarət: Bundestag və Bundesrat (Milli şura və Federal şura);

Ali idarəedici orqan – federal kansler başda olmaqla federal hökumət;

Dövlət dili – alman;

Milli bayram – Almaniya birliyi günü – 30 oktyabr (1990);

Üzv olduğu təşkilatlar – BMT (1973), AS (1951), AB (1957), NATO (1955);

Siyasi partiyalar: - ASDP (1946); Yaşillar alyansı; Xristian – demokrat ittifaqı – XDİ (1945);

Əhalisi – 82,8 mln (2000);

Paytaxtı – Berlin.



TARİXİ ARAYIŞ

- **962** – Müqəddəs Roma imperiyasının tərkibində olması
- **1848 – 1849** – Alman inqilabı
- **1867** – Almaniya imperiyasının yaranması
- **1871, 18 yanvar** – I Vilhelmin Alman imperatoru, O.Bismarkın kansler elan olunması
- **1870-1871** – Bismark tərəfindən alman torpaqlarının birləşdirilməsi
- **1914** – Almaniyadan I Dünya müharibəsinə qoşulması
- **1918** – Monarxiyanın devrilməsi və respublika qurulması
- **1933** – Nasistlərin hakimiyyətə gəlməsi, Hitlerin reyx-skansler təyin edilməsi
- **1934** – Almaniyada faşist diktaturasının bərqərar olması
- **1939, 1 avqust** – Almaniyadan Polşaya hücumu və İkinci Dünya müharibəsinin başlanması
- **1941, 22 iyul** – Almaniyadan SSRİ-yə hücumu
- **1945** – Almaniyadan məğlubiyyəti və ölkənin iki hissəyə bölünməsi
- **1949, 20 sentyabr** – Almaniya Federativ Respublikasının (AFR) yaradılması
- **1949, 7 oktyabr** – Almaniya Demokratik Respublikasının (ADR) yaradılması
- **1990** – Almaniyadan birləşdirilməsi



ALMANİYA MƏTBUATI

Dünyaya İ.Kant, İ.V.Höte, İ.F.Şiller, V.Qrimm, H.Heyne və başqa şəxsiyyətlər vermiş Almaniya həm də İohan Quttenberqin ixtira etdiyi (1445) çap maşınının vətənidir.

Çap maşınının ixtirasından əsr yarım keçəndən sonra 1609-cu ildə Strasburqdə ilk alman həftəlik «Relyasion» («Məlumatlar») və «Avizo» («Elanlar») qəzetləri, 1661-ci ildə isə gündəlik «Lyaypsiqer saytunq» («Leypsiq qəzeti») qəzeti çıxdı. Almaniyada ilk jurnal 1685-ci ildə nəşrə başlayan «Monabarauc»dur. 1689-cu ilə kimi nəşr olunan bu jurnal bir sırada başqa jurnalların yaranmasına təkan verdi.

Almaniya həmcinin K.Marks və F.Engelsin siyasi baxışlarının formallaşdığı ölkədir. Onlar jurnalistika sahəsində də Almaniyada ilk addımlarını atmış və bir sırada yaddaşalan məqalelər yazmışlar. «Reyn qəzeti» və «Yeni Reyn qəzeti» K.Marks və F.Engelsin jurnalistik fəaliyyətində mühüm rol oynayıb.

Qeyd edək ki, Rusiyadakı Oktyabr çevrilişi Almaniyaya da təsir etdi. Bir sırada qəzetlər yarandı. Onlardan biri də «Spartak qrupu»nın orqanı olan «Röte fane» («Qırmızı bayraq») qəzeti idi. Karl Libknext və Roza Lüksemburq başda olmaqla bolşevik istiqamətli «Spartak quru» hakimiyyəti silah yolu ilə ələ almağa çalışırdı. 1918-ci ilin dekabri – 1919-cu ilin yanvarında Berlindəki üsyani da onlar təşkil etmişdi. Üsyən yatırılan dan sonra hər iki «spartakçı» qətlə yetirilir.

1929-1933-cü illərdə dünyani bürümüş iqtisadi böhran Almanyanın da sosial-iqtisadi və siyasi vəziyyətinə mənfi təsir göstərdi. 1932-ci ildə işsizlərin sayı 6 milyona catdı. Vergilərin artması, əmək haqqının azaldılması da Almanyanın vəziyyətini xeyli gərginləşdirdi. Bütün bunlardan istifadə edən naziştlər nüfuzlarının artmasına çalışırdı. Onlar populist çıxışları ilə demokratiyadan yorulmuş gəncləri də öz tərəflərinə çəkə bildilər.

Böhran dövründəki çətinliklərə baxmayaraq, kommunist mətbuatı faşist rejiminə qarşı mübarizə aparmağı, bir cəbhədə bir-ləşmək ideyasını irəli sürdü. «Di velt am abend», «**Berlin am morqen**» və s. qəzetlər yüz minlərlə tirajla oxucular arasında yayılırdı. Ölkədə 1932-ci ildə **4703 gündəlik** və həftəlik qəzetlər nəşr edilirdi ki, onların da əksəriyyəti partiya qəzetləri idi.

1933-cü ildə Hitlerin hakimiyyətə gəlişi Almaniyada KİV-in durumunu çətinləşdirdi. Belə ki, bir sıra qəzetlər bağlandı. Nəşr olunanlarsa yalnız Hitler hakimiyyətinə qulluq edirdi.

Demokratik azadlıqları ləğv etməyə və siyasi rəqiblərinə qarşı açıq terrora keçən nasistlər 1933-cü ilin fevralında Reysxtaqın binasını yandırır və bundan istifadə edərək mütərəqqi mətbuata hücuma keçir. Lakin buna baxmayaraq, nasistlərin gözündən uzaq gizlli yolla mətbuat və digər çap məhsulları ölkədə yayılırdı. Gestaponun 1936-ci ilin hesabatında göstərilirdi ki, Almaniyada bir il ərzində **1.643.000** gizli material yayılmışdır ki, onların da 70 faizini kommunistlər hazırlamışdı.

İkinci dünya müharibəsində Almaniya məğlub oldu. Ölkə dörd işgal zonasına - Sovet, ABŞ, İngiltərə və Fransa işgal zonalarına bölündü. Beləliklə, milli əlamətə görə deyil, sinfi əlamətə görə parçalanan Almaniya ərazisinin Sovet işgal zonasında Almaniya Demokratik Respublikası (**ADR**), ABŞ, İngiltərə və Fransa işgal zonasında Almaniya Federativ Respublikası (**AFR**) yarandı. Belə bir bölgü mətbuatın sonrakı inkişafına da təsir etdi. Sovet işgal zonasında nəşr olunan mətbuat, digər üç ölkənin işgal zonasındaki mətbuatdan məzmununa, apardığı siyasətə görə seçilirdi. Məsələn, 1946-ci ildən nəşrə başlayan «Nöyes Döycənd» («Yeni Almaniya»), «Der morqen» («Səhər») qəzetləri Şərqi Almaniyada həyata keçirilən bütün tədbirləri təbliğ edirdisə, Qərbi Almaniyadanın mətbuat



«Der Spiegel» jurnalı

kralı Aksel Springerin nəşr etdiyi «Bild saytunq», «Di velt» və s. qəzetlər ADR-ə qarşı kəşkin yazılarla çıxış edirdi.

Sosialist quruluşunun qatı düşməni olan Aksel Springer ADR-in yaranması ilə heç cürə barışa bilmirdi. Bir dəfə o, Kennedy hökumətinin məlumat agentliyinin rəhbəri, publisist Edvard Merrou ilə görüşündə ondan ADR-ə qarşı mübarizə aparmaq üçün hərbi aksiya tələb edir. Bu təklifi soyuqqanlıqla qarşılıyan Edvarda Springer deyir ki, əgər Birləşmiş Ştatlar lazımı tədbir görməsə, onda o, bütün varını və əlində olan mətbuatı Qərbi Almaniyada milli əhval ruhiyyənin qızışdırılmasına sərf edəcək. Dediyinin üstündə duran A. Springer 1962-ci ildə onun Qərbi Berlində yerləşən nəşriyyatının ərazi-sindən Şərqi Berlinə tunel qazmağa şəxsən icazə verir.

AFR-də böyük nüfuz sahibi, ən iri qəzet-nəşriyyat konserinin rəhbəri A. Springer 1968-ci ildə ölkədə və Qərbi Berlində nəşr olunan qəzetlərin tirajının 39,2 faizinə nəzarət edirdi. Elə bu fakt özlüyündə çox şey deyir. Həmin ildə o, 7 qəzet və 8 jurnal nəşr edirdi. Ən çox tirajla nəşr olunan qəzet «Bild-saytunq» (4.500.000), jurnal isə «Xyor su» (4.180.000) həftəliyi idi.

A. Springerin çap etdiyi qəzet-jurnalların siyahısı aşağıdakı kimidir:

Qəzetlər

| Adı | Tiraj |
|------------------------|--------------|
| «Hamburger abendblat» | 320.000 |
| «Bild-saytunq» | 4.500.000 |
| «Di velt» | 245.000 |
| «Berliner morgen post» | 235.000 |
| «Be set» | 332.000 |
| «Bild am zontaq » | 2.670.000 |
| «Belt am zontaq» | 420.000 |

Jurnalalar

| Adı | Tiraj |
|----------------------------------|-----------|
| «Xyor su» (həftəlik) | 4.180.000 |
| «Funk ur» (həftəlik) | 824.000 |
| «Das qruane blat» (həftəlik) | 340.000 |
| «Kikker» (həftəlik) | 190.000 |
| «Bauvelt» (həftəlik) | 8.000 |
| «Exo» (4 dildə nəşr olunur) | 74.000 |
| «Adxezion» (aylıq) | 3.400 |
| «Slyayf und polirtexnik» (aylıq) | 3.800 |

Onu da əlavə edək ki, A.Şpringerin şəxsi informasiya agentliyi «Springer aysland-dinst» (SAD)dır.

Uzun illər Almanmanın kütləvi informasiya vasitələri iki müxtəlif istiqamətdə fəaliyyət göstərirdi. Biri kapitalizmin, o biri isə sosializmin qayda-qanunları çərçivəsində öz işlərini qururdı.

SSRİ-də «yenidənqurma» start götürməmişdən əvvəl Qərb, xüsusilə də AFR mətbuatı sosializm cəbhəsi əleyhinə yazılar verir, verilişlər təşkil edir, uydurulmuş kommunizmin iflasına çalışırırdı. M.Qorbaçovun SSRİ-də hakimiyyətə gəlməsi və onun başladığı «yenidənqurma» bu iflası tezləşdirdi və 1990-cı ildə Almanyanın birləşməsinə gətirib çıxardı. 41 il müxtəlif siyasi quruluşun təsiri altında yaşamış almanların birləşdikdən sonra siyasi, iqtisadi, sosial və mədəni görüşləri, hətta yaşayış tərzləri müxtəlif idi. Bu müxtəliflik özünü qəzet bazارında da biruzə verirdi. Təkcə elə 1994-cü ilin əvvəllərində ölkənin **1601** mətbu orqanı **25** milyon tirajla çıxdı. Özlüyündə bu rəqəm heç də az yox, əhalinin sayını nəzərə alsaq çox idi.

Hər bir ölkənin bütün dunyada tanınan bir-iki qəzet və jurnalı olur. Almaniyanın da bütün dünyada tanınan həftəlik il-lüstrativ jurnalı «*Spiegel*» («Güzgü»)dir. Hamburqda nəşr olunan jurnalın ölkə daxilində 10, xaricində isə 19 müxbir məntəqəsi var. Hazırda burada işləyənlərin sayı 760 nəfərdir. Jurnalın tirajı 1 milyondan bir qədər artıqdır. Bir səhifəsinin reklam qiyməti 67 min markadır. «*Spiegel*»in oxucularının 60 faizi kişilərdir.

Almaniyada jurnalistlər öz müstəqilliyi qorumaq üçün bir sıra səmərəli addımlar atıblar. Məsələn, Almaniyanın bir çox «liberal» nəşrlərində ştatda olan jurnalistlər baş redaktorun seçiləməsində həllədici səslə iştirak edirlər. Onlar həmçinin redaksiyanın siyasetinin müəyyənləşdirən tədbirlərdən də kənarda qalmır, söz sahibidirlər.

Son illərin məlumatına görə, ölkədə 389 gündəlik qəzet 28,5 milyon tirajla, 25 həftəlik qəzet isə 2 milyon tirajla çıxıb. Həmin ildə KİV-in xarici ölkələrin həyatına həsr olunmuş materialları ən çox Rusiya və ABŞ-da prezident seçkilərinə, Yugoqlaviyadakı böhrana və Yaxın Şərqi konfliktinə həsr olunub.

Almaniya əhalisinin 38 faizi İnternetdən istifadə edir. Bu da ABŞ, Finlandiya və İsveçdən sonra ən yaxşı göstəricidir. Almaniyada 1956-ci ildə yaradılmış **Mətbuat Şurası** etika qaydalarının pozulması ilə bağlı ayrı-ayrı şəxslərin mətbuata qarşı şikayətlərinə baxır. Təkcə 1991-ci ildə Şuraya 400 belə şikayət daxil olmuşdur. Onların böyük əksəriyyəti araşdırıla-raq həll edilmişdir. Şura cavabdeh qəzeləri məcbur edir ki, onlar barəsində çıxarılan qərarları dərc etsinlər.

Ən mühüm qəzet və jurnallar. «*Abendsaytunq*» («Axşam qəzeti» - 1948), «*Algemayne saytunq*» («Ümumi qəzət» - 1850), «*Bild*» («İllüstrasiyalı qəzət» - 1952), «*Bild an Zontaq*» («İllüstrasiyalı bazar günü qəzeti» - 1956), «*Velt*» («Dünya» - 1946), «*Vestdöycə saytunq*» («Qərbi Almaniya qəzeti» -

1972), «Spiegel» («Güzgü» - 1948), «Nöye Revyu» («Yeni icmal» - 1946) və s.

Ən iri qəzet-nəşriyyat inhisarları. «Aksel – Springer – Ferlaq» qəzet – nəşriyyat konsernidir. Əsası 1947-ci ildə Hamburqda Aksel Sezar Springer tərəfindən qoyulub. Ölkdəki bütün gündəlik və həftəlik qəzetlərin ümumi tirajının yarından çoxu Springer konsernin payına düşür. «Qruner und Yahr» qəzet-jurnal nəşriyyatıdır. Springerin konsernidən sonra ikinci yeri tutur. Əsası 1965-ci ildə Hamburqda qoyulub.

TELEVİZİYA VƏ RADIÖ

Radionun vətəni Rusiya (A. S. Popov) və İtaliya (Q. Markoni) sayılsa da, bu texniki yenilikdən öz milli mənafeyi naminə bəhrələnən ilk ölkə Almaniya olub. Belə ki, hələ 1915-ci ildə hərbi rəqibləri tərəfindən mühasirəyə salınıb xarici aləmdən təcrid olunan Almaniya xüsusi informasiyalar hazırlayaraq efirə verirdi. **Morze əlibası** ilə yayılan bu “xəbər”lər neytral və düşmən ölkələrə müəyyən ideoloji təsir göstərmək, xaricdə çalışan alman agentlərinə şifrlənmiş təlimatlar vermək məqsədi güdürdü. 1920-ci ilin payızında ilk uzaqməsafəli “radiotelefon danışığı” da məhz Moskva ilə Berlin arasında gerçəkləşdirilib. Hələ 1918-ci ildə Almaniyada əsasən hərbi sıfarişlərin yerinə yetirilməsinə xidmət edən mükəmməl radiotexnika sənayesi yaradılmışdı. 20-ci illərdə ölkədə 9 radioyayım şirkəti vardı (“Almaniyada simsiz öyrətmə və əyləncə saatı” adlanan ilk şirkət 1922-ci ilin mayından fəaliyyət göstərirdi. İlk müntəzəm radio verilişləri isə 1923-cü il oktyabrın 29-da Berlində başlanıb. 1929-cu ildə Berlin yaxınlığındakı Vusterhauzen məntəqəsində işə başlayan “Alman dalğası” stansiyası xaricdə yaşayan almanlar üçün verilişlər yayıldı.

30-cu illərdə çoxsaylı yayım şirkətləri “Almaniya Radioyayım Cəmiyyəti”ndə birləşdirildi.

Radionu inkişaf etdirməklə yanaşı, teleyayım sahəsində də hələ 20-ci illərdən elmi axtarışlar gedirdi. 1935-ci ilin martında ilk televerilişlərə kütləvi baxış üçün Berlində kinoteatr tipli xüsusi məntəqə açılmışdı. 1936-ci ilin yanvarından gündə 2 saatlıq (20:00-22:00) müntəzəm verilişlər yayılmağa başlanmış və 1944-cü ilədək davam etmişdir. 1945-ci ildə savaş bitdikdən sonra Almaniymanın işgal zonalarına parçalanması müxtəlif tipli iki yayım sisteminin meydana gəlməsinə səbəb oldu. 1946-49-cu illərdə ölkənin Şərqində SSRİ, Qərbində isə ABŞ, İngiltərə və Fransa hakim dairələrinin xüsusi nəzarəti ilə hazırlanan radio verilişləri yayılırdı. Gələcəkdə yayımın hansı xarakterdə olacağı barədə aparılan müzakirələr nəticəsində ölkənin Qərb hissəsində qərara alındı ki, bu informasiya vasitələrinin imkanlarından sui-istifadəyə yol verməmək üçün onları dövlətdən və reklamdan asılı vəziyyətə salmaq olmaz, yaxud bu asılılıq minimum səviyyəyə endirilməlidir. Ona görə də ictimai-hüquqi xarakterli müstəqil teleradio şirkətlər yaradılmasına üstünlük verildi.

İlk radioşirkət 1948-ci il yanvarın 1-də Britaniya işgal zonasında yaradılmış “**Nordwest Döyçer Rundfunk**” (Şimal-Şərqi, Alman radiosu” – NWDR) olub. “Bi-Bi-Si”nin nümunəsi əsasında qurulduğundan ona ictimai-hüquqi status verilmişdi.

1949-cu il sentyabrın 20-də AFR, oktyabrın 7-də ADR yaradılalandan sonra onların hər birində öz siyasi yönlerinə müvafiq yayım sistemləri formalaşdırıldı.

1950-ci ildə AFR-də 6 landın (ərazinin) radio şirkətlərini birləşdirən “İctimai-hüquqi Yayım Təşkilatlarının İşbirliyi” (“Arbeitsgemeinschaft der Offentlich-Rechtlichen Rundfunkanstalten der Bunderublik Deutschland” –

ARD) qurumu yaradıldı və elə həmin il Hamburqdakı telemərkəz həftədə 3 dəfə sınaq verilişləri yaymağa başladı. 1953-cü ilin martında ADR-in Hannoverdə keçirilmiş iclasında qərara alındı ki, get-gedə genişlənən teleyayımı rəhbərlik etmək üçün ADR daxilində “Alman televiziyası” (“Deutsches Femsehen”) təşkilatı yaradılsın. Beləliklə, Qərbi Almaniya Televiziyasının Birinci Programı (Erstes Deutsches Femsehen) meydana gəldi və onun rəsmi açılışı 1954-cü il noyabrın 1-də oldu.

AFR televiziyasının İkinci Programı (1 aprel 1963-cü il) başqa prinsiplə qurulub. Onun yaradıcısı “İkinci Alman Televiziyası” (“Zweites Deutsches Femsehen”-ZDF) adlı ictimai qurumdur (1961-ci il iyunun 6-dan fəaliyyət göstərir). ZDF-in yaradılması təşəbbüsü o vaxtkı kansler Konrad Adenauer məxsusdur. Onun məqsədi özəl-hüquqi teleşəbəkə təsis etmək idi. Lakin Federal Konstitusiya Məhkəməsi (FKM) bunun Əsas Qanuna zidd olduğunu bildirərək layihəni redd etmiş və əvəzində “ARD-yə alternativ” kimi ictimai şəbəkə yaradılmasını məsləhət görmüşdü.

1984-cü il dekabrın 1-dən ZDF Avstriya və İsveçrə teleradioları ilə birlikdə kabel xətti olan tamaşaçılara peyk vasitəsilə mədəniyyət programı (3 SAT) yayır. Get-gedə informasiya programına çevrilən bu verilişdə 1993-cü ilin dekabından ARD də iştirak edir.

1991-ci ildə ARD-yə daha iki üzv daxil olub: Orta Almaniya Teleradioyayımı (Mitteldeutscher Rundfunk) və Brandenburg Şərqi Almaniya Teleradioyayımı (Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg).

Beləliklə, hazırda Almaniyada aşağıdakı əsas yayım təşkilatları fəaliyyət göstərir:

“ALMAN DALĞASI” (“DEUTSCNE WELLE”) radiosu. Mənzilqərargahı Köln şəhərindədir. Bütövlükdə federal büdcədən maliyyələşir. Funksiyası xarici ölkələrin dinləyicilərinə Almaniya haqqında ətraflı informasiya verməkdir. 36 dildə 93 radio programı, 1992-ci ildən isə həm də teleprogramlar yayır.

“ALMANİYA RADIOSU” (“DEUTSCNLAND RADIÖ). Bütün ölkə miqyasında iki informasiya-mədəniyyət programı yayır. Reklam vermir. Yeganə maliyyə mənbəyi abunə haqqıdır.

ARD (BİRİNCİ KANAL), ZDF-dən başqa, bütün qeyri-özəl (ictimai-hüquqi) yayım şirkətlərini əhatə edir. İki ümummilli kanaldan biridir. Bütün Almaniya ərazisinə yayılır. Əsas informasiya programı saat 22.00-da yayılan və təxminən 6 min tamaşaçısı olan “Taqessau” (“Günün icmali”) verilişidir.

ZDF (İKİNCİ PROGRAM). ARD-dən fərqli olaraq mərkəziyyət prinsipi əsasında qurulub, yəni bütün verilişlər vahid mərkəzdən – Maynts şəhərindən yayılır. Başlıca xəbərlər bülleteni saat 19.00-da efirə çıxan, təqribən 5 min tamaşaçını əhatə edən “Hoyte” (“Bu gün”) programıdır.

Həm ARD, həm də ZDF Avopanın bir çox televiziyhəsində iştirak edir, məsələn, 1982-ci ilin mayından Fransanın “La Sert” mədəniyyət kanalı ilə birlikdə verilişlər hazırlayırlar.

ÜÇÜNCÜ PROGRAM. Struktur baxımından ARD-yə daxildir. Yaradılmasına 1961-ci ildə başlanıb, rəsmi açılışı isə 1965-ci ildə olub. Bölgələr üçün nəzərdə tutulub.

Landlarda 11 ictimai-hüquqi teleradiomərkəz fəaliyyət göstərir. Onların sırasında abunəçilərin sayına görə (7,4 min-22,1%) birinci yeri WDR (Qərbi Almaniya Yayımı) tutur. Mərkəzi Köln şəhərindədir, ölkənin əhalicə ən sıx ərazisi olan Şimali Reyn-Vestfaliya landına xidmət edir.

İkinci yeri (5,75 min abunəçi, 17,2%) Hamburqda yerləşən, Aşağı Saksoniya, Şiezviq-Holşteyn, Maldenburq-Predpomeraniya landlarını və land statuslu “azad və hanza şəhəri” Hamburqu əhatə edən NDR (Şimali Almaniya Yayımı), üçüncü yeri (5 min abunəçi 14,8%) Bavariyaya xidmət göstərən BR (Bavariya Yayımları)..., onuncu yeri SR (Saar Yayımları-430 min abunəçi 1,3%), axırıncı yeri isə (300 min abunəçi 0,9%) RB (Bremen Radiosu) tutur.

Özəl radio və televiziya şirkətləri Özəl radio və televiziya şirkətlərinin fəaliyyətinə icazə verilən kimi iki özəl oferent (saziş təklifçisi) yayımı başladı. 1985-ci ildə SAT 1 teleşirkəti öz verilişlərini bütün Almaniyaya yaymağa başladı. 1986-ci ildə RTL plus (indi RTL adlanır) şirkəti də onlara qoşuldu. Bu gün özəl radio və televiziya şirkətlərinin sayı xeyli çoxalıb. Həm də burada radio ilə televiziya arasında dəqiq hüdudlanma var. Yəni iri özəl teleşirkətlərdən heç biri eyni vaxtda həm də teleprogram yaymır. Özəl teleprogramların əksəriyyəti bütün ölkəyə yayıldığı halda, özəl radioprogramlar, əsasən ayrı-ayrı bölgələrdə, yaxud vilayətlərdə yayılır.

Özəl teleşirkətlərin yaydıqları programlar əksər hallarda “tam programlar”dan ibarət olur ki, lakin ictimai-hüquqi teleradioşirkətlərin programları ilə müqayisədə özəl şirkətlərin verilişlərində əyləncə daha çox olur. İxtisaslaşdırılmış programların tamaşaçıları az da olsa, onlar KİV bazarına daxil ola bilərlər. Pullu (abunə ilə olan) programlar, yaxud ayrı-ayrı pullu verilişlər hələ inkişafın ilk mərhələsindədir.

ƏSAS ÖZƏL TV-lər: SAT-1, RTI, RTI-2, VOX, N-TV, VIVA, TELE-5 və PRO-7, Kabel 1, Super-RTI, Avrosport.

ƏSAS ÖZƏL RADIOLAR: Radio FFN, RSN Radio Schieswiq-Noistein, Antenne Bayem, Nundert-6, Radio Hamburq və s.

MÖVCUD QANUNLAR

Teleradioyayımın hüquqi mövqeyi. AFR-də mətbuat, informasiya və fikir azadlığının konstitusion əsasını Əsas Qanunun ilk maddəsi təşkil edir.

1. “Hər kəsin öz fikrini şifahi, yazılı, yaxud vizual formada ifadə etmək və yamaq, hamiya çatımlı informasiya qaynaqlandırın maneəsiz bəhrələnmək hüququ var. Mətbuat azadlığına, radio, televiziya və kino vasitəsi ilə azad informasiya yayımına təminat verilir. Senzura yoxdur.

2. Bu hüquqlar ümumi qanunlarla, gənclərin hüquqlarıının və şəxsi ləyaqətin qorunması sahəsindəki qanunvericiliyin müddəaları ilə məhdudlaşdırılır.”

Bundan əlavə, ayrı-ayrı landlarda mətbuat haqqında qanunlar da fəaliyyət göstərir. Konstitusiyanın informasiya azadlığı ilə bağlı maddələrinin, landların mətbuat qanunlarının, eləcə də teleradioyayım barədə Dövlət Müqavilələrinin yerinə yetirilməsinə ölkənin Federal Konstitusiya Məhkəməsi (FKM) nəzarət edir. Federasiyanı təşkil edən landlar 1987-ci ildə bağladıqları “Teleradioyayım sisteminin yenidən qurulması haqqında Dövlət Müqaviləsi”ndə dual (ikili) müddəaya əsaslanaraq eyni vaxtda həm ictimai-hüquqi, həm də özəl yayımın mövcud ola bilməsi faktını təsbit etdilər.

