



Vüqar ZİFƏROĞLU
Vəfa İSGƏNDƏROVA

JURNALİST ETİKASI

Dərs vəsaiti

JURNALİST ETİKASI

(Dərs vəsaiti)



BAKI-2021

Məsləhətçi:

Dr. Bülent Çaplı
professor

Elmi redaktor:

Aynur Bəşirli
siyasi elmlər üzrə fəlsəfə doktoru

Z62 Vüqar Zifəroğlu, Vəfa İsgəndərova. Jurnalist etikası. Bakı, “Təhsil”, 2021, 160 səh.

Bu dərslik Avropa Şurasının “Azərbaycan mediasında gender bərabərliyi və digər etik standartların təşviqi” layihəsi çərçivəsində hazırlanıb. Burada ifadə olunan fikirlər heç bir halda Avropa Şurasının rəsmi mövqeyi kimi qəbul edilə bilməz.

Bu nəşrin tam və ya bəzi hissələrinin təkrar nəşri və ya tərcüməsi ilə əlaqədar müraciətlər Kommunikasiyalar İdarəsinə ünvanlanmalıdır, publishing@coe.int. Bu nəşr ilə bağlı hər hansı digər yazışma Media İdarəsinə ünvanlanmalıdır.

Z $\frac{4502020000}{053}$ 2021

©Avropa Şurası, iyun, 2021-ci il

ISBN 978-9952-518-41-2

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

MÜNDƏRİCAT

I FƏSİL JURNALİSTİKA VƏ ETİKA

Mövzu 1: Etika anlayışı. Jurnalist etikas	4
Mövzu 2: Jurnalistikada təməl etik yanaşmalar	10
Mövzu 3: Mətbuat nəzəriyyələri və etik kodekslər	14
Mövzu 4: Jurnalistika və cəmiyyət	21
Mövzu 5: Jurnalistikada balans və məsuliyyət	25
Mövzu 6: Jurnalistika prinsipləri və mediada əsas etik problemlər	34
Mövzu 7: Jurnalist etikas və qanunvericilik	39
Mövzu 8: Azərbaycan jurnalistikasında peşə etikas ənənələri	53

II FƏSİL PEŞƏ FƏALİYYƏTİNDƏ ETİK PROBLEMLƏR

Mövzu 9: Xidməti etika	57
Mövzu 10: Jurnalist yaradıcılığında etik standartlar	64
Mövzu 11: İnformasiya ilə iş prosesində etik zərurətlər	68
Mövzu 12: Mənbələr və onların qorunması	76
Mövzu 13: Şəxsi həyatın toxunulmazlığı. Şərəf və ləyaqətin qorunması	88
Mövzu 14: Mediada ayrı-seçkilik və jurnalist etikas	92
Mövzu 15: Gender problemlərinin işıqlandırılması və jurnalist etikas	97
Mövzu 16: Jurnalistika və uşaq mövzusu	101
Mövzu 17: Böhran və konflikt jurnalistikas	106
Mövzu 18: Jurnalistika və biznes: redaksiya və maliyyə müstəqilliyi	118
Mövzu 19: Fotojurnalistika	124
Mövzu 20: Televiziya jurnalistikasında etik standartlar	128
Mövzu 21: Sosial media və jurnalistika	137

III FƏSİL
JURNALİST PEŞƏSİ VƏ İCTİMAİ MƏSULİYYƏT

Mövzu 22: Beynəlxalq jurnalistikada peşə etikasını normaları	144
Mövzu 23: Jurnalist məsuliyyəti	150

ÖN SÖZ

Qaydalar... Onlar olmadan mümkün deyil. Bir anlıq təsəvvür edin ki, heç bir qayda yoxdur, norma, prinsip, dəyər – bunların heç biri. İmtina etmişik. Necə bir mənərə yaranır gözləriniz önündə? Bir qarışıqlıq, hətta qaranlıq, xaos. Halbuki hər şeydə bir nizam var. Hər fəaliyyət sahəsinin özünəməxsus qaydaları var. Bu qaydalar həmin sahələrə bir nizam gətirir, səliqə yaradır. Həyat dəyərlər üzərində formalaşır. 21-ci yüzilin pragmatik insanı, sürət əsrinin qaydalarına uyğun olaraq, bəzən çalışdığı peşəsində və ya elə rutin həyatında bu dəyərlər, qaydalar barədə düşünməyə zaman tapmır. Lakin əsla onları unutmur, onlardan vaz keçmir. Maraqlıdır, deyilmi? Hər zaman yaddaşında saxladığın, özünü əməl etməyə borclu bildiyin cizgilərin var. Bu cizgilər yalnız səni bir şəxsiyyət kimi xarakterizə etmir, həm də iş həyatında bir peşəkar olaraq təqdimatında önəmli rol oynayır. Bu səbəbdən də hər peşənin öz qaydaları, normaları, cizgiləri var, jurnalistikanın da. Müasir dövr – texnologiyalar, informasiya dövrüdür. İnformasiyanın təsir gücü hər keçən gün artır. Və bu, istər-istəməz informasiya ilə birbaşa işləyən peşə sahələrinə marağı, diqqəti də artırır. Jurnalistika isə dəyişir... O tək cə təsir etməklə qalmır, həm də ona bu istiqamətdə təsirlər olur. Bir sözlə, jurnalistika cəmiyyətdə əxlaq

normalarının formalaşmasında, inkişafında yaxından iştirak etdiyi kimi, bu normalar da özlüyündə onun fəaliyyət mexanizminə, jurnalistin peşə çərçivəsində davranış qaydalarına təsir göstərir. Bu qarşılıqlı əlaqə onların zənginləşməsinə, yeni çalarlar qazanmasına səbəb olur. Son illərin təcrübəsi göstərir ki, KİV cəmiyyətin əxlaqına, davranış qaydalarına, yeni vərdislərin, normaların yaranmasına təsir edən ən güclü vasitədir. Əlinizdə tutduğunuz bu kitab, məhz jurnalistlərin əməl etməli olduğu qaydalar haqqındadır. Günü-gündən nüfuzu və təsir gücü artan “IV hakimiyyət” nümayəndələrinin əməl etməyə borclu olduğu etk normalar barəsindədir. Bu normalara əməl etmək, sözün gücünü anlayan, sözünə dəyər verən peşəkar jurnalistin ən ümdə vəzifəsidir. Hər fəslində, hər bölməsində peşə dəyərləri, “qırmızı cizgilerimiz”dən söz açan bu kitab, inanırıq ki, həm xoşunuza gələcək, həm də praktik fəaliyyətiniz zamanı tez-tez istifadə edəcəyiniz bir yol bələdçisinə çevriləcək. Beləliklə, bu dərs vəsaiti, səndə “Jurnalist etikas” barədə aydın təsəvvür yaratmağa çalışacaq. Ona əməl etmək isə, gənc həmkar, artıq sən öz peşənə nə dərəcədə dəyər verməyindən, sevməyindən və bağlılığından asılıdır. Hər keçən gün bu sevginin artması və peşə fəaliyyətində uca zirvələr fəth etməyin diləyi ilə...

I FƏSİL

JURNALİSTİKA VƏ ETİKA

Mövzu 1: Etika anlayışı. Jurnalist etikas

Etika əxlaq və mənəviyyat haqqında elmdir. Etikanın öyrəndiyi və tədqiq etdiyi obyekt əxlaqdır. Etikanın “əxlaq haqqında elm” adlandırılması onun öyrəndiyi sahəni göstərsə də, predmetini müəyyən etmir. Çünki etikanın predmeti daim dəyişir.

Etika fəlsəfənin ən vacib hissəsidir, araşdırma mövzusu isə əxlaqdır.

Əxlaq insan həyatının xüsusi hissəsini təşkil etmir, lakin insani münasibətlərin hər birində mövcuddur (ətrafdakı insanlara, özünə, təbiətə, heyvanlara münasibət və s.). Etika insanla bağlı elmlər (psixologiya, mədəniyyətşünaslıq, pedaqogika, tarix) ilə sıx bağlıdır.

Etika bir elm kimi b.e.ə. V–IV əsrlərin qovşağında, quldarlıq dövründə yaranıb. Onun meydana gəlməsi ibtidai icmadan sinifli sivilizasiyaya keçid prosesində insanların münasibətlərinin məruz qaldığı dərin kataklizmlərlə əlaqədardır. İctimai şüurun xüsusi, nisbətən müstəqil forması kimi əxlaqın xüsusiləşməsi burada həlledici rol oynamışdır. Avropa mədəniyyətinin ən erkən yazılı abidələrinin (Homerin, Hesiodun poemalarının, Yeddi yunan müdrikinin kəlamlarının) təhlili göstərir ki, etik təfəkkürün yaranması və inkişafı fərdlərin real davranışı ilə müqayisə olunan mücərrəd əxlaqi normaların hissələrə ayrılması ilə paralel gedib.

İlk qədim filosoflar (Pifaqor, Sokrat, Demokrit) hələ öz dövrlərində artıq əxlaqi problemləri qabardır, bu barədə mülahizələr yürüdürlər: həyatın mənası və insanın məqsədi, yaxşı və pis hesab edilməli olan əməllər, necə davranmaq, xoşbəxtlik, vicdan, ləyaqət, sevgi, ölüm və s. Bu anlayışlar (xoşbəxtlik, borc, vicdan, həyatın mənası, yaxşı və pis, ədalət) etik kateqoriyalardır.

Etikanın “atası” Aristotel hesab olunur. O, bu elmə ad qoyub, eyni zamanda etikaya dair bir neçə mühüm əsər (Nicomachean etikas, Evdemik etika, Böyük etika) yazıb.

Aristotel etikanı “fəzilət elmi” kimi tərif edib. Onun fikrincə, etikanın birinci vəzifəsi fəzilətin nə olduğunu müəyyənləşdirmək, ikincisi isə “fəziləti tərbiyələndirməkdir”.

Bu mənada, Aristoteldən başlayaraq ənənəvi etika yalnız nəzəriyyə deyil, həm də “praktik fəlsəfə” və qismən pedaqogika hesab olunurdu, çünki qarşısına “tərbiyələndirmək” məqsədi qoyurdu.

Antik fəlsəfədə etika onun ən vacib tərkib hissəsi olaraq qəbul edilirdi. Bu səbəbdən həmin dövrün alimləri fəlsəfəni üç hissəyə bölüdürlər: fizika (metafizika), məntiq və etika. Etika fəlsəfənin yalnız son hissəsi deyildi, həm də onun ən əhəmiyyətli tərkibi idi.

Fəlsəfə bütövlükdə dünya və insanın yeri haqqında rəşional düşüncədir, etika insan həyatının dəyərləri haqqında rəşional düşüncədir. Məhz mənəvi dəyərlər (xoşbəxtlik, sevgi, mərhəmət, həyatın mənəsi, mənəvi borc, ləyaqət, şərəf, fəzilət) əxlaqın əsas kateqoriyalarını təşkil edir.

Qədim filosoflar xoşbəxtliyin, sevginin, ədalətin nə olduğunu anlamağa və anlatmağa, yəni bu dəyərlərə rəşional, ümumbəşəri bir görünüş verməyə çalışdılar.

Fəlsəfə və etikanın meydana çıxmasından əvvəl insanlar bu anlayışların mənəsi barədə düşünmüdürlər, çünki mənsub olduqları, yetişdikləri mühitin dəyərlərini doğru və yeganə amil kimi qəbul edirdilər. Dəyərlərin rəşional dərk, mövcud olanlara tənqidi baxışın ortaya qoyulması ilə başlayır və “əslində necə olmalı olduğu”nun axtarışı ilə başa çatır.

Ənənəvi cəmiyyətdə insan qarşısına kritik vəzifələr qoymur: o, mənsub olduğu mühitin bir hissəsidir və onun mədəni dəyərlərini, ənənələrini və stereotiplərini, demək olar ki, avtomatik və ya şüursuz qəbul edir. Ümumi qəbul edilmiş bir ayini həyata keçirdikdə və ya bir ənənəyə riayət etdikdə insan, davranışın, əslində, mümkün ola biləcək fərqli variantları üzərində düşünmür. Mədəni ənənələr, hamı üçün ortaqlan ümumi dəyərlər sistemini nümayiş etdirərək insanları birləşdirmə yolu kimi çıxış edir.

Müxtəlif mədəniyyətlərə mənsub fərdlər arasındakı ünsiyyət zamanı isə tamamilə fərqli bir vəziyyət yaranır. Fərqli bir mədəni mühitə düşən (məsələn, şəhərdən kəndə və ya bir ölkədən digərinə köçmək) insan öz mədəniyyətində müşahidə olunan qaydaların, ənənələrin, normaların və dəyərlərin əsl mənəsi

haqqında düşünməyə başlayır. Belə bir vəziyyət yunanlar çox səyahət edən bir xalq olduqları üçün artıq qədim Yunanıstan mədəniyyətində müşahidə olunurdu. Bu məqam fəlsəfinin Qərb sivilizasiyasının vacib bir elementi olaraq ortaya çıxmasında başlıca amil oldu.

“Etika” sözü Aristotel tərəfindən bir neçə mənəni ifadə edən “etos” sözündən götürülüb. “Etos” ilkin yaşayış yeri, məskən, yuva mənəsini ifadə edir. Daha sonra bu söz adət, vərdiş, xasiyyət, xarakter, hər hansı durumun təbiətini bildirməyə başladı. Bu sözün dövrümüze gəlib çatan iki əsas mənəsini aydınlaşdırmaq vacibdir.

Birincisi, etos bir toplumun keyfiyyət xüsusiyyətidir, yəni müəyyən bir etnosu xas olan əxlaq, vərdişlər, adətlər və ya bir millətin yaşayış yeri ilə əvvəlcədən təyin olunmuş xarakteridir. Bu etos anlayışı mədəni antropologiya və etnoqrafiya üçün xarakterikdir. Bu mənada, məsələn, alman, rus, yapon, ərəb və s. etosu barədə danışıla bilər.

“Etos” sözünün ikinci mənəsi isə bir şəxsiyyətin xarakteri və taleyidir. O, ənənəvi etikada inkişaf etdirilib. Çünki məhz ənənəvi etika müstəqil fərdi əsas kimi nəzərdən keçirir, onun fərdi mənəvi problemlərini və dəyərlərini öyrənir.

Etika əxlaq fəlsəfəsidir, burada etika bilik sahəsidir, əxlaq isə onun mövzudur.

Etika fundamental dəyərlərin və insan həyatının (xeyir və şər, xoşbəxtlik, sevgi və s.) hədəflərinin tədqiqidir, həmçinin əxlaq anlayışının təhlilidir.

İlkin anlayış olaraq etika, əxlaq və mənəviyyət eyni idilər, yəni dəyərlər, davranış və hamı tərəfindən qəbul edilən adətlər sferasını ifadə edirdilər. Daha sonra onların mənələri ayrıldı. Etika

nəzəriyyədir, əxlaq və mənəviyyat isə insanın və cəmiyyətin həyatının real tərkib hissələridir. Bəzən mənəviyyat və əxlaq anlayış olaraq sinonim kimi istifadə edilir, lakin onları bir-birindən fərqləndirmək ənənəsi də mövcuddur. Bu ənənəyə əsasən, əxlaq hamı tərəfindən qəbul edilmiş adətlərə, ənənələrə, dəyərlərə və normalara uyğun olan davranışdır. Əxlaqda individ avtomatik olaraq “hamı kimi” hərəkət edir, sosial mühitin sözbəxan üzvü olur. O, qəbul edilmiş qaydalara, ənənələrə və normalara riayət edir.

Beləliklə, insanın əxlaqı onun sosial mühitə daxil olmasının başlıca şərti olur, o, orijinallıq, intensiv rəşional düşüncə, fərdi seçim, yaradıcılıq tələb etmir, əksinə, hamı tərəfindən qəbul edilmiş ümumi normaların qəbul edilməsini ehtiva edir. Bu zaman qəbul edilmiş nümunə əxlaqi meyar olaraq götürülür. Belə davranış öz dəyərlərini qiymətləndirən, onu qoruyub saxlamağa cəhd göstərən cəmiyyət üçün xarakterikdir.

Mənəviyyat müstəqil qərar və seçim imkanına malik fərdi şüurun inkişafı ilə meydana çıxıb. Mənəviyyat ən mürəkkəb anlayışlardan biridir, onun müxtəlif obrazlarının yaradılması üçün bir çox parlaq zəka sahibləri fikir yürütmüşlər. Mənəviyyatın təyin edilməsində çətinlik ilk növbədə onunla bağlıdır ki, onun müəyyənləşdirilməsində sadə faktların təqdim edilməsi ilə kifayətlənmək olmur. Mənəvi zənginlik hər bir fərdin daxili aləmi və iç dünyası ilə bağlıdır. Mənəviyyat sadə faktların təqdimatından daha böyükdür. O həm də həllini tələb edən bir məsələ olaraq çıxış edir. Mənəviyyat yalnız, sadəcə, olan deyil, o daha çox nə olmalıdırsa odur.

Etika mənəviyyatın sərbəst seçim sferası kimi ortaya çıxdığı yerdə və za-

manda rəşional düşüncəyə əsaslanmış şəkildə meydana gəlir. Etika “olmalı” haqqında elmdir və insanın necə davranmalı olması barədə söhbət açır, əxlaqi normaları və prinsipləri ifadə edir.

Etika predmetinə uyğun olaraq, 3 növ funksiya yerinə yetirir:

Etika xalqın mənəvi dəyərlər sistemində təsir edir, vahid insan fəaliyyətində, əslində, əxlaqi aspekti ayırır. Əxlaq sosial əhəmiyyətli hər cür fəaliyyəti üzvi surətdə müşayiət edir.

Etika əxlaqı nəzəri cəhətdən bərpa edərək onun zəruriliyini, cəmiyyətdə rolunu, inkişaf qanunlarını elmi cəhətdən əsaslandırır.

3. Etika normativ elm kimi adətləri, sadəcə olaraq, əks etdirməklə qalmır, onların təhlilini verir, bununla da bu və ya digər davranış normalarına üstünlük verilməsini əsaslandırır.

Elm olan, eyni zamanda ictimai varlığın dərk edilməsi üsulu olan etika əxlaqi dərk etmənin özünə onun ən yüksək mərtəbəsi kimi daxil edilmişdir.

Peşə etikası

Əvvəlcə aydınlaşdırmaq: peşə etikası nədir? O, nəyi tənzimləyir? İnsanın cəmiyyətlə münasibətləri qanunlarla tənzimlənirsə, peşə etikasına ehtiyac nədən yaranır?

Cəmiyyət inkişaf etdikcə onun əxlaqi təcrübəsi də zənginləşir, insani münasibətlərin bölünməsi, şaxələnməsi prosesi baş verir. Cəmiyyətdə xüsusi peşə əxlaqının olması əməyin tarixən təşəkkül tapmış peşə bölgüsünün nəticələrindən biridir. Peşə əxlaqı cəmiyyətin mənəvi sistemində böyük yer tutur. Peşə etikası ümumi etikanın norma və prinsiplərinin konkret peşələrin əxlaqında özünəməx-

sus şəkildə təzahürü haqqında təlim, şəxsiyyətin mənafeini uyğunlaşdırın vasitədir. Onun ən mühüm xüsusiyyəti peşə borcunun daha müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsinə yardım etməkdən ibarətdir.

Hər bir insan həyat fəaliyyətində müəyyən əxlaqi normalara söykəndiyi kimi, hər bir peşə sahibi də mənsub olduğu peşənin xüsusiyyətlərindən doğan əxlaq normalarına əsasən hərəkət edir. Bu normalar həmin peşənin inkişafı ilə birlikdə yaranır, formalaşır və püxtələşir, eyni peşə sahiblərinin peşəkarlığını müəyyənləşdirən meyarlara çevrilir. Peşə etikası eyni peşə sahiblərinin bölüşdükləri, əməl etdikləri ortaq etik normaların və meyarların toplusu əmələ gəlmiş zaman yaranır. Peşə etikası tarixən yazılmamış “qanunlar” şəklində ortaya çıxmışdır.

PEŞƏ ETİKASI cəmiyyətin eyni peşəyə mənsub olan müəyyən sosial qruplarının nümayəndələrinin davranışlarını tənzimləyən əxlaq normalarının məcmusudur.

Peşə etikası ictimai mənafe ilə şəxsi mənafeini uyğunlaşdırın vasitədir. Peşə etikasının vəzifəsi peşə borcunun uğurla yerinə yetirilməsinə yardım etməkdən ibarətdir.

Peşə etikası iki başlıca məqsəd güdür:

1. Peşəkarlığı qaldırmaq
2. Cəmiyyət və insanlar qarşısında məsuliyyət hissini təşviq etmək, gücləndirmək.

İnsan hər hansı fəaliyyət sahəsində vicdanının səsinə, ədalətə, cəmiyyətdə müsbət qəbul olunan qaydalara əməl etməklə iki başlıca məqsəd izləməkdədir:

- 1) Peşənin lazımlılıq, yararlılıq səviyyəsini qaldırmaq;
- 2) Cəmiyyət, insan qarşısında məsuliyyətini dərk etmək:

Jurnalist etikas

Tarixi təcrübə göstərir ki, xüsusi peşə əxlaqının zəruriliyi, birinci növbədə, təbabət, hüquq, pedaqogika, elm, jurnalistika sahələrində, yəni şəxsiyyətin tərbiyəsi və tələbatının ödənilməsi ilə bilavasitə əlaqədar olan peşələrdə təzahür edir.

Jurnalistikanın əxlaq normaları bu sahədə təcrübə artdıqca formalaşmış. Jurnalistin peşə əxlaqı ilə onun peşə borcu bir-birinə çox yaxındır. Borc jurnalistin cəmiyyət – oxucu, dinləyici, tamaşaçı – qarşısında düzgün, obyektiv informasiyaya görə məsuliyyətini tənzimləyir. Jurnalist onun əsərlərinin əsl hakimi olan oxucu, tamaşaçı auditoriyası qarşısında da böyük məsuliyyət daşıyır.

Jurnalistin əxlaqı onun şəxsi davranışı və şəxsi həyatının faktlarında dəfələrlə çox onun əsərlərinin mahiyyətində özünü göstərir. Jurnalist dərk etməlidir ki, o, tirajlanan sözün sahibidir. Tirajlanan sözün məsuliyyəti isə çox böyükdür. Bu, ilk növbədə, jurnalistin dediyi sözə görə daşdığı əxlaqi məsuliyyətdir.

Jurnalistlər həmişə insanlarla işləyir və məhz bu insanların da jurnalistdən əxlaqlı olmağı tələb etməyə haqları var.

Auditoriya jurnalistdən onu aldatmaq, yalan informasiya təqdim etməmək, hadisələri quraşdırmamaq kimi əxlaq normalarına zidd hərəkətlərdən çəkinməyi tələb edir. İnformasiya mənbəyi təqdim etdiyi informasiyanın təhrif olunmaması barədə tələbini qoymağa haqlıdır. İnformasiyanın işlənməsi və təqdimatı zamanı peşəkarlığın ən mühüm göstəricilərindən biri də jurnalistin əxlaqi məqamlara, yəni peşə etikasının tələblərinə əməl etməyidir.

Jurnalistin əxlaq normaları bu sahənin tarixi inkişaf prosesində formalaşmışdır. Norma davranışın ictimaiyyət tərəfindən qəbul edilən tipik variantlarını müəyyənləşdirir. Tarixən tipikləşən bu normalar jurnalisti məsuliyyətə və ciddiliyə dəvət edir.

Jurnalist etikasını jurnalistin peşə fəaliyyəti zamanı əməl etməli olduğu norma və prinsiplərin məcmusudur.

Bu baxımdan jurnalistin peşə etikasının strukturunu aşağıdakı kimi təsvir etmək mümkündür¹.

JURNALİST ETİKASININ STRUKTURU:



10

Strukturdan görüldüyü kimi, jurnalistin peşə fəaliyyəti zamanı əməl etməyə borclu olduğu etik normalar iki yerə bölünür:

- Jurnalistin yaradıcılıq zamanı əməl etməli olduğu etik normalar

- Jurnalistin fəaliyyəti zamanı əməl etməli olduğu etik normalar

Hər iki qrup özlüyündə alt qruplara bölünür. Jurnalistin yaradıcılıq prosesində əməl etməyə borclu olduğu etik normalar da özlüyündə iki qrupa ayrılır:

¹ Əliyev V. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006. Səh. 29.

yazılı və şifahi nitqdə əməl edilməli etik normalar, informasiya ilə iş prosesində əməl edilməli etik normalar. Yazılı və şifahi nitqdə əməl edilməli etik normalar yaradıcılıqla birbaşa əlaqədardır və jurnalistin ədəbi-dil normalarına əməl etməsini əsas şərt kimi götürür. Bu yaradıcılıq etikasının başlıca şərtidir. İnformasiya ilə iş prosesində əməl edilməli etik normalar isə birbaşa informasiyanın toplanması və təqdimatı ilə bağlı etik normaları əsas tutur. Burada informasiyanın özünə yanaşma, onun əldə edilməsi zamanı əməl olunmalı başlıca peşə şərtləri və ən əsası da, onun təqdimatı ilə əlaqədar meyarlar önəm daşıyır.

İkinci qrup jurnalistin peşə fəaliyyəti ilə bağlıdır və o, iki hissəyə bölünür: professional etika və xidməti etika. Professional etika fəaliyyət zamanı hər bir jurnalistin əməl etməli olduğu prinsiplərdir. Bu qrupa peşəkar jurnalist məhsulunu oxumaq, dinləmək, izləmək istəyən in-

sanlara xidmət etmək üçün jurnalist fəaliyyətini nizamlayan qayda və qanunlar aiddir. Obyektivlik, dəqiqlik, vicdanlılıq, ümumbəşəri dəyərlərə ehtiram, günahsızlıq prezumpsiyası, şərəf və ləyaqətin qorunması, ümumbəşəri dəyərlərə ehtiram, şəxsi həyata müdaxilənin yolverilməzliyi, hər hansı diskriminasiyanın yolverilməzliyi kimi prinsiplər jurnalist fəaliyyətində həm də peşəkarlığın başlıca meyarlarıdır. Xidməti etika jurnalistin həmkarları ilə münasibətlərini tənzimləyən normaları özündə cəmləşdirir. Burada həmçinin müxbir-müxbir, müxbir-redaktor, redaktor-təsisçi münasibətlərinin nizamlanması öz əksini tapır.

Jurnalistlər arasında ünsiyyəti mənəvi dəyərlər əsasında qruplaşdıran xidməti etikadan fərqli olaraq professional etika özündə yeni mənəvi dəyərlərin axtarışını, auditoriya ilə jurnalistin münasibətlərində etik çərçivəni müəyyənləşdirir. Məhz bu cəhət jurnalistikanı digər peşələrdən fərqləndirir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası jurnalistinin peşə etikas kodeksi. Bakı, 2009.
2. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları. <http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
3. Əliyev V. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006.
4. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012.
5. Jurnalist etikas. Yeni Nəsil Azərbaycan Jurnalistlər Birliyi. Bakı, 2000.
6. Media Etikas. Media Hüququ İnstitutu. Bakı, 2008.
7. Məmmədli C. Müasir jurnalistika. Bakı, 2003.
8. Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice. P.L.Plaisance, 2013.
9. Media Ethics at Work: True Stories from Young Professionals, L.A. Peck & G.S. Reel, 2013.

Mövzu 2: Jurnalistikada təməl etik yanaşmalar

Jurnalistika ictimai şüurun müxtəlif formaları ilə qarşılıqlı təsirdə olan özünəməxsus bir institutdur. O bir tərəfdən cəmiyyətdə əxlaq normalarının formalaşmasında və inkişafında yaxından iştirak edir, digər tərəfdənsə özü bu normalar çərçivəsində fəaliyyət göstərir. Son illərin təcrübəsi göstərir ki, KİV cəmiyyətin əxlaqına, davranış qaydalarına, yeni vərdişlərin, normaların yaranmasına təsir edən ən güclü vasitələrdəndir.

Deontologiya peşə etikasının elmi əsası kimi

Deontologiya əxlaq və mənəviyyatın problemlərini öyrənən bir təlimdir. “Deontologiya” sözünün kökündə qədim yunan sözləri olan “deon” (borc, edilməli olan) və “loqos” (elm) durur. Yəni borc haqqında elm. Söhbət hansı borcdan gedir? Deontologiyanın etik nəzəriyyənin bir hissəsi olduğunu nəzərə alsaq, onda məsələ aydınlaşar. Söhbət mənəvi borcdan gedir. Daha dəqiq desək, hər hansı bir peşə sahibinin peşə fəaliyyəti zamanı yerinə yetirməli olduğu əxlaqi normalara söykənən peşə borcundan. Bu peşə sahibi həkim də ola bilər, hüquqşünas da, jurnalist də.

Təsadüfi deyil ki, XVIII əsrdə “deontologiya” terminini ilk dəfə elmə gətirən ingilis filosofu, sosioloqu Jeremi Bentam həm də hüquqşünas idi. Bentam deontologiyayı əxlaq haqqında elm kimi müəyyən edirdi. Zaman keçdikcə deontologiya elminin çərçivəsi daraldı və onun məş-

ğul olduğu sahə insan borcunun problemləri ilə məhdudlaşdı. Deontologiya termininin çağdaş anlamı ötən əsrin 30-cu illərində digər bir ingilis filosofu – Çarli Brod tərəfindən “Etik nəzəriyyənin beş tipi” əsərində müəyyən edildi.

Deontologiyayı bəzən davranış qaydalarına əsaslanan borcun etikası və ya etik sistem də adlandırırlar. Çünki onlar borc anlayışının mahiyyətini təşkil edir.

