

DEFINICIJE I ZNAČAJ VODEĆIH SVJETSKIH NOVINSKIH AGENCIJA

Novinske agencije se klasično definišu kao medij trgovine informacijama “na veliko”, koji prikuplja vijesti da bi ih distribuirao drugima – “maloprodajnim” – medijima, uglavnom novinama i elektronskim medijima, koji “pakuju” vijesti novinskih agencija za sopstveno definisano čitateljstvo i publiku. Sem njihove tradicionalne “veletrgovinske” uloge, novinske agencije imaju sve veći značaj kao “maloprodajni” izvor informacija, ne samo za medije već i za individualne građane. Ovo je posebno izvjesno nakon internetske revolucije kada vodeći globalni internetski pretraživači poput Google i Yahoo efikasno distribuiraju i nude značajan broj različitih informacija na svojim internetskim portalima što za posljedicu ima da sve veći broj novinskih agencija svoje informacije nudi internetski i o tržišnoj ponudi razmišlja ne samo u terminima poslovnih medijskih korporacija, već velikog broja individualnih korisnika vijesti.

Pregled najznačajnijih globalnih novinskih agencija

AFP – Agence France Presse, AP – Associated Press i Rojters tri su najveće novinske agencije na svijetu, dok Xinhua ima najveći broj zaposlenih. DPA je najveća novinska agencija na njemačkom govornom području, ANSA na italijanskom, a EFE na španskom.

Rojters je osnovan oktobra 1851. i danas ima predstavništva u preko 200 gradova i 94 zemlje, dok svoje vijesti plasira na 20 jezika. Rojters je osnovao Paul Julius von Reuter (1816-1899), novinar i medijski preduzetnik.

Od tri velike novinske agencije u svijetu samo je Rojters postala veoma bogata što je posljedica usmjeravanja osnovne djelatnosti agencije na kompjuterizovane informacione i transakcijske usluge za finansijska tržišta od 70-tih godina 20-og vijeka naovamo. Rojters za razlike od AP i AFP posluje globalno i veći dio prihoda (53% ostvaruje u Evropi, na srednjem istoku i u Africi; 31% u Sjevernoj i Južnoj Americi; a 16% u regionu Azije i Pacifika). Rojters ima preko pola miliona korisnika širom svijeta i pretplatnike na preko 52 000 lokacija. Preko 5000 saradnika je registrovano na prikupljanju informacija.

Kompanija je usmjerena na tri poslovne oblasti. Rojters Financial opisuje se kao “osnovni biznis” i koncentrisan je na oblast biznisa sa tržištima finansija. Sastoji se iz dva dijela. Jedan je Rojters Information (koji ostvaruje 53% ukupnog prihoda), odgovoran za razvoj i prodaju informatičkih proizvoda profesionalcima u finansijskim institucijama i njihovim klijentima. Drugi je Reuters Trading Solutions (koji ostvaruje 25% ukupnog prihoda) i obuhvata: Applications and Enterprise Solutions, koji vodi: (a) poslove sa softverskom infrastrukturom obezbjeđujući sofisticirani softver za distribuciju informacija u realnom vremenu za različite tipove preduzeća i podataka za automatsko praćenje naručivanja unutar organizacija koje su njihovi klijenti; (b) aplikacije za procesuiranje menadžmenta rizika prije ili poslije kupoprodaje na berzi; i (c). grupu za berzanske transakcije “Transaction Group” koja obuhvata odjeljke

Money/Foreign Exchange i Securities Transactions. Osim toga, Reuters je osnovao i Instinet (koji ostvaruje 17% ukupnog prihoda), najveću elektronsku brokersku kompaniju na svijetu. Instinet djeluje na 18 tržišta za razmjenu kapitala u Sjevernoj Americi, Evropi i Aziji i pripadao je Rojtersu sve do 2005. Kada ga je kupio NASDAQ. Drugi dio, Reuterspace, okuplja Reuters Media (koji se bavi i tradicionalnom i elektronskom kupoprodajom medija), Reuters Enterprise (koji obezbjeđuje informacije za biznis-biznis /business to business/ elektronsko tržište, krilo koje se bavi investicijama pod nazivom The Greenhouse Fund i izvjestan broj partnerstava, uključujući petinu vlasništva nad ITN-om i zajednički poduhvat s kompanijom Dow Jones – Factiva - koji spaja djelatnosti Reuters Business Briefing i Dow Jones Interactive. Reuters Media obuhvata ogranak Reuters Television News, koji opslužuje 350 pretplatnika i njihove mreže, i ima predstavništva u više od 90 zemalja svijeta. Glavni konkurenti kompanije Reuters na tržištu finansijskih vijesti su Bloomberg L.P. i Dow Jones. Svijet televizijskih novinskih agencija sveden je na dva igrača Reuters Television News i APTV.