ADR-lə AFR birləşəndən sonra, 1991-ci il avqustun 31-də “Birləşmiş Almaniyada Teleradioyayım Haqqında Dövlət Müqaviləsi” imzalandı.

Teleradioyayım sahəsində Almaniya qanunvericiliyinin şərhini və adı çəkilən Dövlət Müqaviləsinin mətnini azacıq ixtisarla türkçəmizə çevirib oxucuların sərəncamına veririk.

Teleradioyayım sahəsində Almaniya qanunvericiliyi “Teleradioyayım” anlayışı

Almaniya hüquqçuları “teleradioyayımı” terminini geniş anlamda işlədirlər. Buraya mətbüdü kütłəvi informasiya vasitələri ilə, ilk növbədə qəzet və jurnallarla yanaşı, XX əsrдə ictimai rəyin formalasdırılmasının müüm amilinə çevrilmiş radio, televiziya və klassik informasiya vasitələri daxildir. Radio və televiziya öz başlanğıcını “radioproqramlar” formasında olan radioyayımından götürür. İki dünya savaşı arasındaki müddətdə radioyayima “televiziya” adlanan yayım da əlavə olundu.

Almaniya Konstitusiyasının 5-ci maddəsinni 1-ci abzasında teleradioyayımın geniş müdafiəsi nəzərdə tutulsa da, burada həmin anlayışın təfsilatı verilmir. Belə təfsilata **“Televiziya və Radio Yayımı Haqqında Dövlət Müqaviləsi”**ndə rast gelinir. Orada televiziya və radio yayımı hüquqi baxımdan aşağıdakı kimi səciyyələndirilir:

“Televiziya və radio yayımı ümuni istifadə üçün nəzərdə tutulmuş audio və auidiovizual proqramları yaymaqla məşğul olan təşkilatdır. Belə yayım simsiz rabitə şəraitində elektromaqnit dalğaları vasitəsilə gerçəkləşdirilir. Bu anlayışa kodlarla yayılan və xüsusi haqq ödəməklə qəbul olunan proqramlar və telemətn daxildir”.

Bu yozum radio və teleproqramların ən klassik yayım formalarını, yəni radioproqramların uzun, qısa və ultraqısa dalgalarda, həm də teleproqramların yerüstü

yolla, eləcə də peyk, yaxud kabel vasitəsilə yayılmasını əhatə edir.

“Klassik proqramlar”ın bu cür təsnifatının birmənalılığı belə bir hali istisna etmir ki, elektron KİV-in kompüter vasitəsilə informasiya mübadiləsi və emalı sistemləri ilə birləşməsi və elektron KİV-in yeni formalarının meydana gəlməsi fonunda bu anlayışın hüdudları silinə bilər. Buna görə də son illər AFR-də “teleradioyayım” anlayışı ətrafında diskussiya gedir və onun nəticələrini qiymətləndirmək hələlik mümkün deyil. Yəni elektron KİV-in hüquqi cəhətdən təsnifatının hüquqi normaların hazırlanmasının kimin-federasiyanın, yoxsa federal landların (ərazilərin) – səlahiyyətində olması baxımından zəruriliyi faktı bu diskussiyani törədən səbəblər sırasında sonuncu yerdə durmur.

Televiziya və radioyayım azadlığının Konstitusion təminatı.

AFR Ana Yasasının müddəalarında nasional-sosializm illərinin siyasi təcrübəsi də nəzərə alınır. Məsələn, dövlət hakimiyyəti orqanlarının hamisinin əməl etməli olduqları başlıca hüquqlar siyahısı Əsas Qanunun əvvəlinə çıxarılib.

Nasional-sosializm dövründəki “hakim ideologiyaya sədaqət” və KİV-ə dövlət təzyiqi təcrübəsindən sonra Konstitusiyada təsbit olunmuş KİV-in azad təşkilinə bağlılıq təəccübə qarşılanmamlıdır. 5-ci maddənin 1-ci və 2-ci abzasında deyilir:

“(1) Hər kəsin öz fikrini şifahi, yazılı, yaxud vizual formada ifadə etmək və yaymaq hamının çatımlı informasiya qaynaqlarından maneəsiz bəhrələnmək hüququ var. Mətbuat azadlığına, radio, televiziya və kino vasitəsilə azad informasiya yayımına təminat verilir. Senzura yoxdur.

(2) Bu hüquqlar ümumi qanunlarla, gənclərin hüquqlarının və şəxsi ləyaqətin qorunması sahəsindəki qanunvericiliyin müddəaları ilə məhdudlaşdırılır”.

Bunlar göstərir ki, Almaniya hüququnda mətbuatın, televiziya və radionun azad təşkili konstituaiya-hüquq səviyyəsində ifadə edilib: əsas hüquqların qorunması baxımından bu məsələ hətta Avropa İnsan Haqları Konvensiyasının (AİHK) 10-cu maddəsinin bütün Avropaya verdiyi təminatdan da irəli getmək əzmindədir. Əsas Qanunun 5-ci maddəsinin 2-ci abzasında həmin maddənin 2-ci abzasındaki formulirovkalara nisbətən daha yüksək tələblər qoyulub.

AGENTLİKLƏR

Döyçer Depeşendinst – DDP informasiya agentliyidir. Əsası 1971-ci ildə qoyulub. **Döyçe Presse – Agentur – DPA** 1949-cu ildə yaradılıb. **Algemayher Döyçer Naxrixtendins – ADH** informasiya agentliyi isə 1946-cı ildən fəaliyyət göstərir. Ümumiyyətlə, ölkədə 500-dən çox informasiya agentliyi var.

İTALİYA

Avropada yerləşir;

İdarəetmə forması – respublika;

Dövlət başçısı – prezident;

Ali qanunverici orqan – ikipalatalı parlament (Respublika senati, Deputatlar palatası);

Ali icraçı orqan – hökumət;

Dövlət dili – italyan;

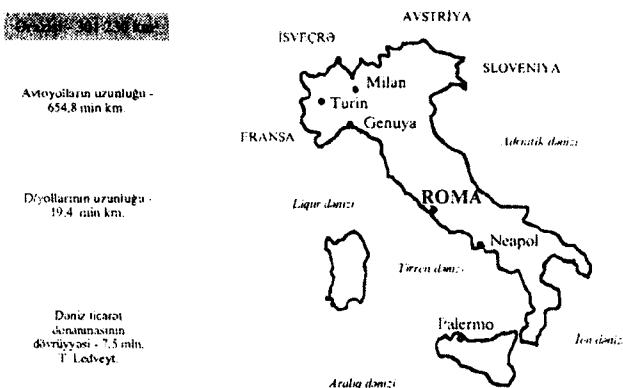
Milli bayram – Respublika elan olunması günü – 2 iyun (1946);

Üzv olduğu təşkilatlar – BMT (1955), AŞ (1949), AB (1957), NATO (1949);

Siyasi partiyalar – Sol Qüvvələrin Demokrat Partiyası – SQDP (1991), İtaliya Xalq Partiyası, «İrəli İtaliya» (1993), Şimal İttifaqı – Federativ İtaliya (1982);

Əhalisi – 57,5 mln.;

Paytaxtı – Roma.



TARİXİ ARAYIŞ

- **395** – Roma imperiyasının 2 hissəyə (Qərbi və Şərqi) parçalanması
- **1805-1806** – İtaliya respublikalarının krallıqlara (İtaliya krallığı, Neapol krallığı) çevrilməsi
- **1848-1849** – Avstraliyalılara qarşı İtaliya inqilabı
- **1849, 9 fevral** – Roma respublikası elan olunması
- **1859-1870** – İtaliya inqilabı
- **1860** – Azad edilmiş bütün İtaliya ərazilərinin Sardiniya krallığına birləşdirilməsi
- **1861** – Sardiniya krallığının vahid İtaliya krallığına çevirilməsi
- **1870** – Romanın İtaliyanın tərkibinə daxil edilməsi ilə ölkənin birləşdirilməsinin başa çatması
- **1872** – İtaliya Sosialist Partiyasının yaradılması
- **1922** – İtaliyada faşistlərin hakimiyyətə gəlməsi
- **1922-1943** – V.Mussolininin faşist diktaturası
- **1936, 9 may** – İtaliyanın imperiya elan olunması
- **1940** – İtaliyanın Almaniya tərəfindən müharibəyə qoşulması
- **1946** – Monarxiyanın ləğvi, İtaliyanın respublika elan edilməsi
- **1947** – Konstitusiyannın qəbul edilməsi
- **1992** – «Təmiz əllər» adlı kompaniyanın (korruptioner məmurların məhkəməsi) həyata keçirilməsi
- **1998** – Sol qüvvələrin hakimiyyətə gəlməsi



İTALİYA MƏTBUATI

Italiya jurnalistikasının tarixi çox qədimdir. Ölkədə ilk çap qəzetiinin yaranması XVII əsrin əvvəllərinə təsadüf edir. 1616-ci ildə nəşr olunan «**Roma akademiyasının aktları**» adlı qəzeti misal göstərmək olar. Bu dövrdə fəaliyyət göstərən qəzet və jurnallar əsasən xarici xəbərlərə geniş yer verirdi. Universal, yəni hər şeydən, hər yerdən informasiya verən qəzet və jurnallar XVIII əsrin axılarında çıxmaya başlayıb. «**Koffe**» belə jurnallardan biri idi.

XVIII əsrin sonlarında ölkənin birləşdirilməsi uğrunda hərəkat genişləndirdi. İtaliya yalnız 1870-ci ildə bir dövlət kimi formalaşıb. Buna qədər 9 dövlətə parçalanmışdı və 1946-ci ilə kimi monarxiya idi. Həmin ildə keçirilmiş rəy sorğusuna əsasən ölkə respublika elan olundu.

İtaliya vahid bir dövlət kimi formalaşdıqdan sonra mətbuatda inkişaf yoluna çıxdı. Bir sıra qəzetlər yarandı. 1876-ci ildə «**Korryere della sera**» («Axşam xəbərləri»), 1878-ci ildə «**Messadjero**» («Xəbərlər») qəzetləri işiq üzü gördü. Onu da qeyd etmək yerinə düşər ki, o vaxtlar Avropada fransız və ingilislərin mətbuat sahəsindəki təcrübəsindən bəhrələnirdilər. Lakin buna baxmayaraq, İtaliya mətbuatı hələ də geridə qalırıldı. Ən çox tirajı olan qəzet vur-tut 120 min nüsxəni keçmirdi. Halbuki Fransa və İngiltərədə qəzetlərin tirajı milyona yaxınlaşındı.

Birinci dünya müharibəsi İtaliyanın iqtisadiyyatına çox ağır təsir etdi. Müharibə əleyhinə ən çox «**Avanti**» («İrəli») qəzeti materiallar dərc edirdi. Bu qəzet 1872-ci ildə yaradılmış Sosialist Partiyasının orqanı idi. Qəzeti 1912-1914-cü illərdə redaktoru Mussolini olmuşdur.

1919-cu il mayın 1-dən nəşrə başlayan «**Ordino nuovo**» («Yeni qayda») qəzeti İtaliya Kommunist Partiyasının (21

yanvar 1921) orqanına çevrilir. Qəzetə Antonio Qramşı və Palmiro Tolyatti rəhbərlik edirdi. Qəzeti 1919-cu ildə 31, 1920-ci ildə isə 23 nömrəsi çıxıb.

1922-ci ildə İtaliyada faşistlər hakimiyyət başına gəldi. Mussolininin faşist diktatürası ölkədə terror rejimi yaratdı. Onlar ilk növbədə kommunist mətbuatını qadağan etdilər. Yalnız 1924-cü il fevralın 12-də «Unita» («Birlik») adlı qəzet nəşr etmək mümkün olur. Hazırda «Unita» KP-nin orqanı kimi çıxır.

1945-ci ilin aprel ayında İtaliyada başlanan üşyan ölkəyə azadlıq getirdi. İkinci dünya müharibəsindən sonra İtaliya inkişaf etmiş sənaye ölkəsinə çevrildi. Sənayenin inkişafı mətbuatın da inkişafına şərait yaratdı. Yeni yaranan qəzetlər - «Mondo» («Dünya» - 1949), «Mondo operayo» («Fəhlə aləmi» - 1948), «Odji» («Bu gün» - 1945), «Lavaro Italiano» («İtaliya əməyi» - 1949) və sairleri İtaliyanın gerçek perspektivi barədə materiallar dərc edir, ölkə konstitusiyasının qəbul olunmasına çalışırdı. Qərbin digər ölkələrindən nümunə götürən İtaliya dövləti kütləvi informasiya vasitələrinə maliyyə yardımı edir, bəzi xidmətlərdən güzəştli istifadəyə şərait yaradır. Mətbuata bu qayğı az-çox onun inkişafına təsir etməyə bilməzdi. Artıq 1950-ci ildə İtaliyada 90-dan çox gündəlik qəzet çıxırdı. Onların ümumi tirajı 6 milyona yaxın idi. Qəzetlərin çoxu ölkənin şimalında nəşr olunurdu. Böyük qəzetlərin əksəriyyəti Milanda, Romada və Turində çıxır.

1990-ci ilin əvvəllərində qəzetlərin tirajı **10 milyona** çatdı. Onu qeyd edək ki, ölkədəki qəzetlərin ayrı-ayrılıqda tirajı hələ də çox deyil. Əksəriyyəti 50 min, təxminən 10-a yaxın qəzet isə 200-250 min nüsxə tirajla çıxır. İtaliya qəzetlərinin sayı barədə Internetdə yayımlanan məlumatata görə ölkədə 1999-cu ilin dekabr ayı daxil olmaqla 925 mətbuat orqanı fəaliyyət göstərir ki, onlardan da 62-si gündəlik qəzet, 501-i jur

AZZARDO
Poker e Bingo online
tutti i nuovi giochi di Stato

COCAINA
E allarme: troppi tossici
nelle classi dirigenti

UMA THURMAN
In anteprima il film Pirelli
che sarà trasmesso su interme

GIORNALE 2,80 EURO in tutta
ITALIA 1,70 euro

Panorama

www.panorama.it

797333-10400

ATTACCO ALLA

- IL CLIMA È IMPAZZITO -
- IL PETROLIO POTREBBE FINIRE -
LE METROPOLI SONO PIÙ INQUINATE
DI QUELLO CHE CI DICONO -

ECCO COME SALVARLA

EOLICA, SOLARE, GEOTERMICA, DA IDROGENO:
VIAGGIO NELLE ENERGIE ALTERNATIVE

Ricerca: a Milano l'aria è 9 volte più sporca • Esperimento: da quest'estate alle Eolie
rispetto ai limiti di legge, a Roma 3 volte • L'elettricità sarà alimentata dal biodiesel

«Panorama» jurnalı

naldır. Bu da 1998-ci illə müqayisədə daha çoxdur. KİV sahəsindəki müsbət dəyişikliklərə baxmayaraq, İtaliya mətbuatı tirajına görə inkişaf etmiş Avropa ölkələrindən geri qalır. Burada hər 1000 nəfərə orta hesabla 102 nüsxə qəzet düşür. Ölkə ərazisində qəzetlərin yayılması da bərabər deyil. Belə ki, şimalda hər 1000 nəfərə 132, mərkəzdə 122, cənubda isə 55 nüsxə qəzet düşür. İndinin özündə də İtaliyada qəzetlərin abunə və satışı məsələsi problem olaraq qalır. Bircə faktı göstərmək kifayətdir ki, əhalinin cəmi 8 faizi qəzetlərə, 21 faizi isə jurnallara abunə yazılır. Ən çox da əhali iqtisadiyyatdan bəhs edən qəzetlərə maraq göstərir. Çətinliyi aradan qaldırmaq üçün 1999-cu ildə qanun qəbul edildi. Həmin qanuna görə, mətbuatın satışı ilə məşğul olan məntəqələrin sayı artırıldı. Bunun özü də gözlənilən nəticəni vermədi. Bütün bulara baxmayaraq, İtaliya KİV-in inkişafı üçün müxtəlif yollar axtarır.

Ən mühüm qəzet və jurnallar. «Korryere della sera» («Axşam xəbərləri» - 1876), «Messadjero» («Xəbərlər» - 1878), «Republika» («Respublika» - 1976), «Stamra» («Mətbuat» - 1868), «Unita» («Birlik» - 1924), «Oci» («Bu gün» - 1945), «Mondo operayo» («Fəhlə aləmi» - 1948), «Epoka» («Epoxa» - 1950) və s.

TELEVİZİYA VƏ RADİO

Ən böhranlı dönəmlərdə də, Avropanın ən axır sıralarında durduğu çağlarda da hansı sənət növlərində, hansı elm və texniki axtarışlardasa İtaliya tarixə parlaq şəxslər vermişdi. Özü də bu şəxslərin arasında hətta radioyayılm texnolojisinin formallaşmasına da daxil olan kimsələr olmuşdu. Onlarda biri – Quglielmo Markoni İtaliya fiziki, ixtiraçısı idi. 1874-cü ildə Boloqnada dünyaya gəlmişdi. Bu

adam 1896-cı ildə effektli radio-teleqraf sistemini ixtira etmişdi. 1909-cu ildə Nobel ödülünü (mükafatını) alandan sonra isə fəal şəkildə çağdaş radio yayımının özülündə duran qısaladlılı simsız kommunikasiyanın gelişməsi üzərində çalışmışdı.

Hərçənd o da deyilməlidir ki, tarixi xidmətlərinə görə İtaliya yayımında radionun parlaq səhifələri olmasa da, auditoriya baxımından onun sonrakı nailiyyətləri yetərli qədər diqqətə layiq görünür. Araşdırmaqlar göstərir ki, son çağlarda hər gün 34 milyon adam, yəni əhalinin 66%-i İtaliya radiolarına qulaq asır. Əhalinin 82%-i isə heç olmasa həftədə bir dəfə onu dinləyir. İtaliyada dövlət yayımının adı – abreviaturası “RAİ” də radio ilə bağlıdır. İlk vaxtlar bu yayıma “Radio İtaliyano” deyilirdi. “RAİ”, bax bu kəlmədəki hərflərdir. Maraqlıdır ki, ölkədə televizion yaranandan sonra da dövlət yayımının adı RAİ qaldı. Bu dəfə onun açımı “Radiotelevizyone İtaliyano” oldu.

İtaliyada dövlət radioları və 12 kommersiya radiosu milli miqyasda şəbəkələr əmələ gətirir. Ölkə üzrə lisenzi olan yerli radio stansiyaların sayı isə 350-yə çatır.

Bu məmləkətdə gənclər radioya daha bağlırlar. 100 gəncdən 89-u həmişə radionu dinləyir. Onlar əsasən gündüzlər radioya qulaq asırlar, özü də ən çox qulaq asırlar kommersiya radiolarına.

İtaliyada ixtisaslaşmış radiolar da var, özü də onların arasında katolik kilsəsinin “Radio Mariya”sı ən populyar dalğadır.

RAİ-1 radiosuna gündə 7.7 milyon adam qulaq asır. RAİ-2-ni 6 milyon adam dinləyir. Kommersiya yayımı olan “Radio Di-Cey”in dinləyiciləri isə İtaliyada 4,1 milyona çatır.

Appenində yayımın subyektləri çoxçəsidiidir. Burada dövlətin, ayrı-ayrı sahibkarların radio-teleyayımları ilə yanaşı katolik kilsəsinin də öz yayımı var. Katolik kilsəsi başına **254** radiostansiya toplayıb, onların da arasında dediyimiz kimi ən populyarı “Radio Mariya”dır (kilsənin teleşəbekəsində isə stansiyaların sayı **35**-ə çatır və bunlara 5 milyonanın adam baxır).

Televizyona gələndə onun italyanlar üçün nə qədər sevimli yayım kanalı olmasını dürlü statistik verilişlər göstərir. Məsələn, 90-cı illərin əvvəllərində italyan ailələrinin 100%-nin televizoru vardı və bu hətta Avropa üçün də yüksək göstərici idi. Evində iki televizor olanlarının sayına görə isə İtaliya Fransadan, Almaniyadan qabaqdadır.

Adambaşına düşən teledəqiqliyə görə bu ölkənin göstəricisi çox yüksəkdir. İtaliya bu baxımdan Avropanın orta göstəricisindən yuxarıda durur.

Ancaq sputnik televizyonuna gələndə 90-cı illərin əvvəllərində İtaliyanın göstəriciləri Avropanın başlıca ölkələrinə baxanda aşağı idi (bəziləri İtaliyada sputnik televizyonunun zəif inkişafının səbəbini onda görülür ki, italyanlar başqa dilləri bilməkdə hamidən geri qalır).

Ölkədə sputnik televizyonunun bu durumu həmin illərdə dövlət qatında bəlli narahatlılıq doğurdu. Ona görə də sputnik televizyonunu geliştirmək üçün 1994-cü ildə ayrıca bir plan qəbul olundu. Bu plan 1997-2000-ci iləcən sputnik televizyonunu geliştirməyi nəzərdə tuturdu. Dövlət bu məqsədlə həmin sektora 105 milyard lirə ayırdı. Tezliklə həmin pullar nəticə verməyə başladı. İtalyan tamaşaçıları Avropa sputnik kanallarına baxmaq üçün çoxlu parabolik antennalar almağa başladılar. Hazırda belə antenna sahibləri “Avrosportu”, “Em.TV”-ni, “Syupə çənnəl”i, “Bi-Bi-Si nyuz”u, “Si-En-En intənəşnl”i, “Avronyuz”u tuta bilərlər.

O ki qaldı, kabel televizyonuna, İtaliyada bu yayım forması hələ də zəif olaraq qalır.

Bu sadalanan faktlardan sonra indi də İtaliyada telestansiyaların başqa göstəricilərinə baxaq. Telestansiyalar məsələsində İtaliyanın yetənəkləri çox böyükdür. Hesablamalar göstərir ki, teleşəbəkəsinə görə bu məmləkət dünyada ən yuxarı yerlərdən birini tutur. Milli kanallara gələndə isə o, sayca ən üstün göstəricini əldə edib.

İtaliya dövlət yayımı **“Radiotelevizyone Italiyano”** 1924-cü ildə yaradılıb, 1927-ci ildə isə onunla dövlət arasında razılaşma olub ki, 25 il radioverilişlər, proqramlar yayımlamaq üçün yalnız ona icazə verilir. RAI-nin konfessionuna (İtaliyada lisenzə “konfession” deyilir) 1952-ci ildə teleyayım icazəsi də artırıldı və beləliklə yayım sahəsində onun monopoliyası, təkəlciliyi üçün əlverişli bir durum yaradıldı.

Zaman keçdikcə yayımın dövlətçilik, dövlət maraqları ilə bağlı güclü və hətta “qorxulu” imkanları da aydın oldu. Ona görə də dövlət RAI-ni demək olar ki, tam şəkildə öz institutuna, qurumuna çevirdi. Hərçənd o da deyilməlidir ki, İtaliyada dövlətin RAI-yə yiylənlənmək siyaseti bazar iqtisadiyyatının verdiyi “oyun qaydaları” formasında gerçəkləşdirildi. Bu qaydalara görə RAI aksioner cəmiyyət edildi, deməli, onun ələ keçirilməsi də sosializmdə olan “milliləşdirmə aksiyası” ilə yox, RAI-nin aksiyalarının alınması ilə həyata keçirildi. Məsələ belə həll olundu. RAI-nin aksiyalarının 99%-ni dövlətə mənsub Sənaye Rekonstruksiyası İnstitutu aldı. Bu İnstitutun özü Batı Avropada ən iri maliyyə-sənaye qurumlarından idi. O, 1933-cü ildə yaranmışdı və dövlət tərəfindən yönəldilirdi.

İqtisadi mexanizmlə beləcə dövlətə bağlaşdırılmış RAI uzun müddət hakimiyyətin iqtisadi mexanizminin verdiyi kanallarla onun siyasi təsirlərinə məruz qaldı.

İndi isə bir durum kimi RAI-nin sisteminə, strukturuna baxaq. Dediymiz kimi, RAI aksioner cəmiyyət idi. Uyğun olaraq sahiblərinin toplantıları RAI-nin rəhbər orqanlarının zirvəsini əmələ gətirirdi. Daha sonra İcraiyyə Şurası, Həmkarlar Birliyi, prezident və vitse-prezident, baş direktor kimi rəhbərliyin o biri pillələri gəlirdi.

1975-ci ildə Yayım üzrə Qanunun əsasında RAI-nin dövlətə bağlılığına bir yenilik gətirildi. Qanuna əsasən Parlament komissiyası yaradıldı və RAI üzərində nəzarət ona tapşırıldı.

RAI-yə Parlament komissiyasının göz qoymasının öz demokratik cəhətləri vardı. Yeni Parlament nəzarətindən belə çıxmırkı ki, Dövlət birbaşa bu yayımın işinə qarışır. RAI-yə nəzarət daha çox dolayı xarakter daşıyır. Dövlət RAI-nin redaktorlarının qərarlarına birbaşa qarışmırı, onların yaradıcı sərbəstliklərinə bəlli sınırlaracan saygı göstərirdi.

Zaman keçdi, RAI-nin rəhbər strukturlarını islahat etmək cəhdləri isə dayanmadı. 1993-cü ildə korrupsiya məsələsinə görə İtaliyada partiya skandalları başlayanda və beləcə partiya sistemi dağında RAI üçün yeni perspektivlər açıldı. XDP, İSP, İKP-nin RAI-də vəzifələri paylama praktikasına son qoyuldu. Bitərəf Çampi hökumətə rəhbərlik edəndən və 1993-cü il Aprel referendumundan sonra RAI haqqında qəbul edilmiş yeni Qanun RAI-də təzə bicismli rəhbər strukturları yaratdı.

1990-ci ilin avqustunda İtaliya yayımında startda bu üstün vəziyyət RAI-nin əlindən alındı. Parlament Mammi Qanununu qəbul etdi. Siyasətçi Maminin hazırladığı bu

Qanun artıq özəl teleşirkətlərin birbaşa efirdə xəbərlər verməsinə “olar!” dedi.

İtaliyada Kommersiya televizyonunun tarixçəsi Appenində özəl televizyonun tarixi ayrı-ayrı xırda qrupların telecəkilişlər edib bölgə kanalları ilə yayım yapmalarından başlayır. Stansiyalar 50-ci illərdə heç bir cızığa salınmadan yaranıb genişlənə bilirdilər.

Bundan başqa, İtalya hakimiyyətinin çoxkanallılığa razi olmasına Birləşmiş Ştatların televizyon mədəniyyəti də təsir etdi. Amerikalıların yayım konsepsiyasına görə çoxkanallılıq texniki gəlismələrin sayəsində qəçinlməzdür, onun üçün də ən yaxşısı çoxkanallığın qarşısını almaq yox, onu mədəniyyətin güclü amilinə çevirməkdir. Bu konsepsiyada amerikan düsturu belə idi: “kanallar çox, normativ sənədlər isə az olsun”.

İtalya Anayasa Məhkəməsi bütün bu tipli arqumentlərə görə özəl teleradio yayımına və özəl yayımın kommersiyalaşmasına qapıları açdı. İtalya Anayasa Məhkəməsi 202 sayılı qərarı ilə ölkədə yeni bir durum yaratdı. Bu qərar radio-televizyon yayımları üzrə bəzi qanunları konstitusion olmayan saydı və bundan sonra yayında Dövlət monopoliyasına son qoyuldu.