Deontologiyanın müxtəlif qolları var – tibbi deontologiya, bioetika, hüquqi deontologiya, jurnalist deontologiyası. Diqqət etsək, hər üç sahənin insanlar və cəmiyyətlə daim ünsiyyətdə, təmasda olduğunu görürük. Yəni bu peşələrin sahibləri öz peşə borclarını yerinə yetirərkən, əslində, cəmiyyət qarşısında böyük məsuliyyət daşıyırlar. Çünki onların atdığı addımlar birbaşa insan taleyinə təsir göstərə bilər, bəzənsə həlledici ola bilər. Demək, peşə borcunu yerinə yetirərkən əxlaqi meyarlar əsas götürülməlidir.

Jurnalist deontologiyası dedikdə jurnalistin hüquq və vəzifələri, onun məsuliyyəti, qanunlara və etik normalara münasibəti nəzərdə tutulur. Jurnalist deontologiyasının özəlliyi ondan ibarətdir ki, burada hüquqi və etik normalar birlikdə, əl-ələ işləyir, başqa sözlə desək, bir-birini tamamlayır. Bu tamamilə təbii və məntiqi prosesdir. Bilirik ki, peşə etikası tarixən yazılmamış qanunlar şəklində ortaya çıxıb. İnsan hər hansı fəaliyyət sahəsində vicdanının səsinə, ədalətə, cəmiyyətdə müsbət qəbul olunan qaydalara söykənməklə hərəkət edib. Zaman keçdikcə bu

fəaliyyət sahəsinin genişlənməsi və cəmiyyət üçün zərurətə çevrilməsi onun hüquqi əsaslarının işlənilib hazırlanmasını, yəni qanunların yazılmasını tələb edib. KİV haqqında qanunların əsasında etik normaların mahiyyəti dayanır.

Jurnalistikanın nəzəriyyəsi ilə məşğul olan alimlərin əksəriyyəti jurnalistin vəzifəsini, məsuliyyətini, hüquqlarını, biz sözlə, onun fəaliyyətinə aid bir çox məqamları deontologiya ilə bağlayırlar. Jurnalistikanın nəzəri problemlərində bu gün çox işlədilər deontologiya “fəaliyyət mexanizmi” kimi qəbul olunmaqdadır.

Bütövlükdə jurnalistikanın hüquqi və etik əsaslarını özündə daşıyan fəaliyyət prinsiplərinə bu gün artan diqqətin ciddi əsasları var. Belə ki, müasir mediada kifayət qədər diffamasiya pozuntularına, media hüququna və peşə normalarına etinasızlığa rast gəlmək olar. Nüfuzlu mətbuat orqanları, televiziya kanalları deontoloji problemlərə xüsusi diqqət yetirir, özlərinin ayrıca fəaliyyət prinsiplərini hazırlayırlar.

Qeyd edək ki, bu prinsiplər hüquqi əsaslardan daha çox peşə etikasına söykənir. Praktik jurnalistlər etiraf edirlər ki, deontoloji prinsiplərə əməl etmək KİV ilə bağlı qanunlara əməl etməkdən xeyli asandır. Bunun isə öz səbəbləri var. Unutmaq olmaz ki, hüquqi əsaslar dəqiq anlayışlardır, onlar dəqiq tələbləri ifadə edilir, onlara əməl edilməsi mütləqdir. Deontoloji tələblər isə etik prinsiplərə söykənir. Bu zaman həmin tələblərə əməl edilməsi jurnalistin öz peşəsinə nə dərəcədə sadıq qalması, peşə fəaliyyətini necə vicdanla yerinə yetirməsi ilə bağlıdır.

Redaksiya kollektivinin və bütövlüklə KİV sistemində fəaliyyət göstərənlərin korporativ maraqları bu prinsiplərə əməl etməyi tələb edir. Qəzet və ya telekanal

öz nüfuzunu həm də cəmiyyətə məsuliyyətlə, əxlaq normalarını pozmadan, dəqiq və qərəzsiz, vicdanlı xidmətlə qaldıra bilər. Bunu yaxşı bilən, anlayan redaksiya özünün fəaliyyət mexanizmini ifadə edən prinsiplərini yaradır və işə qəbul etməyə qərar verdiyi jurnalisti ilk növbədə bu prinsiplərlə tanış edir. Jurnalist redaksiyanın daxili fəaliyyət prinsiplərini qəbul edərsə, işə götürülür.

Azərbaycan media sistemində də bu mexanizm formalaşmaqdadır.

Təməl etik yanaşmalar

Jurnalistin cəmiyyət qarşısındakı məsuliyyəti, həqiqətə xidməti, dəqiqlik və obyektivlik, vicdanlılıq, peşə ləyaqəti və həmrəyliyi, şəxsiyyətə və özge ləyaqətinə ehtiram, şəxsi həyatın toxunulmazlığı, ümumbəşəri sərvətlərə ehtiram, peşə nüfuzu, üzrxahlıq formaları jurnalistin peşə etikasının əsas prinsipləri, təməl etik yanaşmalardır.

Jurnalist insanların şərəfinə və ləyaqətinə hörmət etməli, yoxlanılmamış məlumat və şayiələri yaymamalı, habelə insanların şərəfini alçalda bilən ifadələrə yol verməməlidir.

Məşhur nəzəriyyəçi və jurnalist etikas sahəsində mütəxəssis Valter Xaheman mətbuata xas olan keyfiyyətlər içərisində qərəzsiz, hərtərəfli informasiyanı, heç bir şəxsi mövqedən asılı olmayan şərh, xalqa yaxın, kütləvilik prinsipi ilə fəaliyyət göstərən mətbuat orqanının nəşrini, nəşrin cəmiyyət qarşısında məsuliyyətini, jurnalistin həqiqəti cəsarətlə müdafiə edə bilən mənəvi müstəqilliyini, mətbuatın müxtəlif maraqlardan xilas olmasını, nəşrlərin yüksək işgüzarlığını və jurnalistlərin mənəvi müstəqilliyinə hörmətini xüsusi qeyd edir.

Etik kodekslərin tarixindən

Peşə kodekslərinin meydana gəlməsini və inkişafını əxlaqi tərəqqinin komponentlərindən biri hesab etmək olar. Peşə əxlaqi kodeksləri ümumi əxlaq sistemi ilə vəhdətdədir. Onlar əxlaqın ümumi prinsip və tələblərini konkretləşdirilmiş formada, həmin peşəyə uyğun olaraq təcəssüm etdirir.

Jurnalist peşəsinin xüsusiyyəti belədir ki, KİV-in fəaliyyətinin tənzimlənməsində etika ilə hüququn nisbəti mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Jurnalistika elə peşələrdəndir ki, onu yalnız hüquq normaları çərçivəsində tənzimləmək olmaz. İnkişaf etmiş ölkələrin çoxunda bəzi fəaliyyət növləri, o cümlədən jurnalistika mədəniyyət, ənənə, həmçinin özünüməhdudlaşdırmalar səviyyəsində tənzimlənilir.

Jurnalist bir fərd kimi cəmiyyətin etik-mədəni dünyagörüşünə nəinki hörmət etməli, özünü də həmin parametrlərə uyğun kökləməlidir. Buna görə də bir sıra beynəlxalq jurnalist təşkilatları professional jurnalist etikasını normalarını tənzimləyən aktlar və sənədlər qəbul ediblər.

1923-cü il aprelin 28-də Amerika Qəzet Redaktorları Birliyi “Jurnalistikanın Etik Qaydaları”nı tərtib etdilər. Yeddi prinsipdən ibarət bu sənədin qəbul edilməsindən sonra jurnalist təşkilatları yeni və daha təkmilləşdirilmiş etik prinsiplər kodeksləri üzərində işləməyə başladılar.

1939-cu ildə Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyasının Bordoda keçirilmiş VII konqresində “Jurnalistlərin Professional Şərəf Kodeksi” qəbul edildi. On maddədən ibarət bu sənəddən sonra 1952-ci il dekabrın 16-da UNESCO 403-cü plenar toplantısında “Mətbuat və informasiya azadlığı: etik normaların

beynəlxalq kodeksi” adlı 635 nömrəli qətnaməni qəbul etdi. UNESCO-nun qəbul etdiyi etik normalar kodeksi bir müddət bu boşluğu doldura bilsə də, jurnalistikanın sürətli inkişafı yeni etik normaları tənzimləyən sənədlərin hazırlanmasına ehtiyac olduğunu üzə çıxardı. Sonrakı illərdə jurnalistin peşə davranış qaydalarının tənzimlənməsi ilə bağlı bir sıra beynəlxalq sənədlər qəbul edildi. Bu sənədlər ayrı-ayrı ölkələrin jurnalist təşkilatlarının qəbul etdikləri peşə etikasını ilə bağlı kodekslərdə təməl baza rolunu oynadı.

Demokratik ölkələrdə fəaliyyət göstərən jurnalist təşkilatlarının etik kodeksləri beynəlxalq jurnalist təşkilatları ilə razılaşdırılmış formada tərtib edilir və təşkilatın üzvü olan jurnalistlərin həmin prinsip və normalara ciddi riayət etməsi tələb olunur.

Bir sıra hallarda, cəmiyyətdə peşə qruplarının əxlaqi nüfuzunu qorumağa, onlara inam yaratmağa və öz inkişafı üçün ilkin əlverişli əxlaqi şərtlər təmin etməyə qabil olan xüsusi kodekslər, “andlar” hazırlamağı tələb edir. Jurnalistika ilə bağlı hazırlanan, qəbul edilən peşə etikasını kodeksləri də bu qəbildəndir.

Jurnalistikanın etik normalar sistemi xeyli müddətdir ki, ciddi araşdırma obyektidir. Ümumi qənaət belədir ki, peşə etikasını, əslində, jurnalisti ölkə qanunlarından daha çox məhdud çərçivəyə salır. Lakin bu çərçivə – jurnalistin onu istəyib-istəməməsindən asılı olmayaraq – cəmiyyətin tələbindən irəli gəlir və məhz cəmiyyətə xidmət etdiyi üçün vacibdir.

Bir sözlə, jurnalist adamların taleyi üçün məsuliyyət daşdığından onun fəaliyyətində peşəkarlıq həmişə əxlaqilik kimi çıxış edir. Burada sözlə işin, ağılla əməlin vəhdəti, yüksək prinsip və nor-

maların şəxsi davranış və gündəlik həyatla bağlılığı önəmlidir. Jurnalist insanların şərəf və ləyaqətinə hörmət etməli, yoxlanılmamış məlumat və şayiələri yaymamalı, habelə insanların şərəfini alçalda bilən ifadələrə yol verməməlidir.

Jurnalistin cəmiyyət qarşısındakı məsuliyyəti, həqiqətə xidməti, dəqiqlik və obyektivlik, vicdanlılıq, peşə ləyaqəti və həmrəyliyi, şəxsiyyətə və özgə ləyaqətinə ehtiramı, şəxsi həyatın toxunulmazlığı, ümumbəşəri sərvətlərə ehtiramı, peşə nüfuzu, üzrxahlıq formaları onun

peşə etikasının əsas prinsipləridir. Bu prinsiplərlə yanaşı, jurnalistin peşə əxlaqının əsas funksiyaları vardır. Peşə əxlaqı peşə vəzifələrini gerçəkləşdirərkən jurnalistin davranışını tənzimləyən və məzmunu ehtiva edən xüsusi imperativ-dəyərləndirmə vasitəsidir.

Peşəkar jurnalist əməyi özündə tənzimləyici, tərbiyəvi, imperativ-dəyərləndirici, yönəldici, motivləşdirici, kommunikativ və digər əxlaqi funksiyaları cəmləşdirir. Peşə tapşırıqlarının müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsinə imkan yaratmaq peşə əxlaqının başlıca funksiyasıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012
2. Media Ethics at Work: True Stories from Young Professionals, L.A. Peck & G.S. Reel (2013).
3. Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice, P.L.Plaisance (2013).

Mövzu 3: Mətbuat nəzəriyyələri və etik kodekslər

Jurnalistikanın çox sayda nəzəriyyə və konsepsiyaları mozaik bir mənərə təşkil edir. Onlar cəmiyyətin siyasi-sosial quruluşuna aid daha ümumi doktrinalara, sonuncular isə, öz növbəsində, müxtəlif fəlsəfi nəzəriyyələrə əsaslanır.

Hatçins komissiyası və onun mətbuat nəzəriyyələrinin yaranmasına təsiri

1942-ci ildə, İkinci Dünya müharibəsinin qızgın vaxtında, Amerika media-maqratı, "Taym" və bir sıra nəşrlərin sahibi Henri Lüs mətbuat azadlığının çağdaş durumunu öyrənmək üçün komissiya yaratmaq təklifi ilə Çikaqo Universitetinin prezidenti R.M.Hatçinsə müraciət etdi. H.Lüs komissiyanın fəaliyyəti üçün 200 min dollar ayırdı. R.M.Hatçinsin rəhbərlik etdiyi komissiyaya 12 tanınmış alim daxil olsa da, onların arasında bir nəfər də jurnalist yox idi. R.M.Hatçins belə bir seçimlə yalnız bir məqsəd güdüdü: araşdırmanın obyektivliyini təmin etmək.

Dörd illik zəhmətdən sonra komissiya 1947-ci ildə "Azad və məsuliyyətli mətbuat. Kütləvi kommunikasiya – qəzetlər, radio, jurnallar, kino və kitablar haqqında ümumi hesabat" adlı sənədi dərc etdi. Bir il sonra isə komissiya üzvlərindən biri, Harvard Universitetinin professoru, filosof U.E.Hokinq komissiyanın gəldiyi nəticələrə əsaslanaraq jurnalistikada etik məcəllələrə və mətbuat təcürbəsinə söykərib peşəkar etikanı ön

plana çəkdi və sosial məsuliyyət nəzəriyyəsinin müddəalarını yaratdı.

Hatçins komissiyasının gəldiyi nəticələr ictimaiyyətə açıqlandığı gündən mətbuat və hakimiyyət qarşılıqlı münasibətlərinin öyrənilməsinə və təhlilinə ciddi təkan verdi. On il sonra – 1956-cı ildə İllinoys Universitetinin professorları, tanınmış mətbuat nəzəriyyəçiləri Fred Sibert və Teodor Peterson Stenford Universitetinin professoru Uilbur Şrammin rəhbərliyi ilə "Mətbuatın dörd nəzəriyyəsi" kitabını yazdılar.

Müəlliflərin təhlil etdikləri dörd nəzəriyyənin hər birində mətbuatın məsuliyyəti problemi öz həllini KİV-in fəaliyyət göstərdiyi sosial və siyasi strukturlar çərçivəsinə tapırdı. Əgər avtoritar nəzəriyyə dövlətin təcürbümü olan kral, imperator, furerin qarşısında məsuliyyəti müəyyən edirdisə, iradə azadlığına əsaslanan libertarian nəzəriyyədə bu asılılıq inkar edilir, mətbuatın avtoritar nəzarətdən azad olması təsdiqlənirdi. Bundan əlavə, mətbuat üçün hakimiyyətin üç qolundan asılı olmayan "dördüncü hakimiyyət" rolunda çıxış etmək, hökuməti nəzarətdə saxlamaq hüququ tələb olunurdu. Sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi isə kütləvi informasiya vasitələrinin sahibkarlardan müəyyən muxtariyyət alması ideyasını irəli sürərək mətbuatın monopolizasiyasının yeni şərtlərinə münasibətdə cəmiyyətin maraqlarını nəzərə almağa imkan verən libertarian xətti inkişaf etdirirdi. Bu nəzəriyyə sahibkarların və nəşirlərin jurnalistlərə və cəmiyyətə könüllü güzəştə getmələrinə və öz hüquqlarının əhəmiyyət

yətli dərəcədə məhdudlaşdırılmasına əsaslanırdı. Sovet kommunist nəzəriyyəsi isə avtoritar yanaşmanın nəticəsi olaraq jurnalistikanı kommunist partiya-sının əlində silah və alət kimi qiymətləndirirdi.

1. Avtoritar nəzəriyyə

Bu nəzəriyyə üçün səciyyəvi olan jurnalistlərin dövlət hakimiyyətinə tabe olmalarıdır. Avtoritar nəzəriyyə ilkin senzuranı və yuxarılarda qoyulmuş siyasi məsələlərin və yaxud siyasi əhəmiyyət kəsb edən digər məsələlərin işıqlandırılması üsullarından kənara çıxmalara görə cəzalandırılmaya haqq qazandırır. Kütləvi mediada avtoritarizmi müvafiq qanunlar, istehsalat üzərində birbaşa dövlət nəzarəti, jurnalistlərə davranış qaydalarının aşılması, vergilərdən və digər iqtisadi sanksiya formalarından istifadə olunması, xarici media idxalının tənzimlənməsi, redaksiya işçilərinin dövlət tərəfindən təyin olunması hüququ, çapa qadağa qoyulması və s. sübut edir.

2. Libertarian nəzəriyyə

Bu nəzəriyyə ümumi şəkildə göstərir ki, fərd istədiyini nəşr etdirməkdə sərbəst olmalıdır və bu nəticə etibarilə başqa hüquqların – öz fikrinin olması haqqı, onu azad ifadə etmək, digər insanlarla birləşmək və təşkilatlara daxil olmaq hüquqlarının davamıdır. Beləliklə, bu nəzəriyyənin əsaslandığı başlıca prinsiplər və dəyərlər demokratik dövlətin prinsipləri və dəyərləri ilə – fərdin aliliyinə, zəkaya, doğruluğa və tərəqqiyə inam kimi prinsip və dəyərlər ilə eynidir.

Yalnız mətbuat azadlığının ümdə hüquq kimi təqdim etməyə və yaxud onun istifadəsinə məhdudiyətlər qoyulmasına və onun özünü daha yaxşı ifadə edərək

cəyi və konkret cəmiyyətdə müdafiə ilə təmin olunacaq formalarını göstərməyə cəhd olunanda çətinliklər və uyğunsuzluqlar yaranır. Avtoritarizmə əks və təmiz libertarianizm kimi azad mətbuat nəzəriyyəsi də həmişə birmənalı qarşılanmayıb. Mətbuat müxtəlif məqsədlərə xidmət edib: müstəmləkəçiliyə zidd çıxış edən vasitə (əvvəlcə Amerika müstəmləkələrində), narazılığı bildirmək üçün çıxış yolu, din azadlığı uğrunda arqument, hakimiyyətdən sui-istifadədən müdafiəçi, gah məqsəd, gah həqiqətə çatmaq üçün vasitə.

Libertarianizm liberalizmin radikal formasıdır. Libertarian modelə söykənən qəzetlər mütləq və qeyri-məhdud söz azadlığı və əməl prinsiplərini müqəddəs saydıqlarından cəmiyyətin bilmək haqqının, üstəlik, hər şeyi bilmək hüququnun müdafiəçiləri rolunda çıxış edirlər.

3. Sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi

Makkueyl sosial məsuliyyət nəzəriyyəsinin əsas prinsiplərini belə təsvir edirdi:

1. Mətbuat öz üzərinə cəmiyyət qarşısında müəyyən öhdəliklər götürməli və onları yerinə yetirməlidir.
2. Bu öhdəliklər məlumatlılığın, düzgünlüyün, dəqiqliyin, obyektivliyin və balansın yüksək, yaxud peşəkar standartları hesabına yerinə yetirilməlidir.
3. Mətbuat bu öhdəlikləri üzərinə alaraq və tətbiq edərək qanun və mövcud institutlar çərçivəsində özünü tənzimləməlidir.
4. Mətbuat zorakılığa, cinayətə yaxud vətəndaş qarşıdurmasına gətirib çıxaran və ya azlıqları təhqir edən hər bir şeydən qaçmalıdır.
5. Mətbuat bütövlükdə cəmiyyətin rəngarəngliyini əks etdirərək plü-

ralist olmalı, müxtəlif baxışlara və cavab vermək hüququna açıq olmalıdır.

6. Cəmiyyət və ictimaiyyət birinci qeyd olunan prinsipə uyğun olaraq yüksək iş standartlarını mətbuatdan gözləməyə haqqı var və müdaxiləni yalnız xalqın rifahına qayğı kimi qəbul etmək olar.
7. Jurnalistlər və mətbuatı idarə edənlər, işə götürənlər bazar qarşısında cavabdeh olduqları kimi, cəmiyyət qarşısında da məsul olmalıdırlar.

Sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi uzunömürlü olmuşdur. Lakin buna baxmayaraq, jurnalist-praktiklərin əksəriyyəti yalnız onun əsas dəyərlərini, məsələn, plüralizm və mədəniyyətlərin müxtəlifliyini qəbul etsələr də, fəaliyyətlərində bu prinsiplərə əməl etmələrini az şey təsdiq edir. Məsələn, onlar əvvəlki kimi icmaların və maraq qruplarının gündəlik fəaliyyətinin yenilik dəyərlərini aşağı qiymətləndirirlər.

4. Sovet kommunist nəzəriyyəsi

Sovet kommunist nəzəriyyəsinin əsas mahiyyətini Leninin “qəzet yalnız kollektiv təbliğatçı və kollektiv təşviqatçı deyil, həm də kollektiv təşkilatçıdır” düsturunu ilə ifadə edilə bilər. Başqa sözlə, belə jurnalistlər özlərini sadəcə olayları işıqlandıran salnameçi-reportyor deyil, həmin olayların fəal iştirakçısı da sayırlar.

Makkueyl Sovet mətbuatı nəzəriyyəsinə aşağıdakı əsas müddəaları ayırd edir.

Birincisi, sovet cəmiyyətində hakimiyyət fəhlə sinfinə məxsus olduğu üçün, onu əldə saxlamaqdan ötrü “mənavi is-tehsal” vasitələrini nəzarətdə saxlamaq

lazımdır. Buradan da belə çıxır ki, bütün kütləvi kommunikasiya vasitələri fəhlə sinfi təşkilatının – ilk əvvəl kommunist partiyasının nəzarəti altında olmalıdır.

İkincisi, sosialist cəmiyyətində sinfi qarşıdurmanın olmadığı şəraitdə mətbuatın diqqət mərkəzində siyasi problemlər durmalıdır. Sosialist prinsiplərinə uyğun olaraq icazə verilən fikir ayrılıqları və debatların diapazonuna cəmiyyətin əsas strukturuna təhlükəli olan və onu geriye inkişaf etdirən anaxronizm elementləri daxil olunmamalıdır.

Üçüncüsü, cəmiyyətin formalaşmasında və kommunizmə doğru inkişafda müsbət rol mətbuata məxsusdur, buna görə də mətbuat planlaşdırılmış sosial və iqtisadi məqsədlər istiqamətində sosiallaşma, qeyri-formal ictimai nəzarət və səfərbərlikdə bir sıra mühüm funksiyaları yerinə yetirir. Xüsusilə bu funksiyalar sosial və iqtisadi islahatların irəliləməsi ilə bağlıdır.

Dördüncüsü, marksizm tarixin obyektiv qanunlarını və buradan da mətbuatın əks etdirməli olduğu obyektiv reallığı mümkün hesab edir. Bu şəxsi şərhvermə diapazonunu məhdudlaşdırır və liberal mətbuatın əməl etdiyi yeniliklərdən fərqlənən yeniliklərin sabit xüsusiyyətləri yığımını diktə edir. Nəhayət, sovet dövlətinin ümumi nəzəriyyəsi tələb edirdi ki, mətbuat dövlət orqanları tərəfindən yüksək nəzarətə tabe olsun və müxtəlif dərəcədə siyasi həyatın digər alətlərinin tərkibinə qatılsın.

1981-ci ildə Uilyam Qahtem mətbuatın 4 nəzəriyyəsinə daha ikisini İnqilabi və İrəlilətmə modellərini əlavə etdi. U.Qahtem libertian nəzəriyyə ilə sosial məsuliyyət nəzəriyyəsinə “Qərb modeli” adı altında birləşdirdi. 1980-ci ilin ortalarında isə Robert Pikard Demokratik

sosialist nəzəriyyəsini açıqladı. Onun fikrincə, libertian konsepsiyanı və sosial məsuliyyət nəzəriyyəsini özündə birləşdirən Qahten modeli, yəni Qərb modeli demokratik sosialist modelini də əhatə etməli idi.

Normativ nəzəriyyələr

Normativ adlandırılan nəzəriyyələr “medianın necə işləməli olması, yaxud ondan nəyin gözlənilməsi” barədə təsəvvürlərlə bağlıdır. Normativ nəzəriyyələr medianın idealda hansı rolu oynamasını təsvir edir, ideal praktiki fəaliyyəti tövsiyə edir və ideal nəticələrin olacağını göstərir.

1. Medianın inkişaf dövrü nəzəriyyəsi (inkişaf dövrü mediası üçün nəzəriyyə)

Medianın inkişaf dövrü nəzəriyyəsi kütləvi informasiya vasitələrinin mövcud rejimi və onun iqtisadi inkişafının təmin olunması səylərini dəstəkləməsi uğrunda çıxış edir. Beləliklə, mətbuat cəmiyyətə bütövlükdə kömək edir. Bu nəzəriyyəyə görə, ölkə müəyyən siyasi və iqtisadi inkişaf dərəcəsinə çatmayanaq mətbuat hökuməti tənqid etməli, onu dəstəkləməlidir.

Bəzən bu nəzəriyyənin istifadə olunması sferası “üçüncü dünya ölkələri” səviyyəsində daraldılır. Bunun yaranması digər normativ nəzəriyyələrin müddələrinin tətbiq edilməsi mümkün olmayan inkişaf etməkdə olan ölkələrdəki kütləvi medianın ümumi əlamətləri aşkar olunandan sonra mümkün olub. Vəziyyətlərdən birincisi kütləvi kommunikasiyanın inkişaf etmiş sistemləri üçün zəruri olan bəzi şərtlərin olmamasıdır, yəni məhz kommunikasiya infrastrukturu-

runun, peşəkarlıq məharətinin, mədəni və istehsal resurslarının, kifayət qədər auditoriyanın olmaması. Əvvəlki ilə bağlı olan digər amil – inkişaf etmiş ölkələrdən texniki, peşəkarlıq və mədəniyyət planından asılı olmaq. Çox cəmiyyətlər özlərinin əsas vəzifələri sırasında (müxtəlif dərəcədə) üçüncü vəzifə kimi ölkənin iqtisadi, siyasi və sosial inkişafını qoyurlar və bütün digər institutlar buna tabe olmalıdır. Dördüncüsü isə, inkişaf etməkdə olan ölkələr oxşarlıqlarını və beynəlxalq siyasətdə öz maraqlarını getdikcə daha çox dərk edirlər.

Yuxarıda təsvir edilən şəraitlərin təsiri altında formalaşan yeni nəzəriyyənin normativ elementləri asılılıq və xarici təsire, habelə özbaşına avtoritarizmə qarşı xüsusilə kəskin istiqamətlənir. Mətbuatdan milli inkişaf işində müsbət istifadə olunması müdafiə edilir, konkret milli cəmiyyətin müxtariyyəti və mədəni eyniliyi (özünəməxsusluğu) bəyan edilir. Onlar müəyyən dərəcədə xalq kütləsinin demokratiyada iştirakını, yəni kommunikasiya iştirak modelini dəstəkləyirlər. Bu qismən müstəqillik və avtoritarizmə qarşı durmaq prinsiplərinin davamı və birgə olaraq inkişaf məqsədlərinə nail olmağın zəruriliyinin tanınmasıdır.

2. Demokratiyada iştirak nəzəriyyəsi

Demokratiyada iştirak nəzəriyyəsinin təsir qüvvəsi, əsasən, inkişaf etmiş liberal cəmiyyətlərə şamil olunur, lakin həm də inkişaf dövrü nəzəriyyəsinin bəzi müddəaları ilə, xüsusən onun cəmiyyətin “bazis”inə şaquli deyil, üfüqi kommunikasiyanın əhəmiyyət daşımasına istinad etməsi ilə kəşifir. Bu nəzəriyyədə, başlıcası, özəl mətbuatın kommersiyalaşmasının və monopolizasiyalaşmasının qəbul olunmaması və sosial

məsuliyyət normalarına müvafiq yaranmış ictimai yayım institutlarının mərkəzləşməsinin və bürokratlaşmasının labüdlüyünün qəbul olunmasıdır. İştirakçı nəzəriyyədə əsas siyasi cəmiyyətdə informasiyanı fəal əldə edənlərin tələbatı, maraqları və gözləntiləridir. Buna lazım olan informasiyanı almaq hüququ, cavab vermək hüququ, kiçik birliklərdə qarşılıqlı təsir üçün kommunikasiya vasitələrindən istifadə etmək hüququ aiddir. Bu nəzəriyyə eynicinsli, mərkəzləşmiş, bahalı, güclü peşəkarlaşmış, bitərəfləşmiş və dövlət tərəfindən nəzarət olunan mətbuatın zəruriliyini inkar edir. O rəngarənglik, yerlilik, deinstitsionalizasiya, göndərən və qəbul edən rollarının qarşılıqlı əvəzlənməsi, cəmiyyətin bütün səviyyələrində kommunikasiya əlaqələrinin üfüqi olması, qarşılıqlı təsir etmə və işdə maraqlı olmağı müdafiə edir.

3. Mətbuatın inqilabi nəzəriyyəsi

Bu konsepsiyanın mahiyyətini lap başlanğıcdan tipik inqilabi nəşr olan “Pravda” adlı sovet qəzeti, eləcə də totalitar rejimlərdə çıxan gizli və əldəçap nəşrlər açıqlayır. O qəzetlərin hamısı siyasi proqramı olan siyasi qəzetlərdir. “Pravda”, əslində, Sovet İttifaqı Kommunist Partiyası Mərkəzi Komitəsinin mülkiyyəti olub.