AFP – Agence France Presse je osnovana 1835 godine kao Agence Havas i najstarija je novinska agencija na svijetu. Njen osnivač je bio Charles-Louis Havas (1783-1858), francuski marketinški agent, pisac i prevodilac. Agencija ima 2900 zaposlenih, predstavništva u 165 zemalja svijeta i emituje vijesti na francuskom, engleskom, arapskom, španskom, njemačkom i portugalskom jeziku.

AP – Associated Press je osnovana maja 1846. godine, a danas ima 243 novinska biroa sa 3700 zaposlenih u 120 zemalja. Dvije trećine zaposlenih se bave prikupljanjem informacija i od svih američkih novinskih kompanija ima najveći broj Pulicerovih nagrada – 49 u oblasti novinarstva. Godišnji profit za 2010. iznosio je 8.8 miliona \$.

Xinhua novinska agencija ima 10 000 zaposlenih od kojih su oko 2000 novinari i urednici. Ova novinska agencija ima 107 stranih predstavništva i 31 biro u Kini. Vlasnik je nekoliko desetina novina i časopisa koje štampa na kineskom, engleskom, španskom, francuskom, ruskom, portugalskom, japanskom i arapskom jeziku.

DPA – Deutsche Press Agentur je najveća njemačka novinska agencija osnovana 18. avgusta 1949. i plasira svoje informacije na njemačkom, engleskom, španskom, arapskom i turskom jeziku. Četvrta je najveća svjetska novinska agencija nakon AFP, AP i Rojtersa. Ima 1200 zaposlenih od kojih je njih 450 smješteno u 50 njemačkih biroa, a ima prisustvo u 100 zemalja svijeta.

RIA Novosti (Russian International News Agency) je osnovana 1941. i svoje informacije plasira na engleskom, persijskom, japanskom, kineskom i arapskom jeziku.

ANSA – Agenzia Nazionale Stampa Associata je vodeća novinska agencija u Italiji čiji su vlasnici 36 vodećih novinskih agencija. Osnovana je 15. januara 1945. i ima 22 biroa u Italiji i prisustvo u više od 80 gradova u 74 zemlje svijeta.

EFE je najveća novinska agencija u Španiji i najveći distributer vijesti na španskom govornom području. Osnovana je 1939. od strane bivših ministara štampe i propagande Ramon Serrano Suner (1901-2003) i Manuel Aznar Zubigaray (1894-1975). Ova novinska agencija ima oko 3000 reportera i predstavništva u 180 gradova i 110 zemalja. Agenciju opslužuju 4 glavna centra za uređivanje informacija Madrid (Španija), Majami (SAD), Kairo (Afrika), Rio de Žaneiro (Brazil). EFE ima bazu podataka od 11 miliona članaka i 2,5 miliona fotografija. EFE fondacija je osnovana 1988. sa ciljem promovisanja istraživanja i razvoja studija medija i medijskih tehnologija. EFE 1989. počinje distribuciju informacija klijentima preko komunikacionih satelita. EFE 1998. uspostavlja digitalnu foto biblioteku. Marketing na internetu i digitalizacija foto i novinskih arhiva je započeta 2000. kada je uspostavljen i Intranet "Između nas". U Madridu je 2003. otvoren odsjek multimedijalne koordinacije. Arapski servis je otvoren u Kairu 2006. EFE otvara svoje predstavništvo u Teheranu 2009.

BUDUĆNOST RAZVOJA GLOBALNIH NOVINSKIH AGENCIJA

Globalizacija, deregulacija, privatizacija i komercijalizacija su procesi koji su izmijenili prirodu i prirodu odnosa između države, agencije i medijskih klijenata vršeći naročiti pritisak na novinske agencije da opslužuju sada fragmentiranija tržišta radio-difuznih satelitskih, kablovskih i informativnih medija, više koncentrisana tržišta štampanih medija i uopšte uzevši da vijesti učine što zabavnijim.

Postoji sve snažniji pritisak na novinske agencije da ukidaju monotoniju, opseg identifikovanih strategija za ukidanje monotonije obuhvata internet portale, prodaju oglasnog prostora i distribuciju oglasnog materijala medijskim klijentima, specijalizovane usluge po tematskim oblastima, život na selu, lokalne teme, društveni problemi, industrija, sport i klasifikovani oglasi, konsultantske usluge, usluge u vezi s menadžmentom medija (informacije, analize tržišta, studije izvodljivosti, pregovarački aranžmani), PR usluge, prezentacije koje se mogu preuzimati i štampati u različitim formatima screen-ready usluge, teletekst usluge, specijalizovane usluge iz domena statistike ili baza podataka (na primjer finansije, sport), finansijske usluge (cijene hartija od vrijednosti, grafički pokazatelji, flash dijagrami i slično), grafikoni i informacije o vrijednosti akcija, grafikoni – analize investicija, vremensku prognozu, grafikoni sa informacijama o vremenskim prilikama u nacionalnim, regionalnim i internacionalnim razmjerama, mape oznaka, tekstualne prognoze i izvještaji, komparativni podaci, detaljne analize, tabele temperature u različitim djelovima svijeta, satelitski snimci, televizijske listinge i posebne priloge.