1971-ci ildə İtaliyada “**Telebiella**” adında ilk özəl kabel televizyonu yaradıldı. Bundan sonra kabel televizyonu qanununun icazəsi olmadan da bütün İtalya boyu yayılmayağa başladı.

Ancaq özəl teleyayımin tarixində ən ciddi dönəm Silvio Berluskoninin girişimlərindən başlayır. İtalyan özəl televizyonu indinin özündə də daha çox **Silvio Berlusconi**nın adı ilə bağlıdır. İrəlidə dediyimiz kimi, Berlusconi tikinti biznesi ilə məşğul olandan sonra çalışmalarını teleyayım, reklam biznesinə yönəltmişdi. Bunun

sonucunda o, 1978-ci ildə Milanda yerli kabel televizyonu olan “**Telemilano**”ya 1 milyard lirə maya qoymuşdu.

Berluskoninin telebiznesində birinci alqı mali olan “Telemilano” çox keçmədi ki, yalnız kabel televizyonu olaraq qalmadı. Çox keçmədi ki, o, həm də hava ilə yayılmışan böyük televizyon kommersiya şəbəkəsinə çevrildi.

“Telemilano”dan sonra ikinci addımda Berlusconi “**Kanal-5**”i ələ keçirdi. Beləcə, Berlusconi addım-adıum “İtaliya-1”, “Rete-4” və başqa xırda şəbəkələri aldı (İtaliyada “şəbəkə” Birləşmiş Ştatlardakından fərqli mənada işlənir. “Şəbəkə” bir sahibkarın əlində olan stansiyalar dəstini bildirir.

Berluskoninin biznesi axırda “**Fininvest**” adlanan böyük bir sistemin yaranması ilə sonaçıldı. “Fininvest” çoxbudaqlı, çoxönümlü bir qurum idi, televizyon və mətbuat isə onun kommunikasiyon sektorunu əmələ gətirirdi.

“Fininvest”in strukturu belə idi: yuxarı bölmə “Berlusconi holding” adlanırdı (holding şirkətlər aksioner cəmiyyət olaraq bir çox bağımsız iqtisadi strukturlarda, yəni banklarda, sigorta qurumlarında və s.-də aksiyaların çoxuna yiylənərək, onları əlində bu yolla saxlayır). “Berlusconi holding” özünə 22 holdingdən ibarət şəbəkəni qatırdı.

“Fininvest”də daha sonra “Mediolanum” adlanan köməkçi maliyyə cəmiyyəti gəlirdi: bu cəmiyyət kapitalı yiğmaq və hərəkətə gətirməklə məşğul olurdu. Daha sonra “Fininvest” qrupu gəlirdi. Bu axırıncıya “Fininvest İtaliya” giridi, 0, sigorta biznesi ilə məşğul olurdu.

Berluskoninin “Elektronika Industriale” (televizorların, elektron cihazlarının istehsalı və satışı) adlanan holdinqi yönümündən də göründüyü kimi, artıq, yayına yaxınlaşan

halda idi. Ancaq teleyayımla birbaşa “Biq TV” və “SBE” bağlı idi.

Berluskoninin telebiznesi güclü pulların televizyon üçün necə böyük imkanlar açdığını açıq-aydın dörd tərəfə göstərmış oldu. 1978-ci ildən televizyona girişmiş gələcək mandat, artıq 1979-cu ildə “Titanus 300”dən 40 il ərzində çəkilmiş bütün filmləri satın aldı. Bu çox düşünülmüş və cürətli bir addım idi. Berlusconi birdən-birə İtaliyanın 40 illik kinoməhsuluna sahib oldu və indən belə bu 40 ildə çəkilmiş filmləri göstərmək istəyənlər onunla haqq-hesab çəkməliyidilər.

1979-cu ilin payızında Berlusconi öz teleşəbəkəsinin coğrafiyasını genişləndirməyə başladı. O, Milan ərazisindən çıxıb İtalya miqyasını almağa çalışdı. Bu məqsədlə də Quzeydə 5 stansiyaya, Güneydə isə 10 stansiyaya yiyləndi.

1980-ci ildə Berluskoninin 5 stansiyası “Kanal-5” adı altında yayına başladı. Bunlar hamısı alqı üçün böyük pullar isteyirdi. Berlusconi isə hər əldə etdiyi telestansiyadan qazanır, sonra da qazandıqlarını yeni telestansiyaların alqısına qoyurdu. Bunun sonucunda telemaqnata çevrilmiş Berluskoninin qarşısında elə imkanlar açıldı ki, o, hətta alış-veriş məsələsində Dövlət televizyonu RAI ilə üz-üzə gəlməkdən belə çəkinmədi. Bir fakt: Uruqvayda futbol çempionatı başlayanda çempionatı İtaliyaya transilyasiya etmək hüququ bazara çıxarıldı və Berliskoni RAI-dən daha çox pul verməklə həmin hüququ aldı.

İndi isə özəl televizyona başqa bir baxımdan yanaşaq: kommersiya teleyayımlının ciddi gücə çevrilməsi, sözsüz, bir çox göstəricilərlə bağlıdır. Onlardan biri tamaşaçıların sayıdır. Tamaşaçıların sayı həm nə qədər adama təsir etmək, həm də nə qədər adamı reklamlara baxdırmaq ölçülərini verir. Bunu göz qabağına alaraq İtaliyada özəl

televizyonun imkanlarını bilmək istəsək, görərik ki, ölkədə milli miqyasa çıxmış kommersiya kanalları yetərincə idi. “Fininvest”in 3 şəbəkəsi İtaliyada çox böyük məkana çıxırdı. “Kanal-5”, Rete-4” və “İtaliya-1” kimi özəl televizyonlar milli miqyası əhatə edirdilər. Tutuşdurmaq üçün deyək ki, milli miqyasda ictimai şirkət kimi RAI-nin yalnız 3 şəbəkəsi vardı. Bir sözlə, İtaliyada 3 dövlət kanalı, 6 kommersiya kanalı yayım verirdi. Bu altı kanaldan 3-nün, yəni “Kanal-5”-in, “İtaliya-1”-in “Rete-4”-ün sahibi Berluskoni idi.

“Telemontekarlo” Braziliya telesirkəti “Rete Qlobu”nun idi, “Rete-4” nəşriyyatçı Alberto Perussoya, “Vidomyuzik” isə Markuççi qrupuna mənsub idi.

Kommersiya televizyonları arasında dediyimiz kimi “Fininvest”, sözsüz, qabaq yeri tuturdu. Bu günün özündə onun üç telesəbəkəsi, bir reklam ajanlığı, gündəlik qəzetlər var.

İtaliya yayımında çox rəqiblər var, ancaq onların arasında, sözsüz, RAI ilə Berliskoninin özəl televizyonu başlıca rəqiblərdir.

MÖVCUD QANUNLAR

İtaliyada Yayım haqqında qanun axtarışları. İtaliya qanunvericiliyinin yayımı səhmana salmaq baxımından uğurları heç də böyük sayılmır. Burada radio, televizyon haqqında dürlü qanunlar yetərincə çıxarılib. Təkcə son illərdə televizyon haqqında 1992-ci il, 1993-cü, 1996-ci il qanunları çıxbı və onlar TV ilə bağlı müxtəlif situasiyaları nəzərə alıb. Ancaq, rəylərə görə bu qanunlar elə bir güclü hüquqi sistem yarada bilməyiblər ki, yayımın ən müxtəlif aspektlərini tənzimləməklə ciddi bir səhman yaratsınlar.

Beləcə televizyon haqqında yaxşı bir qanunun önemini sahibkarlar da, onlarla bağlı siyasetçilər də anlamağa başladılar. Ona görə də 233-cü qanunacan ölkə Parlamentinin dörtlü komissiyalarında 10 il boyu ən müxtəlif qanun layihələri dərtışdırılsa da, məsələnin aktuallığı tam aydın olanda konkret Qanun da çıxarıldı. Belə bir qanun üçün Parlament ortada olan layihələrin arasından ən realistini seçdi. Həmin proyekti Poçt və Telekommunikasiya Naziri **Oskar Mammi** hazırlamışdı.

Hərçənd Qanunun qəbulu ərəfəsində Xristian Demokrat Partiyası ilə İtaliya Sosialist Partiyası arasında, eləcə də Xristian Demokratlar Partiyasının öz içində ayrı-ayrı qruplar yenidən kəskin mübahisələr, konfliktlər burulğanına düşdülər. Bu səbəbdən də Mammi qanununun (italyanca “Leqqi Mammi”) qəbulu çox ağır keçdi. Ancaq hər halda axırda ona 335 deputat “hə” dedi (230 deputatın “yox”u, 3 deputatınsa “bilmirəm”i qarşısında) və qanun qəbul edildi.

Qanunun 41 maddəsi vardı və radio-televizyon yayımıının demək olar ki, xeyli məsələlərini çevrələyirdi. Mammi qanununda, məsələn, bildirilirdi ki, filmlər 45 dəqiqə içinde yalnız bir dəfə reklamla kəsilə bilər. Multfilmlərdə isə reklam bütünlükə yasaqlanırdı. Dövlət və kommersiya televizyonunda reklamlara normalar qoyulurdu. Sahibkarlara yalnız birdən üçəcən stansiyaya yiyələnmək icazəsi verilirdi. Beləliklə, Mammi Qanunu həm telesəbəkələrə, həm də reklam şirkətlərinə sayca sahib olmaq dərəcəsinə belli bir aydınlıq getirirdi.

Mammi Qanunu artıq özəl telesirkətlərinin birbaşa efirlə xəbərlər verməsinə də “olar” siqnalını “yandırmışdı”.

Ancaq zaman keçdi, bu qanun narazılıqlar doğurmağa başladı. İtaliyada Parlamentin TV-də islahat aparmaq üzrə

komissiyası da var. Ona tanınmış siyasetçi C. Napolitano başçılıq edirdi. O, xeyli vaxt idi ki, dirənirdi ki, TV haqqında yeni, daha əhatəli qanun olmalıdır.

Yeni qanun ideyası populyarlıq qazanmadı, ancaq əvəzində ölkədə yayım üzrə referendum keçirmək kampaniya-sı başladı və bu kampaniyada siyasiləşmiş qütb'lərin kəskin qarşışdırması tam şəkildə üzə çıxdı. Referendum 1995-ci il iyunun 11-də keçirildi.

Referendumun sonucları Berluskoninin və kommersiya televizyonunun xeyrinə oldu. Xalq RAI-də müəyyən qədər özəlləşdirmə aparılmasına da razılıq verdi. Bu referendum bütün Avropada səs saldı. Eyni zamanda İtaliyada TV haqqında yeni qanunun çıxarılmasını çətinləşdirdi. Yeni qanun, axı, Referendumun sonucları ilə hesablaşmalı idi.

Sonradan İtaliyada da Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarə yaradıldı. Həmin qurumun yaradılması bu ölkədə 1997-ci ildə Yayım və Telekommunikasiya üzrə çoxdan gözlənilən Qanun çıxarılandan sonra mümkün oldu. Qanun bu qurumu tam müstəqil elan etdi və vurğuladı ki, öz mühakimələrində, dəyərləndirmələrində o tam asaslıqsızdır.

Ancaq yadda saxlaya ki, həmin qanunvericilik başqa Avropa ölkələrinin yayım qanunvericiliyi kimi dəyərlidir və faydalıdır.

AGENTLİKLƏR

Acentsia Nasionale Stampa Assocata – ANSA informasiya agentliyi 1945-ci ildə yaradılıb. Romada yerləşir. Daxili və beynəlxalq məzmunlu informasiyalar verir. Xarici ölkələrin 70-ə yaxın informasiya agentliyi ilə əlaqə saxlayır, məlumat mübadiləsi aparır. İtaliyada ANSA-nın xidmətindən 100-ə yaxın qəzet, 50-dən çox radio və televiziya stansiyası və 20-

Ə yaxın agentlik istifadə edir. Agentlik həmçinin bir sıra kitablar, icmallar, bülletenlər nəşr edir.

Acentsia Cornalistika Italia – ACİ İtaliyanın ikinci ən iri informasiya agentliyidir. Romada yerləşən agentlik 1950-ci il-dən fəaliyyət göstərir. 400-dən çox abunəçiyə xidmət edir. Bir sıra xarici ölkələrin informasiya agentlikləri ilə məlumat mübadiləsi aparır.

İSPANIYA

Avropada yerləşir;

İdarəetmə forması – konstitusiyalı monarxiya;

Dövlət başçısı – kral;

Ali qanunverici orqan – Baş karteslər (parlamant);

Ali icraçı orqan – hökumət;

Dövlət dili – ispan;

Milli bayram – İspan milləti günü – 12 oktyabr;

Üzv olduğu təşkilatlar – BMT (1955), NATO (1982), AB (1986), AŞ (1977);

Siyasi partiyalar – Xalq Partiyası – XP (1976), İspaniya Kommunist Partiyası – İKP (1920), İspaniya Sosialist Fəhlə Partiyası – İSFP (1879), Radikal Sol Partiya – RSP (1905);

Əhalisi – 39,9 mln;

Paytaxtı – Madrid.



TARİXİ ARAYIŞ

- **E.ə. I əsrin sonları** – Roma İspaniyani fəth edərək iki əyalətə bölməsi (Yaxın İspaniya və Uzaq İspaniya)
- **IX əsr** – Araqon və Kastiliya krallıqlarının meydana gəlməsi
- **1492** – Araqonun və Kastiliyanın vahid dövlətdə birləşməsi
- **1808-1814, 1820-1823, 1834-1843, 1854-1856, 1868-1874** – İspaniya inqilabları
- **1879** – İspaniya Sosialist Fəhlə Partiyasının yaradılması
- **1931** – Monarxiyanın devrilməsi və burjua respublikasının yaradılması
- **1931-1939** – İspaniyada burjua demokratik inqilabı
- **1936** – Xalq cəbhəsinin yaradılması
- **1936** – Qeneral Frankonun başçılığı ilə Mərakeşdə qiyamın başlanması
- **1936, oktyabr** – Frankonun işgal etdiyi ərazilərdə faşist dövlətinin başçısı elan edilməsi
- **1936-1939** – Vətəndaş müharibəsi
- **1939, 1 aprel** – Respublikanın süqutu və İspaniyanın bütün ərazisində faşist diktaturasının qurulması
- **1947** – İspaniyanın krallıq və Frankonun ömürlük dövlət başçısı elan edildməsi
- **1953** – İspaniya ilə ABŞ arasında hərbi paktın imzalanması
- **1975** – Frankonun ölümü və I Xuan Karlosun kral elan olunması
- **1981** – Hərbi çevriliş çəhdidi
- **1982** – İspaniyanın NATO-ya qəbul olunması



İSPANIYA MƏTBUATI

Başqa Avropa ölkələri ilə müqayisədə İspaniyada jurnalistika zəif inkişaf edib. Bunun da əsas səbəbi iqtisadiyyatın ləng inkişafı və əhalinin əksəriyyətinin savadsız olmasıdır.

İspaniyada ilk qəzet 1661-ci ildə nəşrə başlayan «**Qazeta nuvel de Madrid**» qəzetiidir. Cəmi 20 sayı çıxıb. Uzun illər İspaniyada mətbuat sahəsində elə bir dönüş yaranmayıb. 18-ci əsrin ortalarına yaxın İspaniya iqtisadiyyatı bir qədər canlandı. Bu da qəzetlərin az da olsa sayının artmasına səbəb oldu. 1753-cü ildə ilk gündəlik qəzet «**Diario de Madrid**» işıq üzü gördü. Lakin bu qəzet gündəlik olmasına baxmayaraq, bir sıra çətinliklərlə rastlaşıdı. İnformasiya sarıdan korluq cəkən qəzet, öz səhifələrini şer və elanlarla doldururdu, bu da oxucuları nərazi salırdı. 18-ci əsrin sonunda Fransada inqilab başlananda İspaniya hakim dairələri irtica cəbhəsinə keçdilər. 1793-cü ildə İspaniya Fransaya qarşı müharibəyə başladı və məğlub oldu. Bu məğlubiyyət inqilabi partlayışla nəticələndi. Belə gərgin şəraitin olmasına baxmayaraq, bir sıra gündəlik qəzetlər nəşr olundu. Onlardan «**Diario de Valensi**» (1790), «**Diario de Barselona**» (1792), «**Vanquerdia**» (1881) qəzetlərini nümunə kimi qeyd etmək olar.

XIX-cu əsrədə İspaniyada beş burjua inqilabı baş verib. Bu inqilablar ölkədə fəhlə sinfini də oyatdı. 1879-cu ildə İspaniya Sosialist Fəhlə Partiyası (İSFP) (əsas müxalifət partiyası kimi indi də fəaliyyət göstərir) yarandı. 1886-cı ildə Madriddə həftəlik «**Sosialista**» jurnalı nəşrə başladı. Bu günə kimi nəşr olunan bu jurnal İSFP-in orqanıdır.

«**Sosialista**» jurnalı ilk nömrəsindən bütün qüvvəni bu ağır vəziyyətdən çıxarmaq uğrunda mübarizəyə səfərbər edir, təşkilatların möhkəmləndirilməsinə çalışırıdı. 1886-cı ildə ölkənin paytaxtında başqa bir jurnal – «**Ekonomista**» çıxdı. Həftə

lik jurnal iqtisadiyyat məsələlərindən bəhs edirdi. Ölkənin başqa şəhərlərində də qəzet və jurnal çıxırdı.

XIX-cu əsrin sonu, XX-ci əsrin əvvəllərində İspaniyada iri sənaye inhisarları meydana gəlməyə başladı. Bu da onu İngiltərə və Fransadan asılı vəziyyətə saldı. Elə bir şərait yarandı ki, İspaniya aqrar ölkə olaraq qaldı. XIX əsrin sonlarında İspaniyanın müstəmləkələrində başlanan azadlıq mübarizəsi genişləndi. Nəticədə İspaniya Kubanı, Puerto-Riko və Filippini itirdi.

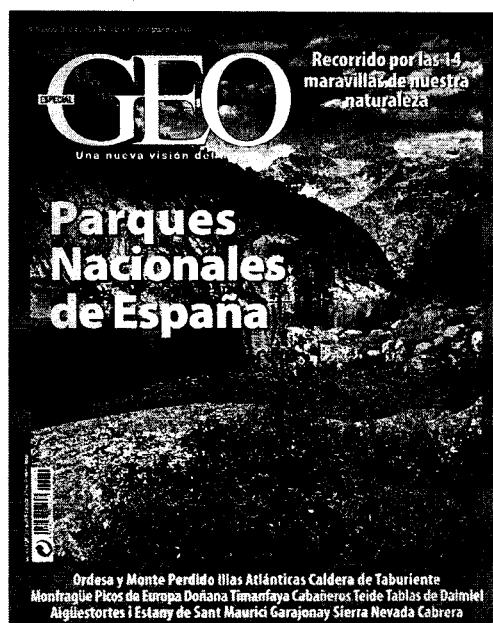
1918-1923-cü illər İspaniyada sinfi vuruşmalar, çarışmalar və fəhlə hərəkatının gücləndiyi illərdir. İspan tarixçisi Ramos Olveyira «İspaniya tarixi» kitabında yazır: «1918-1923-cü illərdə İspaniya içtimayyəti zorakılıq şəraitində yaşayırdı. Beş ildə ölkədə 12 hökumət, 3 parlament dəyişilmişdir. Bu vəziyyətin səbəbi İspaniyadakı siyasi içtimai həyatın ciddi çarışmaları idi».

1920-ci ildə yaradılmış İspaniya Kommunist Partiyası hərbi diktatura qurulduğandan (1924) sonra gizli fəaliyyətə keçməyə məcbur olmuşdu. Yalnız monarxiya devrildikdən (1931) sonra açıq fəaliyyətə keçdi. Partiyanın orqanı olan «Mundo obrero» («Fəhlə dünyası») qəzeti 1931-ci il noyabrın 14-dən ölkənin paytaxtı Madriddə nəşrə başladı. Qəzet Franco faşist diktatusu dövründə (1939-1976) qeyri-leqal fəaliyyət göstərib.

1936-cı ilin yanварında İspaniya Kommunist Partiyası, Sol Respublikaçılar Partiyası, Zəhmətkeşlərin Ümumi İttifaqı, Sosialist Gənclər İttifaqı, o cümlədən başqa təşkilatlar Xalq Cəbhəsi yaradılması barədə razılığa gəldilər. Fevral ayında isə parlamentə keçirilən seçkilərdə Xalq Cəbhəsi qalib gəldi. Lakin bu çox cəkmədi, Mərakeşdəki ispan qoşunları Fransisko Frankonun müdafiəsinə qalxdı və Xalq Cəbhəsi respublikası əleyhinə qiyama başladılar. Bu qiyam bütün İspaniyani



«El País» qəzeti



«XEO» jurnalı

bürdü. Və nəhayət 1939-cu il aprelin 1-də frankoçular respublikanın bütün ərazisini ələ keçirdilər. Beləliklə, İspaniyada avtoritar faşist diktaturası quruldu.

Faşist dikturası dövründə qəzetlərin sayı xeyli azaldı. 1939-cu ilin hadisələrindən sonra 250 qəzətdən yalnız 54-ü çıxdı. Barselonda 22 qəzətdən 20-i bağlandı. Əsas qəzətlərdən sayılan «Diario de Barselon» və «Vanquardia» öz fəaliyyətlərini davam etdirirdi. Müharibədən əvvəl təkcə paytaxt Madriddə 30-dan çox qəzet çıxırıdı.

1938-ci il aprelin 22-də qiyam zonasında qəbul olunan mətbuat haqqında dekret 1939-cu ildən 1966-cı ilə kimi öz güvvəsini saxladı.

Müharibədən sonra Franko dikturası dünyadan təcrid olunmuşdu. Terror ölkəni başına götürmüştü. Tətillərin qanundan kənar (1947) edilməsinə baxmayaraq, 1951-ci ildə Barselonda ilk tətillər başladı. 1962-1964-cü illərdə İspaniya tətillərin sayına görə Qərbi Avropada ilk yerlərdən birini tuturdu.

1966-cı il martın 15-də mətbuat haqqında qanun qəbul edildi. Qanunun 2-ci maddəsi müxtəlif fikirlərin yayılmasına açıq qadağa qoyur. Bundan da hökumət öz məqsədləri üçün istifadə edir. Bu həm də senzuranın bərpası demək idi.

Başqa ölkələrdən fərqli olaraq İspaniyada qəzet və kitaba həvəs çox azdır. Belə ki, ispanların 40 faizi nə qəzet oxuyur, nə də kitab. Bu da Avropada ən aşağı göstəricidir. Ölkədə hər 1000 nəfərə 105 nüsxə qəzet düşür. Ən çox oxunan qəzetlər oxucuların sayından bəlli olur. «El País» - 1434 min, «El Mundo» - 1005, «ABS» - 853, «Vanquardia»nın - 629 min oxucusu var.

Qloballaşma şəraitində İspaniyada əyalət mətbuatının inkişafı əsasən «Korreo» qrupunun tətbiq etdiyi yeni texnologiya şəraitində mümkün olmuşdur.

Ən mühüm qəzet və jurnallar. «Alkasar» («Qala» - 1936), «Vanquardia» («Avanqard» - 1881), «Mundo» («Dünya» - 1989), «Pais» («Ölkə» - 1976), «Pueblo» («Xalq» - 1940), «Mundo Deportivo» («İdman aləmi» - 1906), «Ekonomista» («İqtisadçı» - 1886), «Sosialista» («Sosialist» - 1886), «Kambio - 16» (1972) və s.

TELEVİZİYA VƏ RADIÖ

İspaniyada radio 1919-cu ildən fəaliyyət göstərir. 70-ci ilin əvvəllərində 189 radiostansiya vardı. Ölkənin əsas radiostansiyası «Radio nasional Espaniya»dır. Daxildə və xaricdə baş verən hadisələr haqqında məlumat vermək ıxtiyarı yalnız ona verilmişdir. Bu radio üç əsas programma malikdir. Bundan başqa xüsusi proqramları da var. Digər mühüm dövlət radiostansiyası «Radio Peninsula»dır. Bu ən çox reklama yer ayırır. «Sep», «Kone», «Rem», «Kap» kimi radiostansiyalar ayrı-ayrı cəmiyyətlərə məxsusdur. Mətbuatdan fərqli olaraq radioya qulaq asanların sayı getdikcə artır. 2001-ci ildə radio dinləyicilərinin sayı 20 milyonu ötür. Halbuki 1970-ci ildə əhalinin 33 faizi radioya heç qulaq asmırıldı, 21 faiz isə gündə bir neçə dəfə radioya qulaq asırdı.

İspaniyada radioya nisbətən **televiziyaya** maraq daha çoxdur. İlk televiziya verilişi 1956-ci ildən başlayıb. 1970-ci ildə əhalinin hər min nəfərinə 70 televizor düşürdü. İspanların ən sevimli kütləvi informasiya vasitəsi televiziyadır. Onun tamaşaçılarının sayı günü-gündən artır.

Hazırda ispaniyalı orta hesabla gün ərzində 210 dəqiqə televizor ekranı qarşısında olur. Müasir İspaniya televiziyası iki dövlət, üç özəl kanaldan ibarətdir. Bundan başqa 11 bölgə kanalı da fəaliyyət göstərir. Tamaşaçı auditoriyasının kanallar üzrə bölgüsü belədir: TVF-23,8%, Tele-5-21%, Antena-3-21,1%, bölgə kanalları-16,6%, Kanal Plyus-1,9%. Ölkədə fut-

bol oyununun yayımı ən çox tamaşaçı cəlb edir. Məsələn, futbol aləmində məşhur olan «Real» komandasının oyununa televiziya ilə əhalinin 35-40% baxır.

Reklam məsələsi İspaniyada da problem olaraq qalır. Tamaşaçılara göstərilən reklamlar həddən artıq çoxdur. Təkcə 2000-ci ildə bütün telekanallar 1.476.273 reklam roliki göstərib. PTVE 2001-ci ilin bütün xərclərini reklam hesabına ödəyib. İnternetdən istifadə hələ də yüksək səviyyədə deyil. Fərdi kompyüterlərin internetə qoşulmasında İspaniya hələ də geridə qalır.

MÖVCUD QANUNLAR

İspaniyanın televiziya və radio sistemi haqqında ilk əsaslı qanun 1980-ci ilin yanvar ayının 10-da qəbul edilib. Sonrakı illərdə bu qanun yetərincə təkmilləşdirilib.

Qanun 7 bölmədən ibarət idi. Hər bir bölmə isə ayrı-ayrı maddələri özündə birləşdirdi. Bu bölmələrdə ümumi prinsiplər, təşkilati quruluş, idarəcilik qaydaları, programların tərtibi və nəzarət, büdcə və maliyyələşmə, üstünlük, heyət və digər məsələlər öz əksini tapmışdı.