Mətbuatın inqilabi modelinə üstün rəğbət postkommunist ölkələrdən olan bir redaktorun söylədiklərində öz şüuraltı ifadəsini bu şəkildə tapıb: “Demokratik qüvvələrin qələbəsinə kömək göstərmək üçün jurnalistlər siyasi həyatda fəal rol oynamaladırlar”. Bir başqa jurnalistin fik-

rincə, “bu gün jurnalistin vəzifəsi təkcə məlumatlandırmaqla bitmir, o, cəmiyyəti dəyişməkdən ötrü siyasi həyata da təsir göstərməlidir”.

“Jurnalistlər dünyanı dəyişdirməyə can atmamaladırlar, – Amerika Birləşmiş Ştatlarının Ayova ştatındakı Eymş şəhərində çıxan və kiçik, ancaq çox nüfuzlu “Deyli Tribün” qəzetinin keçmiş baş redaktoru Maykl Q.Qarter belə düşünür. “Dünyanı dəyişmək istəyirsinizsə, ana olun, müəllim, ya da siyasətçi olun, çünki jurnalistin işi araşdırmaq, açıqlamaq, dünyanı göstərməkdir”¹.

4. Mətbuatın irəlilətmə nəzəriyyəsi

Mətbuata iqtisadi inkişaf aləti və milli şüuru formalaşdıran vasitə kimi baxılır.

Jurnalistlərə millətin maarifçiləri kimi də baxanlar var. Mətbuatın irəlilətmə modeli, çox vaxt, həmin baxışların məsuludur. “Mənim vəzifəm kütlələrə mədəniyyət daşımaqdır”, – bir ukraynalı jurnalist belə deyir².

Mədəniyyət və maarifin yayılması KİV fəaliyyətinin birinci dərəcəli vəzifəsi deyil, lakin olduqca önəmli tərəfidir. Digər tərəfdən, qəzetlər oxucu istəklərini əsas götürməklə kifayətlənməməli, oxucuların öz iradələrini bildirmələrindən ötrü onları gərəqli məlumatla təmin etməlidir. Qəzetlər məhz bu yolla cəmiyyəti öz ardınca aparır və eyni dərəcədə də cəmiyyətin ardınca gedir. Bu iki yolu mütləq tarazlaşdırmaq lazımdır. Qəzet cəmiyyətlə bir sırada addımlamağa çalışmalı və imkan varsa, həmişə bir addım öndə olmalıdır. İki addım öndə olmaq – cəmiyyətdən qopmaq, xeyli

¹ Repkova T., Yeni Dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları, Bakı, 2006, səh. 4.

² İbid. Səh. 5.

geridə qalmaqla, boş yerə qəzet buraxmaqdır.

Cəmiyyətdən qopan qəzeti həmin qəzetdə çalışan və “oxucularımız bizim yazdıqlarımızı başa düşmür”, – deyə şikayət edən jurnalistlərə görə asanlıqla tanımaq olar. Mərkəzi və Şərqi Avropanın az qala 100 faiz savadlı olan yüksək təhsilli auditoriyası qəzetlərin nədən yazdığını anlamırsa, buna görə məsuliyyətin müəyyən payını da həmin qəzetlərin özü daşıyır. Başqa deyimlə, oxucular onlara ünvanlanan qəzet xəbərlərinin mahiyyətini açmağa bilmirlərsə, deməli, ola bilər ki, bu xəbəri göndərən jurnalistlər öz oxucularına lazımı açarı verə bilməyiblər. Lakin bununla belə, hətta sıfır səviyyəsində ünsiyyət effekti də qəzet alıb-oxumaq verdişini oxuculara tərgidə bilmir. “Nisbətən doğru-dürüst araşdırmalar göstərir ki, adətən, dünyadakı insanların əksəriyyəti (totalitar ölkələrdə yaşayanlar da daxil) əlinə düşən kütləvi informasiya vasitəsindən razıdır. Asan və rahat yolla aldığı məlumatın alternativ olmadığından, görünür ki, adamların çoxu ona nə verirlərsə, heç cıncırını çıxarmadan onu da bəyənir”¹.

Təvazökarlıq hamıya başucalığı gətirər, özəlliklə də jurnalistlərə. Jurnalist öz auditoriyasını aşağı saymamalıdır. Oxucu hansısa faktdan xəbərsiz ola bilər. Başqa sözlə, onun hansısa sahədə bilik və qavrayışı yetərsiz ola bilər. Mətbuatsa oxucunun diqqətini elə yönəltməlidir ki, işıqlandırılan mövzu ona anlaşılıq olsun. Bu, mətbuatın borcudur. ABŞ-ın dördüncü prezidenti Ceyms Medison vurğulayırdı: “Biliklilər cahilləri həmişə

idarə edəcək. Deməli, öz taleyinin ağasına çevrilmək istəyən adamlar gərək biliyin verdiyi güclə silahlansınlar”².

5. Demokratik sosialist nəzəriyyəsi

Bu konsepsiyada plüralizm zərurəti etiraf olunur, ancaq maraqlarını qorumaq naminə dövlətin müdaxiləsinə yol verilir. Bu konsepsiya dünyanın bir çox bölgələrində çox vaxt dövlət mülkiyyəti olan elektron informasiya vasitələrində tətbiq edilir.

Mətbuat konsepsiyaları

Mətbu nəzəriyyələr yuxarıda tanış olduğumuz nəzəriyyələrlə məhdudlaşmırlar. Əksinə, mətbuat nəzəriyyələri bir sıra mətbu konsepsiyalarının da yaranmasına təkan verib. Bu konsepsiyaları aşağıdakı qruplarda birləşdirmək olar.

Mətbuatın idarəetmə (manipulyasiya) funksiyasını önə çəkən konsepsiyalar. Bu istiqamətin tanınmış müəlliflərindən biri “İctimai rəy” kitabının müəllifi, məşhur kommunikativist Uolter Lippmandır. Mətbuatın manipulyasiya funksiyasının bu və ya digər dərəcədə Q.Şiller, Q.Qlyaysberq, T.Sorensen və bir sıra digərləri də ayırd edirlər. Hakimiyyət strukturları tərəfindən kütləvi informasiya vasitələrinə diqqət daimi və şüurludur. 1922-ci ildə nəşr edilmiş Uolter Lippmanın “İctimai rəy” kitabında informasiya vasitələrinin həqiqətə olan münasibəti məsələsi qoyulur. Özünün konsepsiyasının işlənməsində o, fəlsəfi pragmatizm nümayəndələri olan V.Ceymsin və D.Düsinin baxışlarına söykənir.

¹ Repkova T., Yeni Dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları, Bakı, 2006, səh. 5.

² İbid. Səh. 6.

Mətbuatın kommunikasiya funksiyasını önə çəkən konsepsiyalar. Tədqiqatçıların digər qrupu, məsələn, E.Meyo və başqalarının fikrincə, kütləvi kommunikasiya vasitələrinin vəzifəsi əlaqələri şaquli (idarə edənlərdən idarə olunanlara və əksinə) və üfüqi (idarəetmənin və cəmiyyətin ictimai təbəqələrinin müxtəlif səviyyələrində) olaraq həyata keçirməkdir. Bu prosesdə mətbuat kütləvi ünsiyyət dili kimi çıxış edir. Bir sıra tədqiqatçılar manipulyasiya etmək konsepsiyasını rədd edərək mətbuatın fəaliyyətində onun kommunikasiya funksiyasını ayırırlar. Onlar tez-tez KİV-in yuxarıdan aşağıya və aşağıdan yuxarıya, eləcə də üfüqi istiqamətdə kommunikasiyalarda rolunu qeyd edirlər.

Mətbuatın “dördüncü hakimiyyət” kimi çıxış etdiyini təsbit edən konsepsiyalara görə, cəmiyyət mətbuat vasitəsilə hakimiyyətin bütün qollarına – qanunvericilik, icra və məhkəmə qollarına təsir edir. Bu mənada J.Mermenin təklif etdiyi “demokratiya” konsepsiyası nümunə ola bilər. Burada mətbuat demokratik proseslərdən öz diktaturasını qurmaq məqsədilə istifadə edən fenomen kimi

təqdim edilir. F.A.De Viryenin irəli sürdüyü “mediokratiya” konsepsiyası mahiyyətə bu konsepsiyaya yaxındır.

Marksist konsepsiyaya görə, sinfi cəmiyyətdə mətbuat sinfi mübarizə silahı, kollektiv təbliğatçı, təşviqatçı və təşkilatçıdır.

Jurnalistikanı sosial və siyasi proseslərdə müstəqil bir hal kimi nəzərdən keçirən konsepsiyalar. Bu zaman konkret-sosioloji tədqiqatlara (P.Lazorsfeld, P.Qode) xüsusi diqqət yetirilir. Çünki onların parlaq nəzərə çarpan tətbiqi xarakteri vardır. U.Framm, C.Merill, C.Tanstell və başqaları ictimai halların təhlil olunmasına “jurnalist yanaşması” adlandırılan yanaşmanı xüsusilə ayırd edirlər. Məsələn, Tanstell bir çox prosesləri müxtəlif ölkələrin kütləvi informasiyasında bazar münasibətlərinin güclənməsi nöqtəyi-nəzərindən izah edən “mətbuatın tənzimlənməməsi” konsepsiyası ilə çıxış ediblər.

Konsepsiyalara bir qayda olaraq müstəqil şəkildə rast gəlmək mümkün deyil, onlar mövqeyindən və yaxud konkret-tarixi şərtlərdən asılı olaraq bir-birilərini qarşılıqlı zənginləşdirir və tamamlayır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev V. Beynəlxalq Jurnalistika-da etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı 2006
2. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
3. Repkova T., Yeni Dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları, Bakı, 2006.
4. Сиберт Ф., Питерсон Т., Шрамм У. Четыре теории печати. Москва, 1998

Mövzu 4: Jurnalistika və cəmiyyət

Jurnalistika meydandır və bu meydana hər kəsin söz demək, fikirlərini ifadə etmək hüququ var. Bu hüququn həyata keçməsinə imkan yaratmaq isə bilavasitə jurnalistin üzərinə düşür. Etiraf edək ki, insanlar debatları, müzakirə proqramlarını qəzetdən oxumaqdan daha çox, elektron mediada izləməyi sevirlər. Bu an ictimai müzakirələrdə deyilən sözlər, respondentlərin hiss və həyəcanı, duyğuları ilə tamamlanır və marağa səbəb olur. Şəxslər bu tip verilişlərə “döyüşə hazırlıq” kimi gəlir, çünki bilir ki, qarşısındakı onun opponentidir və sözləri, arqumentləri ilə onu məğlub etməlidir. Jurnalist də ciddi hazırlaşmalıdır: dəvət etdiyi kimlərdir, hansı mövzu müzakirə olunacaq, tərəflərə veriləcək sual bazası varmı, mövzunu yaxşı araşdırıbmı? Yalnız bunlar yetərli deyil. Jurnalist respondentlərin emosional, psixoloji durumu ilə bağlı məlumatlıdır mı? Bu kimi proqram və verilişlər “iki boksçunun döyüşü”nü xatırlatmalı deyil. Jurnalist hər şeyə nəzarət etməlidir. Efir etikasını, şəxsi etikasını gözləməlidir.

Mübahisəli məsələlərdə fərqli baxışlara bərabər imkanların yaradılması, plüralizm, fərqli fikir ifadə etmək azadlığı təmin olunmalı, fərqli rəylərə, maraqlarına geniş yer verilməlidir. Qərəzsizliyin və balanslılığın zəruri qayda olduğu prioritet olmalıdır. Deməli, müxtəlif maraqların çatdırılmasına imkan verən və fərqli strukturlar tərəfindən dəstəklənən rəngarəng kütləvi informasiya vasitələrinin olması şərtidir. Plüralizm, redak-

siya müstəqilliyi və jurnalist peşəkarlığı hamı tərəfindən qəbul olunmuş ilkin zəruri məqamlardır.

Fransalı mətbuat tədqiqatçısı Jan Lui Servan Şrayber “İnformasiya hakimiyyəti” kitabında vurğulayır ki, müasir KİV texniki bazasının yaradılması və avtoritar krallıqların və imperiyaların süqutu ilə hər yerdə özünüifadə dəbini gətirdi. Beləliklə, nəhayət ki, informasiya sahəsində partlayış üçün bütün maddi və siyasi şərtlərin məcmu halda yetişməsi insanların fikir və hərəkət tərzlərində bir çevrilişə gətirib çıxartdı”.

İsveç tədqiqatçısı Erik Bagerstamin qeyd etdiyi kimi, “ciddi jurnalistika özü tarazlaşdırıcı və nəzarətedici hakimiyyət olmaqla hakimiyyət məsələləri və ondan istifadə etmək təcrübəsi ilə məşğul olur. Parlament dövlətdə ilk hakimiyyət, hökumət ikinci, müstəqil məhkəmə və şimal ölkələrində ictimaiyyətin maraqlarını hakimiyyət özbaşınalığından qoruyan xalq kürsüləri isə üçüncü hakimiyyətdir. Mətbuat və özlərinin etik qaydalar sistemi ilə müstəqil jurnalistika IV hakimiyyətdir”.

Demokratiyanın verdiyi bütün azadlıqlardan və hüquqlardan istifadə edərək mətbuat özü öz diktaturasını qurur. J.Merye “demokratiya” terminini daxil etməklə mətbuatın hökumranlığını və ictimai fikri idarə etmək qabiliyyətini məhz belə qiymətləndirir. F.A de Viryeye görə, informasiya proseslərinə nəzarət “mediokratiyanı” yaradır. O vurğulayırdı ki, “mediokratiya” şəraitində xalq suveren olaraq qalır, amma onun rolu dəyişir.

Cəmiyyətdə “hökumət – kütləvi media – ictimai rəy”, “bilik – kütləvi media – şagirdlər” və s. “üçbucaqlar” yaranır.

Tofflerin irəli sürdüyü “informasiya cəmiyyəti” konsepsiyası maraqlı görünür. A.Branskomb bu cəmiyyəti belə səciyələndirir. “Bu elə cəmiyyətdir ki, burada vətəndaşların əksəriyyəti kənd təsərrüfatı, yaxud istehsalatda deyil, informasiyanın yaranması, toplanması, saxlanması, yaxud yayılmasında iştirak edir”.

Mətbuatı sosial və sinfi mübarizənin güclü silahı kimi başa düşən marksist KİV tədqiqatçıları onların funksiyalarına maariflənməni, elmi biliklərin yayılmasını, mədəniyyətin inkişaf etdirilməsini, dünyagörüşünün formalaşdırılmasını, cəmiyyətin idarə olunmasını daxil edərək genişləndirirlər. Mətbuatın açıq partiyalılığı haqqında qəzetin təkcə kollektiv təbliğatçı və təşviqatçı deyil, həm də kollektiv təşkilatçı olması barədə məlum müddəalar mətbuatın, siyasi institutların və proseslərin qarşılıqlı əlaqəsini dərinləndirən təhlil etməyə imkan verir.

Bir çox qabaqcıl ölkələrdə mətbuatın konkret sosial funksiyalarına güclü diqqət verilir. Belə tədqiqatların tətbiqi əhəmiyyəti hədsiz yüksəkdir, çünki onlar mütləq praktiki çıxış yolu göstərir. Qərar qəbul edən elitaya hesablanmış keyfiyyətli qəzetləri tədqiq edən amerikalı jurnalistika nəzəriyyəçisi U.Şrammin fikrincə, “keyfiyyətli” qəzetlər işıqlandırdıqları məlumatların genişliyi və dərinliyi ilə nüfuzlu oxucuları cəlb edirlər və hökumətə münasibətdə sərbəst və hətta tənqidi mövqe tutmaq meyilliyinə malikdirlər. Onların siyasətinə heç bir mərkəzi hakimiyyət nəzarət etmir və onlar öz hökumətlərinin təmsilçilərindən daha çox, onun müşahidəçiləri və tənqidçiləri kimi xidmət göstərir.

Keyfiyyətli mətbuat sahəsində böyük mütəxəssis olan “Elitar mətbuat” kitabının müəllifi C.Merril keyfiyyətli nəşrlərin içindəkilərə onların əsas xüsusiyyətlərindən biri kimi diqqət verir. Belə nəşrlər Merrilə görə, “bügünkü hadisələrin sabahkı, gələcəkdəki nəticələri ilə daha çox qayğılanan nəşrlər kimi təsəvvür edilir. Onlar maraqlı və informasiyalı olduqları üçün gələcəyi görmək və əvvəlcədən demək imkanlarına malikdirlər.

Mətbuatın konkret sosial tədqiqatları mətbuatın çıxışlarını effektiv etməyə, ictimai fikrin formalaşdırılması və idarə olunması zəncirində daha vacib halqaları tapmaq imkanı verir. Tədqiqatçıların qeyd etdiyi kimi, bütünlükdə şəxsiyyətin siyasi baxışlarının formalaşması və dəyişməsi prosesi, siyasi sosiallaşma prosesi iki şəkildə həyata keçirilir – birbaşa və dolay. Birbaşa formaya təqlid etmə, siyasi təhsil, xüsusilə siyasi təcrübə kimi (KİV təsiri altında) aspektlər daxildir. Siyasi sosiallaşmanın dolay formasına insanlararası münasibətlər, müxtəlif qeyri-siyasi təşkilat və hərəkətlərdə iştirak, generalizasiya və ya ümumiləşdirmə – ictimai həyatın başqa dəyərlərinə, norma və hallarına görə işlənmiş münasibətlərin siyasi obyektlərə və proseslərə keçirilməsi daxildir.

Bir sıra ölkələrdə, məsələn, ABŞ-da kütləvi şüurun siyasiləşməsi müşahidə olunur. N.P.Popovun “ABŞ kütləvi şüurun siyasiləşdirilməsi” işində bu prosesin amilləri və hərəkətverici qüvvələri, əhəlinin cəmiyyətin sosial-iqtisadi quruluşuna və müxtəlif hökumət orqanlarına, böyük biznesə, mühüm sosial məsələlərə münasibəti araşdırılır, əhəlinin onların siyasi yönlənmələrinə görə sosial təbəqələrə və qruplara ayrılması təhlil olunur.

Sosioloji meyillənmə həmçinin ingilis müəllifi olan mətbuatı sosial institut kimi öyrənən D.Makkvel tərəfindən də verilib. O, KİV məzmununun və onların auditoriyaya təsirinin öyrənilməsinə xüsusi diqqət ayırıb. D.Makkvelin əsərləri Amerika sosioloji nəzəriyyə sahəsində işləmiş amerikalı alimlərin yerinə yetirdikləri tədqiqatlar ilə uyğun gəlir. Kütləvi kommunikasiyaların sosioloji nəzəriyyə sahəsində konseptual layihələrə T.Parsonsun funksional üsulu ciddi təsir edib.

Totalitarizmdən demokratiyaya keçid şəraitində mətbuat hələ IV hakimiyyət rolunu oynaya bilməz. Belə ki, onun dövlət tərəfindən tənzimlənməsinin daha effektiv forması var. Bununla bağlı mətbuatın kommunikativ funksiyasını əsas kimi ayırd edən istiqamət kifayət qədər maraqlıdır. Bununla belə, massmedianın siyasi proseslərin bütün mərhələlərində – qərarların hazırlanması və qəbulundan tutmuş onların icrasına nəzarətdək – təsir göstərmək imkanı var.

Hələ sosiopsixoloq Kurt Levinin işlərində irəli sürülən “qapıçı” konsepsiyası maraqlı və praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Q.İbrayevanın “Müasir mərhələdə kommunikatorun tədqiqi” məqaləsində qeyd etdiyi kimi, redaktor – “qapıçı”nın real funksiyaları belədir:

- yaradıcı (redaksiyada bütün jurnalistlər yazırlar, seçim ilə isə rəhbər, bir qayda olaraq məsul katib məşğul olur);
- yazanın özündə “qapıçı-dalanda” oturur, hər kəs öz təcrübəsindən bilir ki, nəyi çapa buraxmaq olar, nəyi yox;
- “qapıçı-dalanda” funksiyasını xarici senzura orqanları yerinə yetirirlər;

- mətbuat kütləni informasiya axınında yönləndirir, onları idarə edir, maarifləndirir.

Xaricdə massmedianın çoxsaylı elmi tədqiqatları mövcuddur. Bunlar arasında jurnalistikanın siyasi proseslərə qoşulmuş institut kimi öyrənilməsi, massmedianın fəlsəfi konsepsiyaların öyrənilməsi, jurnalistikanın “ekonometrik” təhlili və s. var. Həmçinin jurnalistikanın elmi tədqiq olunması sırasında tarix, ədəbiyyat, dilçilik, politologiya, sosiologiya, psixologiya və digər elmlərlə sıx qarşılıqlı təsiri də müşahidə edilir. Jurnalistikanın öyrənilməsinə yanaşmaların toplusu kütləvi kommunikasiyanın elmi tədqiqatında ən yeni istiqamət kimi, necə deyirlər, mediologiyanı ortaya çıxarır.

KİV dövlət orqanlarının fəaliyyətini işıqlandırmaqla, dövlət orqanlarının fəaliyyətini obyektiv informasiya ilə təmin etməklə, gizli iqtisadiyyat, korrupsiya və vəzifə cinayətkarlığı ilə mübarizə aparmaqla, informasiya sferasında ictimai, milli və dövlət marağına xidmət etməklə dövlət və cəmiyyət sistemində mühüm rol oynayır.

Dövlət və cəmiyyət milli KİV-ə dövlət yardımı göstərir, dövlət və özəl KİV-in inkişafında bərabər imkanlar, ölkənin informasiya mənbələrinə və ehtiyatlarına bərabər çıxış şansı, cəmiyyətin sosial, iqtisadi, siyasi, mədəni inkişafını təmin etmək üçün ictimai həyatda informasiya prosesinin və KİV-in fəaliyyəti üçün optimal şərait yaradır.

Dövlət uğurlu informasiya siyasəti yürüdərkən aşağıdakı baza prinsiplərinə əsaslanır:

1. Siyasətin aşkarlığı prinsipi. Bu zaman informasiya siyasətinin əsas istiqamətləri cəmiyyətdə və dövlətdə KİV nümayəndələrinin iştirakı

ilə açıq müzakirə olunur, ölkə və vətəndaşlarının ictimai rəyi nəzərə alınır.

2. Sistemlilik prinsipi – qəbul olunmuş qərarın həyata keçiydi zaman onun nəticələri bütövlüyü, məcmusu ilə götürülməlidir.
3. Maraqların bərabərliyi prinsipi-informasiya fəaliyyətində iştirak edən KİV-in cəmiyyətdəki vəziyyətindən, mənsubiyyətindən asılı olmayaraq bərabər səviyyədə maraqlarının nəzərə alınması siyasəti yürüdülməlidir.
4. Milli və dövlət maraqlarına üstünlük verilməsi prinsipi.
5. Sosialyönümlülük və vətəndaşların sosial maraqlarının təmin edilməsi prinsipi.
6. Dövlət tərəfindən yardım edilməsi prinsipi.
7. Qanunun aliliyinin təmin edilməsi prinsipi.

Təsadüfi deyil ki, 44 günlük Vətən müharibəsi zamanı sözügedən prinsipləri əsas tutan dövlətimizin həm ölkə daxilində, həm də ölkə hüdudlarından kənar da apardığı uğurlu informasiya siyasəti

böyük qələbənin əldə edilməsinə güclü təkan vermişdir. Müasir dövrdə KİV-in dövlət və cəmiyyət sistemində rolunun artması ilə multimedia və sosial media-nın yaranması, sosial informasiya nəzəriyyələrinin inkişafı baş verməkdədir. Hazırda “Demokratiyanın informasiya nəzəriyyəsi” adlı elmlərarası istiqamət diqqəti cəlb etməkdədir. Bu nəzəriyyə informasiyanın dərk olunması məqsədilə sosial-iqtisadi və digər formaların qarşılıqlı təsirinin faydasını artırmaq üçün informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının imkanlarını öyrənir. “Tətbiqi planda demokratiyanın informasiya nəzəriyyəsinin məqsədi mövcud siyasi sistemlər çərçivəsində demokratik təsisatların optimallaşdırılması və elektron demokratiyanın inkişafıdır. Bunun üçün informatika, kibernetika, sinergetika, sosiologiya və digər elmlərin ideya və metodoloji üsullarından istifadə edilir. Demokratiyanın informasiya nəzəriyyəsi birgə rifah yaradılması konsepsiyası ilə qovuşur”. Göründüyü kimi, bu nəzəriyyə elmlərarası tədqiqat obyektini kimi demokratiyanın və informasiya azadlığının bərqərar olmasına xidmət edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Jurnalistlərdən jurnalistlərə, Britaniya Şurası, BMT-nin İnkişaf Fondu, 2007.
2. Lange Y., Media və seçkilər, Bakı, 2010.
3. Mediada debatlar (metodik vəsait), Bakı, 2009.
4. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
5. Məmmədli Z. Televiziya proqramlarının hazırlanması, Bakı, 2012.

Mövzu 5: Jurnalistikada balans və məsuliyyət

Jurnalistikada söz və mətbuat azadlığının gerçəkləşməsinə və inkişafına verilən hüquqlar çoxaldıqca sözün məsuliyyəti də artır, jurnalistin də. Jurnalist yayım üçün ona təqdim etdiyi materialların məzmununa, ictimai önəmli olaylar barədə ictimaiyyətə vaxtında və dürüst məlumat verilməsinə görə cəmiyyət qarşısında məsuliyyət daşıyır.

İctimaiyyətin məlumat almaq hüququ

Vətəndaşların informasiya almaq hüququnun təmin edilməsi jurnalistin əsas vəzifəsidir. Məsuliyyət struktur cəhətdən mürəkkəb kateqoriya olub, jurnalist peşəsindən irəli gələrək konkret fərdin təmsalında ictimai və mənəvi tələblərin nümayiş etdirilməsidir. Bu tələblər fərdin konkret olaraq hansı vəziyyətdə olması ilə xarakterizə edilir.

Türkiyəli media eksperti Bülent Çaplı'nın "Media və etika" kitabında bu məsələ ilə bağlı qeyd edilir: "İctimaiyyətin məlumat almaq hüququ siyasi strukturların dəstəklənməsi, qorunması və inkişafı üçün fundamental şərt kimi qəbul edilir. Digər tərəfdən, siyasi strukturlar insanların xoşbəxt və azad yaşamasından ötrü zəruri olan əsas hüquqlar üçün tələb olunan şəraiti formalaşdırır. Bütün bunların mərkəzində isə məlumatların sərbəst dövriyyəsinə müdafiə edən yanaşma dayanır.

Nə üçün insanlar məlumat almaq hüququna malikdirlər? Con Stüart Mill qeyd edirdi ki, bilgilər şəxsin öz rifahı üçün

zəruridir və şəxsiyyətin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Mill hesab edirdi ki, şəxsiyyət insanların daha yaxşı ola bilməsi üçün zəruri şərtidir.

Xülasə, hesab edilir ki, ədalətli cəmiyyətlərin yaradılmasında və mühafizəsində bilgilər olduqca önəmlidir və bu səbəbdən, xüsusən Qərb cəmiyyətlərində, tarix boyu ictimaiyyətin məlumat almaq hüququ, bəlkə də, ən çox müdafiə edilən və qorunan hüquq olub. Bunların əsasında söyləmək olar ki, bilgilər məlumatlı vətəndaşların formalaşmasını təmin edir.

Məlumdur ki, Qərb mədəniyyətində vətəndaşların dövlət işləri barədə məlumat almaq hüququna malik olub-olmadığına dair mübahisələrin kökləri Platonun "Respublika" adlı əsərinə qədər gedib çıxır. Bununla belə, xüsusən orta əsrlərdə, vətəndaşların idarəetmə işləri barədə məlumatlı olmaması ideyası geniş şəkildə qəbul edilmişdi. Keplingerin sözlərinə görə, bu situasiya avtoritar cəmiyyətlərdə siyasi təsisatlarla mətbuat arasında dəqiq müəyyən edilmiş sərhədlərin olmasından irəli gəlirdi. Bu iki institut arasında ümumi teoloji bünövrə yox idi və siyasi fəaliyyətlər dövlət sirri nöqtəyi-nəzərindən qiymətləndirilirdi. Siyasi təsisatlar mətbuata nə təsir mənbəyi kimi, nə də kütlələri məlumatlandırma vasitəsi kimi baxırdılar. Bunun əsas səbəbi ondan ibarət idi ki, siyasətçilər özlərinin daha səmərəli informasiya kanallarına malik idilər. Jurnalistlər və siyasətçilər tamamilə fərqli sosial siniflərə mənsubdurlar.

“İnsan müəyyən informasiyalara çıxış əldə etmək üçün xüsusi keyfiyyətlərə malik olmalıdır”, – ideyasını tədricən maarifçilik dövrünün “ideyalar bazarı” konsepsiyası əvəz etdi. Bu mərhələdə vurğu insanların şəxsiyyətindən daha çox, əqli və ya intellektual prosesin – ideyaların ötürülməsi prosesinin üzərinə qoyuldu. “İdeyalar bazarı” konsepsiyasını müdafiə edənlərin insanlara sərbəst danışmaq və həssas informasiyalara çıxış əldə etmək imkanı veriləcəyi təqdirdə yalan və ya zərərli fikirlərin yayılmasının və nəticədə insanların həqiqətin gözünün içinə dik baxa bilməsinin qaçılmaz olacağını nə dərəcədə qəbul etmələri əhəmiyyət daşıyırdı. Şəxs informasiyalara çıxış əldə edərdisə, doğrunu yanlışdan fərqləndirə biləcək və öz iradəsi və zəkası ilə həyatını zənginləşdirəcəkdi. Xülasə, “tək və cəsarətli” fərd rəasional düşüncə vasitəsilə doğrunu və ya həqiqəti tapa və beləliklə, öz həyatını idarə edə bilirdi. Amma sonralar Karl Yunq, Ziqmund Freyd və digərləri müəyyən etdilər ki, şüur və iradə insan zəkasını bütünlüklə təmsil etmirlər. Onların fikrincə, məntiqin və iradənin gücü bütöv bir fərd olmaq üçün yetərli deyil. Burada olduqca təsirli rola malik olan, insanın həyatını və şəxsiyyətini müəyyən edən şüuraltı proseslər işə düşürdü. Amma həmin günlərdə belə hesab edilirdi ki, fərdlərin rəyləri, düşüncələri və ya qərarları cəmiyyətdəki qüvvələrin təsirinə məruz qalmadan müstəqil surətdə formalaşır.