AGENTLİKLƏR

EFE İspaniyanın aparıcı informasiya agentliyidir. 1939-cu ildə yaranıb. Ölkənin kütłəvi informasiya vasitələrini, dövlət və özəl idarələri, siyasi partiyaları, səfirlilikləri daxili və bəy-nəlxalq informasiya ilə təmin edir. Bundan başqa Latin Amerikası ölkələrinə informasiya verir. Agentlik həmçinin ispan-dilli ölkələrə aktual mövzulara həsr olunmuş süjetlər yazılmış videokasetlər göndərir. Dünyanın 30-a yaxın informasiya agentliyi ilə informasiya mübadiləsi aparır. İformasiyaların həcmi 200 milyon sözdən çoxdur.

TÜRKİYƏ

Asiyada yerləşir;

İdarəetmə forması – respublika;

Dövlət başçısı – prezident;

Ali qanunverici orqan – Türkiyə Büyük Millət Məclisi (bir-palatalı parlament);

Ali icraçı orqan – hökumət;

Dövlət dili – türk;

Milli bayram – Respublika elan edilməsi – 29 oktyabr (1923);

Üzv olduğu təşkilatlar – BMT (1945), AŞ (1949), NATO; siyasi partiyalar – Ləyaqət Partiyası, Vətən Partiyası, Doğru Yol Partiyası (1983), Demokratik Sol Partiya (1985), Xalq Respublika Partiyası (1992), Türkiyə Demokrat Partiyası (1997), Böyük Birlik Partiyası (1993);

Əhalisi – 65,6 mln;

Paytaxtı – Ankara.



Avtroyolların uzunluğu - 382.4 min km

Döyoollarının uzunluğu - 8 min km.

TARİXİ ARAYIŞ

- **1299** – Osman bəyin rəhbərliyi ilə Osmanlı dövlətinin yaranması
- **1768-1774 və 1787-1791** – Rusiya – Türkiyə müharibələri
1865 – Türkiyədə konstitusiyalı quruluş yaratmaq məqsədilə gizli «Yeni osmanlılar» cəmiyyətinin təşkili
- **1877-1878** – Rusiya – Türkiyə müharibəsi
- **1911-1912** - İtaliya – Türkiyə müharibəsi
- **1918** – Mudros barışığı Osmanlı imperiyasının varlığına son qoyuldu.
- **1919-1922** – Yunanistan – Türkiyə müharibəsi kamalçıları qəti mübarizəyə məcbur etdi.
- **1923, 29 oktyabr** – Böyük Millət Məclisinin (parlament) Türkiyəni respublika elan etməsi, Atatürkün Türkiyə Respublikasının ilk prezidenti seçilməsi
- **1944** – Almaniya ilə iqtisadi əlaqələrinin kəsilməsi
- **1961** – Yeni konstitusiyanın qəbulu
- **1960, 27 may** – Hərbi çevriliş. Hakimiyyətin Milli Birlik Komitəsinin əlinə keçməsi
- **1962** – Növbəti hərbi çevrilişə cəhd. İsmət İnönü hökmətinin istefa verməsi
- **1974, 20 iyul** – «Kipr (Kıbrıs) böhranı». Türkiyənin adaya qoşun çıxarması
- **1980, 12 sentyabr** – Hərbi çevriliş
- **1983-1993** – Türkiyənin iqtisadi yüksəlişi. «Türkiyə möcüzəsi»



TÜRKİYƏ MƏTBUATI

Türkiyədə ilk qəzetlər Osmanlı İmperiyası dövründə xaricilər tərəfindən nəşr olunub. Fransanın İstanbuldakı səfirliliyi orada yaşayan fransızlar üçün əvvəlcə «**Bulleten de nuvel**» («Xəbərlər bülleteni» - 1794), sonra isə «**Qazett fransez de Konstantinopol**» («Konstantinopol fransızlarının qəzeti» - 1796) qəzetlərini çap edib.

Türkiyənin mətbuat tarixində **1 noyabr 1831-ci ildə** nəşr olunan «**Takvim-i vakai**» («Hadisələrin təqvimisi») qəzeti xüsusi yer tutur. İlk vaxtlar qəzet müvəffəqiyyət qazansa da sonralar tənəzzülə uğrayır. Bunun da bir sıra səbəbləri vardı. Onlardan ən əsası o idi ki, qəzet redaksiyasında bir nəfər də olsun professional jurnalist yox idi. Odur ki, qəzet bəzən fasılələrlə çıxırdı. Məsələn, 1832-ci ildə qəzetenin 24, 1837-ci ildə 15, 1858- 1859-cu illərdə isə 8 sayı çıxmışdı. Bütün çətinliklərə baxmayaraq, ilk türk qəzeti olan «**Hadisələrin təqvimisi**» uzun illər Türkiyənin həyatında mühüm rol oynadı. Görkəmli türk mətbuat tədqiqatçısı Sərvər İskit yazır: «Biz belə hesab edirik ki, bizim mətbuatın tarixi «**Hadisələrin təqvimisi**»nın nəşri ilə başlanıb. Düzdür, bu qəzet rəsmi dövlət orqanı idi, lakin başqa ölkələrdə olduğu kimi, milli ideyaların və hərəkatların siyasi ruporu deyildi. Buna baxmayaraq, necə də olsa «**Hadisələrin təqvimisi**» bizim doğma dilimizdə buraxılırdı...».

Türk dilində çıxan ikinci qəzetenin tarixçəsi qeyri-adi hadisə ilə bağlıdır. 1836-ci ildə ingilis taciri, «**Morning herald**» qəzetenin müxbiri Uilyam Çerçill ov zamanı səhlənkarlıq edərək türk uşağını yaralayır. Xarici işlər naziri Akif paşanın göstərişi ilə müxbiri döyüb türməyə salırlar. İngiltərə səfirliliyi bundan istifadə edərək Akif paşanın vəzifəsindən uzaqlaşdırılmasına nail olur və müxbirə dəyən ziyana görə xeyli pul alır və ona

zeytun yağı ilə ticarət etməyə, həm də türk dilində qəzet nəşir etməyə icazə verilir. Bu hadisədən dörd il sonra U.Çərcill özünün «Ceride-i havadis» adlı qəzetini nəşr edir. Qəzet 1 avqust 1840-ci il tarixli birinci sayında oxuculara məlumat verirdi ki, xarici ölkələrdəki incəsənət və maarifçilik xəbərlərinin ölkədə yayılmasına çalışacaq. Qəzet tərtibinə, həm də məzmununa görə rəsmi qəzetdən seçilirdi.

Türkiyə mətbuatı tarixində «Ceride-i havadis» 1853-cü ildə öz əlavəsini də nəşr edir. Qəzeti Türkiyə jurnalistikasının rolundan danışan S.İskit yazır ki, türk dilində çıxmasına baxmayaraq onda türkçülükdən əsər-əlamət yox idi.

1849-1851-ci illərdə çıxan qəzetlərin 80 faizi Qərbi Avropa qəzetlərindən, xüsusən də ingilis qəzetlərindən tərcümələr dərc edirdilər. Yeri gəlmışkən, qeyd edək ki, ilk türk jurnalı olan «Baka-i tibbie» («Tibb xəbərləri») 1849-cu ildə nəşrə başlayıb. Jurnalı yerli həkimlər buraxırdı.

Türkiyənin tarixində ilk dəfə olaraq **1857-ci il fevralın 15-də «Mətbəə haqqında» Qanun** dərc edildi. Qanun bütün çap məhsullarına şamil edildi və demək olar ki, senzuranın tətbiqi idi. Senzura yalnız iki qəzetə - «Hadisələrin təqvim» və «Ceride-i havadis»ə şamil edilmirdi. Çünkü birincisini hökumət buraxırdı, ikincisi isə sultanın xüsusi aktı ilə çıxırdı.

«Mətbuat haqqında» Qanun isə 15 noyabr 1864-cü ildə sultanın təsdiqindən sonra qüvvəyə mindi. İki fəsil 34 maddədən ibarət olan Qanunun 1-ci maddəsində göstərilirdi ki, qəzet və digər bütün dövri nəşrlər ictimai-siyasi xarakterindən asılı olmayaraq türk hökumətinin icazəsi ilə çıxa bilər. İstanbulu çıxmaqla başqa yerlərdə qəzet, jurnal nəşr etdirmək istəyənlər validən də icazə almırlıydı. Qəzeti hər adam buraxa bilməzdi. Yalnız o adama icazə verirdilər ki, onun yaşı 30-dan az olmasın, osmanlı vətəndaşı olsun, həm də məhkəmə tərəfindən izlənilməsin.



XIX əsrin 60-cı illərində nəşr olunan qəzetlər içərisində ən çox tanınanı «Müxbir» qəzeti idi. Onun sahibi Filip əfəndi olsa da, qəzetə Əli Suavi rəhbərlik edirdi. «Müxbir»in birinci sayı 1867-ci ilin yanvarında işıq üzü gördü. Elə ilk sayından da onun müxalifət cəbhəsində durduğu hiss olundu. 1867-ci il martın 9-da qəzətdə dərc olunmuş məqalə onun bir aylıq çapına qadağa ilə nəticələndi. Sonra qəzet Londonda nəşrini qaydaya saldı. Ümumiyyətlə, «Müxbir» qəzeti Türkiyənin ictimai-siyasi həyatında mühüm rol oynayıb.

1867-ci ilin mart ayında «Mətbuat haqqında» Qanuna bəzi əlavələr edildi ki, bu da bir çox qəzetlərin bağlanmasına səbəb oldu. Məsələn, «Müxbir», «Utarit» («Merkuri») və s. qəzetləri misal göstərmək olar. Qəzetlər bir yandan bağlanırdısa, bir yandan da yeniləri nəşr olunurdu. 1871-1876-ci illərdə təkcə İstanbulda 68 dövri mətbuat fəaliyyət göstərirdi ki, onlardan da 40-i qəzet, 28-i jurnal idi. Dəqiq olmayan məlumata görə, 1876-ci ildə İstanbulda türk dilində çıxan 13 qəzətin 7-i gündəlik idi. XIX-cu əsrin sonlarında Türkiyədə bu qədər qəzetlərin çıxmasına baxmayaraq, 1919-cu il sentyabrın 14-də «İrade-i milliye» qəzətinin təsis olunması mətbuat günü kimi qeyd olunur.

XX-ci əsrin əvvəllərində Türkiyədə siyasi vəziyyət bir o qədər də yaxşı deyildi. Bir yandan narazılıqlar, bir yandan da mühəribələr Türkiyəni çalxalayırdı. 1918-ci ildə Rusiyada mühacirətdə olan Mustafa Sübhi «Yeni dünya» adlı qəzet buraxır. Mustafa Sübhi ömrünün sonuna kimi (1921) qəzətin redaktoru olub. Bundan başqa «Qurtuluş» (1919), «Aydınlıq» (1921) jurnalları da ölkədə sosialist ideyalarını yayırdı. Türk şairi **Nazim Hikmət** «Aydınlıq» jurnalının fəal əməkdaşlarından idi. 1920-ci ildə yaranmış Türkiyə Kommunist Partiyası 1921-ci ilin yanvar ayından gündəlik «Əmək» adlı qəzet nəşr edir. Türkiyənin ağır və çətin vəziyyətindən istifadə edən türk kommunistləri «Yeni həyat», «Qızıl İstanbul», «Oraq və

çəkic» adlı qəzetlərdən də öz məqsədləri üçün istifadə edirdilər. Onların bu təbliğatı Türkiyə hökumətini çox narahat edirdi. Odur ki, 1925-ci ildə kommunistlərlə bağlı olan bütün mətbu orqanlar qadağan edilir.

Türkiyəni düşçər olmuş ağır vəziyyətdən türk dünyasının lideri **Mustafa Kamal (Atatürk)** xilas etdi. O, 1923-cü ildə elan edilmiş Türkiyə Respublikasının ilk prezidenti oldu.

Türkiyədə son iyrimi ildə baş vermiş üç dəfə (1960, 1971, 1980) hərbi çevriliş ölkənin iqtisadiyyatına mənfi təsir göstərdi. Ölkənin xarici borcları artdı. Yaranmış vəziyyətdən sağ qüvvələr istifadə etməyə çalışdılar. 1982-ci ildə yeni konstitusiya qəbul edildi. 1983-cü ilin aprel ayından bir sırə şərtlərlə siyasi fəaliyyətə icazə verildi.

Ən mühüm qəzet və jurnallar. «Ədalət» (1962), «Barış» (1971), «Günaydın» (1968), «Cumhuriyyət» (1923), «Dünya» (1952), «Yeni asır» (1895), «Milliyyət» (1950), «Sabah» (1985), «Tərcüman» (1961), «Hürriyət» (1948), «Ekonomik panorama» (1988) və s.

TELEVİZİYA VƏ RADIÖ

Türkiyədə ilk radio verilişi 1922-ci ildə həyata keçirilmişdir. Həmin il Ali Müəllim Məktəbində təşkil olunan canlı konsert mühəndis **Rüştü Uzel** tərəfindən İstanbul Universitetinin akt salonuna translyasiya edilmişdir. Bundan sonra ölkədə mütəmadi radio verilişlərinə başlamaq üçün təşəbbüsələr göstərilmiş, lakin bütün bunlar müsbət nəticə verməmişdir. Yalnız M. A. Atatürkün işə qarışmasından sonra bu sahədə ciddi irəliləyişlər baş vermişdir. Türkiyənin ilk radioçularından olan Xeyrəddin Xeyiredən özünün düzəldiyi qəbuledicini Atatürkə göstərərkən, təsadüfən efirdə Moskva radiosunun verilişinə rastlanmışdır. Vaxtilə Sofiyada hərbi attaşə olarkən az-çox

bolqarca bilən Atatürk verilişi dinlədikdən sonra “Əfəndilər, baxın, propaqanda yapıyorlar” demiş, radionun gənc Türkiyə Respublikasının siyasi, mənəvi yüksəlişinə böyük töhfələr verə biləcəyini dərhal anlamış və tezliklə radio stansiyası qurulmasını əmr etmişdir.

1927-ci ilin martında İstanbulda radionun ilk sınaq verilişləri efirə çıxmış, həmin il mayın 6-dan etibarən mütəmadi verilişlərə başlanmışdır. 1927-ci il 18 noyabrda isə Ankara radiosu fəaliyyətə keçmişdir. Hər iki radiostansiya 5 kilovat güc və 250 kilo-herts frekansla çalışmış, Ankara radiosu 1550, İstanbul radiosu isə 1200 metr dalğası ilə veriliş vermişdir. Fəaliyyətə başladıqdan ilk dövrlərdə İstanbul radiosunun verilişləri gündə 360 dəqiqə, Ankara radiosununku 262 dəqiqə təşkil etmişdir. Hər iki radionun verilişlərinin təxminən 84%-i musiqiyə, qalan qismi xəbərlərə və digər programlara ayrılmışdır.

1936-ci ilə qədər radio verilişləri TTTAŞ (Tezis Telefon Türk Anonim Şirkəti) vasitəsilə idarə edən dövlət həmin ilin avqustunda qəbul etdiyi bir qərarla bu haqqı RTT-yə (Poçt, Teleqraf, Telefon idarəsi) vermişdir. 1940-ci ildə isə radio verilişlərinə nəzarət Mətbuat Ümum Müdirliyinə həvalə edilmişdir.

1943-49-cu illərdə Basın-Yayın Gənəl Müdirliyi, 1949-58-ci illərdə Basın-Yayın və Turizm Gənəl Müdirliyi, 1958-63-cü illərdə Basın-Yayın və Turizm Nazirliyi, 1963-cü ildən isə Turizm və Tanıtma Nazirliyi ölkədəki radio verilişlərini idarə etmişdir.

1938-ci ildə Ankarada Radio Evi binasının istifadəyə verilməsi türk radio verilişləri tarixində yeni mərhələ açmışdır. Burada ilk dəfə olaraq o, başqa Radio Evində hər biri 80-100 nəfərlik orkestrlərin, xalq çalğı alətləri ansambllarının rahat şəkildə çıxış edə biləcəyi 3 iri studiya, valların səsləndirilməsi, radio tamaşalarının lente

yazılması üçün studiyalar, xüsusi əks-səda otağı, nəzarət-idarəetmə salonu və pultları, habelə diktörler və əməkdləşər üçün istirahət otaqları vardı.

1949-cu ildə isə İstanbulda yeni **Radio Evi** açılmışdır. Burada da normal fəaliyyət üçün hər cür şərait yaradılmışdır.

Türkiyədə radionun inkişafı ilə bağlı aşağıdakı rəqəmlər maraqlıdır. Eynən SSRİ-də olduğu kimi Türkiyədə də 30-40-ci illərdə vüsətli bir radiolaşdırma kampaniyası həyata keçirilmiş, ölkənin ən ucqar guşələrində də “dövlətin ağızı, millətin qulağı” – deyə təbir edilən radionun geniş kütlələr tərəfindən dinlənilməsi təmin edilmişdir. Bu məqsədlə Türkiyənin şəhər, qəsəbə və kənd meydanlarında, parklarda, çayxana, meyxana və istirahət yerlərində radio mikrofonları quraşdırılmışdır. 1940-ci ildə belə mikrofonların sayı 7171 ikən, 1946-ci ildə onların sayı 17400-ə çatdırılmışdır. Vətəndaşların evlərində radioqəbuləcəklərin sayı isə müvafiq dövrdə 71066-dan 163994-ə yüksəlmişdir.

1961-ci ilin 24 martında **İzmir radiosu** fəaliyyətə başlamışdır. Bununla da ölkənin cənub-qərb bölgəsi də radio verilişləri ilə tam əhatə olunmuşdur.

Bunlardan başqa, bir sıra təhsil ocaqlarında yerli (daxili) radiostansiyalar qurulmuşdur. Bunlardan İstanbul Texnika Universitetinin radiosunu (1946), İstanbul Politeknik məktəbinin radiosunu (1960), İstanbul Universitetinin radiosunu (1951), Ankara Polis Akademiyasının radiosunu (1954) və Ordu radiosunu (1960) qeyd etmək mümkündür.

1961-ci ildə Türkiyə Respublikası Nazirlər Şurası bir sıra vilayətlərdə yerli radiostansiyaların qurulması barədə qərar qəbul etmişdir. İlyarimlıq sınaq verilişlərindən sonra Ərzrum (1961), Adana (1962), Qaziantep, Antalya, Van, Diyarbəkr, İsgəndərun və Kars (hamısı – 1963) radios-

tansılaraı fəaliyyətə başlamışdır. Daha sonra isə (1968) və Trabzon radiostansiyaları işə salınmışdır.

1965-ci il yanvarın 1-dən etibarən Türkiyədə radio və TV verilişləri yeni struktur dəyişikliyinə məruz qalmışdır. Ölkədə dövlət tərəfindən həyata keçirilən radio və TV verilişləri TRT-yə (Türkiyə Radio-Televiziya Qurumu) tabe edilmişdir. Bu qanun Türkiyədəki rəsmi radiolara dalğa, frekans və lisenziya vermək, onların texniki təchizatının yaxşılaşdırmaq, yoxlamaq və s. funksiyalara malikdir.

TRT türk radioqurucu sahəsində yeni addımlar ataraq bir sıra tədbirlər həyata keçirmişdir. Hər şeydən əvvəl Ankara, İstanbul və İzmir radiostansiyalarının yenidən qurularaq onların Radio-1, Radio-2, Radio-3 adlandırılmasını qərara almışdır. Radio-1 stansiyası 1972-ci ildə, Radio-2 və Radio-3 stansiyaları 1975-ci ildə, Radio-4 stansiyası isə 1987-ci ildə fəaliyyətə başlamışdır. Daha sonra bu stansiyaların bütünlükə stereo verilişlərə keçməsi təmin edilmişdir. 1991-ci ildə Diyarbəkr radiostansiyası GAP-Radio (əslində Radio-5) adı ilə yenidən qurulmuşdur. GAP stansiyası isə Güney-doğu Anadolu profesi (Dəclə və Fərat çayları üzərində dünyadakı ən iri su anbarları, su-elektrik stansiyaları və suvarma sistemləri yaradılmasını nəzərdə tutan və bunları böyük ölçüdə gerçəkləşdirmiş olan layihələr sistemi) haqqında bölgə sakinlərinə məlumat verən, bölgənin mədəni, iqtisadi səviyyəsini yüksəltməyə çalışan bir qurumdur.

Radio-1 stansiyası ölkənin müxtəlif guşələrində qurulmuş vericilər vasitəsilə Türkiyə ərazisinin 98%-ni, əhalisinin isə 98,5%-ni əhatə edir, gündə 24 saat veriliş verir.

Radio-2 (digər adı TRT-FM) və Radio-3 stansiyaları ölkənin 98% ərazisində bütün əhalinin 94%-i tərəfindən din-

lənilir. Bu stansiyaların da verilişlərinin həcmi gündə 24 saatdır.

GAP-Radio stansiyası isə gündə 20 saat (5.00-1.00 arası) veriliş verir.

Radiolar arasında bir növ ixtisaslaşma da aparılmışdır. **Radio-1** əsasən xəbərlər, şərhlər, icmalar, ictimai, siyasi, iqtisadi verilişlər verir, **Radio-2** türk xalq və sənət musiqisi, xarici və yerli yüngül musiqi proqramları hazırlayır. **Radio-3**-ün verilişləri arasında simfonik, polifonik, caz, pop musiqisi üstünlük təşkil edir. Bu stansiya ilə vaxtaşırı olaraq türk, ingilis, fransız və alman dillərində xəbərlər bülleteni də verilir.

Radio-4 isə təhsil, idman proqramları hazırlayır.

Bundan başqa, dövlətin əlində gündə 24 saat veriliş verən **Radio-Xatay** (və ya TRT Xatay FM) adlı bir stansiya hər gün 7.30-24.00 arasında işləyən xüsusi Turizm-Radio adlı xüsusi bir stansiya vardır. Turizm-Radio əsasən Antalya bölgəsində dincələn turistlər üçün ingilis, fransız, alman və yunan dillərində əyləncəli musiqi verilişləri verir.

“**Türkiyənin səsi**” adlı stansiyadan ayrıca bəhs etmək lazımdır. 1952-ci ildən bu günədək fəaliyyət göstərən bu stansiya ölkənin xarici və daxili siyaseti, ictimai, iqtisadi və mədəni inkişafı barədə xarici ölkə diniyyicilərinə məlumat çatdırmaqla məşğuldur. “**Türkiyənin səsi**” hazırda 20 dildə: türk, ingilis, alman, fransız, yunan, bolqar, makedon, alban, rumin, macar, serb, xorvat, bosniya, rus, urdu, çin, ərəb, fars, gürcü, tatar və azərbaycan dillərində üst-üstə 29 saat 30 dəqiqəlik studiya verilişi, 44 saat 30 dəqiqəlik isə ümumi veriliş verir.

Türkiyədə özəl radioların inkişafı əsasən son dövrlərlə bağlıdır. Hazırda ölkədə neçə özəl radio stansiyasının fəaliyyət göstərməsi haqqında dəqiq rəqəm söyləmək çətin-

dir. Onların sayı hər gün, bəlkə də hər saat artır. Bu tip stansiyalar hər şəhərdə, hər qəsəbədə rahatlıqla açıla bilir. Burada əsas məsələ ölkənin milləti və dövləti ilə bölünməz bütünlüyü prinsipinə əməl etmək, zorakılığa, ədəbsizliyə, insan psixologiyasına mənfi təsir göstərən verilişlərə yer ayırmamaqdır.

Türkiyədə radio verilişlərində senzura yoxdur, lakin hər bir radio qurumu hüquq dövlət çərçivəsində öz verilişləri üçün məsuliyyət daşıyır.

Televiziya Televiziya sahəsində Türkiyədə ilk çalışmalar **1949-cu ildə** başlamışdır. İstanbul Texnika Universitetinin yüksək frekans texnikası kafedrasının müdürü professor **Mustafa Santur** tələbələrə dərs keçmək üçün tədris laboratoriyası quraşdırılmış, daha sonra Hollandiyadan televiziya cihazları almışdır.

1952-ci il iyunun 9-da universitet binasında ilk sınaq verilişləri həyata keçirilmişdir. Verilişlər əvvəlcə həftədə 2 saat, sonralar isə 5 saat yarım davam etmişdir.

1968-ci il yanvarın 30-dan etibarən **Ankara TV**-nin sınaq verilişləri efirə buraxılmışdır.

İstanbul Texnika Universitetində fəaliyyət göstərən studiya bazasında İstanbul TV qurulmuş və onun sınaq verilişləri 1971-ci ilin 30 avqustunda başlamışdır. Bir ay sonra isə İzmirdə TV studiyası açılmışdır.

TV verilişlərini bütün ölkə ərazisinə yaymaq üçün Türkiyənin müxtəlif yerlərində ötürücü qüllələr tikilmiş və 1977-ci ildə əhalinin 81,5%-i televerilişlərə baxmaq imkanı əldə etmişdir. 1984-cü ildə türk televiziyalarının hamısı rəngli verilişlərə keçmişdir.

1984-cü ildə TRT Ankara yaxınlığında yerləşən Gölbaşı yer stansiyasından Atlantik okeanı üstündəki İNTELSAT rabitə peyki vasitəsilə xaricə ilk verilişini ötürmüştür. 1987-ci ildə TRT Avropa Kommunikasiya peyki vasitəsilə

Eugovision-a, iki il sonra isə İNTELSAT-ın köməyi ilə Hind okeanı şəbəkəsinə qoşulmuşdur.

1991-ci ildə meydana gələn körfəz müharibəsi zamanı TRT gündə 24 saat veriliş verməyə başlamışdır.

TRT qurumu ölkədəki TV verilişlərinin keyfiyyətini yüksəltmək, TV şəbəkəsi qurmaq üçün bir sıra tədbirlər görmüşdür. İlk iş olaraq Ankara TV studiyası bazasında TV-1, İstanbul studiyası bazasında isə TV-2 kanalları qurulmuşdur. TV-1-in əsasən xəbərlər, ictimai, siyasi verilişlər hazırlaması, TV-2-nin isə mədəniyyət, musiqi, əyləncə, idman və dram proqramları verməsi nəzərdə tutulmuşdur.

1989-cu ildə fəaliyyətə başlayan TV-3 kanalı təhsil proqramları, GAP-TV isə Güney-doğu Anadolu bölgəsi üçün verilişlər hazırlayır. 1990-ci ildə açılan TV-4 kanalı ölkənin Egey, Aralıq dənizi və qismən də Mərmərə bölgəsinə verilişlər verir.

Müxtəlif dövrlərdə xarici ölkələrə işləməyə getmiş türklərin ana vətənlə əlaqələrini möhkəmləndirmək, onları ölkədə baş verən hadisələrlə tanış etmək üçün 1990-ci ildə TRT-nin beşinci kanalı kimi nəzərdə tutulan TRT-İNT kanalı qurulmuşdur. Bu kanalın bütün Avropada rahat izlənməsi üçün Türkiyə, Almaniya, Fransa və digər ölkələrlə müqavilə bağlanmış, rabitə peyklərinin transponderlərini kirayəyə götürmüştür.

1988-ci ildə türk tamaşaçıları ilk dəfə kabelli televilişlərlə tanış olmuşlar. Hazırda ancaq kabellə veriliş verən çoxlu TV kanalı fəaliyyət göstərir.