İctimaiyyətin məlumat almaq hüququnu müdafiə edən baxışlar xüsusən XVII əsrin ortalarında İngiltərədə siyasi və dini çəkişmələr gətirdiyi bir vaxtda meydana çıxdı. Bu düşüncə və yanaşmaların təsiri altında formalaşmış Tomas

Ceffersonun baxışları 1776-cı il tarixli “Hüquqlar haqqında Virciniya bəyannaməsi”nin 12-ci maddəsində öz əksini tapdı: “Mətbuat azadlığı azadlığın ən mühüm qoruyucularından biridir və bu azadlıq despotik hökumətlər tərəfindən heç bir şəkildə məhdudlaşdırılmamalıdır”.

Xüsusən maarifçilik dövrünün nəzəriyyəçiləri və mütəfəkkirləri arasında məlumat almaq hüququnun meyarlarının nədən ibarət olduğuna dair mübahisələrin və ya fikir ayrılıqlarının mövcud olmasına baxmayaraq, onlar razılaşırdılar ki, bu hüquq olmadan demokratik ideallara əsaslanan hökumət qurmaq mümkün deyil. Nümayəndələri seçmək və fəaliyyətlərini izləmək üçün, yəni demokratiyanın yaşaya bilməsi üçün informasiya tələb olunurdu. Bu mülahizə qərb jurnalistikasının əsas doktrinası kimi qəbul edildi.

Mütləqiyyətdən sonrakı dövrdə siyasi təsisatlarla mətbuat arasında uçuş daha da dərinləşdi. Bu mərhələdə həmin iki institut ümumi institusional əsasların, funksional münasibətlərin təkamülünə və professional dəyişikliklərə məruz qaldı. Lakin siyasətçilər hələ də kütləvi informasiya vasitələrini təsir mənbəyi kimi görmürdülər. Bununla belə, siyasətçilər kütləvi informasiya vasitələrindən kütlələri məlumatlandırmaq və onlara təsir etmək üçün istifadə edirdilər. Bu mərhələdə həm mətbuatın, həm də siyasi təsisatların ümumi məqsədi vardı: ideyaları sərbəst ifadə etmək imkanına malik olmaq və nəticədə onların qəbul edilməsinə nail olmaq. Mütləqiyyət dövründən fərqli olaraq, bu dəfə jurnalistlər qərarların qəbulu prosesi barədə məlumatlar təqdim etdiklərinə görə siyasətçilərdən daxil olan informa-

siya və xəbərlərə daha özəl mövqedən yanaşırdılar.

Kepplinger bunu sonuncu addım kimi müəyyən edirdi və parlament demokratiyası dövründə siyasi təsisatlarla media arasında sərhədlər artıq aydın idi. Bu mərhələdə siyasətçilər mediaya əsas təsir mənbəyi kimi baxmağa başladılar və xüsusən də belə hesab etməyə başladılar ki, media rəylərin formalaşdırılmasında və müəyyənləşdirilməsində mühüm rol oynayır. Fərdlərin cəmiyyətdəki siyasi proseslər barədə məlumatlandırılması medianı xüsusən siyasətçilərin nəzərində olduqca önəmli mövqeyə çıxardı. Bu səbəbdən media həmişə siyasətçilərin təsirinə, yönləndirməsinə və təzyiqinə məruz qalmışdır.

Nəticədə sənayeləşmiş qərb ölkələrində jurnalistikanın cəmiyyətdə yeri və funksiyası tarixən dəyişmişdir. Bu tarixi inkişafın gedişində jurnalistika öncə hakimiyyət strukturları ətrafında mövcud olsa da, zaman keçdikcə daha mühüm əhəmiyyət kəsb etməyə başladı. Aydın görünür ki, bu zaman kəsimində kütləvi informasiya vasitələri, siyasətçilər və iqtisadiyyat hakimiyyətinin fəaliyyəti üçün zəruri şərtə çevrilmişdilər.

Artıq medianın demokratik cəmiyyətlərdə qanunverici, məhkəmə və icra hakimiyyətlərindən sonra dördüncü hakimiyyət olması ideyası geniş şəkildə qəbul olunmağa başladı. Demokratik cəmiyyətlərdə bürokratik strukturun mürəkkəbliyi və nəhəngliyi hökumətin addımlarının cəmiyyətdə hər kəsin görə biləcəyi dərəcədə şəffaf və sadə olmasına mane olurdu. Xüsusən liberal demokratik cəmiyyətlərdə cəmiyyət qarşısında hesabatlı olması gözlənilən hö-

kumətlərin öz hakimiyyətlərindən qanuni yollardan yan keçmək və qanunsuz səlahiyyətlər əldə etmək üçün istifadə etməsi qeyri-adi hal deyildi. Bu məqamda dördüncü hakimiyyət konsepsiyası gündəmdə idi. Qanunverici, məhkəmə və icra hakimiyyətlərinin gündəlik fəaliyyətlərini izləyərək media sosial və iqtisadi əlaqələrə, bütün bu tədbirlərin və qərarların mühümlüyünə və səmərəliliyinə nail olmağa çalışan bütün subyektlər üzərində nəzarəti bərqərar etdi. Ləkk qeyd edirdi ki, hökumətlər vətəndaşların etimadından sui-istifadə etsələr, vətəndaşlar malik olduqları siyasi hakimiyyətdən istifadə edə bilərlər.

Medianı dördüncü hakimiyyət kimi müəyyən edən ənənəvi yanaşma faktiki olaraq medianın funksiyaları, vəzifələri və idealları üçün əhatəli normativ baza təşkil edirdi. Medianın əsas funksiyasının təsir imkanlarına malik şəxslərə, təsisatlara və strukturlara nəzarət etməkdən ibarət olması ideyası medianın dördüncü hakimiyyət olması düşüncəsi üçün əsas təşkil etməli idi. Başqa sözlə, belə hesab edilirdi ki, medianın rolu hakimiyyətin səhvləri, yanlış davranışları, hüquqazidd hərəkətləri barədə ictimaiyyəti məlumatlandırmaqdan ibarətdir¹.

Jurnalist məsuliyyətinin formalaşmasında beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının rolu əvəzənməzdir. Nəinki jurnalist məsuliyyətinin, həm də jurnalistikada etik kodekslərin yaranmasında, jurnalistika sahəsində aparılan islahatlarda da beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının fəaliyyətini xüsusi qeyd etmək lazımdır. Bu təşkilatların jurnalistika sahəsində qəbul etdiyi və formalaşdırdığı ən mühüm

¹ Çaplı B. Medya ve Etik. Ankara, 2002, səh. 21-25.

məsələlərdən biri də jurnalist məsuliyyətidir. Bəlkə də, bu anlayışı eşidən hər bir vətəndaş düşünür ki, bu məsuliyyət necə bir anlayışdır ki, bunun üzərində bütün beynəlxalq jurnalist təşkilatları, həm də təcrübəli jurnalist mütəxəssisləri düşünürlər və bu məsuliyyəti anlatmağa çalışırlar? Bu, əslində, hər bir şəxsə sadə görünə bilər, amma bu işlə məşğul olan jurnalist üçün isə belə deyil, çünki onun əməl etməli olduğu ən mühüm etik norma elə budur, həm də onun işinin səmərəliliyi həmin amillə ölçülür.

Söz və mətbuat azadlığı, jurnalistin informasiya almaq və onu yaymaq hüququ, mətbuatda böhtanın, şərəf və ləyaqətin alçaldılmasının yolverilməzliyi, dövlət sirlərinin qorunması, milli təhlükəsizlik problemləri, jurnalistlərin öz informasiya mənbələrini müdafiə hüququ, KİV-in dövlət orqanları ilə münasibətləri və s. məsələlər KİV haqqında qanunvericilikdə təsbit olunub. Önemlisi isə budur ki, jurnalistlər bu qanunları əzbərləməklə deyil, onları dərinləndirərək dərk etməklə fəaliyyət göstərməlidirlər. Çünki söz və mətbuat azadlığının geniş şəkildə inkişafı jurnalistin daha da məsuliyyətli olmasını tələb edir və son vaxtlar getdikcə daha çox maraq doğuran jurnalist məsuliyyəti anlayışı ön plana keçir.

Bir sözlə, jurnalistlərin başlıca vəzifələri mətbuat azadlığının onlara verdiyi geniş imkanlardan istifadə edib, üzərlərinə düşən öhdəlikləri obyektiv, dəqiq və qərəzsiz həyata keçirməkdir. Bu məsuliyyəti dərk edən, peşə ləyaqətini, oxucu, dinləyici və tamaşaçıların etibarını, təmsil etdiyi informasiya orqanının nüfuzunu yüksək tutan hər bir jurnalist vəzifəsinin icrası zamanı öz peşə məsuliyyətini unutmamalıdır.

Cavabdehlik

Nəzərə alsaq ki, medianın məsuliyyəti anlayışı konseptual cəhətdən çox zaman düzgün başa düşülmür və dolayıdır, o zaman “məsuliyyət prosesi” açıqlanmasının və onun ayrı-ayrı elementlərinin dəqiq təsvirinin mühüm əhəmiyyət kəsb etməsi ilə razılaşırıq.

Media eksperti Desbarats hesab edir ki, “Məsuliyyət müasir jurnalistikanın həll olunmamış ən böyük problemlərindən biridir”. Məsuliyyət bütün zamanlarda jurnalistikanın yarandığı dövrdən onun ən mühüm problemlərindən biridir. Məsuliyyət həm jurnalistlərin fəaliyyəti ilə, həm də ictimai maraqlarla bağlı olduğundan hər iki tərəf bu məsələyə öz nöqtəyi-nəzərindən yanaşır ki, bu da onlar arasında bir anlaşılmazlıq yaradır.

Bəzi nəzəriyyəçilər bu anlaşılmazlığı alim və jurnalistlərin bu məsuliyyəti düzgün anlamadıqda çətinlik çəkməklərində, bəziləri isə KİV-in məsuliyyəti məsələsinin hələ də konseptual cəhətdən dolaylıq problem kimi qalmağında görürlər.

Medianın məsuliyyəti hər bir jurnalist qurumunun, ayrılıqda hər bir jurnalistin öz şəxsi fəaliyyəti üçün məsuliyyət daşması ilə yanaşı, həm də onların auditoriyanın, informatorların, reklam sifarişçilərinin, yaxud dövlət strukturlarının şikayətçi qismində çıxış etmək hüququnu tanımalıdır. Məsuliyyət bir kəsin hərəkətlərinin izahı və yaxud əsaslandırılmasıdır.

Jurnalistin məsuliyyəti məsələsinə müasir yanaşma tərzini belə bir sadə, lakin ciddi düsturla müəyyənləşir: jurnalistlərin xəbər kimi təqdim etdikləri informasiya dürüst, təqdim edilən jurnalist rəyi isə vicdanlı olmalıdır. Əsl jurnalisti-

kanı başqa şeylərdən, o cümlədən “çirkəbli” informasiya texnologiyalarından fərqləndirən məhz budur. Buna görə də Qərb jurnalistləri, ən isti xəbəri belə, oradakı faktları iki və ya üç mənbədən dəqiqləşdirmədən ictimaiyyətə çatdırmağı mümkünsüz sayırlar.

Jurnalistikanın tənzimləmə və özünü-tənzimlə mexanizmi

Jurnalist məsuliyyəti sistemi jurnalistin cavabdehliyini müəyyənləşdirən bir neçə prinsip üzərində qurulur. Medianın məsuliyyəti kütləvi informasiya vasitələrinin hər bir şikayətçinin tələbinə cavab vermək məsuliyyətini qəbul etməsində üzə çıxır. Problemin ortaya çıxması, onun yaranmasında media qurumunun günahlandırılması və aradan qaldırılması üçün KİV qarşısında tələb qoyulması jurnalistikada məsuliyyətin ilkin mərhələsini təşkil edir. Bu mərhələdə bütün proseslər subyektiv amillərin təsiri altında olur və qeyri-formal xarakter daşıyır, çox zaman irəli sürülən tələblərin yerinə yetirilməsi ilə nəticələnir.

Bununla belə, bir sıra hallarda KİV şikayətçilərin tələblərini yerinə yetirmir. Belə olduqda öz mövqeyinin düzgünlüyünü sübut etməyə çalışan şikayətçi mübahisəni həll etmək üçün müraciət etməyə forum və ya üçüncü tərəf axtarır. Forum şikayətçinin tələbinin əsaslı olub-olmamasını müzakirə edib hökm çıxarmaq səlahiyyəti olan dövlət qurumudur. Üçüncü tərəf isə mübahisədə maraqları olmayan və baxışları tərəflərdən, heç olmasa, biri üçün legitim sayılan şəxs, qrup və ya təşkilat ola bilər. Adətən, belə hallarda forum rolunu məhkəmə orqanı, üçüncü tərəf funksiyasını isə mətbuat şurası oynayır.

Jurnalist fəaliyyəti özündə bir sıra aspektləri cəmləşdirir. Bu aspektlərin böyük əksəriyyəti mühüm ictimai əhəmiyyət kəsb edərək daha çox jurnalistlə cəmiyyətin qarşılıqlı münasibətlərində özünü göstərir. Münasibətlər isə öz növbəsində jurnalistin müxtəlif sosial institutlar və bütövlükdə cəmiyyət ilə əlaqələrində xarakterizə olunur.

Hansı dövrə və hansı ölkəyə təsadüf etməsindən asılı olmayaraq, jurnalistika və məsuliyyət probleminin qarşılaşdırılması, həmin ölkədə söz azadlığının olmasından xəbər verir. Çünki sosial məsuliyyət adı altında ümumiləşdirilən hədd və normalar əsas etibarilə bu azadlıqdan sui-istifadə hallarına qarşı yönəlir. İlk baxışdan KİV-lə vətəndaş cəmiyyətinin qarşılıqlı münasibətləri kifayət qədər sadədir: KİV vətəndaş cəmiyyətində mühüm vəzifələrin yerinə yetirilməsində yardım etməli olan vasitədir. Bu münasibətlərdə, bəlkə də, ən önəmli olan KİV-in cəmiyyət qarşısında daşdığı məsuliyyətidir. Öz peşəkar fəaliyyəti ilə ictimai rəyə nəinki təsir edən, hətta çox hallarda hadisələrin inkişafı üçün stimül rolunu oynayan peşənin sahibləri kimi jurnalistlərin öz məsuliyyətlərini anlaması xüsusi önəm daşıyır. Kütləvi informasiya vasitələri hakimiyyətə malikdir: təsir göstərmək hakimiyyətinə, tənqid etmək hakimiyyətinə, gündəliyi təyin etmək hakimiyyətinə. Kütləvi informasiya vasitələrinə qısamüddətli perspektivdə müzakirə mövzuları və xəbərlər üzərində hakimiyyət, uzunmüddətli perspektivdə isə cəmiyyətdə vacib hesab edilən şeylər üzərində, meylin inkişafı üzərində hakimiyyət məxsusdur.

Jurnalistika artıq bütün dünyada özünə qeyd-şərtsiz olaraq dördüncü hakimiyyət statusu qazanmışdır. Bu hakimiyyət

yət insanların həyatının ayrılmaz tərkib hissəsi olaraq onların taleyinə istənilən formada müdaxilə etmək səlahiyyətlərini əlində saxlayır. Bu hakimiyyətin özündən əvvəlki üç hakimiyyətdən bir sıra prinsiplial fərqləri də var ki, bunlardan ən başlıcası dördüncü hakimiyyətin seçki yolu ilə formalaşmaması və jurnalistlərin ömürlük hakimiyyətdə qalmalarıdır. Bu məqamda Oskar Uayldın aforizmə çevrilmiş aşağıdakı fikri xeyli yerinə düşür:

“Prezident dörd il, jurnalist isə ömürlük hakimiyyətdədir”.

Jurnalistikada sosial məsuliyyət bu sənət sahəsinə aid peşə etikasının və məlum sahənin hüquqi əsaslarının da tərkib hissəsidir. Beləliklə, mətbuatın məsuliyyətini, cəmiyyət qarşısında cavabdehliyini dərk etməsi müstəvisində tənzimləmə və özünütənzimləmə mexanizmlərinə ehtiyac var. Bu prosesi belə bir sxemlə təqdim etmək olar¹.

JURNALİST MƏSULİYYƏTİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİ SXEMİ:



¹ Əliyev V. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006, səh.17.

Jurnalist məsuliyyətinin bütün spektrini anlamaq üçün onun bütün formalarına diqqət yetirmək gərəkdir. Elə buna görə də jurnalistin sosial məsuliyyətini, hüquqi məsuliyyətini, mənəvi məsuliyyətini, jurnalistə aid olan başqa cavabdehlik formalarını araşdırmağa çalışsaq.

Jurnalistin sosial məsuliyyəti

Jurnalistin sosial məsuliyyət anlayışı son vaxtlar istər nəzəri ədəbiyyatda, istərsə də praktikada çox işlək ifadəyə çevrilmişdir. Amma bu anlayışın özü yeni deyil, yəni jurnalistin sosial məsuliyyət anlayışı hələ XVIII əsrin ortalarından İngiltərə jurnalistlərinin dilində geniş işlənmişdir.

“Jurnalistin sosial məsuliyyəti” onun cəmiyyətə, insanlara öz peşə bucağından münasibəti deməkdir. Jurnalistin sosial məsuliyyəti həm də onun cəmiyyət qarşısında boynuna götürdüyü yüküdür. Bu öhdəlik altruist – öz maraqlarını qurban verən, cəmiyyətə təmənnəsiz xidmət öhdəliyini boynuna çəkən adamın yüküdür.

Sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi 1956-cı ildə ABŞ alimləri Teodor Piterson, Fred Sibert və Uilbur Şrammin hazırladığı “Mətbuatın dörd nəzəriyyəsi” kitabında ümumiləşdirilmişdir. Bu nəzəriyyəyə görə, jurnalistikanın əsas missiyası məlumat vermək, əyləndirmək, satışa çıxmaq və ən əsası isə cəmiyyətdəki mübahisələri, konfliktləri diskussiya məcrasına istiqamətləndirməkdir.

Məlum nəzəriyyəyə əsasən, mətbuatdan deməyə sözü olan hər kəs istifadə edə bilər. Bu nəzəriyyə jurnalistlərin

şəxsi həyata, vacib ictimai maraqlara müdaxiləsini qadağan edir. Sosial məsuliyyət nəzəriyyəsinə görə, jurnalistika cəmiyyətin rəyi, istehlakçıların fəaliyyəti və peşə etikasının təsiri ilə nəzarətdə saxlanır. Nəzəriyyənin daha bir maddəsində isə göstərilir ki, jurnalistika, mətbuat cəmiyyətin maraqları naminə iqtidarın onu öz əlinə almaq zərurəti yaranana qədər şəxsi əllərdə olur. Sonuncu maddədə həmçinin bildirilir ki, kütləvi informasiya vasitələri öz üzərinə sosial məsuliyyət götürməli, jurnalistlər bunu etmirlərsə, onda bu vəzifənin yerinə yitirilməsi üçün kimsə onların fəaliyyətini izləməlidir. Bu modeldə jurnalistika öz üzərinə nəzarət öhdəlikləri götürür ki, bunlar da məlum nəzəriyyənin tarixi inkişafı boyu altı vəzifəyə bölünmüşdür:

- 1) sosial məsələlər üzrə informasiya təminatı, müzakirə və polemika yolu ilə siyasi sistemə xidmət;
- 2) kütlədə özünüidarə qabiliyyətini formalaşdırmaq üçün onu maarifləndirmək;
- 3) şəxsiyyətin dövlətlə bağlı hüquqlarını müdafiə etmək;
- 4) reklam vasitəsilə iqtisadi sistemə xidmət göstərmək;
- 5) cəmiyyəti əyləndirmək;
- 6) fəaliyyət müstəqilliyini təmin etmək üçün özünün maliyyə müstəqilliyinin qayğısına qalmaq¹.

Qeyd etmək lazımdır ki, müasir mətbuat artıq libertarianlıq prinsiplərinə deyil, sosial məsuliyyət sistemine və əxlaqi dəyərlərə arxalanır. Sosial məsuliyyət sistemində mətbuat öz haqlarını da özü müəyyənləşdirir, onlardan irəli gələn vəzifə və məsuliyyəti də.

¹ Məmmədli C.Ə. Müasir Jurnalistika. Bakı, “Bakı Universiteti” nəşriyyatı, 2003, səh. 76.

Jurnalistin hüquqi məsuliyyəti

Hüquqi məsuliyyət jurnalist fəaliyyətinin və bütövlükdə jurnalistikanın rəsmi dövlət institutları tərəfindən tənzimləməsini və bunu özündə əks etdirən qanunları nəzərdə tutur. Bu məsuliyyətə laqeydlik jurnalisti məhkəmə kürsüsünə aparıb çıxara bilər. Əvvəldə təqdim etdiyimiz sxemdən də görüldüyü kimi, jurnalist məsuliyyəti iki istiqamətdən tənzimlənir:

1. KİV-in hüququ əsaslarını müəyyənləşdirən Qanunlar məcmusu ilə;
2. Peşə etikasının tələblərinə diqqət yetirməklə.

Birincidə hər şey qanuna tabedir, ikincidə isə peşənin bir çox məqamı jurnalistin vicdanının, yaradıcılıq qabiliyyətinin, humanist baxışının öhdəsinə buraxılır. İkinci məsuliyyət mətbuatın, jurnalistin özünütənzimlənmə sistemində aiddir, lakin son məqamda hər şey jurnalistin peşəsinə, özünə, cəmiyyətə münasibətindəki məsuliyyətə bağlıdır.

Jurnalistin mənəvi məsuliyyəti

Jurnalistin həm fərd, həm də vətəndaş kimi cəmiyyət qarşısında hiss etməli olduğu məsuliyyət kateqoriyaları müxtəlif və rəngarəng olsa da, onların içində özünü daha qabarıq göstərən mənəvi məsuliyyətdir.

Cəmiyyətin diqqət etdiyi mənəvi dəyərlərə və baxışlara hörmət edən jurnalist təmsilçisi olduğu cəmiyyətin mənəvi və etik dəyərlər kontekstindən kənara çıxmamalıdır. Jurnalistika sosial institut kimi cəmiyyət qarşısında bir sıra öhdəliklər götürür və bu öhdəliklərə eməl etməyə borcludur. Bu öhdəliklər-

dən ən başlıcası auditoriyanı qərəzsiz məlumatlarla təchiz etməkdir. Jurnalist öz mənəvi məsuliyyətini dərk edərək yazıları ilə cəmiyyətin inkişafına da yardım etməlidir. İnsan hüquqları, demokratiya, vətənpərvərlik və obyektivliyin təbliği cəmiyyətin inkişafında əvəzsiz rol oynaya bilər. Məhz bu prinsiplərin təbliği jurnalisti cəmiyyətin gözündə bir azadlıq çarçısı kimi ucalda bilər. Jurnalistin sosial məsuliyyəti cəmiyyətdən, ictimaiyyətlə əlaqədən doğan, hüquqi məsuliyyət isə jurnalistin qanunlar qarşısındakı cavabdehliyindən irəli gələn bir məsuliyyətdir, mənəvi məsuliyyət jurnalistin özündən, duyğulardan irəli gələn və vicdanı ilə bağlı olan ən vacib məsuliyyətdir. Qeyd edək ki, insan fəaliyyətinin 8%-i qanunla tənzimlənir, qalan 92%-i isə onun öz qanunları ilə həyata keçirilir.

Jurnalistin mənəvi məsuliyyəti ilə bağlı bir məqamı qeyd etmək lazımdır:

a) dolayısıyla bu ağır məsuliyyəti yerinə yetirən insanların ən azı başqa insanlara, cəmiyyətə yönəltdiyi fikirləri özünə də yönəltməsi gərəkdir;

b) jurnalist şəxsi fikirləri aşaraq, ictimai rəyi önə çəkə bilməli, bu işdə məsuliyyətini bir çərçivəyə yerləşdirməli, Yazacağı xəbəri, edəcəyi araşdırmanı öncə özünə uyğunlaşdırma bilməli və beləcə cəmiyyətə dürüst məlumatlar verməlidir;

c) jurnalist demokratik bir şəxs olmalı və öz şəxsi seçimləri ilə deyil, cəmiyyətin maraqlarını nəzərə almaqla bu obyektivliyi yaşatmalıdır; mühakimə etməməlidir, cavablamalıdır, məhkum etməməli, məlumat verməlidir, oxucunun da, dinləyicinin də doğru nəticələr çıxara bilməsi üçün onların önünə bütün informasiya və məlumatları qoya bilməlidir.

Jurnalist cəmiyyətlə birbaşa təmasda olan fərddir. Jurnalist informasiyanı və rərkən tam qərəzsiz olmalıdır ki, cəmiyyətdə öz dayaq nöqtələrini artırma bilsin. Bunun üçün də o öz mənafeyindən yox, cəmiyyətin mənafeyindən çıxış etməlidir. Çünki jurnalist “cəmiyyət naminə” çətinliklər bahasına əldə etdiyi informasiyanı öz auditoriyasına dəqiq çatdırırsa, bu onun öz peşəsinə olan məsuliyyəti-dir, həm də inandırıcılıq funksiyasıdır. Bu səbəbdən də jurnalist öz işinin öhdəsindən gəlmək istəyirsə, həm etik, həm də hüquqi qaydaları bilməli, həmin normalar çərçivəsində fəaliyyət göstərməyi bacarmalıdır.

Peşəkar Jurnalistlər Cəmiyyəti jurnalistlərin cəmiyyətdə öz dayaq nöqtələrini itirməməsinə ictimai inam, peşəkarlıq və cavabdehliklə bağlayırlar.

Jurnalistin siyasi məsuliyyəti

İnsanlara olan müxtəlif tələblər, cavabdehliklər, sosioloq və psixoloqların dili ilə desək, onların “cəmiyyət qarşısında oynamalı olduqları rollar” öz-özündən meydana çıxmır, müxtəlif ictimai institut-

lar onları ortaya qoyur. Məhz jurnalist öz fəaliyyəti dövründə müxtəlif tələbləri yerinə yetirərək bu cür institutların qarşısında məsuliyyət daşıyır. Həmin institutların rolunu jurnalistlərin təmsilçisi olduğu siyasi partiya və ya ictimai təşkilat, auditoriya və nəhayət, bütövlükdə cəmiyyət öz siyasi, hüquqi, mənəvi və sair tələb normativləri ilə oynaya bilər. Bu baxımdan jurnalistin cəmiyyətdə müəyyən əhəmiyyət kəsb edən müxtəlif tələblərə olan məsuliyyəti var. Məsələn, siyasi məsuliyyət – ilk növbədə jurnalistin müəyyən siyasi partiya və təşkilat qarşısında götürdüyü öhdəlikləri özündə ehtiva edir. Sovet imperiyası dönəmində partiya ideologiyasına uyğun jurnalist ordusunun yetişdirilməsini buna parlaq misal kimi göstərmək olar. Onlar hər şeyə öz kommunist əqidələri çərçivəsində baxmalı idilər, bunu partiya və dövlət tələb edirdi. Bu və ya başqa siyasi partiyanın nümayəndəsi olan jurnalist, eyni zamanda təmsil etdiyi firqənin təbliğatçısı rolunda çıxış etmək məcburiyyətində idi. Bu işə jurnalistin proseslərə obyektiv münasibət bildirməsinə mane olurdu.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Bill Kovach & Tom Rosenstiel. The Elements of Journalism. New York, 2007.
2. Çaplı B. Medya ve Etik. Ankara, 2002.
3. Əliyev V. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006.
4. Jurnalist etikası. Yeni Nəsil Azərbaycan Jurnalistlər Birliyi. Bakı, 2000.
5. Məmmədli C.Ə. Müasir Jurnalistika. Bakı, Bakı Dövlət Universiteti Nəşriyyatı, 2003.
6. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
7. İnsan hüquqları üzrə Avropa konvensiyasının 10-cu maddəsi.

Mövzu 6: Jurnalistika prinsipləri və mediada əsas etik problemlər

Jurnalist fəaliyyətini qanunlardan, etik norma və prinsiplər başqa, daha nələr nizamlayır? İlk baxışda görmədiyimiz, amma fəaliyyəti istiqamətləndirə bilən nələr mövcuddur? İnsan xarakteri, təbiəti onun peşəkar fəaliyyətinə nə kimi təsir edə bilər?

Bu suallara ona görə cavab tapmağa çalışacağıq ki, jurnalistin şəxsiyyəti, bir insan kimi kimliyi onun peşəkar kimliyini müəyyən edən əsas amillərdir.

Jurnalistin fərdi şüurundakı professional təsəvvürlərin ən rəşional və mücərrəd formalarından birincisi onun həyata baxışıdır. Bu baxış əvvəlki yaşam və peşə kontekstində şəxsiyyət seçiminədən keçmiş biliklərin, normaların və dəyərlərin mənimsənilməsinin anlaşılan, sözlə ifadə oluna bilən nəticələridir. O, bir qayda olaraq, jurnalistin peşə mövqeyinin əsasını təşkil edir.