Türkiyə İNTELSAT və EUTELSAT adlı beynəlxalq peyk rabitə qurumları ilə müqaviləsi olan ölkə kimi onların transiliyasiya etdiyi bütün TV kanallarının izlənməsi üçün Gölbaşında böyük antennalar qurmuşdur. Türkiyədə xarici

TV kanallarına diametri 120-470 sm olan çanaq antennalar vasitəsilə baxılır. Lakin 90-cı illərin əvvəllərində çanaq antennalar türk ictimaiyyəti arasında böyük mübahisə mövzusuna çevrilmişdir. Xarici kanallarla seks və parnoqrafiya nümayiş etdirildiyini, bunun da türk ailə ocağına, milli mentalitetə və tərbiyəyə ziyan vurdوغunu bildirən adamlar, xüsusilə Rifah Partiyasının üzvləri çanaq antennalara qarşı geniş kampaniyaya başlamışlar. Axırda sağlam düşüncə qalib gəlmış, kampaniya dayandırılmışdır.

70-ci illərin sonunda Türkiyənin özünün sünni rabitə peyki buraxması, həmin peyk dən TV verilişlərinin ötürülməsi ideyası meydana çıxmışdır. 1977-ci ildə WARS (Ümumdünya Radio İdarəetmə Təşkilatı) Türkiyənin coğrafi mövqeyinin orbitə sünni rabitə peyki buraxmaq üçün son dərəcə əlverişli olduğunu açıqlamış və bunun üçün 5 dərəcə şərq meredianı ilə Klark qurşağının kəsişmə nöqtəsini müəyyənləşdirmişdir. Bu azimutdan veriləcək dalğaların 60x90 sm ölçülü çanaq antennalar vasitəsilə rahatlıqla qəbul ediləcəyi ortaya çıxmışdır. Yəni 5 dərəcəlik azimut İstanbulda çanaq antennasının 36.6 dərəcə, Ankarada 29.5 dərəcə, Karsda isə 22 dərəcə bucaq altında olmasını tələb edir. Bu halda yer üzündən gələn mikrodalğa səviyyəsindəki görüntülər verilişlərə mənfi təsir göstərə bilmir.

Türk dövləti rabitə peyki buraxmaq üçün dərhal təşəbbüsə keçmiş, tender elan etmişdir. İngiltərə, ABŞ və Fransa firmalarının iştirak etdiyi tenderdən Fransanın Aegosratiale firması qazanmışdır. Firma 315 milyon dollar dəyərindəki bu peyki 2,5 il ərzində hazırlamağa və orbitə çıxarmağa söz vermişdir. TURKSAT-1 adlı bu peyk vasitəsilə Türkiyə ölkədəki TV verilişlərinin, telefon, faks və data xidmətlərinin keyfiyyətini yüksəltməyi, ölkədə çıxan qəzetlərin fotomatrisalarını Avropadakı mətbəələrə göndərməyi planlaşdırılmışdır. Bəsrə körfəzindən İngiltərəyə,

Balkanlardan Qafqaza qədər 25 ölkəni öz əhatə dairəsinə alan peykin xidmətlərindən istifadə etmək üçün, TRT, BBC, CNN kimi böyük TV şirkətləri müraciət etmişlər.

1994-cü ilin 24 yanvarında Fransa Qvineyasından kosmik fəzaya göndərilən peyk Arian daşıyıcı raketinin zədələnməsi nəticəsində startdan 12 dəqiqə sonra göydə partladılmışdır. Bundan sonra eyni firma ikinci türk rabitə peykini hazırlamış və uğurla orbitə çıxarmışdır.

Türkiyə SSRİ-nin dağıılması ərəfəsində və sonra türk respublikalarına və bölgələrinə öz TV verilişlərini çatdırmaq üçün ciddi fəaliyyət göstərmişdir. Avrasiya materikinə verilişlər məqsədilə TRT EUTELSAT IIF1 peykindən və İNTELSAT 5FT peykindən istifadə etmişdir. TRT-dən verilən siqnallar türk respublikalarındakı yerüstü stansiyalara PAL sistemilə göndərilir, sonra bu SECAM-a çevrilir. Bu vəziyyət indi də davam edir. Ümumiyyətlə Türkiyə kanalları hazırda Avropada, Şimali Afrikada, Yaxın və Orta Şərqdə, Azərbaycan da daxil olmaqla bütün Qafqazda, Türkmenistan, Özbəkistan, Qazaxistan, Qırğızstan, Tacikstan, Əfqanistan, Pakistan və Çində rahatlıqla izlənilir.

Türkiyədə özəl TV-lər ilk dəfə **1 mart 1990-ci il** tarixinən etibarən fəaliyyətə başlamışdır. Həmin gün Madis **Box-Start** kanalı ilə (AFR) öz verilişlərini türk tamaşaçılara təqdim etmişdir. Bu vaxtadək Türkiyədə TRT kanallarından başqa heç bir TV verilişi yox idi. TRT və bəzi siyasi partiyalar buna etiraz edincə, özəl kanalın rəhbərləri “biz Türkiyədə yoxuq, bizim dalğalar kosmosdan gəlir” – deyə etirazları rədd etmişlər. Nəticədə TRT ilə bu yeni kanal arasında ciddi rəqabət başlamışdır. Üstəlik Madis Box Türkiyə futbol çempionatının matçlarını transiliyasiya etmək haqqını almış, Türkiyə gözəllik müsabiqəsini, körfəz müharibəsini birbaşa verilişlərlə tama-

şəçilərə çatdırılmış, reklamlardan çox böyük pay ala bilmüşdir. Xüsusilə körfəz savaşı zamanı 24 saatlıq veriliş gününə keçən Madis Box hər sahədə TRT-ni üstələmişdir. TRT də məcbur qalaraq 1991-ci il yanvarın 16-dan etibarən gündə 24 saatlıq verilişə keçmişdir.

Türkiyədəki ikinci özəl TV kanalı Telon olmuşdur. 8 yanvar 1992-ci ildə fəaliyyətə başlayan bu kanala Madis Box kimi Turqut Özalın oğlu Əhməd Özal rəhbərlik etmişdir.

Ümüncü özəl TV kanalı olan Show Tv 1992-ci il martın 1-dən gündə 24 saat veriliş verməyə başlamışdır. Bu kanal bir müddət Azərbaycana da transilyasiya olunmuşdur.

İlk kadrları ekranda 1993-cü ilin martında çıxan Cine 5 kanalı Türkiyədə ilk pullu TV kimi tarixə daxil olmuşdur. Bu kanal əsasən bədii filmlər və idman yarışları nümayiş etdirir.

Türkiyədə daha sonra qurulmuş əsas TV kanalları bunlardır:

Kanal 6-4 oktyabr 1992

NBB – 9 oktyabr 1992

BRT – 3 noyabr 1992

Fiash TV – 1 dekabr 1992

ATV – 12 iyul 1993

TGR – 19 fevral 1993

Bunlardan başqa, hazırda Türkiyədə çox sayıda milli, məhəlli və yerli TV kanalları fəaliyyət göstərir.

Özəl və dövlət TV kanallarının fəaliyyəti bir müddət TRT tərəfindən, sonra Radio-Televiziya Yüksek qurumu, daha sonra isə Radio-Televiziya Üst qurumu tərəfindən tənzimlənmişdir. Hazırda bu missiya Üst Qurum tərəfin-dən gerçəkləşdirilir.

MÖVCUD QANUNLAR

Radio və Televiziyaların təsis edilməsi və verilişləri haqqında Qanun (Çıxarışlar)

*Qanunun nömrəsi – 3984; Qəbul edilmə tarixi – 13.04.1994;
Dərc edilmə tarixi – 20.04.1994; “Rəsmi qazete” N21911*

I fəsil

Məqsəd, əhatə dairəsi və təriflər

Maddə 1. Bu Əsasnamə məqsədi radio və televiziya verilişlərinin tənzimlənmisinə, Radio və Televiziya Üst Qurumunun təşkili, vəzifələri, səlahiyyət və məsuliyyətinə dair əsasları və üsulları müəyyənləşdirməkdir.

Əhatə dairəsi

Maddə 2. Bu Əsasnamə hər cür texnika, üsul və vasitələrlə və hansı ad altında olursa-olsun, elektronaqnit dalğaları və yolları ilə ölkə daxilinə və xaricinə ötürülən radio və televiziya verilişlərinə dair xüsusları əhatə edir.

II fəsil

Veriliş prinsipləri

Maddə 4. Radio və televiziya verilişləri ictimai xidmət içində aşağıdakı prinsiplərə uyğun olaraq həyata keçirilir:

a) Türkiyə Respublikasının mövcudluğu və müstəqilliyinə, dövlətin ölkəsi və millətilə bələndizlə bütövlüyüne;

b) cəmiyyətin milli və mənəvi dəyərlərinə;

c) Konstitusiyanın ümumi əsaslar qismində sadalanan prinsiplərə, demokratik qaydalara və insan haqlarına;

ç) ümumi əxlaq, ictimai asayıf və türk ailə ocağına;

d) Ifadə azadlığına, informasiya və verilişlərdə çoxsəsliliyə;

e) İnsanların irq, cinsiyət, sosial sinif və ya dini inamları dolayısı ilə heç bir şəkildə ayrı-seçkiliyə məruz qalmaması prinsipinə.

III fəsil

Radio və Televiziya Üst Qurumu

Maddə 5. Radio və televiziyaların fəaliyyətlərini tənzimləmək məqsədilə muxtar və tərəfsiz bir ictimai hüquqi şəxs xarakterində Radio və Televiziya Üst Qurumu qurulmuşdur.

Seçilməsi, vəzifə müddəti

Maddə 6. Üst Qurum, mətbuat, veriliş, informasiya və onların texnologiyası, mədəniyyət, din, təhsil, hüquq sahələrində təcrüəsi olanlardan, ali təhsilli, dövlət məmuru olma xüsusiyyətlərinə sahib, beşi iqtidar partiyasının və ya partiyalarının, dördü müxalifət partiyalarının göstərəcəyi namizədlər arasından Türkiyə Böyük Millət Məclisi tərəfindən seçilən doqquz üzdən ibarətdir.

Seçki üçün iqtidar partiyası və ya partiyaları on, müxalifə partiyaları səkkiz namizəd göstərirler. Namizədlərin müəyyənləşdirilməsində siyasi partiyaların Türkiyə Böyük Millət Məclisi Rəyasət Heyətində təmsil olunanlar əsas götürülür. Ancaq TBMM-də keçirilən seçkilərdə kimə səs vriləcəyinə dair müzakirə keçirilə bilməz və onlar əqrar qəbul edə bilməz.

Namizədlər TBMM sədarəti tərəfindən "Resmi Qazet" də elan edilir.

Elandan ən gec on gün sonra gizli səsvermə yolu ilə seçki keçirilir. İqtidar və müxalifə partiyalarından göstərici namizədlər üçün ayrı-ayrı siyahilar halında birləşmiş bülbüütün təşkil edilir. Namizədlərin adlarının önündəki xüsusi yer işarələnmək surətilə səsvermə keçirilir. İqtidar və müxalifət kontingentlərindən Üst Quruma seçiləcək üzvlərin ümumi sayından az və ya çox verilən səslər etibarlısayılır.

Seçki zamanı iqtidar kontingentindən ən çox səs alan beş namizəd və müxalifə kontingentindən ən çox səs alan

dörd namizəd seçilmiş sayılır. Seçkilərin nəticələri “Resmi Qazet”də dərc olunur.

Üst Qurum üzvlərinin vəzifə müddəti 6 ildir.

Səlahiyyətli məhkəmə

Maddə 29. Radio və televiziya Üst Qurumu əleyhinə açılan inzibati məhkəmə işlərinə Ankara məhkəmələrində baxılır.

Qüvvəyə minmə

Maddə 30. Bu Əsasnamənin 5-ci maddəsinin r bəndi 01.01.1996-cı il tarixində, digər maddələri dərc olunduğu gündən qüvvəyə minir.

İcra

Maddə 31. Bu Əsasnamənin maddələrini Radio və Televiziya Üst Qurumu icra edir.

Tərcüməçinin qeydi: Bu Əsasnamə Türkiyənin “Resmi Qazete”sində 28 may 1995- ci il tarixli 22296 sayılı nömrə-sində dərc olunub.

AGENTLİKLƏR

Anadolu Agentliyi – AA hökumət tərəfindən maliyyələşdirilir və nəzarət edilir. Yarımresmi informasiya agentliyidir. Əsası 1920-ci ildə qoyulub. Dünyanın bir sıra agentlikləri ilə informasiya mübadiləsi aparır.

Ankara Agentliyi – ANKA özəl informasiya agentliyidir. Türkiyə qəzetlərini, jurnallarını, radio və televiziyasını daxili və xarici informasiya ilə təmin edir.

YAPONİYA

Asiyada yerləşir;

İdarəetmə forması – konstitusiyalı monarxiya;

Dövlət başçısı – imperator;

Ali qanunverici orqan - ikipalatalı parlament;

Ali icraedici orqan – Nazirlər kabineti;

Dövlət dili – yapon;

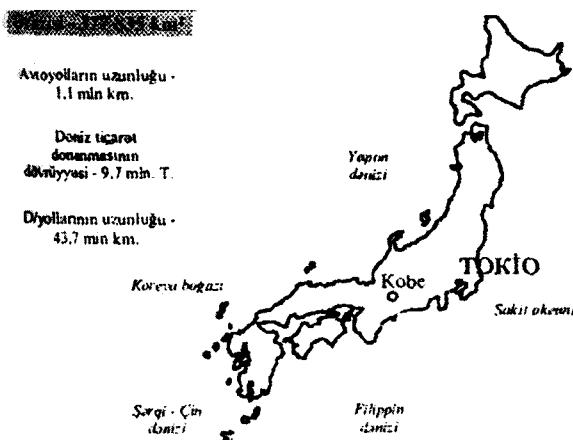
Milli bayram – imperator Akixitonun doğum günü – 23 dekabr (1933);

Üzv olduğu təşkilat – BMT (1956);

Siyasi partiyalar – Liberal Demokrat Partiyası – LDP (1955), Yaponiya Demokrat Partiyası – YDP (1996), Yaponiya Liberal Partiyası, Yeni Dünya Partiyası, Yaponiya Kommunist Partiyası – YKP (1922), Sosial Demokrat Partiyası (1945);

Əhalisi – 126,2 miln (2000);

Paytaxtı – Tokio.



TARİXİ ARAYIŞ

- **III əsrin 2-ci yarısı – IV əsrin ortaları** – Yamato tayfa ittifaqının yaranması, Yapon dövlətinin təşəkkül tapması
- **VI əsrin ortaları** – Buddizmin yayılması
- **1868** – «Təcridolunma» siyasetinin sonu
- **1894-1895** – Yaponiya – Çin müharibəsi, Çinin məğlub olması
- **1901** – Yaponiya Sosial Demokrat Partiyasının (YSDP) yaranması
- **1914, 23 avqust** – Antanta tərəfindən Almaniyaya müharibə elan edilməsi
- **1925** – Yeni seçki qanununun qəbul edilməsi
- **1936, 25 noyabr** – Faşist Almaniyası ilə «Antikomunterin» paktının imzalanması
- **1940** – Almaniya və İtaliya ilə «Üçlü pactı»nın imzalanması
- **1941** – Almaniya tərəfindən İkinci Dünya müharibəsinə qoşulması
- **1945, 2 sentyabr** – Danışıqsız təslim olmaq haqqında aktın imzalanması
- **1945** – Xirosima və Naqasakiyə ABŞ tərəfindən atom bombasının atılması
- **1951** – San-Fransisko sülh müqaviləsinin bağlanması
- **1972** – Çinlə Yaponiya arasında münasibətlərin qaydaya salınması



YAPONİYA MƏTBUATI

Yaponiyanın KİV-i təkcə Asiyada yox, dünyada aparıcı yerlərdən birini tutur. Ölkədə dövri mətbuat 1868-ci ilin **Meydzi** inqilabından (bu inqilab Yaponiyani böyük inkişaf yoluna çıxarıb) əvvəl yaranmışdı. Bunlar əsasən xarici qəzetlərdən tərcümələr idi. 1865-1868-ci illərdə Yaponiyada çıxan qəzetlərin tirajı çox az idi, həm də həftədə, bəzən də ayda bir dəfə çıxırı. Ölkədə qəzet nəşrini qaydaya salmaq üçün 1869-cu ildə «**Qəzetlərin çapı və yayılması**» haqqında fərman verildi. Bu fərman çap məhsullarına hökumətin nəzarətini gücləndirdi.

Yaponiyada ilk gündəlik qəzet 1870-ci ildən çıxan «**İoko-qama simbun**» sayılır. 1872-ci ilin aprel ayından adı dəyişilib «İokoqama mayniti simbun» olur. Həmin qəzetlərin ardınca «Hitiniti» (1872), «Xotı» (1873), «İomiuri» (1874) qəzetləri nəşrə başlayır. Hər üç qəzet Tokioda çıxırı. Elm adamları da diqqət mərkəzində idi. Onlar üçün 1873-cü ildə «**Meyroku dzassi**» jurnalı çap olunurdu. Dörd il sonra isə hamının başa düşəcəyi sadə dildə başqa jurnallar da işıq üzü gördü. Məsələn, «Marumaru simbun» belə jurnallardan idi. Burada əsasən lirik və satirik şerlərlə yanaşı hekayələr dərc olunur, karikaturlar verilirdi. «Tokio sansi» jurnalı isə erotik hekayələrə üstünlük verirdi. 1934-cü ildə Yaponiyada 5 min jurnal dərc olunurdusa, üç il sonra bu rəqəm 12 minə çatdı, 1945-ci ildə isə azalıb 300-ə endi.

1881-ci ildən başlayaraq siyasi partiyalar qəzetlərdən öz məqsədləri üçün istifadə etməyə başladılar. Hətta partiya liderləri öz qəzetlərinin fəaliyyətini yaxşılaşdırmaq üçün hökmətdən jurnalistlərin iş şəraitini yaxşılaşdırmağı tələb etdilər. Bu tələb 1887-ci il dekabrın 26-da «**Mətbuat azadlığı haqqında**» Qanunun qəbul edilməsi ilə nəticələndi. Belə ki, əv-

vəllər qəzet və jurnal buraxmaq üçün dövlətdən rəsmi icazə tələb olunurdusa, yeni qanuna görə yalnız rəsmi orqanlara bu barədə məlumat vermək kifayət idi.

XX əsrin əvvəllərindən başlayaraq Yaponiyada qəzətlərin həm sayı, həm də tirajı artdı. 50 min nüsxə tirajla çap olunan «Yorodzi Tyoxo» (1892) qəzeti o dövrdə nəşr olunan qəzətlər içərisində ən çox tirajlısı sayılırdı. Sonrakı yerləri «Kokumin simbun», «Tokio asaki simbun», «Nikon simbun», «Dzidzi simpo», «Mayniti» və s. qəzətlər bölüşürdü.

Yapon – Çin (1894-1895) və Rus – Yapon (1904-1905) müharibələri qəzətlərin inkişafına təsir göstərdi. Belə ki, müharibə xəbərləri qəzətlərin tirajını xeyli artırdı. Xüsusilə bu artım «Asahi» (350 min) və «Mayniti» (300 min) qəzətlərinin timsalında aydın hiss olunurdu.

Yaponiyada kapitalizmin inkişafi yapon proletariatinin möhkəmlənməsini və təşkilatlanmasını sürətləndirdi 1 dekabr 1897-ci ildə Tokioda Sen Katayamanın təşəbbüsü ilə poladəritmə sənayesi fəhlələrinin həmkarlar ittifaqı yaradıldı. Həmin ilin dekabr ayında Sen Katayama «Rodo sekau» («Fəhlə aləmi») adlı jurnal buraxır. Jurnal yapon fəhlələrinin şəraitindən, başqa ölkələrdəki fəhlələrin mübarizəsindən yazırıdı.

Keçən əsrin 20-ci illərində Yaponiyada seçki hüquqlarının genişləndirilməsi uğrunda kampaniya başladı. Nəticədə, 1925-ci ildə seçki qanunu qəbul olundu və 1928-ci ildə ilk dəfə olaraq fəhlə partiyalarının nümayəndələri parlamentdə temsil olundular. Kommunist Partiyasının orqanı olan «Sekki» qəzeti dövrün mühüm və zəruri məsələlərindən bəhs edən yازılara əhəmiyyət verirdi.

1930-1932-ci illərdə «Gənc zabitlər» adlandırılın qüvvələr ordudakı nüfuzlarından istifadə edərək bir sıra tələblər – imperatop hakimiyyətinin gücləndirilməsini, parlamentin və partiyaların ləğv edilməsini, hərbi işgalların genişləndirilmə

東洋 週刊

2007年(平成19年)2月7日(水曜日)

©日本経済新聞社2007 (日刊)

50%以上出資の公社・三セク

全国の地方公团体が50%以上出資して運営する地元公社三セクターの債務が、2005年度末で合計十五兆円に迫るところが明らかになった。これは地方公團の財政破綻を招く恐れがあるため、約四千の公團が50%以上出資を50%削減せざるを得ない状況だ。このほど(05年度)地方公團分から公社・三セクを含む債務を一括整理するよう各自治体に指示した。(第三セクターは3面「ぎょうのことは」参照)――

開示を指示

公社・第三セクターの債務が多い自治体

| 順位 | 自治体名 | 借入金額 | 地方債合計 | 地方債割合 |
|----|------|------------|-------|-------|
| 1 | 東京都 | 13,987(20) | 11.6 | 30.3 |
| 2 | 福岡県 | 7,477(7) | 29.5 | 146.6 |
| 3 | 横浜市 | 6,983(12) | 14.4 | 104.6 |
| 4 | 愛知県 | 5,822(10) | 13.6 | 53.5 |
| 5 | 名古屋市 | 5,281(8) | 16.3 | 111.5 |
| 6 | 大阪府 | 4,714(6) | 9.3 | 42.3 |
| 7 | 茨城県 | 2,884(12) | 12.6 | 80.9 |
| 8 | 兵庫県 | 2,852(6) | 7.1 | 49.7 |
| 9 | 大坂市 | 2,705(15) | 5.2 | 43.0 |
| 10 | 神戸市 | 2,374(11) | 9.4 | 92.4 |
| | 神奈川県 | 1,855(8) | 5.7 | 18.6 |

(注)単位億円、%、借入金は金融機関からのもの。カッコ内は法人数。
金融債務合計は地方公團体が50%以上出資している法人が対象

トヨタ純利益

トヨタ自動車が大日報表した二〇〇五年四・十二月期連結結果によると、純利益は二年一月に受けた、これが除いても地方債を含めた部の「連結」による。

9ヵ月で1兆円突

トヨタ自動車が大日報表した二〇〇五年四・十二月期連結結果によると、純利益は二年一月に受けた、これが除いても地方債を含めた部の「連結」による。

《Nihon Kenzay Shinbun》 qəzeti

自治体「子会社」 債金16兆円

05年度末 地方税収4割分

日本経済新聞

2月7日

水曜日

発行所 日本経済新聞社
東京本社〒100-8065 東京都千代田区丸の内1-5
東京支社〒100-8066 ⑨036224-7111
大阪本社〒540-0043 ⑨06224-3311
名古屋本社〒460-8996 ⑨05224-3311
名古屋支社〒460-8995 ⑨05224-3300
福岡支社〒812-8666 ⑨09224-16-1
札幌支社〒060-8992 ⑨011-882-0011
札幌市中央区北1条西5丁2



brother
フジサーキュレーションズ
<http://www.brother.jp>

「背水」の構え
日航再建計画
きよみの紙面

債務は十三兆円を超える
地方債で、残りは自治体
からの融資。
50%以上出資する法
では公團・三セクの債務
のうち、地方債合計が最も多く
いたのは東京都で、一兆
円超えた。都債高の一
四千億円。都債高の一
二・六%によった。昨
年改めて東京臨海副都心
心越線第三社は、金融
機関から三千億円超の債
務を終了した。昨年一月に受けた
債務を除いても地方
債を含めた部の「連結」
による。

債務は十三兆円を超える
地方債で、残りは自治体
からの融資。
50%以上出資する法
では公團・三セクの債務
のうち、地方債合計が最も多く
いたのは東京都で、一兆
円超えた。都債高の一
四千億円。都債高の一
二・六%によった。昨
年改めて東京臨海副都心
心越線第三社は、金融
機関から三千億円超の債
務を終了した。昨年一月に受けた
債務を除いても地方
債を含めた部の「連結」
による。

債務は十三兆円を超える
地方債で、残りは自治体
からの融資。
50%以上出資する法
では公團・三セクの債務
のうち、地方債合計が最も多く
いたのは東京都で、一兆
円超えた。都債高の一
四千億円。都債高の一
二・六%によった。昨
年改めて東京臨海副都心
心越線第三社は、金融
機関から三千億円超の債
務を終了した。昨年一月に受けた
債務を除いても地方
債を含めた部の「連結」
による。

債務は十三兆円を超える
地方債で、残りは自治体
からの融資。
50%以上出資する法
では公團・三セクの債務
のうち、地方債合計が最も多く
いたのは東京都で、一兆
円超えた。都債高の一
四千億円。都債高の一
二・六%によった。昨
年改めて東京臨海副都心
心越線第三社は、金融
機関から三千億円超の債
務を終了した。昨年一月に受けた
債務を除いても地方
債を含めた部の「連結」
による。

相場の田安も通
た。(調査記事)
同一五輪の六
八千五億円、純
損失四千二百六
億円を超過する。運輸
部門の二百五十
億円が販売所得など、あす
と四・四半期連

と四・四半期連

sini irəli sürdülər. «Gənc zabitlər»in bu hərəkətləri faşizmin yapon forması idi.

Bu dövrde Yapon jurnalistləri böyük tirajla çoxlu qəzet çap edirdi. Onu qeyd etmək kifayətdir ki, 1934-cü ildə Yaponiyada 129 gündəlik qəzet fəaliyyət göstərirdi. Bundan başqa 470 qəzet ayda 4 dəfə, 5392 qəzet isə ayda üç dəfə (bəzən bir-iki dəfə) çıxırdı. Ölkədə çap olunan qəzetlərin 30 faizi Tokio və Osakanın payına düşürdü. Ən nüfuzlu qəzetlərin 20-dən çox əlavələri də vardı. Belə qəzetlər əsasən Tokioda cəmləşmişdi. Onların sayı 231-ə çatırdı. Qəzetlərdən «Tokio Asahi simbun» (tirajı 1,1 milyon), «Tokio nitiniti simbun» (1 milyon), «İomiuri simbun» (1 milyon), «Xoti simbun» (300 min), «Dzidzi simpo» (200 min) və s. seçilirdi.

İkinci Dünya müharibəsində Yaponianın məğlubiyyəti ölkənin siyasi, iqtisadi və mədəni həyatına təsir etdi. 1945-ci il Yaponiya jurnalistikası tarixində dönüş ili oldu. Yaponiyada Potsdam bəyannaməsinin şərtlərini yerinə yetirən bir sıra demokratik islahatlar həyata keçirildi. Söz, mətbuat, yiğincəq azadlıqları elan olundu. Bu da jurnalistikyanın inkişafına müsbət təsir göstərdi. «Mətbuat kodeksi»nın dərcindən (15 sentyabr 1945) sonra qəzetlərin fəaliyyəti xeyli genişləndi. 1945-ci il dekabrın 1-dən Tokioda ilk axşam qəzeti «Minpo» çıxdı. Kommunist Partiyasının orqanı «Akaxata» (əvvəl «Sekki» adlanırdı) qeyri-leqal fəaliyyətdən açıq fəaliyyətə keçdi.