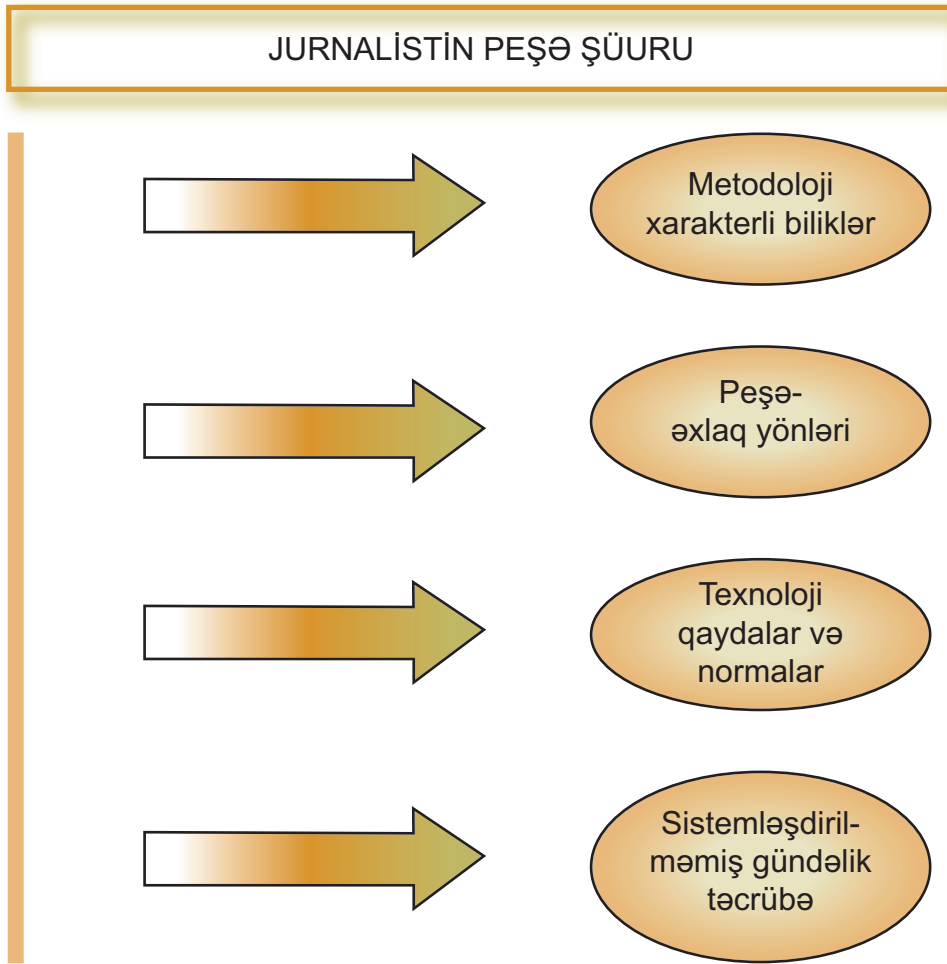
Jurnalistin peşə şüurunun şəxsiyyətdə təzahürünün ikinci forması təcrübədə sınıanmış, şəxsiyyətin bilavasitə öz təcrübəsinə əsaslanan ikinci seçiminin yekunu olan rəşional əqidə, yaxud məs-

ləkdir. Bunun nəticəsində əqidə aşkar emosional çalar kəsb edir. Əqidə jurnalistdə öz peşə mövqeyini gerçəkləşdirmək üçün yüksək iradə hazırlığı stimullaşdıraraq ona bütövlük və dözümlülük gətirir.

Üçüncü forma jurnalist fəaliyyətinin bu və ya digər cəhətlərinə sabit emosional münasibətdən ibarət olan hissələrdir. Emosiyalardan fərqli olaraq, hissələr peşə dəyərlərinin mənimsənilməsinin şüurdan sonrakı mərhələsi ilə eyni vaxtda fəaliyyətə başlayır. Bu mərhələdə peşə mövqeyi jurnalistin həyatdakı mövqeyinin üzvi tərkib hissəsinə çevrilir, onun gerçəkləşdirilməsi üçün şüurlu iradi cəhdlər tələb olunmur, üstəlik də, peşə mövqeyi jurnalistin peşə bacarığının yüksək səviyyəsi vasitəsilə reallaşır. Bu halda hissələr meydana çıxan peşə vəzifələrinin yerinə yetirilməsinə yönəlmiş psixoloji köklənmə kompleksinin avtomatik işə düşməsinə siqnal funksiyasını gerçəkləşdirir.

Jurnalistin peşə şüurunun formalaşmasını Q.V.Lazutina "Jurnalistin peşə etikası" kitabında bu cür təqdim edir: ¹

¹ Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. Москва, 2000, сəh. 87



Jurnalistin kütləvi informasiya kanalları vasitəsilə auditoriyaya və bütövlükdə cəmiyyət qarşısında çıxış etmək gücünə malik olduğunu unutmaq olmaz. Beləliklə, zəngin ünsiyyət fəaliyyəti insanların jurnalistin təsir dairəsinə düşməsinə şərait yaradır. Bu zaman ikincinin cəmiyyətin mənəvi zənginliklərinə münasibəti onun təsiri altında olan insanları da eyni rəftara sövq edir.

Məsələn, qanun məmuru informasiya verməyə borclu edir. Jurnalist informasiya verməkdən boyun qaçıran məmuru dərhal məhkəməyə də verə bilər. Lakin etik normalar bu cür hallarda çıxış yolunu göstərir. Belə ki, informasiya vermək istəməyən məmurun məhz bu situasiya-

da öz motivasiyası – həm də etik, insani baxımdan başa düşüləcək motivasiyası ola bilər. Bunu nəzərə almadan baş verən çoxsaylı “intiqlamların” nəticəsidir ki, “məmura milçəyin nə fərqi?” əyləncəli sualına belə bir cavab məşhurlaşmışdır: “Məmurla milçəyin heç bir fərqi yoxdur, çünki onların ikisini də qəzetlə “cəzalandırmaq” mümkündür”.

Məqsəd və vasitələr. Məqsəd hər zaman vasitəni doğruldurmu?

Jurnalistin bu və ya başqa cəmiyyətin diktə etdiyi məqsədlərə çatması hansı vasitələri seçməsindən çox asılıdır. Bu isə eyni zamanda mühüm mənəvi

problemlərin – məqsəd və vasitələrin qarşılıqlı vəhdətindən doğan məsələlərin həll edilməsinə səbəb ola bilər. Fəaliyyət imkanlarının geniş olması jurnalistin qarşısında bir çox davranış seçimlərini açır. Qələm sahibinin hansı vasitə kimi nəyi seçməsi, onun cəmiyyətin dikte etdiyi mənəvi normativlərə nə dərəcədə hörmətlə yanaşmasından və özünün mənəvi zənginliyindən asılıdır. Professional jurnalist etikasına isə məqsəd və hədəfdən asılı olmayaraq qələm sahibini qəbul edilmiş etik normativlərə əməl etməyə çağırır. Belə isə, professional jurnalist etikasına nəyi nəzərdə tutur, onun prinsipləri hansılardır?

Peşəkar jurnalistikada etik normalar

Peşəkar jurnalist etikasına baxımından jurnalistin kütləvi informasiya vasitələri ilə dövlətin, cəmiyyətin, şəxsiyyətin mənafeyinə ziyan vura biləcək zorakılıq, hər hansı dini etiqada və millətə qarşı nifrət ifadə olunan yazılar verməsi qəti qadağandır. Dövlət sirrindən və ya xüsusi qorunan başqa sirdən ibarət məlumatı yaymaq, mövcud dövlət quruluşunu və ictimai quruluşu zor gücünə devirməyə və ya dəyişdirməyə çağırmaq, müharibəni, zorakılığı, qəddarlığı, irqi, milli, dini müstəsnalığı, dözülməzliyi təbliğ etmək, pornoqrafiya yaymaq, digər cinayət əməlləri törətmək məqsədilə kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə edilməsinə yol verilmir.

Professional jurnalist etikasına vətəndaşların informasiya almaq və onların öz fikrini azad ifadə etmək hüquqlarını ciddi surətdə qoruyur və bunlar beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz təsdiqini tapır.

Vətəndaşların informasiya almaq hüququnu pozan hərəkətlər dedikdə aşağıdakılar nəzərdə tutulur:

1. Jurnalist bilərəkdən yanlış informasiya yayırsa;
2. Səhlənkarlıqdan, faktları dəqiqləşdirməmək üzündən yanlış informasiya verirsə;
3. Yayılmaq üçün nəzərdə tutulan ümumxalq əhəmiyyətli informasiyanı alıb, onu şəxsi mənafeyi naminə gizlədirsə və ya onun yayılmasına hər hansı şəkildə mane olursa;
4. İnformasiyanı, sənədlərə və başqa qaynaqlara əsaslanan faktları bu və ya başqa üsulla təhrif edib qəsdən dəyişirsə, sitatların mənasında dəyişikliklərə yol verirsə;
5. Ümumxalq əhəmiyyətli hadisələrin, faktların gizli saxlanması məqsədilə təşkil edilmiş qrupda, cəmiyyətdə və s. iştirak edirsə;
6. Düzgün olmayan informasiya yayırsa, sonra eyni hadisənin, faktın və s. əslində necə olduğunu aşkarlaya bilən informasiya hazırlamaqdan imtina edirsə;
7. Naməlum və ya şübhəli mənbələrə, səlahiyyətli orqanların təsdiqləmədiyi sənədlərə, dedi-qoduya əsaslanıb hazırladığı informasiyanı vətəndaşlara ən doğru informasiya kimi təqdim edirsə;
8. Adı reklam informasiyası olmayan, əslində isə açıq-aşkar reklam olan material yayırsa, yazısında gizli reklam məqsədi güdürsə, yəni qəsdən şişirməyə yol verib hər hansı məhsulu, idarə, müəssisə, kooperativ və b. təşkilatların son əməyini layiq olmadığı halda tərifləyirsə;

9. Səhiyyə, əczaçılıq, ekstrasens sahəsində aparılan təcrübələrdən əldə edilmiş müvəqqəti uğurları tibb sahəsində tam qələbə kimi yayıb, bununla ağır xəstəliyə düçar olmuş şəxslərin tamam sağalacağına inam yaratmağa cəhd göstərsə, sensasiya məqsədi güdürsə:

Kodeksdə aşağıdakı hallarda jurnalistin hərəkətlərinin vətəndaşların fikrini azad ifadə etmək hüququnu pozan hərəkətlər kimi təsbit olunur:

1. Xudbinlikdən, hər hansı bir qrupun mənafeyi naminə özünün razılaşmadığı fikrin ictimaiyyətin müzakirəsinə verilməsinə maneçilik törədirsə, bununla da plüralizmə qarşı çıxırsa;
2. Polemik və ya tənqidi materialların müzakirəsinə mane olmağa çalışırsa;
3. Tənqidi materiala verilmiş cavabın dərc edilməsinə mane olmaqla təkzibin aşkarlanmasına müqavimət göstərsə;
4. Oxucu, dinləyici, tamaşaçı məktubuna müəllifin razılığı olmadan qısaltmaqla mətnin mənasını təhrif edərsə;
5. Saxta oxucu, dinləyici, tamaşaçı məktubları təşkil etmək yolu ilə ictimai fikir anlaşılmazlığı yaradırsa, yaxud öz yazısını başqa real şəxsin mülahizəsi kimi qələmə verirsə, radio jurnalisti materialında adını çəkdiyi konkret adamın əvəzinə efirə başqa şəxsin səsini verirsə;
6. Müəllifin, müsahibinin xahiş və ya tələbinin əksinə olaraq, hazırladığı materialın son variantını ona göstərmirsə, beləliklə, məzmunun da əsaslı dəyişikliklər etdiyi mətni ra-

zılıq əldə etmədən etdirirsə, televiziya, radioda istifadə edərsə;

Professional jurnalist etikasında şəxsiyyətin paklığına və ləyaqətinə qarşı hərəkətlər də sadalanır. Jurnalistin şəxsiyyətin paklığını və ləyaqətini tapdarması aşağıdakı hallarda mümkündür:

1. Hər hansı bir vətəndaşın həyatı ilə bağlı olan informasiyanı onun razılığı olmadan yayırsa;
2. Həqiqətə uyğun olsa da, ictimai maraq doğurmayan və əhəmiyyəti olmayan, həm də şəxsin ləyaqət və paklığına xələl gətirən informasiya verirsə;
3. Hüquqi qaydalarla cəzalandırıla biləcək hərəkətə yol verib təhqir və böhtan ünsürlərindən istifadə edərsə;
4. İnformasiya materialında konkret şəxsi gözdən salmaq məqsədilə onun fiziki və əqli qüsurlarını aşkarlayırsa; adını, soyadını, atasının adını lağa qoyursa, sözlə karikatura yaradırsa;
5. Məhkəmə qərarının qüvvəyə mindiyi vaxta qədər müttəhimin cinayətkar (və ya günahsız) olduğu haqda, bununla bağlı hüquq mühafizə orqanlarının işlərinə rəy yazırsa, hakimlərin toxunulmazlığına qəsd xarakteri daşıyan informasiya verirsə;
6. Yetkinlik yaşına çatmamış və cinayətkarlıqda şübhələnen, mühakimə olunmuş şəxsin və ya müttəhimin surətini kütləvi informasiya vasitələrində verirsə, adlarını çəkirsə, onlardan material hazırlayırsa, amma bu zaman onların gələcək həyat yolunu nəzərə almırsa, eyni zamanda onların özləri və ya valideynləri ilə söhbət etmədən materialı yayırsa;

7. Əvvəllər kütləvi informasiya vasitələrinin haqqında bəhs etdikləri hüquq, əxlaq və b. normaları pozmuş şəxsə özünü təmizə çıxara biləcək son imkanı vermirsə.

Peşəkar jurnalist etikasında jurnalistin peşə şərəfini pozması yolverilməz hesab edilir və aşağıdakı hallar peşə şərəfinin pozulması kimi qiymətləndirilir.

Jurnalist:

1. Peşə statusundan özü, qohumları və yaxın adamları üçün kimləndənsə və ya təşkilatlardan istifadə edirsə;
2. Tamahkarlıq və məqsədli şəkildə hər hansı materialın və ya bir hissənin dərc edilməsinə mane olmağa çalışırsa, hər iki halda həmkarını buna təhrik edirsə;

3. Maraqlı tərəfdən dəyəridən asılı olmayaraq hədiyyə və ya mükafat adı altında nəşə qəbul edirsə;
4. İnformasiya almaq xatirinə məqbul sayılmayan üsullardan – şantaj, yalan, xof və ya hədələrdən – istifadə edirsə;
5. Hər hansı bir şəxsin ona etibar edərək söylədiyi məlumatı ondan xəbərsiz və onun razılığı olmadan dərc edirsə;
6. Plagiata yol verirsə;
7. Əsassız olaraq gizli formada eyni materialı çap etdirmək məqsədi ilə bir neçə redaksiyaya təqdim edirsə;
8. İnformasiya vasitəsi olmayan orqanlara informasiya toplayırsa.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev V. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006.
2. KİV haqqında AR Qanunu. 7 dekabr 1999.
3. Лазутина Г.В. Профессиональная этика журналиста. Москва, 2000.
4. Репортажи во имя перемен: Руководство для местных журналистов в кризисных регионах, 2009.
5. Теплюк В.М. Этика журналистского творчества. Москва, 1980.

Mövzu 7: Jurnalist etikas və qanunvericilik

KİV-in fəaliyyəti etik kodekslərlə yanaşı, həm də qanunlarla tənzimlənir. Ölkəmizdə KİV-in hüquqi tənzimlənməsinin əsasları Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında təsbit olunub. Konstitusiya bir sıra azadlıqlarla yanaşı, şəxsi toxunulmazlıq, şərəf və ləyaqətin müdafiəsi, fikir və söz azadlığının, məlumat azadlığının tanınmasına və dövlət tərəfindən qorunmasına təminat verir. Konstitusiyanın “Əsas hüquqlar, azadlıqlar və vəzifələr” adlanan ikinci bölməsində əks olunan maddələrdən 3-ü bilavasitə mətbuata aiddir: “Maddə 47. Fikir və söz azadlığı”, “Maddə 50. Məlumat azadlığı”, “Maddə 51. Yaradıcılıq azadlığı”. Bu maddələr hər kəsin fikir və söz, əqidəsini açıqlamaq, istədiyi məlumatı qanuni yolla axtarmaq, əldə etmək, ötürmək, hazırlamaq və yazmaq azadlığını təmin edir. 50-ci maddə dövlət öhdəliyini müəyyən edir: KİV-in azadlığına təminat verilir. KİV-də senzura qadağandır.

Göründüyü kimi, Ana yasamız əgər dövlətin KİV qarşısında götürdüyü öhdəlikləri özündə əks etdirirsə, digər bir sıra qanunlar (“Kütləvi İnformasiya Vasitələri” haqqında Qanun, “İnformasiya haqqında” Qanun, Azərbaycan Respublikasının Mülkü Məcəlləsi, “Dövlət sirri haqqında” Qanun) jurnalistin dövlət qarşısındakı öhdəliklərini və cavabdehliyini tənzimləyir.

Etika və hüquq arasında əlaqə

Hüquq cəmiyyəti idarə etmək və fəaliyyətini tənzimləmək üçün normalar (qanunlar) sistemidir. Bu mənada onun bir çox funksiyaları vardır: o, vətəndaşların davranışını tənzimləyir, qaydalar müəyyən edir; mübahisələrin həlli üçün vasitələr təqdim edir; hökumətlərin fərdi hüquq və azadlıqlara müdaxiləsinin qarşısını alır.

Hüquqi prinsiplər və ya qanunlar hərəkətlərin doğru və ya yanlış olduğunu müəyyən etdikləri halda, etik prinsiplər hansı hərəkətlərin yaxşı (və ya daha yaxşı) hərəkət olduğunu ifadə edir. Qanun göstərir ki, qanun çərçivəsində nələri etmək olar, etik prinsiplər isə göstərir ki, nələri etmək lazımdır.

Hətta hüquqi məhdudiyyətlərin çoxu aradan qaldırılmış olsa belə, jurnalistikada etika yenə də zəruri olacaqdır. Etik prinsiplər ona görə zəruridir ki, media da qanunu pozmadan yanlışlıqlara, yeni dezinformasiya, yalan, təhriflər, qərəz, təbliğat, tərəfkeşlik, sensasiya axtarışı, yanlışma, namünasib davranış, cinsiyyətçilik, irqçilik, fırıldaqçılıq, pul ödənişi, etibardan sui-istifadə etmə, şəxsi həyata müdaxilə və s. hallara yol verə bilər.

Yaxşı olardı ki, qanunlarla etik prinsipləri müqayisə edərkən etika ilə hüququn üst-üstə düşdüyü bir sıra məqamlara diqqət edilsin. Məsələn, mətbuat haqqın-

da və yaxud radio və televiziya haqqında qanunda xəbərlərin necə yazılmalı olduğu barədə heç bir müddəa olmasada, etik kodekslərin çoxunda deyilir ki, xəbərlər obyektiv olmalı və şərhərdən ayrılmalıdır. Digər tərəfdən, qanunun cinayət hesab etdiyi əməllərin böyük əksəriyyəti etik cəhətdən də düzgün olmayan hərəkətlərdir. Oğurluq buna misal ola bilər. Fərq nəticə etibarilə tətbiq edilən sanksiyaların formasındadır. Qanunda sanksiyaya dair norma nəzərdə tutulur. Cinayət sanksiyası azadlıqdan məhrum etmə ilə cəzalandırmanı nəzərdə tutur. Etikada isə sanksiyalar vicdana aid məsələdir. Böhtan qanunla qadağan edildiyinə görə birisinin böhtana yol verməkdən çəkinməsi ilə həmin şəxsin böhtan pis davranış hesab edildiyinə görə böhtana yol verməməsi heç də eyni şey deyil¹.

Xarici ölkələrin media qanunvericiliyində etik məsələlər

Professional jurnalist etikasına aid bir çox müddəalar xarici ölkələrin KİV-lə bağlı qanunlarında təsbit olunub. Bu isə jurnalistin nəinki etik prinsiplərə riayət etməsini təmin edir, hətta onları dövlət qanun çərçivəsində rəsmiləşdirir. Beləliklə, peşə etikasını pozan jurnalist təkcə həmkarları qarşısında deyil, həm də qanun qarşısında məsuliyyət daşıyır.

Böhtan və təhqirin yolverilməzliyi

Etik prinsiplərdən biri olan KİV-də böhtanın yolverilməzliyi bir sıra ölkələrin o cümlədən Avstraliya ştatlarının hər

birinin qanunvericiliyində xüsusi yer alır¹. Bu qanunlarda üç başlıca cəhət qeyd olunur. Birincisi, materialların böhtan xarakterinin müəyyən edilməsi zamanı cavabdehlik daşıyan informasiya vasitəsinin yalan məlumatların çap edilməsində qərəzli niyyət güdməsi nəzərə alınmır. Hərçənd ki bu cəhət məhkəmənin zərər əvəzi olaraq müəyyən etdiyi məbləğin həcminə öz təsirini göstərə bilər.

İkincisi, cavabdeh KİV haqlı olduğunu məhkəmədə sübuta yetirməyə qədər böhtan çıxışı həqiqətə müvafiq hesab edilmir. Digər tərəfdən, çıxışda yalanın mövcudluğu faktı heç də onun böhtan olduğuna dəlalət etmir.

Üçüncüsü, materialın iddiaçını potensial cəhətdən rüsvay etməsi kifayətdir və iddiaçının təhqiredici material nəticəsində kiminsə ona qarşı münasibətini pisləşdiyini sübuta yetirməsi məcburi hesab edilir. Mətbu materialı nəticəsində nüfuzuna zərər vurulmuş şəxs öz namuslu adını qorumaq üçün böhtan barədə mülki iddia qaldıra bilər. Avstraliya ştatlarının əksəriyyətində böhtan həm də cərimə, yaxud azadlıqdan məhrum etmə ilə cəzalandırılan cinayət hesab edilir.

Avstriyada dövlət hakimiyyətinin bəzi inzibati orqanları və institutları (federal parlament və milli ordu daxil olmaqla) böhtandan Cinayət Məcəlləsinin 16-cı maddəsi ilə qorunur (Parlament üzvləri və digər rəsmi şəxslər 3-cü maddəyə istinad etməlidirlər). Avstriyada bu yaxınlara qədər şərəf və ləyaqətin alçaldılması və böhtan məsələsinə baxılarkən, əsasən, cinayət qanunvericiliyinin normalarından istifadə olunurdu. Lakin son zamanlar mülki qanunvericilik norma-

¹ İrvan, S. Medya ve Etik, Medya Etik ve Hukuk, İstanbul, 2005, səh. 68.

² Mass media və intellektual mülkiyyət Bakı, "Qanun" nəşriyyatı, 1998, səh. 30.

larınin tətbiqinə üstünlük verilməkdədir. Avstriyada böhtanla əlaqədar olaraq mətbuata qarşı qaldırılan cinayət işləri, əsasən, Cinayət Məcəlləsinin 3-cü maddəsinə istinad edir. Bu maddəyə görə, jurnalist şərəfsiz hərəkətdə, yaxud mövqə tutmaqda, yaxud şərəf və əxlaq anlayışlarına zidd olan davranışda ittiham edilməklə cəzalandırılır. Sonuncu sanksiya növündən təcrübədə, demək olar ki, istifadə olunmur, son illər belə hadisəyə rast gəlinməyib.

Böyük Britaniyada bəyanat zərərçəkənə qarşı kinayə, hörmətsizlik, yaxud nifrət doğurduğu halda böhtan xarakterli sayılır. Hakim belə bəyanatı əvvəlcədən təhqiredici hesab etmədiyi hallarda onun böhtan xarakteri daşıyıb-daşmadığını andlılar məhkəməsi həll edir. Andlılara bəyanatın dərc edilməsindən doğan effekti araşdırmaq və bunu “adi oxucu” mövqeyindən qiymətləndirmək təklif olunur. Bu zaman bəyanat müəllifinin motivləri nəzərə alınmır. Müəlliflər, redaktorlar, informasiya mənbələri, sahibkarlar böhtana görə məsuliyyətə cəlb oluna bilərlər. Böhtan təkrar-təkrar iddia sürülməsinə əsas verir. Bununla bağlı cinayət işinə başlamaq üçün Ali Məhkəmənin icazəsi tələb olunur. Bu icazəni almaq üçün ciddi əsaslar olmalıdır, yəni elə bir vəziyyət yaranmalıdır ki, cəmiyyətin mənafeyi məhkəmə prosedurasının zərurətini tələb etmiş olsun. Böhtan haqqında qaldırılmış iddiaya qarşı hüquqi müdafiənin uğuru çox vaxt məruz qalmış şəxsin tələbi ilə cavabın dərc edilməsindən asılı olur.

Almaniya Federativ Respublikasının Cinayət Məcəlləsinin 185-ci maddəsi böhtanı qadağan edir. Cinayət Məcəlləsinin 82-ci maddəsinə əsasən, Cinayət Məcəlləsində müəyyən edilmiş hüquq-

pozmalara görə mətbuat orqanlarına qarşı mülki iddia qaldırıla bilər. Cinayət Məcəlləsinin 826-cı maddəsinə müvafiq olaraq, “əxlaqsız”, yaxud “ədavətli” nəşr KİV-ə qarşı cinayət işi qaldıra bilər. Bununla belə, son zamanlar ictimaiyyət mətbuatın qərəzli nəşrləri ilə bağlı öz narahatlığını bildirir. Amerikalı həmkarları ilə müqayisədə alman jurnalistlərinin daha çox “ədab” gözləməsinə baxmayaraq ictimaiyyət qanunvericiliyin böhtandan müdafiə və şəxsiyyətin hüquqlarının qorunması hissəsində təkmilləşdirmə tələb edir. Maraqlıdır ki, şəxsiyyətə qarşı çıxışa cavab olaraq təhqiredici bəyanatlar, adətən, cəzasız qalır. Məsələn, “Şpigel”də məşhur hakimin şəxsiyyəti və ixtisas səviyyəsi haqda mənfi rəy dərc olunanda hakim cavab olaraq bildirmişdi ki, əxlaq sahəsindəki pornoqrafiya nədirsə, siyasət sahəsində də “Şpigel” odur. Belə ki, 5-ci maddəyə əsasən, o, bu təhqiredici bəyanatı öz reputasiyasını qorumaq məqsədilə vermişdi.

Kanada məhkəmələri bütövlükdə belə fikirdədirlər ki, böhtan və onun formaları – yazılı və ya şifahi böhtanla əlaqədar açılan işlərdə mətbuat nümayəndələri fiziki şəxslərlə müqayisədə heç bir imtiyaz və üstünlüklərə malik deyillər. Böhtan haqqında işlərin çoxuna ərazi məhkəmələrində baxılır və bunlar mülki-hüquqi xarakter daşıyır.

Niderlandın Cinayət Məcəlləsinin 261-ci maddəsinə əsasən, kiminsə şərəf və reputasiyasına bilə-bilə zərərverən şəxs böhtanda təqsirli hesab oluna və bir il müddətinə qədər azadlıqdan məhrum edilə, yaxud 10 min quldinə (5.800 ABŞ dolları) qədər cərimə ödəməyə məhkum edilə bilər. Jurnalistlər böhtana görə nadir hallarda cinayət məsuliyyətinə

cəlb edirlər. Bu cür ittiham fiziki şəxs tərəfindən irəli sürülür və prokurorun şikayəti ilə möhkəmləndirilir. Prokuror sonradan öz şikayətini geri götürə bilər.

Norveç qanunvericiliyi böhtanı (təhqir də daxil olmaqla), habelə şəxsi həyata müdaxiləni həm cinayət, həm də mülki hüquq pozuntusu kimi qiymətləndirir. 247-ci maddəyə görə, iddiaçı (zərərçəkən) sübut etməlidir ki, məqalənin məzmunu onun nüfuzuna zərər vura bilərdi, bu zaman zərərin, həqiqətən, vurulub-vurulmadığının heç bir əhəmiyyəti yoxdur. Müttəhim (və ya cavabdeh) öz rəyinin həqiqiliyini sübut etməlidir. Lakin həqiqət mütləq müdafiə hesab olunmur. Əgər məhkəmə sübut edə bilsə ki, müttəhimin (və ya cavabdehin) rəyi, yaxud mülahizəsi tutarlı səbəb olmadan söylənilib, yaxud yersizdir və ya ifadə üslubuna görə yersiz, ədəbsiz xarakter daşıyır, bu halda həqiqətə uyğun olduğu sübuta yetirilmiş nəşr belə Cinayət Məcəlləsinin 249 (2)-cu maddəsi ilə cəzalandırılır. Böhtana görə cəza pul cəriməsi və azadlıqdan məhrum edilmədən ibarətdir.

Fransa qanunvericiliyinə görə, böhtan həm də iddia qaldırmağa əsas verən mülki hüquq pozuntusu, həm də cinayət hesab edilir. Şəxsiyyətin şərəf və nüfuzuna qəsd edən hər hansı bəyanat böhtan (1981-ci il Qanunun 29-cu maddəsi) sayılır. Təqsir sübuta yetirildiyi halda redaktor, müəllif, yaxud nəşir törətdiyi cinayətə görə dövlət nəfinə cərimə vermək, habelə mülki məhkəmə icraatı qaydasında zərər çəkən tərəfin xeyrinə ödəmək ilə cəzalandırıla bilər.

İsveçin mətbuat azadlığı haqqında qanununda böhtan və təhqir fərqləndirilir. Axırını, əsasən, “üzbəüz” söylənilən şəxsi təhqirdən ibarətdir və nadir hallarda mətbuatdan şikayət üçün əsas

verir. Böhtanın birinci forması isə bəzən KİV-ə qarşı hüquqi hərəkətlərin icra edilməsi üçün əsas olur. Ümumiyyətlə, İsveçdə böhtan haqqında məhkəmə prosesləri nadir hallarda olur. Rəy və yaxud qiymətverici mülahizələr böhtan sayıla bilməz. Xüsusilə nəzakətsiz formada ifadə edildikdə yalnız təhqir kimi təsvir edilə bilər. Mülahizə qeyri-dəqiq faktlar üzərində qurulduqda isə o, böhtan kimi də səciyyələndirilə bilər. İsveç qanunvericiliyinə görə, böhtanla əlaqədar həm cinayət, həm də mülki iş qaldırıla bilər.

ABŞ Ali Məhkəməsi 1964-cü ildə “Nyu-York Tayms” Salivana qarşı” işi barədə çıxardığı qərarda böhtan haqqında qərara konstitusiya baxımından qiymət verərək təsdiq edib ki, “böhtan hərəkəti” anlayışının çox geniş təfsiri azad surətdə ifadəsinin həyata keçirilməsinə mane ola bilər. Məhkəmədə bildirilib ki, bu məsələyə millətin ictimai həyatının problemləri üzrə müzakirələrin azad və açıq surətdə keçirilməsinin zəruriliyi prinsipinə olan dərin bağlılığı aydın başa düşülür və qəbul edilir. Məhkəmə etiraf edib ki, bu cür azad müzakirədə müəyyən səhv qiymətlər labüddür və buna görə, qanun qarşısında bu səhvlərin də mövcud olmaq hüququ olmalıdır. Salivanın işi üzrə qərara əsasən, ictimai xadim bəyanatın nəinki yalan olduğunu, həm də, həqiqətən, qərəzli niyyətlə edildiyini sübuta yetirməyənədək onun xidməti fəaliyyəti barədə deyilən böhtan nəticəsində məruz qaldığı mənəvi zərərin kompensasiyasını tələb edə bilməz. Salivanın işindən sonra böhtanın müxtəlif formalarının konstitusiya baxımından ayrı-ayrı standartlarını müəyyən etməklə təkcə ABŞ Konstitusiyasına aid olan birinci düzəlişin tələblərinə deyil, həm də fiziki şəxslərin nüfuzunun

qorunması üzrə maraqlarına zidd olan tələblərini ödəmək yolunu tapmağa çalışır. Məhkəmə etiraf edir ki, böhtan və uydurmalarından müdafiə hər bir şəxsiyyətin ləyaqəti və dəyəri haqqında bizim əsas təsəvvürümüzü, hər bir azad sistemin əsasında duran təsəvvürü əks etdirir. Qısa şəkildə desək, həmin mövqeni tutan Salivanın prinsipinə görə, böhtana dair bütün qərarlarda ictimai baxımdan əhəmiyyətli məsələlərin müzakirəsi zamanı söz azadlığı məhdudlaşdırılır. Təhrikçi böhtan bəyanatları üzrə ittihamlara neqativ münasibət Ali Məhkəməyə “Nyu-York Tayms Salivana qarşı” işi üzrə qərar qəbul etmək üçün əsaslı səbəb olub. Bu qərar məqsədyönlü şəkildə vəzifəli şəxsləri böhtan haqqında iddia qaldırmağını məhdudlaşdırmağa yönəldilib. Təhrikçi böhtan bəyanatları üzrə ittihamlara neqativ münasibət Ali Məhkəmənin geniş müzakirələrə səbəb olmuş iki qərarında da (1989 və 1990-cı illər) qabarıq şəkildə əksini tapıb.

Başqa bir etik prinsip olan təhqirin yolverilməzliyi dünya ölkələrinin qanunvericiliyində müxtəlif formalarda əks olunub.

Məsələn, Böyük Britaniyada dövlət başçısının, dövlət bayrağının təhqirini cinayət əməli kimi tövsif edən, həmçinin informasiya azadlığı haqqında qanun yoxdur. Eyni yanaşma ABŞ qanunvericiliyində mövcuddur. Belə ki, hökuməti təhqir etməyə görə vətəndaşlar üçün məsuliyyət təyin olunması ABŞ hüququna və demokratik dövlətin Amerika konsepsiyasına büsbütün ziddir. Amerika dövlətinin banilərindən biri Ceyms Medisonun sözləri ilə desək: “Hökumət xalqın üzərində deyil, xalqın özü hökumət üzərində sensor səlahiyyətlərinə malikdir”.

İsveçdə də dövlət idarələrini təhqirlərindən və böhtan bəyanatlarından qoruyan qanun yoxdur. Hakimiyyət orqanları böhtan haqqında qanunun müdafiəsindən istifadə edə bilsələr də, məhkəmə araşdırmaları nadir hallarda onların xeyrinə qurtarır.

Lakin digər üç ölkədən fərqli olaraq, Fransada 1981-ci il Qanununa əsasən, dövlət idarələrinə qarşı hər hansı böhtanlı nəşrlə əlaqədar cinayət işi qaldırıla bilər. Respublika prezidentinin təhqir edilməsi 26-cı maddə ilə nəzərdə tutulmuş hüquqpozmasıdır.

İspaniyada isə bu məsələyə, ümumiyyətlə, son dərəcə ciddi yanaşılır. Belə ki, İspaniya Cinayət Məcəlləsinin müxtəlif maddələri dövlət institutları və vəzifələri şəxslər əleyhinə yönəldilmiş təhqiredici mülahizə, fikir və rəylərə görə cəza nəzərdə tutur. Dövlət başçısına, hökumətə, konstitusiyaya, Ali Məhkəməyə, orduya, Nazirlər Kabinetinin üzvlərinə, yaxud digər vəzifəli şəxslərə qarşı onların öz vəzifə funksiyalarını yerinə yetirərkən yönəldilmiş cinayət əməllərində yalan ittihamlar, böhtan və hədələmələr daha ciddi cinayətlər hesab edilir. Məmurların ləyaqət və nüfuzlarına hörmət formalaşmış konstitusiyaya doktrinası kimi mətbuat azadlığını məhdudlaşdırır. Lakin zaman keçdikcə İspaniya Konstitusiyası Məhkəməsi bu məhdudiyyətlərə yenidən qiymət vermiş və 1989-cu ildə göstərilmişdir ki, söz və informasiya yayımının azadlığı kontekstində dövlət institutlarının reputasiyası adi vətəndaşların ləyaqət və şəxsi həyatlarına nisbətən daha az əhəmiyyətlidir. Hətta İspaniya Kralından da ona qarşı hücumlara dözümlü olmaq tələb olunur.

Almaniya Federativ Respublikasının da Cinayət Məcəlləsinin 90-cı maddəsi

ölkə prezidentini ictimai yerdə yazılı və yaxud şifahi təhqir etməyi qadağan edir. Həmin maddənin “a” bəndi federativ respublikanın rəməzlərini qoruyur. Federal siyasətə və siyasətçilərə qarşı isə ən kəskin və hətta ədalətsiz çıxışlar da açıq-aşkar böhtan xarakter daşımayan qədər qanun tərəfindən təqib olunmur.

İnformasiya mənbələrinin məxfiliyi

İnformasiya mənbəyinin məxfiliyi və redaksiya sirrinin qorunması ilə bağlı etik prinsip dünya ölkələrinin qanunvericiliyində öz əksini müxtəlif cür tapıb. Avstraliya qanunları jurnalistin informasiya mənbəyinin məxfiliyini xüsusi qaydada qorumur. Bununla belə, Avstraliya Jurnalistləri Assosiasiyasının əxlaq kodeksi bəyan edir ki, bütün hallarda jurnalistlər öz peşəkar fəaliyyətləri keşiyində onlara göstərilən hər hansı bir etibar və etimada hörmətlə yanaşmağa borcludur. Jurnalistlər ifadə vermək üçün məhkəməyə kral komissiyasına çağırıldıqları təqdirdə, yaxud jurnalist təhqiqatı zamanı öz informasiya mənbələrini açmaqdan boyun qaçırırlarsa, özləri üçün peşəkar imtiyazlı hüquqlar verilməsini tələb edə bilərlər. 1989-cu ilin dekabr ayında jurnalist Toni Barras ona vergi idarəsindən görkəmli ictimai xadimə aid məxfi qeydlər göndərmiş şəxsin adını açıqlamaqdan boyun qaçırdığına görə yeddi gün müddətində həbsdə saxlanmışdı.

Avstriyada isə KİV haqqında Qanunun 31-ci maddəsi jurnalist mənbələrinin məxfiliyini etibarlı surətdə qoruyur. Nəşirlərin, redaktorların və informasiya orqanlarının digər işçilərinin məhkəmə-

ləərə, yaxud inzibati hakimiyyət orqanlarına ifadə vermək üçün çağırılarkən onlara verilmiş informasiyanın müəllifi və mənbələri, habelə onun məzmunu ilə əlaqədar suallara cavab verməmək hüququna malikdir.

İspaniya Konstitusiyasının 20-ci maddəsinin birinci bəndi informasiya mənbələrinin qorunmasını təmin edir: “Qanun vicdan motivləri və professional sirin saxlanması üzrə informasiya azadlığını məhdudlaşdırır”. Bu predmetə aid yeganə qaydada deyilir ki, jurnalistlər ictimai fayda naminə mühakimə orqanları məcburi əməkdaşlıq halları istisna olmaqla öz professional sirlərini saxlamağa borcludurlar. Mütəxəssislərin fikrincə, bu prinsip qətiyyənlə məqbul hesab edilə bilməz. Çünki birincisi, burada professional sirr haqqında jurnalistin hüququ kimi deyil, borcu kimi danışılır. İkincisi isə, professional sirin sərhədləri qeyri-müəyyəndir.

Kanadada jurnalistlərin öz informasiya mənbələrinin məxfiliyini qorumaq üçün qanunla müəyyən edilmiş qaydada hüquqları yoxdur. Hər şey məhkəmələrin qərarından asılıdır. Bu mənada KİV-in hüquqları demək olar ki, qorunmur.

Niderlandda jurnalistlərə öz informasiya mənbələrini açmamaq hüququ verilməsi barədə hələ də müzakirə gedir. Hazırda informasiya mənbələri müstəqil məhkəmə tərəfindən açıqlanıb yoxlanıla bilər. Özünüifadə azadlığı bu cür tələbləri istisna etmir.

Fransa Cinayət Məcəlləsinin 378-ci maddəsi müəyyən peşə nümayəndələrinə öz peşə sirlərini yaymağı qadağan edərək bunu cinayət əməli kimi təsbit edir. Lakin bu maddə jurnalistlərə şamil olunmur. Məhkəmə jurnalistlərə də onla-

rın informasiya mənbələri barədə suallar verə bilər. Bununla belə, təcrübədə buna çox az təsadüf edilir. Jurnalistlərdən informasiya mənbələrinin adlarını açıqlamaq tələb olunduqda, onlar, adətən, öz peşə borclarına əməl edərək cavab verməkdən boyun qaçırlar. Hakimlər isə, adətən, buna görə sanksiya tətbiq etməzlər.

Küfr və dini diskriminasiya

Qanunlarda KİV-də hər cür diskriminasiyanın yolverilməzliyi prinsipi də ehtiva edilib. Dünya ölkələrinin qanunlarının hamısında bu cür hallar yolverilməz hesab edilir və cinayət sayılır. Avstriya qanunlarına görə, dini hissələrin təhqir edilməsi, cəzalandırılması da, Cinayət Məcəlləsinin 188-ci maddəsinə əsasən, kimsənin, yaxud dini birliyin ehtiram bəslədiyi şəxslərin, əşyaların yaxud idarələrin kütləvi etirazlarına səbəb ola biləcək şəraitdə, açıq surətdə gözdən salınması cinayət hesab edilir. Kanada Cinayət Məcəlləsinin 296-cı maddəsi küfr böhtanı dini məsələlər üzrə yazılı formada və pis niyyətlə, dini hissələri təhqir edən və ictimai iğtişaclara səbəb ola biləcək rəy kimi müəyyən edir. 1936-cı ildən etibarən mətbuat küfr böhtanına görə ittiham olunmamışdır. Niderlandın Cinayət Məcəlləsinin 47-ci maddəsi hər hansı dinə münasibətdə yazılı, yaxud şifahi formada ictimaiyyət qarşısındakı küfrü qadağan edir. Cinayət Məcəlləsində pornoqrafiya yaymaq ictimai əxlaqa qarşı yönəldilmiş cinayət kimi qiymətləndirilir. Norveçin Cinayət Məcəlləsinin 142-ci maddəsinə görə, hamı qarşısında dini əqidələri, yaxud təlimləri təhqir edən, yaxud təcavüzkar şəkildə onlara hörmətsizlik nümayiş et-

dirən, yaxud Norveçdə qanuni qaydada fəaliyyət göstərən hansı bir dini icmaya zərər vuran hər kəs cərimə edilir, yaxud bir il müddətinə həbsxanaya salınır. A.Overland adlı müəllif 1936-cı ildə bəraət aldıqdan sonra bu maddə bir dəfə də olsun tətbiq edilməyib. 1995-ci ildə isə bir neçə müsəlman lideri Salman Rüşdinin “Şeytan ayələri”ni çap etdirmiş Norveç nəşriyyatına qarşı iddia qaldırsalar da, prosesi udmağa heç bir imkan görmədiklərinə görə tezliklə iddianı geri götürüblər. ABŞ-da dini hissələrinin təhqirinə görə cəza konsepsiyası birinci düzəlişin mövcudluğu halında heç cür qəbul edilə bilməz. Belə ki, bu düzəliş şəxsi baxışların ifadəsinə görə hər cür təqibi rədd edir.

Başqa bir məqam Qərb kütləvi informasiya vasitələrində zaman-zaman İslam dini əleyhinə müxtəlif kampaniyaların təşkil edilməsidir. Son onillikdə müsəlmanlara və İslama aid Qərb Kütləvi İnformasiya Vasitələrində nəşr olunmuş yazıları daha dərinə nəzərdən keçirsək, məlum 11 sentyabr terror hadisəsindən sonra münasibətin daha sərt məcra daşmasının şahidi ola bilərik. Əgər əvvəllər İslam daha çox gerilik və kobudluqla əlaqələndirilirdisə, indi İslam dininin terrorizm, fundamentalizm və müharibə kontesktində səciyyələndirilməsinin şahidi olmaqdayıq. Bu gün dünya müsəlmanları mass-mediada İslamın həqiqi mahiyyətini təhrif edən, dezinformasiya və saxtakarlıqlarla dolu olan bir kampaniyanın şahidi olmaqdadır. Qlobal kütləvi informasiya vasitələri tərəfindən İslamın təhrif edilməsi müxtəlif formalar almaqdadır. Bu bəzən qərb cəmiyyətinin din və ya dini qruplar barədə fikirlərini müsəlmanlara sırımağa meyilli olan yazı müəlliflərinin

kobud və qeyri-etik peşə davranışından da əmələ gəlir. Lakin çox zaman təhriflər müxtəlif informasiya agentliklərinin və jurnalistlərin bilərəkdən, qəsdən belə etməsi nəticəsində də baş verir.

KİV-də əxlaqsızlığın və pornoqrafiyanın əksi və təbliğ edilməsi də yolverilməz hesab edilir. Məsələn, Avstriya da ictimai əxlaq normaları pozan pornoqrafik və digər materialların nəşri bütövlükdə cinayət hesab edilsə də, məsələyə müasir, xeyli liberal münasibət səbəbindən bu müddəa gündəlik qəzetlər üçün önəmli sayılmır. Lakin Avstriya jurnalist təşkilatları qanunlardan fərqli olaraq peşə etikası kodekslərində bu cür halları kəskin pisləyir və buna qarşı çıxırlar. Kanada Cinayət Məcəlləsinin 163-cü və 169-cu maddələri qadağan olunan nəşrlərin siyahısına, ədəbsiz materialların yayımını da daxil edir. 166-cı maddə dəqiqləşdirir ki, seksual akta əməl edən, yaxud çılpaq vəziyyətlərdə seksual poza almış uşağın təsvirlərinin nəşri, ixracı, idxalı və reklamı hüquq pozuntusu hesab edilir. Elə həmin maddə hər hansı bir ədəbsiz materialın, yaxud tibbi və ya fizioloji təfsilatların nəşrini qadağan edir. Fransada isə yetkinlik yaşına çatmamışlar üçün nəzərdə tutulan nəşrlərdə ədəbsizliyin olduğu təqdirdə Daxili İşlər Nazirliyi həmin nəşrlərin satışına məhdudiyət qoya bilər. 1970-ci illərə qədər bu qanun geniş tətbiq olunsada, ictimai əxlaq normalarının təkamülü nəticəsində bu sanksiya, demək olar ki, istifadə olunmur. ABŞ-da məhkəmə açıq-aşkar seksual xarakterli materiallara əlavə məhdudiyətlər qoymağa icazə verir.

Şəxsi həyata müdaxilənin yolverilməzliyi

Dünya ölkələrinin qanunvericiliyində şəxsi həyata müdaxilənin yolverilməzliyi prinsipi müxtəlif formalarda öz əksini tapıb. Avstriya Cinayət Məcəlləsinin 7-ci maddəsinə əsasən, redaksiya şəxsi həyata dair məsələlərin hər hansı bir fərdi ictimaiyyətin gözündə nüfuzdan salan və alçaldan şəkildə qoyuluşu zaman məcburi qaydada kompensasiya ödəməlidir. Materialın nəşrinə yalnız o vaxt icazə verilir ki, onun bilavasitə "ictimai həyatla əlaqəsi" olsun. Lakin indiyə qədər bu maddədən nadir hallarda istifadə edilib. Qanunun müəlliflik hüququ haqqındakı 78-ci maddəsi orada əks edilənlərin qanuni mənafelərini pozan fotosəkillərin dərc olunmasını qadağan edir.

İspaniyada şəxsi həyata müdaxilə edilməməsi həm mülki hüquq, həm də cinayət hüququ vasitəsilə qorunur. Şəxsi sənədlərin sirri, məhramanə münasibət hallarında digər şəxsə verilən məxfi məlumatlar, telefon danışqlarının sirri Cinayət Məcəlləsinin normaları ilə qorunur. 1990-cı ildə Konstitusiyaya Məhkəməsi baxdığı işdə siyasi xadimlər haqqında yayımlanan fakt və rəylərin ictimai əhəmiyyətə malik olduğu və deməli, ictimai rəyin formalaşması üçün münasibliyini təsdiq edib. Bunun məntiqi nəticəsi olaraq, siyasətçilərə onlara qarşı hücumlarla və şəxsi həyatlarına müdaxilə ilə barışmaq təklif olunub. Bundan əlavə, KİV-in xüsusi rolunu nəzərə almaqla KİV-dəki tənqidi çıxışlar xüsusi müdafiə ilə əhatə olunub.

Kanada da qəbul edilmiş "Hüquq və azadlıq xartiyası" şəxsi həyata müdaxilə

etməməyi nəzərdə tutmur¹. İnsan hüquqları haqqında 1982-ci il qanunu da şəxsi həyata müdaxilə etməməyi qadağan etmir, əksinə, fiziki şəxslərə dövlətin onlar barədə malik olduğu informasiyanı almaq tələbi irəli sürmək hüququ verir. Lakin “Şəxsi həyatın qorunması” haqqında Qanunun Cinayət Məcəlləsinə düzəlişi şəxsi yazışma sirlərinin pozulmasını cinayət kimi tövsif edir. Bu pozuntular qadağan olunmuş əraziyə soxulma və oğurluq kimi də nəzərdən keçirilə bilər.

Norveç qanunvericiliyində şəxsi həyata müdaxilə edilməsi Cinayət Məcəlləsinin 290-cı maddəsi ilə qorunur. Bu maddəyə əsasən, insanın şəxsi həyatına qanunsuz soxularaq onun şəxsi işlərini ictimai informasiya mənbəyinə çevirən hər kəs cərimə, yaxud üç ay müddətinə azadlıqdan məhrum edilə bilər.

Fransa qanunvericiliyində isə şəxsi həyata müdaxilə edilməməsi hüquqi Mülki Məcəlləsinin 9-cu maddəsi ilə təminatlandırılır. Nə Mülki Məcəllə, nə də precedent hüququ şəxsi həyata müdaxilə edilməməsinin sərhədlərini müəyyən edir. Bu hüququn çərçivəsini müəyyən etmək üçün hər hansı cəhd onun ya hədsiz geniş, ya da əslində olduğundan məhdud yozumu ilə nəticələnəcək. Böh-tan cinayət sayıla biləcəyi halda, şəxsi həyata müdaxilə yalnız mülki hüquqpozmasıdır. Nə həqiqilik, nə vicdanlı münasibət, nə də ictimai maraqlar məhkəmə müdaxiləsini təmin edir.

İsveçdə şəxsi həyat “Mətbuat azadlığı” haqqında Qanunla qorunur. Lakin indiyə qədər şəxsi həyata müdaxilə barədəki işi udan olmayıb. İsveçdə, hətta insanların intim vəziyyətdə çəkilməmiş şə-

killərinin nəşrinə qadağa qoyulmayıb. İsveç qanununa görə, bu cür hallarda iş qaldırılmasına heç bir səbəb yoxdur.

ABŞ Konstitusiyası şəxsi həyatın qorunmasına aydın və hərtərəfli təminat verməsə də, hər halda, bəzi hüquqları tanıyır. Konstitusiyada fərz edilən və tez-tez sitat gətirilən, belə hüquqlardan birini hakim Lyus Brandeks dürrüst ifadə edir: “İnsanın dinc yaşamaq hüququ sivil insanın ən şəxssiz və ən dəyərli hüququdur”.

Ali Məhkəmənin bu məsələ ilə əlaqədar gəldiyi son nəticəyə görə, bu hüquq iki hissədən: öz şəxsi həyatının təfəsilatını aşkarlamaq istəyindən və müəyyən növ qərar etməkdən asılı olmamaq istəyindən ibarətdir.

Ali Məhkəmə hökumətin fiziki şəxslər haqqında informasiya toplamağı məhdudlaşdırmaq hüququnu tanıyıb. Məhkəmə bu hüququn dörd aspektini müəyyənləşdirir:

1. Həqiqi faktların nəşri zamanı gü-lünc vəziyyətdə təsvir edilməmək hüququ.
2. Öz adını kommersiya məqsədilə istifadə etməyə qoymamaq hüququ.
3. Adının kommersiya dəyəri olan şəxsin aşkarlıq hüququ.
4. Şəxsin tərffüatları mətbuat səhifələrinə çıxarmaqdan imtina hüququ.

Bununla belə, şəxsi maraqları qoruyan tədbirlər mətbuatın informasiya vermək hüququ və auditoriyanın ictimai əhəmiyyətli məsələlər barədə informasiya almaq hüququ ilə məhdudlaşdırıla bilər.

¹ Mass media və intellektual mülkiyyət Bakı, “Qanun” nəşriyyatı, 1998. səh. 50.

Cavab, düzəliş və təkzib

Jurnalist etikasında öz əksini tapmış başqa bir prinsip – cavab, düzəliş və təkzib verilməsi hüququnun tanınması prinsipi də dünya qanunvericiliyində əks olunmuşdur. Almanyanın torpaqlar Qanununun 2-ci maddəsinə əsasən, qəzet, yaxud digər nəşr öz hüquqlarını müdafiə edən hər hansı bir maraqlı şəxsin cavabını dərc etməyə borcludur. “İncidilmiş” şəxs cavabı üç aydan gec olmayaraq redaksiyaya təqdim edə bilər. Cavab əlavələr, düzəlişlər və ixtisarlar olmadan, ilkin materialların şrifti ilə çap ediləlidir.

Kanada da cavabın və ya təkzibin nəşri böhtan haqqındakı işlərin ənənəvi tərkib hissəsidir. Lakin ondan çox vaxt mübahisələrin məhkəmədən kənar tənzimlənməsi zamanı istifadə edirlər, üzr istəmənin, yaxud təkzibin nəşri, adətən, zərərin kompensasiyasının ölçüsünün azaldılmasına səbəb olur.

Niderland qanunvericiliyində Prosesual Məcəllə, eləcə də Mülki Məcəllə mətbuatda çap edilmiş, habelə radio, yaxud televiziya ilə verilmiş fikir, yaxud rəy, mülahizəyə düzəliş edilməsi hüququnu tənzimləyir. Mülki Məcəlləyə görə, ədalətsiz və yalan məlumatlar Cinayət Məcəlləsinin maddələri altında düşmədikdə təkzib etmək hüququ verir. Yalnız faktlar düzəliş predmeti ola bilər, belə ki, hər hansı şəxs çap edilmiş rəyi təhqir edici və yaxud yalan hesab etsə belə, bu rəyin təkzibini tələb etmək olmaz. Düzelis haqqında tələb, adətən, sonrakı nəşrləri qadağan etmək, yaxud zərərin kompensasiyası kimi əlavə tədbirlərlə müşayiət edilir. Məhkəmə düzəlişin çap edilməsi qaydasını müəyyənləşdirir və məhkəmə xərclərini bölüşdürür.

Norveç Cinayət Məcəlləsinə görə, əsassız olaraq tənqid obyektinə çevrilmiş şəxs düzəliş, yaxud cavab vermək hüququna malikdir. Redaktor düzəliş çap etməkdən boyun qaçırdığı halda, məhkəmə böyük məbləğdə cərimə hədəsi altında onu buna məcbur edə bilər. Cinayət Məcəlləsində dövlət institutlarının qorunması haqqında bir neçə maddə mövcuddur və vəzifəli şəxslər bu maddələrə müvafiq olaraq ictimai ittiham üzrə mülki iddia, cinayət işi qaldırmaq imkanına malikdir.

İsveçdə Ombudsman aldığı dəlillər və faktlar əsasında qərar qəbul edir. Pozuntulu ciddi olduqda Mətbuat işləri üzrə şuraya şikayət edir. Şura məsələni vətəndaşların xeyrinə həll etdiyi halda, qəzet 4000 min dollar cərimə ödəməlidir. Hökumət strukturları, müəssisələr və təşkilatlar da Ombudsmana şikayət verə bilər. Lakin onların şikayətləri faktiki səhvlərin müzakirəsindən kənara çıxmır və onların əldə edə biləcəkləri cavab dərc etdirmək hüququdur.

Azərbaycan qanunvericiliyində etik prinsiplər

Azərbaycanda KİV-in hüquqi əsasının tarixi hələ ötən əsrin əvvəllərinə gedib çıxır. Məhz Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə – 1919-cu il oktyabrın 30-da ölkə parlamentində söz və mətbuat azadlığını təmin edən “Mətbuat nizamnaməsi” qəbul edilmişdir.

İkinci respublikanın KİV haqqında ilk qanunu 1992-ci ildə qəbul edildi. 1999-cu ildə isə daha təkmil və əhatəli yeni “KİV haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu” qəbul edildi. Həmin qanunda da bildirildiyi kimi, Kütləvi informasiya vasitələri haqqında Azərbaycan

Respublikasının qanunvericiliyi Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasından, bu Qanundan, “Məlumat azadlığı haqqında”, “Vətəndaşların müraciətlərinə baxılması qaydası haqqında”, “Rabitə haqqında”, “Dövlət sirri haqqında”, “Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında” Azərbaycan Respublikası qanunlarından, habelə digər müvafiq qanunvericilik aktlarından ibarətdir (Məddə 5)¹.

Ana Yasamıza əsasən, “hər kəsin şəxsi toxunulmazlıq hüququ vardır” (maddə 32.1), “hər kəsin şəxsi və ailə həyatının sirrini saxlamaq hüququ vardır”. Konstitusiyamızın 46-cı maddəsi isə şərəf və ləyaqətin müdafiəsi hüququnu təsbit edir. Həmin maddənin ikinci bəndində deyilir ki, “şəxsiyyətin ləyaqəti dövlət tərəfindən qorunur. Heç bir hal şəxsiyyətin ləyaqətinin alçaldılmasına əsas verə bilməz”. Konstitusiyanın 47-ci maddəsi fikir və söz azadlığını təsbit edir. Maddənin 3-cü bəndi isə bir çox etik kodekslərdə öz əksini tapmış irqi, dini, sosial dözümlülüyü təbliğ edir: “İrqi, milli, dini, sosial ədavət və düşmənçilik oyadan təşviqata və təbliğata yol verilmir”. Etik kodekslərdə son zamanlar öz yerini tutmuş təqsirsizlik prezumpsiyası da konstitusiyada öz əksini tapıb. “Təqsirsizlik prezumpsiyası” adlanan 63-cü maddə bütövlüklə buna həsr edilib².

Azərbaycan KİV-i üçün konstitusiyadan sonra ikinci əsas qanun KİV haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu hesab edilir. Qanunun “Kütləvi informasiya azadlığından sui-istifadənin yolverilməzliyi” adlanan 10-cu maddəsində bildirilir: “Azərbaycan Respublika-

sının qanunvericiliyi ilə qorunan sirləri yaymaq, mövcud konstitusiyalı dövlət quruluşunu zorakılıqla devirmək, dövlətin butövlüyünə qəsd etmək, müharibəni, zorakılığı və qəddarlığı, milli, irqi, sosial ədavəti, yaxud dözülməzliyi təbliğ etmək, mötəbər mənbə adı altında vətəndaşların şərəf və ləyaqətini alçaldan şayiələr, yalan və qərəzli yazılar, pornografik materiallar çap etdirmək, böhtan atmaq, yaxud digər qanunazidd əməllər törətmək məqsədilə kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə olunmasına yol verilmir”³.

Qanuna görə jurnalistlər üçün müəyyənləşdirdiyi hüquqlardan sui-istifadə edərək ictimai əhəmiyyətli məlumatları gizlətməyə və ya saxtalaşdırmağa, kənar şəxsin və ya KİV olmayan təşkilatın xeyrinə məlumat toplamağa yol verilmir. Yalnız cinsinə, dinə münasibətinə, vəzifəsinə, cəmiyyətdə tutduğu mövqeyə, habelə siyasi etiqadına görə vətəndaşa və ya vətəndaşların müəyyən qrupunu hörmətdən salmaq məqsədilə jurnalist hüquqlarından istifadə edib informasiya yaymaq qadağandır.