Müharibədən sonra qəzetlərlə yanaşı jurnalların da sayı artdı. Müharibənin sonunda, əvvəl qeyd etdiyimiz kimi, 300 jurnal çıxırdısa, bu rəqəm bir il ərzində 4 dəfə artdı. Əyləncəli, ədəbi-bədii, uşaq jurnalları meydana gəldi. Bu dövrde fəaliyyət göstərən jurnallardan «Sinsey», «Sekay», «Kaydın», «Ningen», «Dzyosey» və başqalarını göstərmək olar.

Hazırda Yaponiyada üç gündəlik qəzet var ki, həm tirajna, həm də ölkənin bir çox şəhərlərində yayıldığına görə o birlərindən seçilir. Bunlar «İomiuri» (8,9 milyon nüsxə),

«Asahi» (7,5 milyon nüsxə), «Mayniti» (4,4 milyon nüsxə) qəzetləridir. Bundan başqa ölkədə 125 qəzet 47 milyon tirajla nəşr olunur.

Ən mühüm qəzet və jurnallar. «Asahi» («Doğan gù-nəş»-1888), «Asahi ivninq nyus» («Asahinin axşam xəbərləri»-1954), «İomiuri» («Reportyor»-1874), «Mayniti» («Gündəlik qəzet»-1876), «Kioto simbun» («Kioto qəzeti»-1879), «Sankey simbun» («Sənaye-iqtisadiyyat qəzeti - 1950»), «Dziyu minsyu» («Liberal demokratiya»-1954), «Sandi Mayniti» («Bazar günü Maynitisi»-1922), «Sekay» («Kainat»-1946), «Akaxata» («Qırmızı bayraq»-1946) və s.

TELEVİZİYA VƏ RADIÖ

Yaponiyada ilk radio verilişi «Tokio Brodkastinq Steyşn» cəmiyyəti tərəfindən 22 mart 1925-ci ildə həyata keçirilib. Elə həmin ilin iyun – iyul aylarında Osaka və Naqoyda da radiostansiyalar yaradılır. 1925-ci ilin oktyabrında Yaponiya tarixində ilk dəfə olaraq Naqoyda studiyadan kənar reportaj verilir. Bu hərbi parada həsr olunmuş reportaj idi.

1926-ci ilin avqustunda rabitə nazirliyi hər üç stansiyani birləşdirib, Yaponiya Radioyayılm Cəmiyyəti yaradır (En-Eyc-Key). 1935-ci ildən En-Eyc-Key ABŞ-a, Kanadaya və Havay adalarına «Yaponiya radiosu» vasitəsilə verilişlərə başlayır. Bu radio 1945-ci ildə qadağan edilir, yalnız 1952-ci ildə fəaliyyəti yenidən bərpa olunur.

1948-ci ildə radionun inkişafına dair beşillik plan qəbul olunur. Plan radionun inkişafını sürətləndirir. Bu inkişaf dinləyiçilərin də sayının artımına müsbət təsir etdi. Təkcə 1948-ci ildə onların sayı 7,6 milyona çatdı. 1950-ci ildə isə Yaponiya parlamenti «**Yayım haqqında**» Qanun qəbul edir. Bu qanun radio sahəsindəki bəzi uyğunsuzluqları aradan qaldırdı və En-

Eyc-Key-in quruluşunu dəqiqləşdirdi. Bundan sonra En-Eyc-Key ölkənin xeyli radiostansiyalarına, studiyalarına, ötürüclərinə malik oldu ki, bu da informasiyaların vaxtında verilməsinə kömək etdi. «Yayım haqqında» Qanun həmçinin ona imkan verdi ki, verilişlərini təkcə yapon dilində yox, həm də xərici dillərdə yayımlasın. Parisdə, Nyu-Yorkda və Sinqapurda En-Eyc-Key öz bürolarını yaratdı.

Yuxarıda adını çəkdiyimiz qanun kommersiya radioyayımına da icazə verdi. Belə bir yayım 1951-ci ilin sentyabrında gerçəkləşdi. On il kommersiya radiolarının fəaliyyəti onun yüksəlişi ilə xarakterizə olunur. Lakin 1961-1968-ci illərin rəqabəti radioların böhranla üzləşməsinə səbəb olub. Vəziyyətdən çıxməq üçün kommersiya radio şirkətləri öz işlərini yenidən qurdular. Onlar 1965-ci ildə iki ümumyapon şəbəkəsində (Djey-Er-En və En-Er-En) birləşdirilər. Bundan sonra Djey-Er-En 22, En-Er-En isə 23 şirkəti özündə birləşdirdi. Yalnız bundan sonra radioların fəaliyyəti yaxşılaşdı, hətta reklamdan gələn gəlirlər də artdı.

1939-cu ilin may ayında Yaponiyada televiziyanın ilk sınaq verilişi uğurla alındı. Alımların səyi nəticəsində təsvir laboratoriya şəraitində baş tutmuşdur. Lakin ikinci dünya müharibəsi bu işi yarımcıq qoydu. Müharibədən dərhal sonra yenidən sınaq verilişlərini davam etdirilər və uğur qazandılar. Bununla belə, Yaponiyada televiziyanın doğum günü 1 fevral 1953-cü ildir. Həmin gündən **En-Eyc-Key**-in müntəzəm verilişləri yayımlanır. Avqust ayında isə ilk kommersiya studiyası (En-Ti-Bi) efirə çıxır.

Çoxları televiziyanın radioya rəqabətdə tab gətirəcəyinə şübhə ilə yanaşırıldılar. İlk vaxtlar televiziya sahiblərinin sayı da az artırdı. 1953-cü ildə onların sayı 1485 nəfər idi, 1954-cü ildə 16779, 1955-ci ildə 52882 nəfərə yaxın idi. Lakin az vaxtda televiziya xalqın rəğbətini qazandı. Aşağıdakı rəqəmlərdən də bu aydın görünür. 1958-ci ildə yapon ailəsinin 1

milyon, 1970-ci ildə isə 99,2 faizinin televiziyası vardı. Çox güman indi Yaponiyada elə bir ailə yoxdur ki, onun bir və ya iki televizoru olmasın. Rəngli verilişlərə gəlincə onun tarixi 1960-ci ilin sentyabrından başlanıb.

Yaponiyanın «Yayım haqqında» Qanununa görə En-Eyc-Key-in tamaşaçıları ilə müqavilə bağlanılır və onlar haqq ödəyirlər (bu haqq sonra ləğv olunub). Kommersiya telesirkətlərinin tamaşaçıları belə haqq ödəməkdən azaddırlar. Qanun buna yol vermir. Çünkü onun əsas gəlir mənbəyi reklamdır. En-Eyc-Key-in «102-ci studiya» informasiya programı ölkədə çox sevilən programdır. Program səhər saat 7.35-dən 8.12-dək tamaşaçıları əvvəlki günün hadisələri ilə tanış edir.

Yaponiyanın əsas telesirkəti olan En-Eyc-Key dünyanın bir sıra telesirkətləri ilə əlaqə saxlayır, efir mübadiləsi aparır.

AGENTLİKLƏR

Kiodo Tsusin – Yaponiyada ən iri informasiya agentliyiidir. Əsası 1945-ci ildə qoyulub. Tokioda yerləşir. Yapon və ingilis dillərində informasiya və xəbərlər verir. Agentlik ölkədə 63 qəzet nəşriyyatına, 72 radiostansiyaya və xaricdə 57 informasiya agentliyinə xidmət edir. Xaricdə ingilis dilində 140 min sözlük informasiya yayır. Agentliyin dünyyanın 31 şəhərində 50 xüsusi müxbiri var.

Dzidzi Tsusin – ölkənin ikinci ən böyük informasiya agentliyidir. 1945-ci ildə səhmdar əsasında yaradılıb. Tokioda yerləşir. Agentlik Cənubi Amerika və ABŞ-in qərbində yapon dilində çıxan 15 qəzetə informasiya verir. 124 yapon və 28 xarici qəzet nəşriyyatına xidmət edir. Hər gün yapon dilində 680 min sözlük informasiya, o cümlədən 5 min sözlük çin dilində, 29 min ingilis dilində, 3 min ispan dilində sözlük informasiya yayır.

RUSİYA

Avropada yerləşir;

İdarəetmə forması – federativ dövlət quruluşu ilə respublika;

Dövlət başçısı – prezident;

Ali qanunverici orqan – ikipalatalı Federativ möclis;

Ali icraçı orqan – hökumət;

Dövlət dili – rus;

Milli bayram – Müstəqillik haqqında bəyannamənin qəbulu – 12 iyun 1990;

Üzv olduğu təşkilatlar – BMT (1945), MDB, YUNESKO;

Siyasi partiyalar – RF Kommunist Partiyası, «Vahid Rusiya» Partiyası, Rusiya Liberal Demokrat Partiyası, «Yabloko» birliyi;

Əhalisi – 146,3 mln (2005);

Paytaxtı – Moskva.

Ərazil - 17 075 200 km²

Avtoroute uzun - 360 min km

Dövel uzun - 86 min km

Magistral baxımlı uzunluğu - 214 min km

Daxili vayolların uzunluğu - 214 min km



TARİXİ ARAYIŞ

- **IX-XIII əsrlər** – Kiyev – Rus dövləti
- **1132** – Böyük Kiyev knyazı Mstislav Vladimiroviçin ölümündən sonra Kiyev-Rus dövlətinin parçalanması
- **XIII-XV əsrlər** – Monqol-tatar əsarəti
- **1812** – Napoleonun Rusiyaya hücumu
- **1813 və 1828** – Rusiya – İran müharibələri nəticəsində Gəlüstən və Türkmençay müqavilələrinə əsasən Şimalı Azərbaycanın Rusiyaya birləşdirilməsi
- **1905-1907** – Birinci rus inqilabı
- **1917** – Oktyabr çevrilişi
- **1918** – Brest sülhü
- **1918-1920** – Rusiyada Vətəndaş müharibəsi və xarici hərbi müdaxilə
- **1921** - Yeni iqtisadi siyasətə kecilməsi
- **1922, 30 dekabr** – Rusiya başda olmaqla SSRİ-nin təşkili
- **1941-1945** – Böyük Vətən müharibəsi
- **1990** – RSFSR dövlət suverenliyi barədə dekretin qəbul edilməsi
- **1991, 12 iyun** – B.Yeltsinin RSFSR-in prezidenti seçilməsi
- **1991, avqust** – SSRİ-ni qoruyub saxlamaq üçün yaradılmış Dövlət Fövqəladə Vəziyyət Komitəsinin (QKÇP) süqutu
- **1991, 8 dekabr** – Belovejsk sazişi. SSRİ-nin dağıılması
- **1993, 3-4 oktyabr** – Rusiyada prezident – Ali Sovet qarşısundurması
- **2000, may** – V.V.Putinin RF-in prezidenti seçilməsi



RUSİYA MƏTBUATI

Rusiyada dövri mətbuatın tarixi XVIII əsrin əvvəllerinə gedib çıxır. Bu dövrdə I Pyotrun apardığı islahatların nəticəsi olaraq «*Vedomostı*» qəzeti nəşrə başladı. Qəzet islahatları təbliğ etməklə yanaşı, rus oxucusunu ölkənin siyasi və mədəni həyatında baş verən yeniliklərlə də tanış edirdi. I Pyotr «*Vedomostı*»yə xüsusi diqqət yetirir, çox vaxt orada gedən materialları özü redaktə edir, informasiyaların seçilib verilməsinə diqqət yetirirdi.

Rusiyada ilk jurnal olan «*Yejemesyaçnıye soçineniya*» bir sıra nöqsanlarına baxmayaraq, gənc jurnalistlərin, yazıçı və şairlərin yetişməsində mühüm rol oynadı. XVIII-ci əsrin 50-ci illərində rus jurnalistikası öz inkişafının yeni mərhələsinə qədəm qoydu. Bu da xüsusi jurnalların nəşrə başlaması idi. İlk belə jurnal 1759-cu ildə nəşr edilən «*Trudolyubivaya pçela*» jurnalı idi. Bundan sonra da bir neçə belə jurnal yarandı.

XVIII-ci əsrin ikinci yarısında Rusiyada kəndli hərəkatı gücləndi. Bu da Y.Puqaçovun başçılığı ilə kəndli müharibəsinə (1773-1775) gətirib çıxardı. Belə çətin bir şəraitdə Rusiyada müxalif jurnalistika yarandı. Onun ən parlaq nümunəsi N.J.Novikovun nəşr etdiyi «*Truten*» və «*Jivopisets*» jurnalları idi. Novikovun bu ənənəsini gənc İ.A.Krılov davam etdirərək özünün «*Poçta duxov*» və «*Zritel*» jurnallarını buraxdı.

Rusiyada təhkimçilik əleyhinə çıxışlar, dekabristlər üsyani (1825) ölkədə azadlıq hərəkatının zadəgan dövrünün başlangıcını qoydu. Bundan qorxuya düşən hakimiyyət müxalif yönümlü mətbuata hücuma keçir və 1826-cı ildə senzurəni (ilk senzura qaydaları 1804-cü ildə çap edilib) daha da möhkəm-ləndirir.

XIX-cu əsrin 30-cu illərindən danışarkən görkəmli şair A.S.Puşkinin (1799-1837) jurnalistik fəaliyyətinə diqqət yeti-

+ тематическое приложение «НГ-ДИПКУРЬЕР»



Центрбанк
из последних сил
борется
с укреплением
рубля



КУЛЬТУРА
Андрей Кончаловский
о фильме
«Ленин снял фильм»

Всероссийское
общественное
на социологическом
факультете МГУ



НЕЗАВИСИМАЯ

ГАЗЕТА

Суверенная демократия в объятиях ОМОНа

Власти в очередной раз продемонстрировали безграничную заботу о митингующих



«Nezavisimaya» qəzeti

СУПЕРНОМЕР ВОПРОСОВ И ОТВЕТОВ

Газета
издается
с 1976 года

АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ

ВАША
ГАЗЕТА

№ 17 (1363) 25 апреля - 1 мая 2007 | WWW.AIF.RU | В разы выше цена старой.



Б. ЕЛЬЦИН

Сколько вам лет, Борис?

А. ДЖОГОЛИ

Объяснила в романе

И. ЛОБАЧЕВА, И. АВЕРБУХ

в память - второй ребёнок в пересад

К. КИНЧЕВ

стала «киевлянином»?

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

27

rilməlidir. P.Androsov Krayevskiyə məktubunda yazmışdır ki, «Puşkinə, bəlkə də acı tale ona görə qismət oldu ki, o, jurnalist idi». 1826-cı ildə sürgündən qayıdan şair əvvəlcə «Moskovski vestnik», 1830-cu illərdə isə «Literaturnaya qazeta»da əməkdaşlıq edir. O, «Literaturnaya qazeta»nın bibliografiya şöbəsinin əsas materiallarını yazırdı. Puşkin özünün «Jurnal tənqidи haqqında» («Literaturnaya qazeta», №3, 1830) məqaləsində tənqid və bibliografiyanın əhəmiyyətini, yerini dəqiq göstərir. «Literaturnaya qazeta» bağlandıqdan sonra 1835-ci ildə Puşkinə «Sovremennik» jurnalını buraxmağa icazə verirlər. 1836-cı ildən çıxmışa başlayan jurnal 3 ayda bir dəfə nəşr olunurdu. Puşkin jurnalda «Kapitan qızı», «Ərzuruma səyahət» əsərlərini dərc etdirir. «Sovremennik» jurnalı rus ədəbiyyatının, rus ədəbi dilinin, səyahət ocerkinin inkişafında böyük rol oynadı. Puşkin jurnalın əhatə dairəsini genişləndirmək üçün müəyyən tədbirlərə əl atsa da vaxtsız ölüm buna imkan vermədi.

1831-1836-cı illərdə Moskva universitetində «Teleskop» adlı jurnal fəaliyyətə başlayır. Tənqidçi və jurnalist N.İ.Nadejdin adı çəkilən jurnalın və onun əlavəsi «Molva» qəzeti-nin naşırı və redaktoru idi. O, 1833-cü ildə rus milli mədəniyyətinin inkişafında böyük tarixi xidmətləri olan V.Q.Belinskiyi tənqid şöbəsinə rəhbərlik etməyə dəvət edir. 1835-ci ildə Nadejdin xaricə gedir və «Teleskop»la «Molva»nın redaktorluğunu Belinskiyə tapşırır. 1834-1836-cı illərdə Belinski «Molva» və «Teleskop»da «Ədəbi xəyallar», «Rus povesti və cənab Qoqolun povestləri haqqında», «Koltsovun şerləri», «Sovremennik» haqqında bir neçə söz», «Əxlaqi fəlsəfə sisteminin təcrübələri» və başqa məqalələrini dərc etdirir. Gənc tənqidçinin bu məqalələri rus ədəbiyyatının keçmişinə və müasir ədəbi hərəkata yeni bir baxış idi. O, Krılov, Puşkin, Qriboyedov, Qoqol, Koltsov kimi sənətkarları müdafiə edir, saxta nüfuz sahiblərini tənqid edirdi. 1836-cı ildə «Teleskop»



Глубина трагедии

Репортаж из Новокузнецка
| Стр. 7

«Они перерезали ему горло»

Дневник пленника талибов
| Стр. 18

Цыплята Кулаковой

Главная лыжница России стала крестьянкой | Стр. 40

«Ogoniok» jurnalı

bağlandı. Buna səbəb jurnalda Çaadayevin «Fəlsəfi məktublar»ının nəşri idi. Jurnal bağlandıqdan sonra Gertsenin dediyi kimi «bu utancaq, bu zəif cüssəli adam» bir müddət ədəbi fəaliyyətdən kənarda qalır. 1838-ci ildə «Moskovski nablyudatel» jurnalı Belinskinin dostu Stankeviçin əlinə keçir. Jurnal bir il Belinskinin redaktorluğu ilə nəşr olunur və bundan sonra istiqaməti dəyişir. Belinskinin «Moskovski nablyudatel» jurnalındaki fəaliyyəti çox səmərəli olmuşdur. Onun yaradıcılığının ən məhsuldar dövrlərindən biri məhz həmin jurnalla bağlıdır. Jurnalda təkcə bir ilin içərisində 120-dən artıq məqalə, icmal və resenziya çap etdirmişdir. Bunların sırasında «Şekspirin draması», «Hamlet», «Ədəbi xronika», «D.İ.Fonfizinin əsərləri»ni göstərmək olar. Bu yazılar müəllifi bir az da məşhurlaşdırdı. Belinskinin redaktorluğu ilə nəşr olunan «Moskovski nablyudatel» 1839-cu ildə fəaliyyətini dayandırdı.

1839-cu ilin yanvar ayından Peterburqda 30-cu illərdə nəşrini dayandıran «Oteçestvenniye zapiski» jurnalı yenidən nəşrə başlayanda Belinski 7 il (1839-1846) təqrid və bibliografiya şöbəsinə rəhbərlik etdi. Gertsenin «Kimdir müqəssir?», «Elmdə diletantizm», «Təbiətin öyrənilməsinə dair məktublar», Nekrasov və Oqaryovun şerləri, Şedrin və Dostayevskinin povestləri, Belinskinin məqalələri jurnalda yeni ruh gətirdi. Jurnalın sahibi A.A.Krayevskinin şərtinə görə Belinskinin jurnalda məqalələri imzasız çap olundurdu. Lakin buna baxmayaraq Belinskini sevənlər onun yazısını dilinə, üslubuna, səmimiliyinə görə tanıydırlar. Gertsen yazır ki, «Moskva və Peterburq gəncləri Belinskinin məqalələrini hər ayın 25-i oldumu jurnalı axtarır, ən azı beş dəfə kafelərə gedib soruşurlar ki, görsünlər «Oteçestvenniye zapiski» alınıbmı? Jurnalın qalın nömrəsi əldən-ələ keçib əzilir, Belinskinin məqaləsi varmı?» səsləri eşidilirdi – «Var!». Belinskinin müəllimlər arasında da çoxlu pərəstişkarları vardı. Jurnalın nüfuzu artıq-ça tirajı da artırdı. 1846-ci ildə jurnalın 4000 abunəçisi vardı.

1846-ci ildə Belinski «Oteçestvenniye zapiski» jurnalını tərk edir, yenidən təşkil olunmuş «Sovremennik» jurnalına gəlir, burada jurnalın ideya rəhbərlərindən biri kimi fəaliyyətə başlayır. O, jurnalda bir neçə məqalə, o cümlədən özünə şöhrət gətirən «1847-ci il rus ədəbiyyatına bir nəzər» adlı əsərini çap etdirir.

1847-ci ildə müalicə olunmaq üçün xaricə – Almaniyaya gedən Belinski təhkimçilik hüququna qarşı təhkimli kəndlilərin əhval-ruhiyyəsini eks etdirən «Qoqola məktub» əsərini yazır. Bu məktub Qoqolun ona göndərdiyi məktuba cavab idi. Qoqol məktubunda «Dostlarla yazışmalardan seçilmiş parçalar» əsərinin Belinski tərəfindən təqid olunmasına etirazını bildirirdi. Belinski Qoqola yazırıdı: «Mənliyimin təhqir olunmasına hələ bir təhər dözə bilərdim, əgər bütün mətləb bundan ibarət olsaydı, hər halda bu barədə susmağa cəsarətim çatardı. Lakin, həqiqətin, insan ləyaqətinin təhqir olunmasına dözmək mümkün deyildir: din pərdəsi altında və zona müdafiəsi ilə, riyakarlığın və əxlaqsızlığın həqiqət və xeyirxahlıq kimi qələmə verilməsini gördükdə, susmaq mümkün deyildir... Mən bu məsələdə tək bir şəxs deyil, çoxluğu təmsil edirəm, həm də onların eksəriyyətini nə siz, nə də mən görmüşəm, onlar da heç bir zaman sizin üzünüüzü görməmişlər... Siz Rusiyaya bir mütəfəkkir kimi yox, yalnız bir sənətkar kimi dərin-dən bələdsiniz, əfsanələrlə dolu kitabınızda isə siz tam müvəfəqiyyətsizliklə mütəfəkkir cildinə girmək istəmişsiniz. Buna səbəb o deyildir ki, siz, ümumiyyətlə, mütəfəkkir olmamışsınız; səbəb budur ki, siz illər boyu Rusiyaya uzaqlarda olan öz gözəl guşənidən tamaşa etməyə adət etmişsiniz... yüksək həqiqətlərlə dolu olan ecazkar bəddi əsərlərində Rusiyaya öz sürlərini güzgüdə olduğu kimi göstərmək imkanını verərək, onun süurlanmasına son dərəcə yardım göstərən böyük bir yazıçı, bir kitab çap etdirib burada İsa və din naminə vəhşi mülkə-

darlara kəndliləri murdar donuz - deyə söyməyi və onların küreyindən mümkün qədər çox mənfəət çıxarmağı öyrədir. Bu hal məni hiddətləndirməyə bilərdimi...».

Belinskinin sağlığında «Qoqola məktub» çap olunmur. Lakin əldən-ələ gəzir, demək olar ki, Rusyanın bütün ziyalıları arasında yayılır. Məktubu Gertsen Belinskinin ölümündən (1848) yalnız 7 il sonra 1855-ci ildə «Polyarnaya zvezda» jurnalında nəşr etdirir.

Rus xalqının azadlıq hərəkatında Gertsen mühüm rol oynayıb. O, rus ictimai fikir tarixində bir filosof, yazıçı, publisist və jurnalist kimi mühüm yer tutur. Onun ən böyük xidmətlərindən biri Londonda azad rus mətbuatını yaratması, «**Polyarnaya zvezda**» və «**Kolokol**» jurnallarını nəşr etməsidir. Gertsen 1853-cü ildə Londonda öz hesabına azad rus mətbəəsi yaradır. Burada o, əvvəlcə vərəqələr, məqalələr və bir sıra kitablar nəşr edir, rus ictimaiyyətinə deyə bilmədiklərini mətbəə işçilərinə deyirdi. Az sonra «Polyarnaya zvezda» jurnalının nəşrinə başlayır və çətinliklə də olsa onu Rusiyada yayır. Bu da Rusiyadan məktubların gəlməsinə səbəb olur. Gertsen həmin məktubları «Rusiyadan səslər» adlı bir neçə məcmuədə nəşr edir. Qeyd edək ki, bu məktublar əlyazmayıdı, həm də senzurasız idi.

«Polyarnaya zvezda» jurnalı bütün Rusiyaya səs salmışdı. Oxucuları durmadan artırdı. Bu dövürdə Rus inqilabı fikrini təbliğ etmək üçün sistemli bir jurnalə ehtiyac vardı. Bu ehtiyacı məhz «Kolokol» jurnalı ödədi. Jurnalı Gertsenlə Londona gələn Oqoryov buraxdı. On il çıxan (1857-1867) jurnalın fəaliyyəti iki dövrə bölünür: birinci dövr 1857-1861, ikinci dövr isə 1861-ci ildən axıra kimi. Birinci dövrdə mütləqiyət, təhkimçilik əleyhinə fikirlər jurnalda əsas yer tutmuşdur. İkinci dövrdə isə sosializm məsələlərinə diqqət verildilər. Qeyd edək ki, Gertsenin müəyyən liberal səhvleri olmuşdu. Lakin sonralar o, liberal meyllərə qarşı mübarizədə və çariz-

mə münasibətdə inqilabçı-demokratlarla (N.Q.Çernışevski, N.A.Dobrolyubov) birləşmişdir. «Kolokol» Rusiyada fəhlə mətbuatı yaranmazdan əvvəl mövcud olan senzurasız inqilabi mətbuatın başında durmuş, inqilabi hərəkatın inkişafında müüm rol oynamışdır.

1850-1860-cı illərdə N.Q.Çernışevski, N.A.Dobrolyubov kimi görkəmli publisist, inqilabçı-demokratların rəhbərliyi altında çıxan «Sovremennik» jurnalı, özünün ideya istiqamətinə görə «Polyarnaya zvezda» və «Kolokol»a yaxın idi. Jurnalın səhifələrində kəndli məsələsinə xüsusi diqqət yetirilirdi. «Sovremennik» yazırkı ki, ağır və dözülməz şəraitdə yaşayan kəndlının həyat tərzini yalnız inqilabi yolla dəyişmək olar. Bu jurnal Rusyanın inqilabi qüvvəsinin səsi idi. Bu səs demək olar ki, Rusyanın hər yerindən eşidilirdi. Çernışevski öz ideya azadlığına, fəlsəfi və siyasi kamilliyinə görə 50-ci illərin ikinci yarısı və 60-cı illərin əvvəlləri rus inqilabi demokratiyasında zirvə təşkil edir. «Sovremennik» Çernışevski üçün çox doğma idi. Jurnalın elə bir sayı olmazdı ki, onun məqaləsi getməsin. Tədqiqatçı alımların hesablamalarına görə, Çernışevskinin «Sovremennik»də 500 çap vərəqi, təxminən hər il 60 çap vərəqi materialı dərc edilmişdir.