İnformasiya dərc olunarkən onun mənası hər hansı vasitə ilə, o cümlədən sərlovhələr, şəkilaltı sözlərdən istifadə etməklə dəyişdirilərək təhrif oluna bilməz. Dərc edilmiş (efirə getmiş) informasiyalar, şayiələr təsdiq olunmadıqda həmin KİV-də bu barədə mütləq məlumat verilməlidir. KİV-dən vətəndaşların şəxsi həyatına qəsd məqsədilə istifadə etmək qadağandır”.

KİV haqqında Qanunun 44-cü və 45-ci maddələri isə (“Təkzib, düzəliş və cavab

¹ KİV haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 2003.

² Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı, 2020

³ KİV haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 2003.

vermək hüququ”; “Təzkib, cavab və düzəliş verilməsi qaydası”) KİV-də fiziki və hüquqi şəxslərin şərəf və ləyaqətini ləkələyən, böhtan və təhqir xarakterli məlumatlar verildikdə, fikirlər təhrif olunduqda fiziki şəxsin özünün və ya nümayəndəsinin, hüquqi şəxsin rəhbərlərinin, yaxud səlahiyyətli nümayəndəsinin həmin KİV-də altı ay müddətində cavab vermək, həqiqətə uyğun olmayan məlumatın təzkib olunmasını, düzəliş verilməsini, habelə üzr istənilməsinə tələb etmək, yaxud birbaşa məhkəməyə müraciət etmək hüququnun olduğunu xatırladır¹. 60-cı maddə “Kütləvi informasiya azadlığından və jurnalist hüquqlarından sui-istifadəyə görə məsuliyyət” hallarını sadalayır:

“Kütləvi informasiya vasitəsinin redaksiyası (məsul redaktoru) və jurnalistlər (müəlliflər):

- 1) açıqlanması qanunla qadağan edilən məlumatları açıqladıqda;
- 2) baş redaktor (redaktor) mətbu nəşrdə çap olunan materialların bu Qanunun tələblərinə uyğun hazırlanmasına nəzarət etmədikdə;
- 3) bu Qanunda göstərilmiş hallardan başqa informasiyanı onun mənbəyini göstərmədən yaydıqda;
- 4) vətəndaşların şəxsi həyatına qəsd etdikdə;
- 5) pornoqrafik materialları dərc etdikdə və ya verdikdə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə müvafiq surətdə mülki, inzibati, ci-

nayət və digər məsuliyyət daşıyırlar”².

Azərbaycan Respublikasının İnzibati Xətalər Məcəlləsində də (2000-ci il) kütləvi informasiya azadlığından və jurnalist hüququndan sui-istifadə etmə halları sadalanır (maddə 189): açıqlanması qanunla qadağan edilən məlumatların dərci; mətbu nəşrdə çap olunan materialların qanunvericiliyin tələblərinə uyğun hazırlanmasına nəzarət etməmək; qanunvericiliklə müəyyən edilmiş hallardan başqa, informasiyanı onun mənbəyini göstərmədən yaymaq; istinad məlumatları göstərilməyən KİV məhsullarını qəsdən yanlış göstərmək. Cəza kimi Xətalər Məcəlləsində fiziki şəxslər iyirmi manatdan iyirmi beş manatadək, vəzifəli şəxslər altmış manatdan səksən manatadək, hüquqi şəxslər iki yüz manatdan iki yüz əlli manatadək miqdarda cərimə edilir.

Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsinin (1999) 23-cü maddəsində “Şərəfin, ləyaqətin və işgüzar nüfuzun müdafiəsi” təsbit edilir. Maddənin ikinci bəndində bildirilir ki, fiziki şəxsin şərəfini, ləyaqətini, işgüzar nüfuzunu ləkələyən və ya şəxsi həyatının sirinə qəsd edən məlumatlar KİV-də yayıldığı halda, həmin KİV-də də təzkib edilməlidir. Göstərilən məlumatlar rəsmi sənədə daxil edilmişdirsə, o hökmən dəyişdirilməli və bu barədə marağı olan şəxs və ya şəxslərə məlumat verilməlidir. Digər hallarda təzkib qaydasını məhkəmə müəyyənleş-

¹ İbid.

² İbid.

dir. 23-cü maddənin 3-cü bəndi isə KİV-də hüquqlarına və ya qanunla qorunan mənafələrinə toxunan məlumatlar dərc edilmiş fiziki şəxsin həmin KİV-də öz cavabını dərc etdirmək hüququnun olduğunu xatırladır.

Azərbaycan Respublikasının Cinayət Məcəlləsinə (1999) nəzər yetirək. Peşə etikasının əsas prinsiplərindən sayılan “böhtan” məcəllənin 147.1 maddəsində (Böhtan, yəni yalan olduğunu bilə-bilə, hər hansı şəxsin şərəf və ləyaqətini ləkələyən və ya onu nüfuzdan salan məlumatları kütləvi çıxışlarda, kütləvi nümayiş etdirilən əsərdə və ya kütləvi informasiya vasitələrində yayma) öz təsbitini tapıb və prinsipi pozan jurnalist cinayət məsuliyyətinə cəlb edilərək min manatdan min beş yüz manatadək miqdarda cərimə ilə və ya iki yüz qırx saatdan dörd yüz səksən saatadək müddətə ictimai işlər və ya bir ilədək müddətə islah işləri və ya altı ayadək müddətə azadlıqdan məhrum etmə ilə cəzalandırılır. Peşə etikasının digər bir prinsipi “təhqir” isə məcəllənin 148-ci maddəsində (Təhqir, yəni kütləvi çıxışlarda, kütləvi nümayiş etdirilən əsərdə və ya KİV-də şəxsiyyətin şərəf və ləyaqətini nalayiq formada qəsdən alçaltma) öz əksini tapıb və bu prinsipi pozan qanunla cinayət məcəlləsinə cəlb edilərək min manatdan min beş yüz manatadək miqdarda cərimə və ya iki yüz qırx saatdan dörd yüz səksən saatadək müddətə ictimai işlər və ya bir ilədək müddətə islah işləri və ya altı ayadək müddətə azadlıqdan məhrum etmə ilə cəzalandırılır.

Cinayət Məcəlləsində şəxsi həyatın toxunulmazlığı kimi etik prinsip də təsbit edilib. Bununla bağlı 156-cı maddənin

(Şəxsi Həyatın toxunulmazlığını pozma) birinci bəndində bildirilir: Şəxsi və ailə sirri olan məlumatların qanunsuz toplanılması min manatdan iki min manatadək miqdarda cərimə və ya iki yüz qırx saatdan dörd yüz səksən saatadək ictimai işlər və ya bir ilədək müddətə islah işləri ilə cəzalandırılır. Başqa bir jurnalistlərin peşə etikasının prinsipi olan “Milli, irqi və ya dini düşmənçiliyin yolverilməzliyi” 283-cü maddədə təsbit olunur. Həmin maddənin birinci bəndinə əsasən, Milli, irqi və ya dini düşmənçiliyin salınmasına, milli ləyaqətin alçaldılmasına, habelə milli, irqi və ya dini mənsubiyyətindən asılı olaraq vətəndaşların hüquqlarının məhdudlaşdırılmasına və ya üstünlüklərinin müəyyən edilməsinə yönələn hərəkətlər, aşkar surətdə və ya KİV-dən istifadə olunmaqla törədildikdə səkkiz min manatdan on iki min manatadək miqdarda cərimə və ya iki ilədək müddətə islah işləri və ya iki ildən dörd ilədək müddətə azadlıqdan məhrum etmə ilə cəzalandırılır.

Dövlətimizin daha bir qanununda – “Məlumat Azadlığı Haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununun (1998) 5-ci maddəsində (Məlumat azadlığının həyata keçirilməsinin əsas prinsipləri) bildirilir: “Məlumat azadlığının həyata keçirilməsinin əsas prinsipləri aşağıdakılardır: məlumat azadlığının təmin edilməsi; məlumatın açıqlığı və onun mübadilə edilməsinin azadlığı; məlumatın obyektivliyi, tamlığı və həqiqiliyi; məlumatın axtarılmasının, əldə edilməsinin, istifadə olunmasının, yayılmasının və qorunmasının qanuniliyi; hər kəsin şəxsi və ailə həyatının sirrinin saxlanması; şəxsiyyətin, cəmiyyətin və dövlətin təhlükəsizliyinin qorunması”.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı, 2020
2. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışı qaydaları. Sənəd 2003-cü il martın 15-də Azərbaycan jurnalistlərinin I qurultayında qəbul edilib.
3. Diffamasiya və məhkəmə təcrübəsi, Bakı 2002.
4. Gün işığı bələdçisi". Media hüququ institutu. Bakı, 2006.
5. İrvan, S. Medya ve Etik, Medya Etik ve Hukuk,. İstanbul, 2005.
6. KİV haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 2003.
7. Конституционное право зарубежных стран. Москва, изд.-во БЕК, 1996.
8. Mass media və intellektual mülkiyyət Bakı, "Qanun" nəşriyyatı, 1998.
9. Media etikas, məqalələr toplusu, Bakı, 2008.

Mövzu 8:

Azərbaycan jurnalistikasında peşə etikas ənənələri

Həsən bəy Zərdabi dünya təcrübəsinin ən yaxşı nümunələrindən bəhrələnərək 1875-ci il iyulun 22-də “Əkinçi” qəzeti ilə nəinki milli mətbuatımızın, habelə onun etik dəyərlərinin təməlini qoydu. Qərb modellərinə əsaslanan bir qəzetin meydana gəlməsi, ilk növbədə, milli ziyalıların mətbuat ətrafında cəmləşməsinin təmin etməklə yanaşı, həm də Azərbaycan xalqını “cəhalət və qəflət yuxusundan” oyatmağa xidmət edirdi. Bu heç də asan bir iş deyildi. Sonralar, 1905-ci ildə “Həyat” qəzetində çıxan “Rusiyada əvvəlinci türk qəzetəsi» məqaləsində Həsən bəy öz xatirələrini belə bölüşürdü:

“Hər kəsi çağırıram – gəlmir, göstərirəm – görmür, deyirəm – qanmır. Axırda gördüm ki, onları haraylayıb çağırmaqdan, onlara deməkdən başqa əlac yoxdur, olmaz ki, mənim sözümlü eşidənlərdən heç biri qanan olmasın. Necə ki, bir bulağın suyunun altına nə qədər bərk daş qoysan, bir neçə ildən sonra su tökülməkdən o daş mürur ilə əriyib dəşilir, habelə söz də. Ələlxüsus doğru söz... Belədə qəzet çıxarmaqdan savayı, bir qeyri əlac yoxdur. Hər ildə on qəzet oxuyandan birisi oxuduğunu qansa, onların qədəri ilbəil artar... Sonra düşmənin düşmənliliyi, dostun doğruluğu və dost göstərən doğru yolun doğru olması aşkar olar”¹.

“Əkinçi”nin doğru sözü, hər şeydən əvvəl, Azərbaycan cəmiyyətinə, məişətinə, onun özəyi olan ailəyə yönəlmişdi. Qəzetin səhifələrində ilk dəfə qaldırılan insan haqları problemi və onun bir hissəsi olan qadın hüquqları dövrün ən ağırlı məsələlərindən biri olmaqla yanaşı, həm də həssas mövzularından idi. Qadın hüquqlarını ictimai müzakirəyə çıxaran “Əkinçi” eyni zamanda bunu ustalıqla, etik çərçivələri pozmadan edirdi. “Əkinçi” tək-cə mövzunu gündəliyə gətirmir, o həm də mövzuya etik yanaşmanı müəyyən edirdi.

“Satın alınmış qulu azad etməyi savab hesab edə-edə biz öz xahişimiz ilə bir-birimizə qul olmuşuq. Rəiyyət padşaha, övrət kişiyyə, uşaq ataya, nöker ağaya, şagird ustada və qeyrə məgər qul deyil?”²

Beləliklə, Həsən bəyin dəyər verdiyi “doğru söz” milli mətbuatımızın etik prinsiplərinin istinad nöqtəsi olaraq XX əsrin əvvəllərində bir çox mütərəqqi qəzetlərin yaranmasına və əxlaqi dəyərlər sisteminin formalaşmasına təkan verdi.

XX əsrin əvvəllərindən başlayaraq “Şərqi-Rus”, daha sonra “İrşaq”, “Tazə həyat”, “Tərəqqi”, “Füyuzat” “Əkinçi” ənənələrini davam etdirməklə yanaşı, onu həm də zənginləşdirə bildi. Bu mənada mətbuatımızın ilk satirik jurnalı olan “Molla Nəsrəddin”in təcrübəsi xüsusilə

¹ “Həyat” qəzeti, 28 dekabr 1905.

“Əkinçi”, Daxiliyyə, 9 iyun 1877.

önəmlidir. Həqiqəti bütün çılpəqlığı ilə oxucuya çatdırmağı bacaran Mollanəs-rəddinçilər məktəbini səciyyələndirən əsas xüsusiyyətlərdən biri də onun etik prinsiplərə sadıqlılığı idi.

1905–1906-cı illərdə erməni-müsəlman davasının başlanması, erməni mətbuatının böhtan, yalan və iftiraları, ermənipərəst qüvvələrdən təsirlənən rusdilli mətbuatın qərəzli münasibəti milli mətbuatımızı doğru söz uğrunda mübarizədə yeni bir mərhələyə gətirib çıxardı. Mətbuatın cəmiyyət həyatındaki rolu, onun münaqişələr zamanı mövqeyi və fəaliyyəti barədə fikirlər düşüncələrə hakim kəsilərək uzun müddət ictimai müzakirələrin mövzusunə çevrildi. 1911-ci ildə Məmməd Əmin Rəsulzadənin “İraninov” qəzetinin aprel və may aylarında dərc olunan “Mətbuat azadlığı” məqaləsi 1905-ci ildən başlamış tarixi proseslərə münasibət, cəmiyyətin inkişafına mətbuat azadlığı istiqamətindən baxış idi.

M.Ə.Rəsulzadə mətbuatın yerini və rolunu qiymətləndirərək onu həm dördüncü hakimiyyət, həm də beynəlxalq güc kimi xarakterizə edirdi:

“Mətbuatın rolu çox böyük və əhəmiyyətlidir. Mətbuat mühüm milli qüvvələrdən biridir. O, milli iqtidarda dördüncü yerdə durur. Yəni iqtidarın üç qüvvəsi var: birinci – qanunvericilik, ikinci – icraedici, üçüncü – hüquq orqanları. Bundan sonra mətbuat gəlir. Digər bir baxımdan dünyada tutduqları mövqeyə görə beş mühüm dövlətdən – İngiltərə, Fransa, Avstriya və İtaliyadan sonra altıncı beynəlxalq güc mətbuat sayılır. Yəni altıncı qüdrətli dövlət qələm aləmidir. Bəşər

aləmində mətbuatın nüfuz dərəcəsinə xalqın ümumi əfkari-ümumiyyəsi göstərməkdədir. Elə ki mətbuat ümumi qiymətini aldı, Avropada onun intişarı üçün geniş meydan açıldı, yayılma imkanı yarandı”¹.

M.Ə.Rəsulzadə mətbuatın funksiyalarına toxunurdu:

“Mətbuat millət fərdlərinin, jurnalistlərin şəxsi fikirlərini cəmiyyətə çatdırandır. O, dövrünün mədəniyyət carçısıdır, öz dövrü, başqa dövrlər barədə lazımı məlumatı camaata çatdırmağa bilər. Bir və ya bir neçə nəfərin yeni fikirləri min nüsxələrlə çap olunan mətbuat vasitəsilə ictimaiyyətin malı edilir, yayılır. Əlbəttə, yeni fikirlər səadət və həqiqətin yolunu kəsən köhnə fikirlərlə toqquşur. İnsanların ictimai-siyasi və iqtisadi vəziyyəti yüksək səviyyəyə çatdıqda mətbuat daha böyük əhəmiyyət kəsb edir. O, müxtəlif fikirləri yaymaqla milləti bütün siyasi və iqtisadi sahələrdə məlumatlandırmalı, məşrutə dövründə həmin sahələrdəki bütün məsələləri mütləq millətə çatdırmalıdır. Beləliklə, mətbuat özü də siyasi və iqtisadi obyektədir. O, ümumi siyasi təşkilatları təbliğata dəvət edən, ümumən nəcət verən, siyasət üzərində nəzarətçi kütləvi təbliğat vasitəsidir, ictimai fikri həyəcana gətirib formalaşdırandır”².

M.Ə.Rəsulzadə qazanc naminə peşə etikasını tapdalayan “sarı mətbuat”a da toxunurdu. M.Rəsulzadə haqlı olaraq göstərirdi ki, pozğun mətbuatın ömrü əxlaqın, elmin, ictimai yeniliyə tez nail olmağımızın inkişafına qədərdir. O, mətbuatın varlılara, imkanlılara, qruplara xidmətini pisləyir və jurnalistləri ancaq

M.Ə.Rəsulzadə. Seçilmiş əsərləri, II cild. Bakı, Şirvanəşr, 2001, səh. 69.

M.Ə.Rəsulzadə. Mətbuat azadlığı. İraninov qəzeti. №28, 34, 40, 46, 50, 53; 28 aprel, 6, 11, 20, 24, 28 may 1911-ci il

həqiqətin tərəfində durmağa çağırırdı. O, mətbuatın əsarətini zülm altında əzizlənlərin səsinin boğulması kimi qiymətləndirirdi. M.Ə.Rəsulzadə “əxlaqi heysiyyəti” yüksək qiymətləndirir və göstərirdi ki, mətbuatın əsarəti əxlaq pozğunluğu törədir, əxlaq gözəlliyi və yaxşı xüsusiyyətləri aradan çıxarır: “Bunun nəticəsində bir dəstə yazar ortaya çıxır ki, onlar öz şərəf, fikir və əqidələrini saxta rütbə qazanmaq üçün necis qiymətinə satmağa hazır olurlar, zülmü və sitəmi müdafiə edirlər... Bu da bir sıra qələm fahişələrinin cəmiyyət içərisinə girməyinə səbəb olur, ...əxlaqsız qadınlar kimi, bəzi jurnalistlər də namuslarını satır, pak əməllərini murdarlayır, vicdan və namuslarını, abırlarını həyasızlıq bazarına çıxarıb kələfin ucunu əldən verirlər”¹.

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dönəmində milli mətbuatın və azad sözün inkişafına böyük önəm verilirdi. 1919-cu ilin oktyabrında qəbul olunmuş “Mətbuat haqqında nizamnamə” söz və mətbuat azadlığı prinsiplərinə əsaslanırdı. Sənəddə deyilirdi ki, insan fəaliyyətinin bütün sahələrində olduğu kimi, mətbuat da azadlıqla anarxiya arasında sərhədi müəyyən edən qanunlara tabe olmalıdır.

Mətbuat azadlığına yekdilliklə tərəfdar olan parlament üzvləri “Mətbuat haqqında nizamnamə”ni ən ciddi sənədlərdən biri kimi qəbul edirdilər. Nizamnamənin hər 3 oxunuşu ciddi müzakirələrdən keçmişdi. “Hümmət” partiyası və sosialist fraksiyası belə bir nizamnamənin əleyhinə idi. Onların fikrincə, mətbuatın fəaliyyəti heç bir qanunla məhdudlaşdırıla bilməzdi. Nizamnaməyə əsasən, mətbəə açmaq, çap məhsulları nəşr etmək,

buraxmaq və satmaq üçün hökumətin heç bir icazəsi tələb olunmurdu. Yetkinlik yaşına çatmış hər bir vətəndaş mətbu nəşrin məsul redaktoru ola bilərdi. Mətbəə açmaq və məsul redaktor olmaq istəyənlər mətbuat işləri üzrə müfəttişə bu barədə müəyyən edilmiş formada ərizə verməli idilər. Nizamnamənin bir sıra bəndlərini pozmaqda təqsirli bilinən nəşir, mətbəə sahibi və redaktor pulla cərimə ödəməli və ya həbs cəzasına məhkum edilməli idi. Nizamnaməyə mətbuat işləri üzrə baş müfəttiş ştatı əlavə olunmuşdu².

1991-ci ildə Azərbaycan müstəqillik qazananda milli mətbuatımızın 116 yaşı vardı. Bu 116 yaşın 43-ü Çar Rusiyasının, 2-i Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin və 71-i SSRİ-nin payına düşürdü. Beləliklə, milli mətbuatımız özündə həm müsbət, həm mənfi tərəfləri birləşdirən zəngin bir varislə müstəqil Azərbaycanın ictimai-siyasi həyatına qədəm qoyurdu. Bu dövrdə mətbuatımız qarşısında duran başlıca vəzifə kimlərin varisi olduğunu düzgün müəyyənləşdirmək, öz oriyentirlərini seçmək idi.

Müstəqilliyin ilk illərində jurnalistlərin səylərini birləşdirən bir sıra jurnalist təşkilatları – “RUH” Jurnalistləri Müdafiə Komitəsi (1992), “Yeni nəsil” Jurnalistlər Birliyi (1995), Azərbaycan Jurnalistlərinin Həmkarlar İttifaqı (1997) və s. yarandı. Tez bir zamanda bu qurumlar jurnalistikanın problemlərinə dair – jurnalistikanın iqtisadiyyatı, xarici ölkələrin jurnalistikası, jurnalistika və hüquq, jurnalistika və reklam, nəşriyyat işi, jurnalistikada kompüter texnologiyası sahələrinə toxunan müxtəlif kitab və

¹ İbid.

² Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Ensiklopediyası, II cild. Bakı, 2014, səh. 198.

broşürlərin nəşrlərinə başladılar. Bu sırada “Yeni nəsil” Jurnalistlər Birliyinin tərtib və çap etdiyi “Jurnalist etikası” kitabı bu sahə ilə bağlı nəşr edilmiş ilk işlərdəndir.

“RUH” Jurnalistləri Müdafiə Komitəsinin əməkdaşları jurnalistlərin peşə etikası, yaradıcılıq məsələləri ilə bağlı seminarlar keçirir, kitablar, toplular çap edir. Bütün bunlar jurnalistikanın peşə etikasının nəzəri problemlərinin öyrənilməsində və iş fəaliyyətində tətbiq edilməsində mühüm rol oynayır.

1990–2000-ci illərdə nəzəri problemlərin ciddi araşdırılmaması və tiraj dalınca qaçmaq bir çox qəzetlərin məhkəmə problemi ilə üz-üzə gəlməsi ilə nəticələndi. Beləliklə, Azərbaycan jurnalistləri üçün peşə etikasının hazırlanması və onun tətbiqi kimi mühüm bir məsələ gündəliyə gəldi. Bu səbəbdən bir neçə jurnalist təşkilatı, mətbuat or-

qanı Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydalarını hazırlamaq missiyasını öz üzərlərinə götürdü. Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları ATƏT və Mətbuat Şurasının birgə layihəsi əsasında hazırlanaraq 2003-cü ilin mart ayının 15-də Azərbaycan Jurnalistlərinin I qurultayında qəbul olundu¹.

2018-ci ildə Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları Avropa Şurasının təşəbbüsü ilə Mətbuat Şurası tərəfindən gender baxımından təkmilləşdirildi. Yenilənmiş versiyada Qaydalar 5 prinsipdən ibarətdir².

Azərbaycan jurnalistlərinin özünütənzimləmə mexanizmində digər önəmli sənəd Azərbaycan Jurnalistlər Birliyinin qəbul etdiyi Jurnalistlərin Peşə Etikası Kodeksidir. 14 maddədən ibarət bu kodeksin son təkmil versiyası 2009-cu ildə yayımlanıb³.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

58

1. Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları.
<http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
2. Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları.
<https://rm.coe.int/azerbaycan-etik-kodeks-yenilenmis-gender/16808eb4fe>
3. Azərbaycan Respublikası Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksi.
<http://www.ajb.az/site/codex.pdf>.
4. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Ensiklopediyası, II cild. Bakı, 2014.
5. Jurnalist etikası. Yeni Nəsil Azərbaycan Jurnalistlər Birliyi. Bakı, 2000.
6. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
7. Məmməd Əmin Rəsulzadə. Seçilmiş əsərləri, II cild. Bakı, Şirvan-nəşr, 2001.
8. Rəhimova S. Jurnalist etikası. Bakı, 2018.

¹ Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları.
<http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>

² Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları.
<https://rm.coe.int/azerbaycan-etik-kodeks-yenilenmis-gender/16808eb4fe>

³ Azərbaycan Respublikası Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksi. <http://www.ajb.az/site/codex.pdf>.

II FƏSİL

PEŞƏ FƏALİYYƏTİNDƏ ETİK PROBLEMLƏR

Mövzu 9: Xidməti etika

Peşəkar mühitdə birgə fəaliyyət zamanı jurnalistin davranışını nizamlayan qaydalar və normalar böyük əhəmiyyətə malikdir. Bu prinsip və normalar xidməti etika adı altında birləşir. Xidməti etika normaları kütləvi informasiya vasitələrinin səmərəli fəaliyyəti üçün əsas amildir. Jurnalist ona əməl etməklə işlək yaradıcı kollektivin formalaşmasına şərait yaradılır. Xidməti etikanın normaları özündə bunları ehtiva edir: redaksiyanın təqsiri ucundan buraxılmış səhvləri, başqasının əvəzinə materialı hazırlamağı, redaksiyanın sirri kimi qorunan məlumatların verilməsini, redaksiya işçisi ilə münasibətləri.

Jurnalistlər arasında həmrəylik və rəqabət

Gündəlik iş rejimində jurnalist digər həmkarları ilə ünsiyyətdə olur. Məhz bu ünsiyyət xidməti etika normalarının çərçivəsini müəyyənləşdirir. Jurnalist bu çərçivədən kənara çıxmamalıdır. Əsas normalara jurnalistin öz həmkarına ehtiramla yanaşması, onun imzasına hörmət etməsi daxildir.

Xidməti etik norma səhvə yol verildiyi təqdirdə düzəliş və təkzibin dərc edilməsini özündə ehtiva edir. Etik normanın

pozulmasına kiminsə yerinə məqalə çap etdirmək, müəllifliyə iddia etmək və ya həmin materiala yersiz müdaxilə etmək, müəllifin xəbəri olmadan başqa bir jurnalistin imzasının onun imzasına əlavə edilməsi aiddir. Xidməti etika redaksiya daxilindəki sirin yayılmasını, materialın redaksiyanın xəbəri olmadan başqa mətbuat orqanlarında çap edilməsini qadağan edir. Bu qadağalar hüquqi normalarla da tənzimlənir.

Xidməti etika jurnalistlə ştatdankənar müxbirin münasibətlərini də tənzimləyir. Həmin müxbirə kömək etmək, ona yol göstərmək xidməti etik normanın tələbləridir. Jurnalist öz həmkarına işlə bağlı olan problemlərin həllində də kömək etməyə borcludur. Həmkarlarına hörmət jurnalistin hər hansı bir yeni mövzuya başlayarkən ondan əvvəl bu mövzunu işləmiş jurnalistləri qiymətləndirməyi də nəzərdə tutur. Əksinə, əgər jurnalist özünü işlədiyi mövzuda daha parlaq göstərmək məqsədilə başqalarının fəaliyyətini haqsız tənqid edir və ya lağa qoyursa, bu xidməti etik normaları kobud surətdə pozmaq deməkdir.

Jurnalist operativliyi informasiyanın digər KİV-dən daha tez cəmiyyətə çatdırılmasını tələb edir. Belə bir yaradıcı rəqabət həmkarların qəsdən, jurnalistə

əngəl törətmək məqsədilə yanlış məlumatlar sızdırması ilə müşayiət olunmalıdır. Bu tələb Beynəlxalq Jurnalist Təşkilatlarının etik kodekslərində də öz əksini tapıb: “Öz işgüzar münasibətlərində jurnalist digər həmkarları ilə loyallıq rəqabətə və professional həmrəylikə can atmalı, xidməti etik çərçivədən kənara çıxarmamalıdır”¹. Jurnalistin həmrəyliyi həmkarına yaradıcı uğursuzluq zamanı kömək etməkdə, ona səhvlərini düzəltməkdə, yardımçı olmaqda da özünü göstərməlidir. Əgər jurnalist iş yoldaşında hansısa mənfi keyfiyyətlər aşkarlıyarsa, onların aradan qaldırılmasına çalışmalı, dözümlülük nümayiş etdirməlidir.

Redaktor – müxbir münasibətləri

Xidməti etik normaların daha geniş sferası redaksiya daxilindəki subordinasıya prinsipinə hörmətlə yanaşmağı tələb edərək redaktor-müxbir münasibətlərini tənzimləyir. Bu münasibətlərdə əsas tərəflər redaksiya kollektivi və redaksiya rəhbərliyidir.

Müxbir rəhbərliyin tapşırıqlarını yerli yerində və vaxtında yerinə yetirməyə borcludur. O, redaktora cavab qaytar-mamalı, narazılıqlarını etik normalara uyğun ifadə etməlidir. Müxbir öz işinə məsuliyyətlə və vicdanla yanaşmalı, heç bir vəchlə redaksiya tapşırığından boyun qaçırmmamalıdır. Belə bir imtina olarsa, onun səbəbləri ciddi şəkildə əsaslandırılmalıdır. Redaktor da öz növbəsində, müxbiri alçaltmamalı, onu başa düşməyə çalışmalıdır. Rəhbərlik kollektivin və ya jurnalistin problemlərini həll etməyə borcludur. Bundan boyun qaçırmaq redaksiya rəhbərliyinin hörmə-

tinin aşağı düşməsinə səbəb olur. Redaktor müxbirə tapşırıq verərkən onun işin öhdəsindən gəlib-gələ bilmə-yəcəyini nəzərə almalı, jurnalistə yol göstərməli, ona kömək etməlidir. Redak-tor müxbirə görə biləcəyindən artıq iş verməməli, müxbirin yazılarını oxuyar-kən və düzəliş edərkən səbir nümayiş etdirməli, səhvlərini ona başa salmalıdır. Müxbirə layiqli qiymət vermək, onu işə daha da həvəsləndirmək redaktorun əsas vəzifəsidir. O, həmçinin bir rəhbər kimi hər bir müxbirin mənfi-müsbət key-fiyyətlərini bilməli, onlarla, necə deyərlər, “öz dillərində danışmalıdır”.