XIX-cu əsrin axırlarına yaxın Rusiyada fəhlə hərəkatı canlandı. Bu canlanma fəhlə mətbuatının yaranmasına təkan verdi. Plexanovun yaratdığı «Əmək azadlığı» və «Blaqoyev qrupu»nun nəşr etdikləri «Sosial-demokrat» (1888-1892) top-lusu və «Raboçi» (1883-1895) qəzeti Rusiyada marksist ədəbiyyatın yayılmasına xidmət edirdi.

Keçən əsrin əvvəlində çıxan «İskra» qəzeti Rusiyada marksist partiyası yaratmayı qarşısına məqsəd qoymuşdu. «İskra»dan sonra onun məsləkini və ənənələrini davam etdirən bir sıra mətbu orqanlar fəaliyyətə başladı. Peterburq fəhlələrinin təşəbbüsü ilə «Pravda» (1912) çıxdı. «Pravda»nın

nəşri tarixi – may ayının 5-ni keçmiş SSRİ-də bütün müttəfiq respublikalar mətbuat günü kimi qeyd edirdi. «Pravda» Sov.İKP-nin orqanı kimi uzun müddət fəaliyyət göstərdi.

1917-ci il ərəfəsində Rusiya o dövr üçün xeyli mətbuatı malik idi. Ölkənin 180 şəhərində müxtəlif dövri mətbuat çıxırıldı. Təkcə Moskvada çıxan qəzetlərin bir illik tirajı 450 milyon nüsxəyə çatırdı. Peterburqda 150-ə yaxın qəzet, 400-dən çox jurnal buraxılırdı.

Mətbuatın sürətli inkişafı 1917-ci ilin oktyabrında dayandırıldı. Hakimiyyət çevrilişinin üçüncü günü – 1917-ci il oktyabrin 27-də Xalq Komissarları Soveti mətbuat haqqında dekret imzaladı. Dekretə görə bolşevik qəzetlərini çıxmışla xeyli qəzet bağlandı (iki ay ərzində Rusiyada 92 qəzet fəaliyyətini dayandırdı). Bu dövrde nəşr olunan bolşevik qəzetləri yeni quruluşu tərifləməyi, onun üstünlüklerini göstərməyi qarşılara məqsəd qoymuşdu.

V.İ.Lenin «Qəzetlərimizin xarakteri haqqında» («Pravda»nın 1918-ci il 20 sentyabr tarixli nömrəsində dərc olunub) məqaləsində siyasi məsələlərdən az yazmayı, iqtisadiyyatdan daha çox bəhs etməyi məsləhət görürdü. O, öyrədirdi ki, qəzetlər rəsmi çinovnikcəsinə deyil «inqilabi mətbuat kimi», fehlə sinfinin «diktatura orqanı kimi» yazmalıdır. Onlar kütlni «bütün həyat sahələrindən götürülən canlı, konkret misal və nümunələrə əsasən» tərbiyə etməlidirlər. Bu məqalə o dövrün bütün mətbuat orqanlarının fəaliyyəti üçün bir program idi. Mətbuatın yenidən təşkili qarşıya qoyulan qərarların həyata keçirilməsinə kömək etdi. Artıq 1918-ci ilin əvvəlində inqilabdan əvvəlki kütləvi informasiya vasitələrini yeni 884 qəzet və 753 jurnal əvəz etdi. Bir il sonra qəzetlərin sayı 1000-ə çatdı. Bu dövrde jurnalist kadrların azlığı, redaksiya işindəki təcrübəsizlik mətbuatın ümumi işinə mənfi təsir göstərirdi.

Bütün çətinlikləri arxada qoyan Rusiyada jurnalistikə inkişaf edirdi. 1921-1925-ci illərdə dövri mətbuatın tirajlarının artması ilə yanaşı yeni qəzet və jurnallar yarandı. Həmin illərdə «Raboçaya qazeta», «Trud», «Komsomolskaya pravda», «Krasnaya zvezda», «Pionerskaya pravda» qəzetləri çıxdı. Qəzetlərlə yanaşı «Noviy mir», «Oktyabr», «Molodaya qvardiya», «Oqonyok», «Rabotnitsa», «Krokodil» və s. kütləvi jurnallar nəşrə başladı.

Böyük Vətən Müharibəsi illərində rus jurnalistikası özünün səfərbəredici gücünü göstərə bildi. Görkəmli yazıçı və şairlər hərbi müxbir kimi odlu-alovlu səngərlərdən keçərək böyük publisist işi gördülər. A.Tolstoyun («Rus xarakteri», «Biz nəyi müdafiə edirik?», «Vətən»), B.Qorbatovun («Yoldaşlara məktub», «Cəbhə jurnalisticinə»), K.Simonovun («Üçüncü adyutant», «Rus ürəyi»), İ.Erenburqun («Mühəribə» toplusu) və başqalarının məqalə və pamfletləri faşizmə nifrət oyadırdı.

Bir məsələni də xüsusilə qeyd etməliyik ki, jurnalistica totalitar şəraitdə fəaliyyət göstərirdi. Belə şəraitdə həqiqəti demək həm çətin, həm də riskli idi. Jurnalistica sosializm quruluşunu, «işıqlı gələcəyi» tərifləməli, ona qarşı çıxanlara amansız olmalıydı.

1953-cü ildə İ.V.Stalinin ölümündən sonra mətbuatın məzmununda az da olsa dəyişiklik baş verdi. Mətbuatda yeni mövzular göründü. Jurnalıslar günün vacib məsələlərini «Dəyirmi masa» arxasında müzakirə edib fikir mübadiləsi aparırdı. 1957-ci ildə yaradılan SSRİ Jurnalıslar İttifaqı seminarlar keçirir, jurnalıslar məsləhətlər verirdi.

Bir partiyalı sistemdə mətbuatca ciddi nəzarət vardı. Redaktorlar Mərkəzi Komitənin təbliğat şöbəsinə tabe idilər. Onların başı üstündən iş görmək mümkün deyildi. QLAVLİT əsl senzura qaydalarını tətbiq edirdi. Bu qurum hər sözə, hər fi-

kirə qadağa qoyurdu. Hətta, iş o yerə çatmışdı ki, «Pravda» və «İzvestiya» kimi qəzetlərin ayrıca senzor ştatı vardı.

Keçən əsrin sonlarına yaxın «yenidənqurma»nın başlanması senzuranın zəifləməsinə səbəb oldu. Bu da bir sıra yarımrəsmi qəzetlərin yaranmasına şərait yaratdı. «Xalq cəbhəsi», «Nabat», «Pozisiya», «Demokratičeskaya Rossiya» belə qəzetlərdən idi.

90-cı illər Rusiyada yeni mətbuatın inkişafı illəri kimi də xarakterizə olunur. Bu illərdə «Seqodnya», «Nezavisimaya qazeta», «Kuranti», «Novaya yejednevnaya qazeta», «Delovoy mir», «Kommersant», «Meqapolis-ekspress» və sair qəzetlər çıxır. Yüksək vəzifəli şəxslərin 1991-ci ilin avqust ayında cəhd etdikləri çəvriliş vaxtı ümumittifaq və Moskva qəzetləri, habelə Mərkəzi televiziya və radio verilişləri qadağan olundu. Yalnız avqustun 19-da Sov. İKP-nin bir sıra nəşrləri «Pravda» başda olmaqla - «İzvestiya», «Trud» və «Krasnaya zvezda» çıxdı. QKÇP üzvləri həbs olunduandan sonra Rusiya prezidenti B.N.Yeltsenin fərmanı ilə Sov. İKP MK-nin bəzi nəşrlərinin fəaliyyəti dayandırıldı.

Sovet imperiyası dağıldıqdan sonra Rusiya Federasiyasında da bir sıra yeniliklər baş verdi. Xüsusilə, jurnalistika sahəsinə olan yeniliklər əsasən müstəqil KİV-in yaranması oldu. **1991-ci ilin dekabr ayında Rusiya «KİV haqqında» Qanun qəbul etdi.** Bu qanun KİV-in inkişafına şərait yaratdı. Yalnız bundan sonra müstəqil qəzet və jurnallar, teleradio kanalları yaranmağa başladı.

Həmişə nümunə kimi qeyd etdiyimiz Rusyanın kütləvi informasiya vasitələri keçən əsrin sonlarında böhranla üzləşdi. Rusiya Jurnalistlər İttifaqının 1998-ci ilin hesabatında göstərilir ki, Rusiyada elə bir mətbuat, radio, televiziya yoxdur ki, əsl iqtisadi müstəqlliyyə malik olsun. Nəşrlərin iqtisadi uğurları heç də abunəçilərin sayından asılı deyil. Bir sıra qəzetlər reklam sifarişlərini cəlb etmək məqsədilə tirajlarını həqiqətdə

olduğundan qat-qat artıq göstərir, qeyri-obyektiv reytinglər dərc edirlər. Etik normaların pozulması adı hala çevrilmişdi. Bütün bunlar qəzet və jurnalların fəaliyyətinin azalmasına gətirib çıxarmışdı. 1990-cı illə müqayisədə 1998-ci ildə qəzetlərin illik tirajı 5, jurnallarınki isə 7,5 dəfə aşağı düşmüştü. Ümumrusiya nəşrlərinin də əsas hissəsi Moskvada və mərkəzi Rusiyada yayılırdı.

İslahatdan sonrakı Rusiyada yerli mətbuatın rolü artdığın-dan hakimiyyət, siyasi və iqtisadi elita onu öz şəxsi maraqlarının ifadəsinə çevirməyə cəhd etdi. Bir sıra qəzetlər var ki, bilavasitə hakimiyyət strukturlarının əlindədir. Hazırda Rusiyada elə bir vəziyyət yaranıb ki, nəşirlərin de faktö mülkiyyətçisi vardır, de yuri isə yoxdur. Təbii ki, bu «gizli» mülkiyyətçi nə cəmiyyət, nə də jurnalistlər qarşısında məsuliyyət daşıyır. O, klan mənafeyinə xidmət edir və KİV-i siyasi mübarizə alətinə çevirir. Nəşr sahibləri ilə jurnalistlər arasında yaranan münasibətlər cəmiyyəti narahat etməyə bilməz. Rusiyada demək olar ki, əksər qəzetlər müəyyən dairələr tərəfindən «ələ keçirilib».

Ən mühüm qəzet və jurnallar. «İzvestiya», «Komso-molskaya pravda», «Arqumenti i faktı», «Nezavisimaya qazeta», «Seqodnya», «Zdorovya», «Oqonyok», «Literturnaya qazeta», «Trud», «Moskovski komsomolets», «Sovremennik» və s.

TELEVİZİYA VƏ RADIÖ

Rusiyada radionun ilk sınaq verilişi **1922-ci ildən**, müntəzəm verilişlər isə **1924-ci il noyabırın 23-dən** hesablanır. 1964-cü ildən fəaliyyət göstərən **«Mayak»** radiosu çoxlarına yaxşı tanışdır. Fasiləsiz işləyən **«Mayak»** o dövr üçün yeni idi. Hər yarımd saatdan bir xəbər, müsiqi, reportaj, canlı konsertlər

yayımlayan radio az vaxta dinləyicilərin ürəyinə yol tapdı. Hazırda «Mayak» radiosu müstəqildir. Onun üç yayım kanalı var. «Mayak»a təkcə Rusiyada deyil, demək olar ki, keçmiş SSRİ-nin bütün rusdilli dinləyiçiləri qulaq asır. **«Exo Moskvi», «Radio Rossiya»** Rusyanın radio stansiyaları arasında ən çox dinləyiçisi olan stansiyalardır.

Rusiyada **televiziyanın** inkişafı heç də radiodan geri qalmır. **1955-ci ilin yanvarında** Moskvanın televiziya mərkəzi gündəlik yayımı başladı. O vaxt burada 80 nəfər çalışırdı, paytaxtda isə 15 min televizor vardı.

14 fevral 1956-ci ildə Moskvanın ikinci teleprogramı efirə verildi, ali və orta məktəblərə kömək məqsədilə üçüncü program 1965-ci ildə yaradıldı. 50-ci illərdən başlayaraq kütləvi televizorların istehsalına başlandı. İlk kütləvi televizor KVN-49 (Keniqson, Varşavskiy, Nikolayevskiy soyadlı konstruktörler) adlanırdı, ekraranın ölçüləri isə 18 sm idi. 1964-cü ildə yüngül, əldə gəzdirilən «Yunost», az sonra isə «Şilyalis» televizorları yarandı. Rəngli verilişlər **1967-ci ildə** yenicə istifadəyə verilmiş Ostankino mərkəzindən (hündürlüyü 540 m) sınaqdan keçirildi.

1977-ci ildən başlayaraq Mərkəzi televiziyanın bütün verilişləri rənglidir. SSRİ-nin süqutu ərəfəsində SSRİ Dövlət Telearadio sistemində 90 minə yaxın adam çalışırdı ki, onların da 23 mini təkcə Moskvanın payına düşürdü.

Nina Kondratova, Olqa Cepurova, Anna Şilova, Svetlana Jilsova, İqor Kirillov o dövrün ən populyar telediktörlerindən idi. Yazıcı-ədəbiyyatşunas İraklı Andranikonun yazıçılar haqqında sil-silə söhbətləri onu televiziyanın ulduzuna çevirmişdi.

Tanınmış publisist E.Saqalayevin rəhbərliyi ilə Rusiyada ilk müstəqil kanal **«TV-6 Moskva»** (1 yanvar 1993), az sonra isə **«NTV»** kanalı (10 oktyabr 1993) efirə çıxdı. 1996-cı ilin sentyabrından **«NTV-plyus»** onlara qoşuldu.

Ölkədə dövlət kanallarının sayı çoxdur. Mindən çox kanal isə hökümətin müxtəlif strukturlarına təsir etmək gücünə malikdir. Dövlət tərəfindən maliyyələşmə mifi xarakter daşıyır. İkinci dövlət kanalı olan RTR reklam hesabına özünü saxlayır. Bu işdə sponsorların da rolü az deyil. Məsələn, «Qazprom»un sponsorluğunu qeyd etmək olar.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, müasir jurnalistika yuxarıların təsirindən yaxa qurtara bilmir. 1999-cu ildə qəbul olunmuş teleradio yayım Xartiyası Dövlət Dumasının hücumlarından özünü qurtarmağa çalışır.

Televiziya rəsmi KİV-dən uzaqlaşdıqca daha çox tamaşaçı auditoriyası cəlb edir. «600 sekund», «12 etaj», «Vzqlyad» kimi verilişlərin tamaşıcıları milyonlarla hesablanırdı.

Onilliklərin ideoloji təsiri, hər cümlənin senzuradan keçməsi, xarici mühitdən təcrid Rusiya televiziyanının inkişafına imkan vermirdi. Verilişlər demək olar ki, əvvəlcə çəkilir, kəsib-doğranır, montaj edilirdi. Bütün bunlar senzuranın ləğvinə kimi davam etdi. Yalnız senzuranın ləgvindən sonra televiziya inkişaf yoluna çıxdı. 70-80-ci illərdə adət etdiyimiz «diktör televiziyası» erasına son qoyuldu, onu aparıcı əvəzlədi.

Televiziya sisteminin mərkəzdən tədriclə uzaqlaşması (1990-1994) «Ostankino»nın ləğvi ilə nəticələndi və «yeni-dənqurmadan» sonra Mərkəzi Televiziyanın birinci kanalı adlandı. Bu illərdə dövlət ideoloji və maliyyə nəzarətini itirdi. 1991-ci ildə Dövlət Teleradiosunun süqutu və həmin ildə TV 6, 1993-cü ildə isə NTV və əyalət özəl kanallarının yaranmasına gətirib çıxardı.

2002-ci ilin yayında Vladimir Qusinski «Qazprom-Media»nın «Media-Most»a aid aksiyaların satır. Bu da «Qazprom-Media»yaya imkan verir ki, «Medio-Most»un 26 kompa-

niyasına, o cümlədən NTV, NTV+, «Exo Moskvı», TNT-yə nəzarəti öz əlinə alısn.

Hazırda Rusiya əhalisinin 50 faizi 9 televiziya kanalına baxır. Onlardan 4-ü ümumfederal, 5-i ümummilli kanallardır.

Rusyanın televiziya bazارında üç böyük bölmə fəaliyyət göstərir: dövlət – Birinci, RTR, NTV və əyalət kanalları, ikin-ciisi, ictimai rəyə az-çox təsir edən özəl telekanallar, üçüncüüsü, aksiyaları dövlət və şəxsi adamlar da olan telekanallar.

«Mətbuat öz yerini bilməlidir» - Rusiya prezidenti V.V.Putinin bu deyimi çox mətləblərdən xəbər verir. KİV-ə qarşı hər-hansı bir təzyiq beynəlxalq aləmdə söz azadlığını boğmaq kimi qiymətləndirilir.

Bir sıra nöqsanlara və çətinliklərə baxmayaraq, Rusiya KİV-dən öyrəniləsi çox şey var. İstər radio, istərsə də televiziya verilişləninin əksəriyyəti yüksək professionallığı ilə seçilir.

MÖVCUD QANUNLAR

1991-ci ildə Rusiyada Kütləvi İnformasiya Vasitələri haqqında qanun qəbul edildi. Bu qanun vətəndaşların azad informasiya almaq hüququnu təmin edilməsi ilə yanaşı senzurəni da aradan götürdü.

1993-cü ilin dekabrın 12-də isə Rusiya Federasiyasının Konstitusiyasında fikir və söz azadlığı, senzuranın ləğvi, milli, irqi və sosial əsasda təbliğat aparılması ləğv edildi.

1995-ci ildə ölkədə «Reklam haqqında» ayrıca qanun qəbul edildi. 1996-cı ildə qəbul edilən yeni Cinayət kodeksində (xüsusən 144-cü maddədə) isə jurnalistlərin peşəkar fəaliyyətinə maneçilik göstərənlərin məsuliyyət daşıdığı qeyd olundu: yəni vəzifələr şəxslər jurnalistlərə informasiya verməkdən

imtina etdiyi halda maaşlarının 50 yaxud 100 mislində cərimə olunur, yaxud da bir ildən üç ilə qədər həbs edilirlər.

1997-ci ildə isə «**Televiziya və Radio yayımları haqqında**» qanun qəbul edildi. Qanunda lisenziya verilməsinə, xarici verilişlərin kanallarda yayılmasına, yayım iradəciliyinə geniş diqqət yetirmişdi.

AGENTLİKLƏR

İTAR-TASS Rusyanın ən böyük agentliyidir. 1925-ci il-dən 1992-ci ilədək TASS adlanırdı. Rusyanın suverenliyi elan edildikdən sonra adı dəyişilib İTAR-TASS oldu. Agentlik 86 adda informasiya məhsulu yayır. Bir sutka ərzində Rusyanın, yaxın və uzaq xarici ölkələrin siyasi, iqtisadi, içtimai, mədəni və idman həyatı haqqında iki mindən çox xəbər və 50-ə yaxın operativ fotosəkillər, diaqramlar və sxemlər yayır. Rusiyada adı çəkilən agentliklə yanaşı digər agentliklər də fəaliyyət göstərir.

HİNDİSTAN

Asiyada yerləşir;

İdarəetmə forması – federativ dövlət quruluşu ilə respublika;
Dövlət başçısı – prezident;

Ali qanunverici orqan – ikipalatalı parlament;

Ali icraçı orqan – Nazirlər soveti;

Dövlət dilləri – hindi, daha 18 dil rəsmi sayılır;

Milli bayram – Respublika günü – 26 yanvar (1930);

Üzv olduğu təşkilat – BMT (1945);

Siyasi partiyalar – Hindistan Milli Konqresi – HMK (1885),
Hindistan Milli Konqresi (i) – HMK (i) (1978), Bharata Çanata Parti – BCP (1980), Çanata Dal (Xalq partiyası) – CD (1988), Birləşmiş Cəbhə – BC (1997), Hindistan Kommunist Partiyası – HKP (1925) və s.;

Əhalisi – 1,02 mld;

Paytaxtı – Dehli.



TARİXİ ARAYIŞ

- **E.ə. I minilliyyin II yarısı** – Hindistanın ərazisində ilk böyük dövlətin meydana gəlməsi
- **E.ə. IV əsrin ortaları** – İlk quldar dövləti olan Maradhanın yaranması
- **XV əsrin sonları** – Hindistan ərazisinə ilk Avropa müstəmləkəçilərinin gəlməsi
- **XIX əsrin 50-ci illərinin sonu** – Xalq üsyani
- **1859** – Hindistanın Böyük Britaniya hakimiyyəti altına keçməsi
- **XIX əsrin sonu** – Milli azadlıq hərəkatının yaranması
- **1885** – Hindistan Milli Konqresinin (HMK) yaranması
- **1918-1921** – Hindistan milli azadlıq hərəkatı
- **1920** – Hindistan Kommunist Partiyasının yaranması
- **1946** – C.Hehru başda olmaqla müvəqqəti hökumətin yaradılması
- **1947,15 avqust** – Müstəqil Hindistan dövlətinin yaradılması, ölkənin iki müstəqil dövlətə (Hindistana və Pakistan'a) bölünməsi
- **1948** – Hindistan və Pakistan arasında birinci müharibə
- **1950** - Hindistanın Respublika elan edilməsi
- **1965** – Hindistan və Pakistan arasında ikinci müharibə
- **1966** – Daşkənd bəyannaməsinin imzalanması
- **1980-1984** – İndira Qandinin hakimiyyət illəri
- **1984** – R.Qandinin baş nazir seçilməsi



HİNDİSTAN MƏTBUATI

Hindistan XIX-XX əsrin I yarısına kimi Böyük Britaniyanın müstəmləkəsi olub. Elə bu da Hindistanda ilk qəzetlərin ingils dilində çıxmamasına şərait yaratdı. İlk qəzet isə 1780-ci il yanvarın 29-da çıxan «**Benqal qazetta**»dır. Sonralar «Bombey herald» (1790), «Bombey kuryer» (1790) qəzetləri də nəşrə bşladı. hər üç qəzet ingilis dilində çıxdı. İngilislər adı çəkilən qəzetlər vasitəsilə öz təbliğatını aparırdı. Hind dillərindən olan Benqal dilində ilk qəzet «Samaçar Durban» 1818-ci ildə, qudjerat dilində isə «Bombey samaçar» 1822-ci ildə çıxbı.

XIX əsrin ikinci yarısından başlayaraq Hindistanda mətbuat inkişaf etməyə başladı. Ölkenin bir sıra böyük şəhərlərində qəzet və jurnallar yaranır.

XIX əsrin sonlarında milli azadlıq hərəkatı geniş vüsət aldı. Milli burjuaziyanın əsrin sonlarına yaxın yaranmış siyasi təşkilatları 1885-ci ildə Hindistan Milli Konqresində (HMK) birləşdilər. Bu da Hindistanda ingilis hökmranlığına qarşı kütləvi azadlıq mübarizəsinin güclənməsinə təkan verdi.

Fəhlələri bu mübarizəyə hazırlamaq üçün fəhlə mətbuatına böyük ehtiyac vardır. Bu ehtiyacı Bombey fəhləsi Lokxandey öz öhdəsinə götürdü. O, 1891-ci ildə «**Dina bandxi**» («Dost») adlı ilk fəhlə qəzetini buraxdı. Onun redaktorluğu ilə çıxan qəzet 5 il fəaliyyət göstərdikdən sonra 1896-ci ildə bağlanmışdır. 1905-1908-ci illərdə milli azadlıq hərəkatı yeni vüsət aldı. İngilislər vəziyyətin çətinliyini dərk edərək 1906-ci ildə Müsəlman Cəmiyyəti yaratıllar. Məqsəd milli azadlıq hərəkatını dini-icma əlamətlərinə görə parçalamaq idi. 1918-ci ildə Hindistanda müstəmləkəçilik əleyhinə mübarizə yüksəliş mərhələsinə qədəm qoydu. 1918 -1922-ci illərdə fəhlə sinfi də fəallaşdı. Milli Konqresin fəal üzvü **Maxatma Qandi** yaranmış şəraitdən istifadə edərək 1919-cu ildə həftəlik «**Yanq India**», az sonra isə «**Xarıdjan**» adlı qəzetlər nəşr

etdi. Bu qəzetlərlə yanaşı, digər qəzetlər də – «**Nesnel herald**» və «**Fri press djornal**» da işıq üzü görür.

Qeyd edək ki, Amerika kommunistləri Hindistan kommunistləri ilə əlaqə saxlayır, onlara «Tayms», «Nyu-York herald» adlı qəzetlərlə yanaşı marksist ədəbiyyat da göndərirdilər.

Hindistanda gündəlik mətbuat yaratmaq günü ən vacib məsələsi idi. Gənc kommunist, Hindistanda ilk marksist qrupun təşklatçısı Şripat Amrit Danqe mətbuatın gücünü yaxşı dərk edtiyindən bu işi öz öhdəsinə götürür. O, 5 avqust 1922-ci ildə «Sosalist» adlı həftəlik jurnal nəşr edir. Jurnal ingilis dilində çıxırıdı. 8 səhifəlik bu jurnal Hindistanda ilk kommunist jurnalı idi. Jurnalın müəyyən programı olmasa da, sosializmi təbliğ edirdi. Hətta jurnal «Kommunist Partiyasının manifesti»ni çap etmişdi.

1922-ci il sentyabrın 9-dan «Sosalist»in əvvəlki səhifələrinin sayı qalmaqla, formatı böyükür. Fəhlə hərəkatına öz səhifələrində geniş yer verdiyindən, onun nüfuzu getdikcə artırdı. Redaksiyaya daxil olan məktublarda oxucular onları maraqlandıran suallara cavab axtarırdılar. Məsələn, «Böyük dəhilərin tarixdə rolü nədən ibarətdir?», «Fəhlə sinfinin mənafeyini nə təyin edir?» və s.

Qadın azadlığı məsələsinə də diqqət yetirən jurnal cəmi 6 ay yaşadı və axırıncı 26-cı sayı 27 yanvar 1923-cü ildə çıxmışdır. Bu da onunla əlaqədar idi ki, redaksiya həmin adda aylıq jurnal buraxmayı nəzərdə tuturdu. Aylıq «Soşalist»in ilk sayı 1923-cü ilin fevral ayında işıq üzü gördü. Bu jurnalın Hindistan kommunist mətbuatı tarixində öz yeri, öz mövqeyi olub.

Kəlküttdə benqal dilində çıxan həftəlik «**Canavani**» («Xalqın səsi» - 1923) jurnalı bir il fəaliyyət göstərməsinə baxmayaraq, Hindistan mətbuatı tarixində az rol oynamayıb. Jurnalın redaktoru Müzəffər Əhməd idi. Hindistanın şimal qərbində isə urdu dilində Qulam Hüseynin redaktorluğu ilə «**İnqilab**» adlı başqa bir jurnal çıxırıdı.

जनसत्ता

भारतगढ़ नगर दिल्ली स्थित, १० प्रमुखी, ३५०० एकड़ ३०० (१३ घेरा) दिल्ली सोनपुर और गोपन से प्रसिद्ध



१०८ अनुवाद के उपर्युक्त वाक्यों की अधिकतम संख्या है।

मानवाधिकार हन्ते की जांच होगी। अ

कम्पनी ने लालोडी (भारत) ; कम्पनी के पुस्तकालयों में सुधारने की अपीलिंग से विजय का दरवाज़ा में अपीलिंग कार्यालय में १५०० के बाद भूमिकाएँ लेने के साथ सामाजिक और शैक्षणिक कामों में विनाश। इसके बाद यह कार्यालय

पर्याप्त विधायक सभा में लिया गया। अमरनाथ ने विधायक सभा की बहुमत से अपनी विधायक सभा में लिया गया।

में उपर्युक्त और दूसरे प्राचीनतम् अधोग्रं
में भवन्नवृं में भासे अपने के प्राप्ति वा
कला का विव
ज्ञात है। अ
द्वैत धर्म का

विश्वासरक्षा दे रखते हैं तो हाथ के बाहर भी लुप्त हो जायेगा। विश्वासरक्षा ने अपने पांच भेदों पर धमक दे दिया। लुप्त हो जायेगा। लुप्त होने के बाद स्वतंत्र हो जायेगा।

अर्द्धांशी रामरामा एवं वृत्ति के अंदर अप्रगति भवति होता है। इनमें के बहुत लक्षण और रामरामी अप्रगतिमें के अन्तर स्पष्टतया स्पष्टित होता है कि यह के उत्तरान्ते

देशमें दृढ़ १९३० के बाद से मानवशक्ति एवं जनसंख्या के समर्थन की दृष्टि से इनका अवधि दूर भवता हो गया है। विद्युत ऊर्जा की उपलब्धि

पर लक्ष नहीं करने। भावित, क्योंकि सलाहा का आवश्यकतावाद के अधिकारे में रखा बहुत अचूत है।

जाति का प्रतिनिधि वह है कि वह सभी अधिकारियों के द्वितीय चर्चा करने वाले हैं।

है जिसका कानून के अन्त मानवीय रूपों के सम्बन्धित हमें जीवन के विभिन्न विषयों के बीच वे सम्बन्ध के अध्ययन में अत्यधिक लाभी की ओर से उत्तमोत्तम

• अमरसंग्रह और अन्य संस्कृत विभाग ने इसी तरीके

में विद्युति के बहुत सारे लाभ हैं। इसका उपयोग करने की विधि अब भी नहीं बदल दी जा सकती है। इसकी विधि एवं उपयोग की विधि निम्न तथा उच्च दोनों विधियों पर आधारित है। इन दोनों विधियों की विधि एवं उपयोग की विधि निम्न तथा उच्च दोनों विधियों पर आधारित है।

असुख भट्ट

The following anti-*HIV-1* antibody



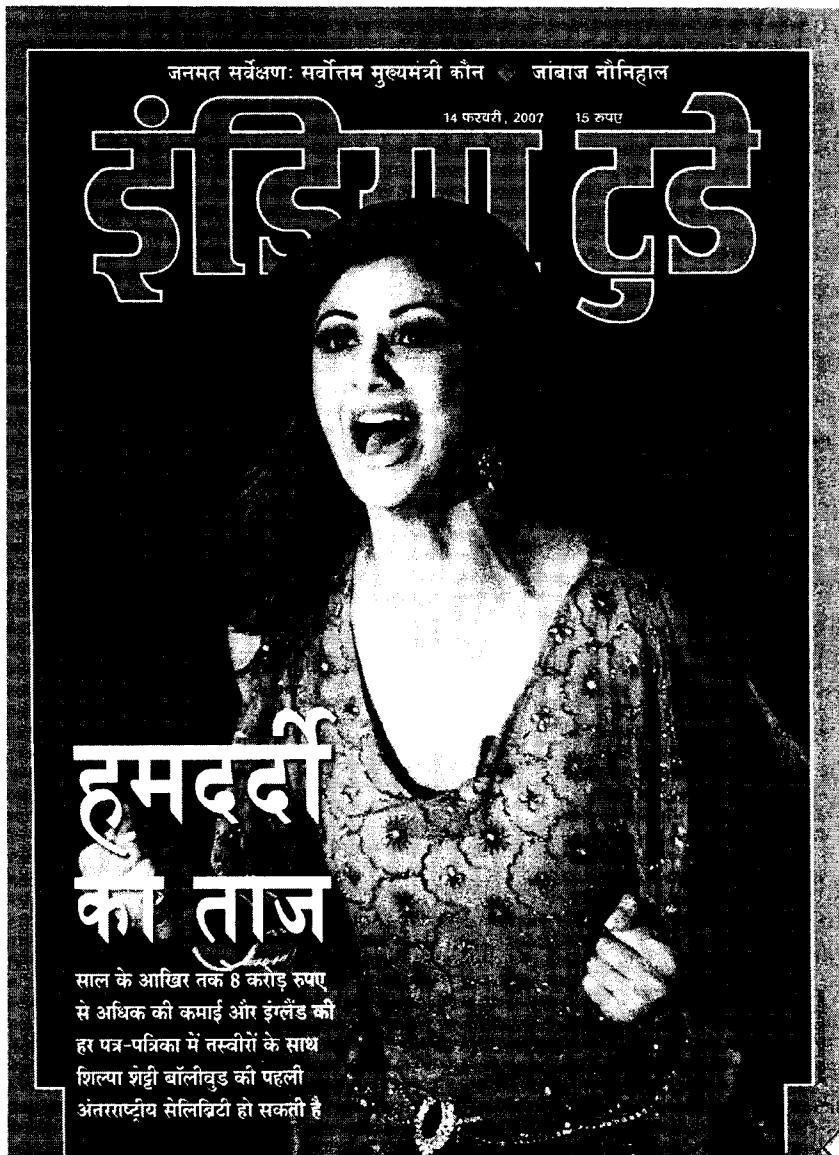
«Tayms of India» qəzeti (*İngilis dilində*)

1929-1933-cü illərdə kapitalizm dünyasını bürümüş iqtisadi tənəzzül Hindistandan da yan keçmədi. İngilislər bütün çətinlikləri xalqın üzərinə qoydu. Fəhlələrin vəziyyəti ketdikçə ağırlaşdı. 1929-cu ildə Mirut şəhərində fəhlə və kəndli hərəkatının 32 nəfər xadimi üzərində məhkəmə prosesi təşkil olundu. Onları ingilis hökmranlığını zorakılıqla devirməkdə təqsirləndirirdilər. «Krantı»nın redaktoru Danqə, «Cavanı»nın redaktoru Müzəffər Əhməd, «Spark»ın redaktoru Desay həbs edilir. Bu hökmə cavab olaraq ölkəni etiraz hərəkatı bürüyür.

1928-ci ildə lord Saymonun başçılığı ilə yeni konstitusiya layihəsi hazırlandı. Qeyd edək ki, layihəni hazırlayan komissyanın tərkibində bir nəfər də olsa hindli yox idi. Ölkə konstitusiyasının müstəmləkəcılər tərəfindən hazırlanması böyük etiraza səbəb oldu. Bu da ölkədə milli azadlıq hərəkatının yeni dalğasının başlanmasına götərib çıxardı. Milli Konqresin çağırışı ilə «Saymon, Hindistandan rədd ol!» şuari altında mitinq və numaişlər keçirildi. Hindistanda fəaliyyət göstərən bütün siyasi təşkilatlar Saymon komissiyasını baykot etdilər. 1930-cu ildə HMK-nin qərararı ilə yeni vətəndaş itaətsizliyi kompaniyasının keçirilməsinə başlandı. Nəticədə yanvarın 26-sı **«Hindistanın istiqlaliyyət günü»** elan olundu.

30-cu illərin ortalarında Hindistanın siyasi həyatında demokratik qüvvələrin birləşməsi üçün yaxşı şərait yaranır. Hindistan Milli Konqres Partiyasında sol qrup yaranır. Onun liderlərində biri Cəvahirləl Nehru (1889-1964) idi.

İkinci dünya müharibəsinin sonlarında Hindistanda milli-azadlıq hərəkatı genişləndi. Britaniya vəziyyətin çətinliyini nəzərə alaraq Hindistana dominion hüquq verməyə məcbur oldu. 1947-ci ilin avqustunda Cəvahirləl Nehru başda olmaqla Müvəqqəti hökumət təşkil olundu. Bu hələ Hindistanın tam



«India Tudey» jurnalı (*Hindi dilində*)

azad olması deyildi. Həmin ilin avqustunda Hindistan ərazi-sində iki dövlət – Hindistan və Pakistan dövlətləri yarandı.

Kommunistlərin qəzeti olan «Piplz eyc» qəzeti belə bir bölgünün əleyhinə çıxdı. Qəzeti 22 iyun 1947-ci il tarixli sayında ölkənin Hindistana və Pakistana parçalanmasını tənqid edən kəskin məqalə dərc edildi. Bu çıxışdan sonra başqa qəzetlər də analoji məqalələrlə çıxış etdi.

Bu bölgü dini əlamətlərə görə aparılmışdı. Birində hindlilər, o birində isə müsəlmanlar çoxluq təşkil edirdi. Kəşmir knyazlığının sahiblik üstə 1948-ci ildə birinci Hindistan – Pakistan müharibəsi baş verdi. BMT işə qarışandan sonra barışqı əldə olundu.

1950-ci ildə Hindistan respublika elan olundu. Yalnız bundan sonra «Hehru xəttinin» (bloklara qoşulmamaq, sülh və əməkdaşlığın müdafiəsi, milli iqtisadiyyatın planlı inkişafı) həyata keçirilməsi sayəsində ölkədə nisbətən sakit demokratik inkişafı təmin edən şərait yarandı. İndiyədək Hindistanda bir dəfə də olsun dövlət çevrilişləri, hərbi rejimlərin hakimiyyəti olmamışdır. Elə buna görə də Hindistanı «dünyanın ən böyük demokratiyası» adlandırırlar.

Hazırda Hindistan bütün çətinliklərə baxmayaraq, Cənubi Asiyada aparıcı mövqeyini saxlayır. Başqa sahələrdə olduğu kimi, jurnalistika sahəsində də inkişaf özünü göstərir. 1990-ci illərin əvvəllərində **Hindistanda 2280 gündəlik qəzet çıxır-**dı. Ümumən isə ölkədə nəşr olunan mətbü orqanlarının sayı 25 mindən çoxdur. Onlardan **4276-sı ingilis, 6429-u hind, 1299-u benqal, 1138-i qucarat, 1363 urdu, 1193-ü tamil və s.** dil-lərdə nəşr olunur. Əksər qəzetlərin tirajı heç də böyük deyil və iqtisadi vəziyyətləri sabitlikdən uzaqdır. Ən böyük burjuə qəzeti olan **«Indian ekspress»**in tirajı 600 min nüsxədir.

Ölkədə nəşr olunan mətbu orqanların çoxu (**20589**) hind dilində çıxır. İkinci yerdə ingilis dilində (7596), üçüncü yerdə (2943) marathi dilində nəşr olunan mətbu orqanlardır.

Nəşr olunan qəzetlərin tirajına gəldikdə isə onlanların azalması özünü göstərir. 1999-ci ildə çap məsullarının ümumi tiraji 130.9 milyon idi isə, az vaxtda azalaraq 126.9 milyona endi. Bu azalma əsasən aztirajlı nəşrlərin hesabına baş verdi. Onlar böyük qəzet və jurnalların rəqabətinə tab gətirə bilmir. Bunun əksinə olaraq aparıcı gündəlik qəzetlərin tirajı artır. Məsələn, ingilis dilində çıxan «*Hindu*» qəzetiin tirajı bir il ərzində 20 faiz artaraq 937.2 minə çatıb.

İngilis dilində çıxan digər qəzetlərdən «**Hindistan tayms**» (909,3 min) və «**Ananda bazar patrika**» (867,7 min) ölkənin həyatında mühüm rol oynayır. Hindistanda elə qəzetlər var ki, ölkənin bir neçə şəhərində çap olunur. Məsələn, ingilis dilində çıxan «*Tayms of India*» qəzeti 9 şəhərdə çap olunur. 2002-ci ildə onun tirajı 2 milyon 152 min nüsxəyə çatmışdı. Malayalam dilində çıxan «*Malayala manorama*» qəzeti tirajına görə (1 miln 273 min) 2-ci yerdə gedir. Bu qəzet də 9 şəhərdə çap olunur. 11 şəhərdə çap olunan «*Daynik Djaqrən*» hind dilində çıxır və tirajı 1 milyondan artıqdır.

Ölkə əhalisinin gündəlik qəzetlərə marağı böyükdür. Əhali arasında oxu mədəniyyəti getdikcə yüksəlir. Təkcə onu göstərmək kifayətdir ki, üç il (1999-2002) ərzində mətbu orqanları oxuyanların sayı 20 faiz artıb. Bu artım Hindistan kimi əhalisi çox olan ölkə üçün heç də az deyil. Jurnallar haqqında bunu demək olmaz. Üç il ərzində jurnallar oxucularının 22 faizini itirib. Aparılan sorğuya görə hər bir hindli orta hesabla KİV-ə həftə ərzində 13 saat vaxt sərf edir, onun da 78 faizi televiziyanın payına düşür.

Əvvəllər qəbul olunmuş (1955) qərara görə xarici ölkə vətəndaşları Hindistan mediasına investisiya qoya bilməzdi.

2002-ci ildə bu qərar ləğv edilir. Bundan sonra Hindistanın kütləvi informasiya vasitələrinə investisiya axını başlanır.

Hindistan müasir texnologiyaların inkişafına da diqqət yetirir. Bu inkişaf kütləvi informasiya vasitələrinə də müsbət təsir göstərir. İnternetcən istifadə durmadan artır. Bir ildə (2002) bu artım 16 faiz təşkil edib. Ali məktəblərdə, xüsusilə də jurnalist təhsili alan tələbələrə onlayn jurnalistikasının əsasları öyrədilir. Hindistan Jurnalistika İnstitutunun tədris programı öz ciddiliyi ilə seçilir.

Hazırda Hindistanda 20 mindən çox dövrü mətbuat nəşr olunur. Ümumi tirajı 50 milyonu keçən bu mətbü orqanların 1200-ü gündəlik qəzetlərdir. Qəzet və jurnallar 87 dildə nəşr olunur. Çoxu da hind dilində çıxanlardır.

Ən mühüm qəzet və jurnallar. «Ananda bazar patrika» (1922) benqal dilində gündəlik qəzet, «Bombey samacı» («Bombey xəbərləri» - 1822) quçarat dilində gündəlik qəzet, «Indian ekspress» («Hindistan ekspresi») – ingilis dilində gündəlik qəzet, «Nav Bharat tayms» («Yeni Hindistan vaxtı» - 1947) hind dilində gündəlik qəzet, «Tayms of India» («Hindistan vaxtı») ingilis dilində gündəlik qəzet, «Kumdam» («Vətənpərvərlər» - 1941) tamil dilində həftəlik jurnal, «Link» («Həlqə» - 1958), ingilis dilində həftəlik jurnal, «Candamama» (1947) 13 dildə uşaqlar üçün aylıq jurnal və s.

TELEVİZİYA VƏ RADIÖ

Hindistan böyük ölkə olduğu üçün burada da radio və televiziyaların sayı çoxdur. Radio verişlərinə 1927, televiziya verilişlərinə isə 1959-cu ildən başlanmışdır. Ümumhindistan radiosu («Akaşvani» - 1936) və Ümumhindistan televiziyası («Durdarşan» - 1976) hökümətə xidmət edir. Bununla yanaşı, kommersiya kanalları da fəaliyyət göstərir.

AGENTLİKLƏR

Press tras of İndiya – RTİ Hindistanın ən iri informasiya agentliyidir. Bombeydə yerləşir. 1947-ci il avqustun 27-də əsası qoyulub. 1976-ci il fevralın 1-də fəaliyyətini dayandırib, yeni yaradılmış Samaçar ümummilli agentliyi ilə birləşmişdir. Lakin bu birləşmə çox çəkməmiş, 1978-ci il aprelin 14-də yenidən müstəqil fəaliyyətə keçmişdir. Bu da Samaçar agentliyinin bağlanması ilə əlaqədar idi.

Agentlik ölkənin qəzet, radio və televiziyasını, hökumət idarələrini və digər təşkilatları daxili və beynəlxalq informasiya ilə təchiz edir. Bütün informasiyaları ingilis dilində verir. Beynəlxalq informasiyaları özünün xüsusi müxbirləri ilə yanaşı Röyter, AFR və YUPI-dən alır. Xarici ölkələrin informasiya agentləri ilə də informasiya mübadiləsi aparır.

Yunayted nyus of İndiya – YUNİ ölkənin kooperativ informasiya agentliyidir. 1961-ci ildə yaradılan bu agentlik Dehlidə yerləşir.

İSTİFADƏ OLUNMUS ƏDƏBİYYAT

Azərbaycan dilində

1. Azad mətbuat və onun cəmiyyətdə rolü. Bakı, 1997.
2. Conson Pol. Jurnalistlər və tarixçilər. Jurnalist etikası. Bakı, 2000.
3. Demokratik dövlətlərin televiziya və radio sistemi. Bakı, 1999.
4. Dünya ölkələri. Bakı, 2004.
5. Hacızadə Hikmət. Demokratiya: Gediləsi uzun bir yol. Bakı, 2001.
6. Xarici ölkələrin kütləvi informasiya vasitələri. Bakı, 1997.
7. İnfomasiyalı cəmiyyət: azadlıqlar, qadağalar. Bakı, 2002.
8. Jurnalist məsuliyyəti. Bakı, 2002.
9. Jurnalist etikası. Bakı, 2000.
10. Mass-media və intellektual mülkiyyət. Bakı, 1998.
11. Məhərrəmov Q. Radio dalğalarında. Bakı, 1999.
12. Məmmədli C. Müasir jurnalistikə. Bakı, 2003.
13. Paxomov Aleksandr. Amerikalılar və televiziya. «Xalq qəzeti», 25 dekabr 1992.
14. Prinsiplər və reallıq. Bakı, 1997, № 1-2.
15. Rüstəmov A. Jurnalistikə. Bakı, 2005.
16. Rüstəmov A. «Bild-sayıtunq». «Azərbaycan gəncləri» qəzeti, 10 iyul 1982.
17. Rüstəmov A. Əməkçi xalqın tribunası. «Müxbir» jurnalı, 1994, № 9.
18. Vəliyev H. Dünya informasiya aqentlikləri. Bakı, 2003.

Türk dilində

19. İskit S. Türkiyede metbuat idareleri ve politikaları. İstanbul, 1943.
20. Küsük M. Medya iktidar, ideoloji Ark Yayımları. Ankara, 1999.
21. Güzel M.S. Dövlet – Ulus. Alan Yayımları. İstanbul, 1999.
22. Ridvan Kanbek. Medya ve sağlıq. Ankara, 2003.

Rus dilində

23. Абрамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 1991.
24. Вачнадзе Г.Н. Печать пятой республики. М., 1969.
25. Ворошилов В.В. Журналистика. СПб. 2001.
26. Вороненкова Г.Ф. СМИ Германии на рубеже столетий. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 2001, № 5.
27. Гравельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. М., 2000.
28. Голованова Г.А. Буржуазная печать США. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 1990, № 5.
29. Ефремов Н.П. Система и организация печати Парижской Коммуны 1871г. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 1971, № 1.
30. Желтяков А.Д. Печать в общественно-политической и культурной жизни Турции. М., 1972.
31. Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М., 1999.
32. Ибрагимов А.К. Печать Турции. М., 1965.
33. История мировой журналистики. М., 2004.
34. Конституции зарубежных стран. М., 2001.

35. Лазарев А.М., Полякова Н.А., Смирнов Б.В. Япония (печать, радио, телевидение) М., 1974.
36. Любимов Б.Н. Тысячелетие начинается с кризиса (СМИ Великобритании в 2001г.). Вестник МГУ, серия «Журналистика», 2002, № 5.
37. Макасенко М.И. Экономика онлайновой прессы США в начале ХХI века. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 2003, № 5.
38. Матвеев В.А. Империя Флит-стрит. М., 1961.
39. Массовая информация и коммуникация в современном мире. М., 1991.
40. Орлов Ю.Я. Буржуазная печать Великобритании в 1980. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 1981, № 3.
41. Орлов Ю.Я. Печать ФРГ. М., 1970.
42. Прутцков Г.В. Введение в мировую журналистику. Том первый. М., 2003.
43. Сиверт Ф., Питерсон Т., Шрамм У. Четыре теории печати. М., 1997.
44. Соколов В.С., Михайлова С.А. Периодическая печать Соединенных Штатов Америки. СПб. 1998.
45. Ташков Г.Н. СМИ Испании. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 2002, № 5.
46. Урина Н.В. Коммунистическая печать Италии (1921-1974). М., 1977.
47. Урина Н.В. Средства массовой информации Италии в 1999г. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 2000, № 4.
48. Шарончикова Л.В. Средства массовой информации Франции. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 2002, № 5.

Internet mənbələr

ABŞ Mediası

Qəzet

- a) www.nytimes.com
- b) www.latimes.com
- c) www.usatoday.com
- d) www.washingtonpost.com
- e) www.american-reporter.com
- f) www.apbnews.com

Jurnal

- a) www.americamagazine.org
- b) www.businessweek.com
- c) www.journalfrancis.com
- d) www.online.wsj.com

Televiziya

- a) www.cnn.com
- b) www.foxnews.com
- c) www.cbsnews.com
- d) www.abcnews.go.com
- e) www.c-span.org

Radio

- a) www.airamerica.com
- b) www.cio.com
- c) www.xmradio.com

Agentlik

- a) www.ap.org
- b) www.copleynews.com
- c) www.bloomberg.com

Böyük Britaniya Mediası

Qəzet

- a) www.ft.com
- b) www.guardian.co.uk
- c) www.morningstaronline.co.uk
- d) www.thesun.co.uk
- e) www.timesonline.co.uk
- f) www.mirror.co.uk

Jurnal

- a) www.newsector.co.uk
- b) www.economist.com

Televiziya

- a) [www.bbc.co.uk\(tv\)](http://www.bbc.co.uk(tv))
- b) www.news.sky.com
- c) www.itv.com

Radio

- a) www.bbc.co.uk
- b) www.channel4.com
- c) www.radiotimes.com

Agentlik

- a) www.uk.reuters.com

Fransa Mediası

Qəzet

- a) www.lefigaro.fr
- b) www.lemonde.fr
- c) www.liberation.fr
- d) www.lepoint.fr
- e) www.humanite.fr

Jurnal

- a) www.economist.com

b) www.courrierinternational.com

Televiziya

a) www.tf1.fr

Radio

a) www.rfi.fr

Agentlik

a) www.afp.com

Almaniya Mediası

Qəzet

a) www.zeit.de

b) www.welt.de

c) www.bild.t-online.de

d) www.taz.de

Jurnal

a) www.spiegel.de

b) www.focus.de

Televiziya

a) www.zdf.de

b) www.ard.de

Radio

a) www.dradio.de

Agentlik

a) www.dpa.de

Italiya Mediası

Qəzet

a) www.corriere.it

b) www.repubblica.it

c) www.lastampa.it

Jurnal

a) www.panorama.it

b) www.economist.com

Televiziya

a) www.rai.it

b) www.tgcom.mediaset.it

Radio

a) www.radio24.ilsolle24ore.com

Agentlik

a) www.anса.it

Ispaniya Mediası

Qəzet

a) www.elmundo.es

b) www.elpais.es

c) www.expansion.com

d) www.agrodigital.com

e) www.insidespain.com

Jurnal

a) www.lanasion.es

b) www.economist.com

Televiziya

a) www.antena3.com

b) www.telecinco.es

Radio

a) www.ondacero.es

Agentlik

a) www.efe.com

b) www.europapress.es

Türkiyə Mediası

Qəzet

a) www.hurriyet.com.tr

- b) www.milliyet.com.tr
- c) www.cumhuriyet.com.tr
- d) www.sabah.com.tr

Jurnal

- a) www.birnumara.com.tr
- b) www.biltek.tubitak.gov.tr

Televiziya

- a) www.trt.net.tr
- b) www.tgrthaber.com.tr
- c) www.showtvnet.com

Radio

- a) www.acikradyo.com.tr
- b) www.brt.cc

Agentlik

- a) www.aa.com.tr
- b) www.haberturk.com

Yaponiya Mediası

Qazet

- a) www.asahi.com
- b) www.daily.co.jp
- c) www.japantimes.co.jp
- d) www.agara.co.jp

Jurnal

- a) www.chiba-shinbun.co.jp
- b) www.buji-news.net
- c) www.iwashinbun.co.jp

Televiziya

- a) www.cnn.co.jp
- b) www.fnn-news.com
- c) www.nhk.or.jp

Agentlik

- a) www.bloomberg.co.jp
- b) www.jiji.co.jp
- c) www.kyodo.co.jp

Rusiya Mediası

Qəzet

- a) www.aif.ru
- b) www.kommersant.ru
- c) www.ng.ru
- d) www.kp.ru
- e) www.qazeta.ru
- f) www.lenta.ru

Jurnal

- a) www.ogoniok.com
- b) www.itogi.ru

Radio

- a) www.radiomayak.ru
- b) www.radiorus.ru

Televiziya

- a) www.vesti.ru
- b) www.rtr-sport.ru
- c) www.rtr-sport.ru
- d) www.ntv.ru

Agentlik

- e) www.itar-tass.com
- f) www.rian.ru

Hindistan Mediası

Qəzet

- a) www.asianage.com

Xarici Ölkələrin Jurnalistikası

- b) www.milliqazette.com
- c) www.sify.com
- d) www.timesofindia.indiatimes.com
- e) www.navabharat.net

Jurnal

- a) www.hinduonnet.com
- b) www.india-today.com
- c) www.outlookindia.com

Televiziya

- a) www.ddinews.gov.in
- b) www.ndtv.com

Agentlik

- a) www.alhindelyom.com
- b) www.jalnew.com

**NƏSİMƏN YAQUBLU
AKİF RÜSTƏMLİ**

XARİCİ ÖLKƏLƏRİN JURNALİSTİKASI

**Dizayner: Sənan Gülahiyev
Bilgisayar tərtibatçı: S. Gülahiyev
Korrektor: İradə Quliyeva
Mətin yığıcısı: Nəzakət Muradova**

Çapa imzalanmışdır: 08.05.2007
Kağız formatı: 60x84 1/16
Həcmi: 13,2 ç.v.;
Sifariş: 72;
Sayı: 1000
(İlkin buraxılış 500)

Kitab "ADİLOĞLU" nəşriyyatında
nəşra hazırlanmışdır.

*Ünvan: Bakı şəh., Süleyman Rəhimov 195, mən. 17
Tel.: 498-68-25; 418-68-25; faks: 498-08-14;
Web: www.adiloglu.az; E-mail: info@adiloglu.az*

"Teymur Poliqraf" MMC-nin mətbəəsində hazır diapositivlərdən
istifadə olunmaqla ofset üsulu ilə çap edilmişdir.

Ünvan: Bakı şəhəri, Salamzadə küçəsi, 31