Xidməti etika aşağıda sadalanan hallarda pozulmuş hesab oluna bilər:

- 1) materiala edilən redaktə müəllif-dən xəbərsiz dərc olunarsa;
- 2) vəzifədən sui-istifadə edilərək re-daksiya əməkdaşlarından məqalələrini özlərinin istəklərinə rəğmən redaktə etmək tələb olunarsa;
- 3) hər hansı səbəbdən həmkarları başqa jurnalistlərə və ya ictimaiy-yyətə mənfi adam kimi tanıdırlarsa;
- 4) yaradıcılıq rəqabətini yanlış anla-maq üzündən və ya başqa sub-yektiv səbəblərdən həmkarlarına peşə borclarını yerinə yetirməkdə qəsdən mane olunarsa;
- 5) redaksiyada tutduğu vəzifədən sui-istifadə edərək ilk jurnalist təşkilatının işinə əngəl törədilsə və ya onun sərbəstliyi məhdudlaşdırılsa.

Jurnalist peşə şərəfini zaman və mə-kandan asılı olmayaraq unutmamalıdır. O, həmkarlarının hörmətini saxlamalı, onların yaradıcılığını və peşə ustalığını qiymətləndirməyi bacarmalı, nüfuzlarına

¹Əliyev V. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006, səh. 140.

xələl gətirəcək ifadə, mülahizələr işlətməməli, onların etibarından sui-istifadə etməməli, peşə borclarının icrasına hər hansı bir şəkildə mane olmaqdan çəkinməlidir.

Jurnalist peşə ustalığının, yaradıcılıq imkanlarının artırılmasında həmkarlarına kömək etməli, çətinliyə, çıxılmaz vəziyyətə düşmüş qələm yoldaşına yardım göstərməlidir. Lakin peşə həmrəyliyi həqiqətə, obyektivliyə, haqq və ədalətə qarşı yönəldilməməlidir. Jurnalist sülhün, humanizmin, demokratiyanın, tərəqqinin, qəsbkarlıq ideyalarına qarşı hərəkətin müdafiəsi işində dünyanın bütün jurnalistləri ilə həmrəy olmalı, öz həmkarlarının professional hüquqlarına hörmət etməli, sağlam rəqabətin şərtlərinə əməl etməlidir.

Peşə həmrəyliyi prinsipinin yuxarıda sadaladığımız müddəaları bir çox beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz əksini tapıb. Onları nəzərdən keçirək:

- Fransa Jurnalistlərinin Milli Həmkarlar İttifaqının Fransız Jurnalistlərinin professional borcu xartiyası. Maddə 3: “Professional məsələlərdə jurnalist öz həmkarının hüquqlarını müdafiə edir”; Maddə 9: “Digər jurnalistin fəaliyyətini öz adına yazmır, iş yerində onu özündən asılı vəziyyətə salmağa çalışmır”¹.
- İsveçrə Jurnalistlər Federasiyasının Jurnalist hüquq və öhdəliklərinin deklarasiyası. Maddə 10: “Jurnalist yalnız Redaksiya rəhbər-

liyindən müvafiq tapşırıqlar ala bilər...”².

- Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etik Kodeksi. Maddə 2: “Jurnalist ölkə qanunlarına hörmətlə yanaşır, lakin məsələ professional borcun yerinə yetirilməsi ilə bağlı olarsa, yalnız öz həmkarlarının yurisdiksiyasını qəbul edir”³.
- Azərbaycan Respublikası Jurnalistinin Peşə Etikasına Kodeksi. Maddə 8. Peşə həmrəyliyi: “Jurnalist özünün peşə şərəfini zaman və məkandan asılı olmayaraq unutmur. Həmkarlarının hörmətini saxlayır, onların yaradıcılığını və peşə ustalığını qiymətləndirməyi bacarır, nüfuzlarına xələl gətirəcək ifadə, mülahizələr (yazılı və ya şifahi) işlətmir. Həmçinin onların etibarından sui-istifadə etmir, peşə borclarının icrasına hər hansı bir şəkildə mane olmaqdan çəkinmir”⁴.

Cavab və təkzib vermək hüququ

Jurnalistikada xidməti etikanın vacib məqamlarından biri də cavab və təkzib vermək hüququnun tanınmasıdır.

Materialda yanlışlığa yol verilərkən jurnalist təkzibin vaxtında çap edilməsinə, məsələyə aydınlıq gətirilməsinə nəzarət etməli, mənəvi ziyan dəymiş şəxsdən üzr istəməlidir. Vətəndaşların cavab dərc etdirmək və öz münasibətini bildirmək hüququna jurnalist hörmətlə yanaşmağa borcludur.

¹Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.- во “Галерия”, 1999, səh. 201.

²Ibid. Səh. 207.

³Ibid. Səh. 215.

⁴Azərbaycan Respublikası jurnalistinin peşə etikasına kodeksi. Bakı, 2009, səh. 3.

Vətəndaşların cavab və ya təkzib vermək hüququna jurnalistin hörmət etməli olduğu barədə müddəalar bir çox beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz əksini tapıb. Onları nəzərdən keçirək:

- Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası Jurnalist Davranışı Prinsiplərinin Deklarasiyası. Maddə 5: “Jurnalist ciddi fəsadlar törədə biləcək informasiyaların düzəlişi və təkzibi üçün əlindən gələni etməlidir”¹.
- Belçika Jurnalist Fəaliyyətinin Prinsipləri Kodeksi. Maddə 7: “Yanlış çıxmış faktlar və informasiyalar heç bir məhdudiyyət olmadan mütləq düzəldilməli və qanuni cavab hüququ tanınmalıdır”².
- Böyük Britaniya Jurnalistləri Milli Şurasının Davranış Kodeksi. Maddə 4: “Jurnalist səhv olduğu ortaya çıxan məlumatları diqqətlə və tez bir zamanda düzəltməli, üzrxahlığın dəqiq ünvanı çatmasına nəzarət etməli, tənqidi şəkildə həssas məsələlərə toxunulduğu halda, vətəndaşların cavab vermək hüququna hörmət etməlidir”³.
- Almaniya Mətbuat Şurasının Publisistikanın Prinsipləri Mətbuat Kodeksi. Maddə 3: “Sonradan doğru olmadığı məlum olan xəbər və məlumat yayımlayan mətbuat orqanı, dərhal və öz təşəbbüsü ilə uyğun şəkildə düzəliş verməlidir”⁴.

- Portuqaliya Jurnalistləri Deontologiya Kodeksi. Maddə 5: “Jurnalist peşə fəaliyyətinin nəticələrinə görə məsuliyyət daşmalıdır, yanlış olduğu məlum olan informasiyalardakı səhvlərini düzəltməlidir”⁵.
- Türkiyə Mətbuat Şurasının Mətbuatın professional prinsipləri kodeksi. Maddə 16: “Mətbuat, barəsində yanlış bilgiler yayımlandığı halda, vətəndaşların təkzib vermək və ya cavab dərc etdirmək hüququna hörmətlə yanaşmağa borcludur”⁶.
- İsveçrə Jurnalistlər Federasiyasının Jurnalist hüquq və öhdəliklərinin deklarasiyası. Maddə 5: “Yanlış olduğu məlum olduğu təqdirdə, onlar, məlumatın tamamını və ya ayrı hissələrini düzəldirlər”⁷.
- Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etik Kodeksi. Maddə 3: “Jurnalist bilmədən səhv məlumat çap etdirsə, sonradan onun düzəldilməsi üçün əlindən gələni etməlidir. Lazım gələrsə, hətta jurnalist üzr istəməkdən belə çəkinməməlidir”⁸.
- Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları. Prinsip 3.4: “Jurnalist və kütləvi informasiya vasitəsi buraxdığı səhvi, həmin səhvi kimin müəyyən etməsindən asılı olmayaraq, maksimum qısa müddətdə və tam həcmdə aradan qaldırmaqlıdır. Düzəliş zamanı aydın olma-

¹ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.- во “Галерия”, 1999. səh.21.

² İbid. Səh. 104.

³ İbid. Səh. 107.

⁴ İbid. Səh. 123.

⁵ İbid. Səh. 178.

⁶ İbid. Səh. 195.

⁷ İbid. Səh. 207.

⁸ İbid. Səh. 215.

lıdır ki, əvvəl verilən məlumat tam, yoxsa konkret hansı hissədə səhvdir”¹.

Təqsirsizlik prezumpsiyası

Xidməti etikada digər bir vacib məqam təqsirsizlik prezumpsiyasıdır. Məhkəmə işinin və təhqiqatının çap edilməsi azad olmalıdır. Lakin jurnalist bu cür materiallar üzərində işləyərkən öz subyektiv mövqeyini əsla ortaya qoymamalıdır. Məhkəmə yekun qərar çıxarmayanadək jurnalistin müttəhimi müqəssir adlandırması yolverilməzildir və professional etik normaların kobud surətdə pozulması deməkdir.

Təqsirsizlik Prezumpsiyası beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz əksini tapıb. Onlara diqqət yetirək:

- Almaniya Mətbuat Şurasının Publisistikanın Prinsipləri Mətbuat Kodeksi. Maddə 13: “Məhkəmə işinin və təhqiqatın gedişatının çap edilməsi azad olmalıdır. Bununla əlaqədar olaraq, prosesin əvvəlində və gedişatında mətbuat hər hansı tərəfi tutmaqdan çəkinməlidir. Məhkəmə yekun qərar çıxarmayanadək jurnalistin müttəhimi müqəssir adlandırması yolverilməzdir”².
- Portuqaliya Jurnalistləri Deontoloji Kodeksi. Maddə 7: “Jurnalist məh-

kəmə hökmü elan edilənədək təqsirsizlik prezumpsiyasına hörmət etməlidir”³.

- Türkiyə Mətbuat Şurasının Mətbuatın professional prinsipləri kodeksi. Maddə 9: “Məhkəmə qərarı olmadan heç kim nədəsə günahkar elan edilə bilməz”⁴.
- Fransa jurnalistlərinin Milli Həmkarlar İttifaqının Fransız Jurnalistlərinin professional borcu Xartiyası. Maddə 14: “Jurnalist öz rolunu polis rolunu ilə qarışdırmamalıdır”⁵.
- Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etik Kodeksi. Maddə 5: “Jurnalist unutmamalıdır ki, məhkəmə qərarı olmadan heç kim günahkar elan edilə və ya cani kimi təqdim edilə bilməz”⁶.
- Azərbaycan Respublikası Jurnalistinin Peşə Etikas Kodeksi. Maddə 11: “Şəxsiyyətin paklığına və ləyaqətinə qarşı hərəkətlər: Aşağıdakılar şəxsiyyətin paklığına və ləyaqətinə qarşı yönəldilmiş hərəkətlər sayılır: ... §5. Məhkəmə qərarının qüvvəyə mindiyi vaxta qədər müttəhimin cinayətkar (və ya tamam günahsız) olduğu haqda bununla bağlı hüquq mühafizə orqanlarının işlərinə rəy yazırsa, hakimlərin toxunulmazlığına qəsd

¹ Azərbaycan Respublikası jurnalistinin peşə etikas kodeksi. Bakı, 2009, səh. 64.

² Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999, səh. 130.

³ İbid. Səh. 135.

⁴ İbid. Səh. 195.

⁵ İbid. Səh. 201.

⁶ İbid. Səh. 215.

xarakteri daşıyan informasiya verirə”¹.

- Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları. Prinsip 3: “Şərəf və ləyaqətin qorunması, şəxsi həyatın toxunulmazlığı. 3.7. Jurnalist, cinayətdə şübhəli bilinən şəxsin təqsirsizlik prezumpsiyası hüququna hörmətlə yanaşmalı, onu təqdim edərkən onun cinayətkar kimi yox, şübhəli qismində saxlanılan şəxs kimi təqdim etməlidir”².

Plagiat

Jurnalist peşə fəaliyyəti zamanı vicdanının diktəsi ilə hərəkət etməlidir. Jurnalist fəaliyyəti zamanı yalnız real hadisələrə, fakta əsaslanmalı, həmkarlarının və digər müəlliflərin intellektual mülkiyyətinə hörmətlə yanaşmalı, onların məhsullarından istifadə zamanı istinad etməlidir. Plagiat jurnalistikada ən şərəfsiz anlayışdır. Həmkarlarının və digərlərinin intellektual mülkiyyətini öz adına çıxan, oğurlayan jurnalist öz auditoriyasına, cəmiyyətə yalan məlumat verir. Etik kodekslərin hər biri plagiatı, yalanı qəbul etmir, ona qarşı sərt mübarizə aparır. Jurnalistikada peşəkarlıq, ləyaqət həm də digərlərinin əməyinə hörmətlə ölçülür. Plagiat qanunla qorunan müəllif hüquqlarının kobud şəkildə pozulması sayılır və aşkarlandıqda ictimai qınağa səbəb olur. Plagiat Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksində “yolverilməz hərəkət”, “ədəbi oğurluq” kimi qiymətlən-

dirilir və media vasitələrindən götürülməklə istifadə edilən “bütöv materiallar, yaxud qısa çıxarışların mənbələrini hər bir halda göstərmək” tələbi irəli sürülür. Kompilyasiyanın plagiatdan başlıca fərqi, onun bir deyil, bir çox mənbədən köçürmələrdən ibarət olmasıdır. Buna görə də kompilyativ əsərlərdə, adətən, faktlar dağınıq, fikirlər arasında əlaqə zəif olur.

Jurnalist qətiyyənlə digər həmkarlarının müəlliflik hüququnu məhdudlaşdıran hərəkətlərə yol verməməli, digərlərinin fikir və yazılarından mənbə kimi istifadə edərsə belə, istinad etməyi unutmamalı, başqasının yazdığını dövrü mətbuatda öz imzası ilə təqdim etməməlidir. Bu prinsipin pozulması nəinki professional peşə etikasına ziddir, eyni zamanda cinayət məsuliyyəti daşıyır.

Müəlliflik hüququna hörmək və plagiatın yolverilməzliyi demək olar ki, istisnasız olaraq bütün peşə etikasına kodekslərində öz əksini tapıb:

- Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası Jurnalist Davranışı Prinsiplərinin Deklarasiyası. Maddə 8: “Jurnalist tərəfindən professional pozuntu halları sayılan hərəkətlərə – plagiat, faktların bilərəkdən təhrif olunması, böhtan, təhqir və əsaslı olmayan ittihamlara, rüşvətə yol verə bilməz”³.
- Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etik Kodeksi. Maddə 8: “Jurnalist öz həmkarlarının professional hüquqlarına hörmət etməli, sağlam rəqabətin şərtlərinə əməl etməlidir.

¹ Azərbaycan Respublikası jurnalistinin peşə etikasına kodeksi. Bakı, 2009, səh. 5.

² Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları. <http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>

³ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.- во “Галерия”, 1999, səh. 22.

Jurnalist başqa imzalara hörmətlə yanaşmalı, müəlliflik hüququnu tapdalamamalıdır. Jurnalistikada pla-

giat yolverilməzdir. Həmkarlarının yazılarından istifadə edərkən jurnalist istinad etməyi unutmamalıdır¹⁴.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev V. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006.
2. Azərbaycan Respublikası jurnalistinin peşə etikas kodeksi. Bakı, 2009.
3. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları.
<http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
4. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə internet istifadəçiləri üçün İnsan Hüquqları Bələdçisinə dair Təvsiyəsi. CM/Rec (2014).
5. How to interview Sexual Abuse Victims. Marcia, 1995, Morgan, California, London.
6. Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во "Галерея", 1999.
7. Репортажи во имя перемен: Руководство для местных журналистов в кризисных регионах. М., 2009.

¹ İbid. Səh. 218.

Mövzu 10: Jurnalist yaradıcılığında etik standartlar

Dil və üslub məsələsi media məhsullarına, bütövlükdə mətbu orqanına auditoriyada nüfuz qazandıran başlıca şərtlərdəndir. Etiraf etmək lazımdır ki, sovet dövründə Azərbaycan ədəbi dilinin digər funksional üslubları ilə yanaşı, mətbuat üslubu da xeyli zənginləşmiş və sabit şəkllə düşmüşdür. Bir çox hallarda şərti olaraq “qəzet dili” adlandırılan bu üslub ədəbi dilimizin daha da inkişafına və tərəqqisinə kömək edir. Çünki müəyyən sözlər, ifadələr məhz media vasitəsilə ədəbi dildə sabitləşir, hamının istifadə etdiyi sözlərə və ifadələrə çevrilir.

Dilçilikdə ümumi dil vahidlərinin məqsədəuyğun işlədilməsini, priyomlarını, dilin funksionallaşmasının qanunauyğunluğunu öyrənən sahə üslubiyyat adlanır. Üslubiyyat termini dilçilik ədəbiyyatında, əsasən, iki mənada işlədilir:

1) Müxtəlif üslublar haqqında təlim. Dil və nitq üslublarını, janr üslubunu, fərdi üslubları araşdıran dilçilik sahəsi, elm, tədris fənni;

2) Dilin ekspressiv (ifadəlilik) vasitələri haqqında təlim.

Jurnalist yazıda və ya çıxışında fikrini düzgün ifadə etmək üçün sözləri mənaya uyğun seçməli, hər bir sözün mənə tutumunu bilməli, onları yerli-yerində işlətməlidir. Müsahibə zamanı sözlərin seçilib deyilməsinə, yumşaqlığına, ahənginə, vurğusuna fikir vermək hər bir jurnalistin mədəni səviyyəsinin göstəricisidir.

Q.Mixel üslubi normaları ədəb-ərkanla, insanın davranış normaları ilə eyniləşdirir. Jurnalistin nitqi və sualı eyni zamanda aydın və dəqiq olmalıdır. Nitq və ya sual aydın deyilsə, jurnalist öz məqsədinə çatmayacaq. Fikrin aydın izahı dəqiq və aydın düşünməyin, danışmağın və yazmağın əsas şərtidir¹. Dəqiqlik nitqin keyfiyyəti olaraq aydın düşünmə qabiliyyəti, nitqin predmetini, sözlərin mənalarını bilməklə əlaqədardır. Danışan və ya yazan dərk etdiyi situasiya və hadisəni sözlə ifadə etməyə can atır.

Ünsiyyət insanlar arasında birgə fəaliyyətin tələbatından törəmiş təmasın müəyyən edilməsi və inkişafına kömək göstərən mürəkkəb, çoxplanlı prosesdir. Ünsiyyət insanlar arasında qarşılıqlı əlaqə yaradan, dialektik bir prosesdir. Ünsiyyət həm fərdi həyatın “təzahür orqanı”, həm də insan həyatını mənimsəməyin ən başlıca vasitələrindəndir.

Kommunikativlik (ünsiyyət yaratma), interaktivlik (qarşılıqlı fəallıq) və qavrama ünsiyyətin səciyyəvi xüsusiyyətləridir.

Ünsiyyət, əsasən, 8 funksiya yerinə yetirir:

- 1) təmas;
- 2) informasiya;
- 3) sövqedicilik;
- 4) əlaqələndirmə;
- 5) anlaşılma;
- 6) amotiv (tərəfmüqabildə zəruri emosional həyəcan oymatma);

¹ Həsənov H. Nitq mədəniyyəti və üslubiyyatın əsasları. Bakı, Bakı Dövlət Nəşriyyatı, 1999. səh. 67.

7) münasibəti müəyyənətmə;

8) təsirgöstərmə.

Jurnalistikada ünsiyyət müsahib və ya informasiya mənbəyi ilə, mətbuat, TV və radio vasitəsilə auditoriya ilə olur. Hər iki halda jurnalistin bu ünsiyyət zamanı qarşısına qoyduğu məqsədə nə dərəcədə çata bilib-bilməməsi onun peşəkar kimi öz işini necə dərk etməsi və bu işin öhdəsindən necə gəlməsindən asılıdır.

Yüksək ideyalı, dərin məzmunlu, təsirli nitq həmişə xüsusi məharət və sənətkarlıq tələb edir. Əks təqdirdə, nitq insan qəlbinə, hissinə və zəkasına heç bir vaxt dərin təsir göstərə bilməz. Məlumdur ki, insan idrakı iki yolla – elmi-məntiqli və bədii-obrazlı istiqamətdə olur. Məhz buna görə natiq öz nitqinin ifadəliyinə xüsusi fikir verməlidir. Onun nitqi özünün dərin mündəricəsi və bitkin forması cəhətdən vəhdət təşkil etməlidir.

Natiqin nitqi dinləyicilərə solğun, davamsız, dəyişkən surətlərdən ibarət olan təsəvvür yaratmamalıdır. Dinləyicilər onun nitqinin təsir qüvvəsi ilə haqqında danışılanları görməli, duymalı, onlara fəal münasibət bildirməli və onlarla yaşmalıdır. Nitqdə fikir, məna və onun ifadə vasitələri möhkəm vəhdət təşkil etməlidir. Nitq fikrin və şüurun kommunikativ reallaşması, fikir isə gerçəkliyin əks olunmasıdır. Dil xalqın mənəvi cəhətdən birləşməsi, fikir mübadiləsinin güdrətli vasitə və silahıdır.

Səlis, aydın, zəngin ifadəli nitqdə ədəbi dilin normalarını və xüsusən də üslubiyyəti, üslub qaydalarını, dil vahidlərindən məqsədəuyğun istifadə yollarını bilmək əsas şərtidir. Hər bir jurnalist nitq mədəniyyətinə yiyələnmək üçün ədəbi dilin qayda və qanunlarını, onun fonetik, leksik-semantik, orfoqrafik və orfoepik,

morfoloji və sintaktik, üslubi və poetik normalarını yaxşı mənimsəməli və onları nitqdə düzgün tətbiq etməyi bacarmalıdır. Hər bir jurnalist nitq mədəniyyətinin aktual məsələlərinə yiyələnməlidir. Jurnalistin auditoriya və ya müsahibi qarşısında davranışı, ədəb qaydalarını gözləməsi, öz davranışı və sualları ilə maraqlı tərəf olmadığını nümayiş etdirməsi, nitqində qüsurlara yol verməməsi, ədəbi dilin qrammatik qaydalarını gözləməsi və ümumiyyətlə, əvvəlcədən hazırlaşaraq auditoriya və ya müsahibi qarşısında çıxış etməsi və s. bu qəbildəndir. Belə ki, nitqin düzgünlüyü ədəbi dilin normalarının mənimsənilməsindən, dil vasitələrinin düzgün tətbiqindən asılıdır. Nitqin düzgünlüyü ədəbi dilin mənimsənilməsinin ilkin mərhələsidir. Mədəni nitq, sözün həqiqi mənasında, ədəbi dilə yiyələnməyin yüksək mərhələsidir. Deməli, ədəbi dilə yiyələnmədən, mədəni və düzgün nitqdən danışmaq artıqdır. Jurnalistin mədəni nitqində əsas məqsəd mövzu ilə əlaqədar auditoriyaya obyektiv məlumat verməkdir. Belə nitqdə fikir aydın, məntiqli və düzgün ifadə olunmalıdır. Məlumat bu zaman fikrin aydın və səlis ifadə edilməsi ilə müşayiət edilməlidir. Gözəl və mədəni danışmaq üçün zəngin söz ehtiyatına malik olmaq, dilin qrammatik qaydalarını kamil bilmək, ondan düzgün istifadə etmək lazımdır. Nitqi gözəlləşdirən, onun mədəni səviyyəsini yüksəldən dolğun məzmun əsas şərtidir. Nitq mədəniyyəti, danışiq mədəniyyəti özü yaradıcılıqdır.

Etik normalardan kənara çıxmayan, yararsız yad ünsürlərdən uzaq olan və milli ədəbi dilin qayda və qanunlarına uyğun gələn nitq təmiz nitq adlanır. Jurnalist təmiz nitqə sahib olmalıdır. Belə nitq dil vasitələrinin təhrif olunmasına,

ədəbi dilin normalarından kənara çıxmağa yol vermir. Jurnalistin nitqində vulqar sözlərdən və jarqondan istifadə yolverilməzdir.

Dinləyici və ya oxucunun çətinlik çəkmədən anladığı, başa düşdüyü nitq aydın sayılır. Nitqin aydınlığı, uyarlılığı dil vasitələrinin nitqdə məqsəd və ünsiyyətin tələbinə cavab verəcək şəkllə salınmasıdır. Jurnalist öz nitqinin və ya yazısının aydınlığına xüsusi diqqət yetirməlidir. Jurnalist bilməlidir ki, onun nitqi informasiya məqsədli vəzifəyə, şəraitə və auditoriyaya uyğun olmalıdır.

Burada jurnalistin haqqında yazdığı və ya danışdığı mövzunu necə dərinlən bilməsi və ya qavraması, məsələ bərəsində nə dərəcədə məlumatlı olması önəmli rol oynayır. Danışan və ya yazan jurnalist üslubi qüsurlardan qaçmaq və nitqini informativ üsluba uyğunlaşdırmaq üçün, ilk növbədə, dilin strukturu haqqında geniş təsəvvürə malik olmalı, ikincisi, dildən istifadə etməyi bacarmalı, üçüncüsü, auditoriyaya təqdim edəcəyi informasiyanın həcmi haqqında aydın və dəqiq təsəvvürə malik olmalı, dördüncüsü, əxlaqi-psixoloji faktorların rolunu qiymətləndirməyi bacarmalıdır. Nitqin dilin ünsiyyət mühitinə uyğunluğu, məzmunu, məqsədə və dinləyicilərin səviyyəsinə müvafiq qurulması vacibdir. Bu, nitqin zənginliyi üçün əsas şərtidir.

Jurnalistin nitqi ifadəli olmalıdır ki, auditoriya onun verdiyi informasiyanı asanlıqla qavraya bilsin. İfadəli nitq dinləyicilərin və ya oxucuların həmişə diqqət mərkəzindədir. Nitqin ifadəliliyi, onun tərkibindəki informasiyanın auditoriyaya aydın və anlaşılın formada çatdırılması deməkdir. Jurnalistin nitqində və ya ya-

zısında məntiqlilik gözlənilməlidir. Fikrin məntiqliliyi dedikdə gerçəkliyin obyektlərinin, faktların əksinin düzgünlüyü nəzərdə tutulur. Jurnalist öz nitqində və ya yazısında konkretliyi və yığcamlılığı gözləməlidir. Yığcam nitq jurnalistdən dərin bilik, həssas düşüncə, zəngin lüğət ehtiyatı tələb edir. Yığcamlıq məzmunu dolğun əhatə edən adekvat formadır. Burada fikir geniş, sözlər az, məna dərin olmalıdır. Jurnalistin nitqində və yazısında sadəlik də olmalıdır. Nitqin və ya yazının sadəliyi üçün yığcamlıq, aydınlıq, anlaşılıqlıq və cümlənin qısalığı əsas şərtidir.

Nitq mədəniyyətində mədəni danışiq etikası və müraciət qaydaları mühüm yer tutur. Hər bir insan ictimai yerlərdə, kollektivdə və ailədə danışiq etikasını gözləməli və kimə necə müraciət etmək qaydalarını yaxşı bilməlidir. IV hakimiyyətin nümayəndəsi olan jurnalist üçün isə bu daha çox gərəkdir.

Danışiq etikasının öz normalar sistemi mövcuddur. Bu sistemin komponentləri müxtəlifdir:

- 1) müraciət qaydaları;
- 2) şad və ya qəmli xəbərləri çatdırmaq qaydaları;
- 3) dinləmə qaydaları;
- 4) söhbətə qoşulmaq, müdaxilə qaydaları;
- 5) verilən suallara mədəni cavab vermək qaydaları;
- 6) mimika və jestlərdən məqamında düzgün istifadə etmək qaydaları.

Ünsiyyət mədəniyyəti nitq mədəniyyətinin tərkib hissəsidir. Jurnalistin müsahibinin sözünü yarımçıq kəsməsi, yersiz müdaxilə, onun fikrini öz istədiyi istiqamətə yönləndirmə və s. ünsiyyət mədəniyyətinin kobud surətdə pozulmasıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışı qaydaları.
<http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
2. Əliyev V. Beynəlxalq Jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı 2006.
3. Həsənov H. Nitq mədəniyyəti və üslubiyyatın əsasları. Bakı, "Bakı Universiteti" nəşriyyatı, 1999.
4. Jurnalist etikas. Yeni Nəsil Azərbaycan Jurnalistlər Birliyi. Bakı, 2000.
5. Məmmədli C.Ə. Müasir Jurnalistika. Bakı, "Bakı Universiteti" nəşriyyatı, 2003.
6. Media Etikas. Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
7. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. Москва, изд.-во Московского Университета, 1999.
8. Теплюк В.М. Этика журналистского творчества. Москва, изд.-во "Мысль", 1980.

Mövzu 11: İnformasiya ilə iş prosesində etik zərurətlər

“Jurnalist” dedikdə qeydə alınmış kütləvi informasiya vasitələrinin redaksiyası üçün materiallar toplanması, hazırlanması, redaktəsi ilə məşğul olan, onunla əmək və digər müqavilə münasibətinə görə bağlı olan, yaxud onun tapşırığı üzrə bu cür fəaliyyətlə məşğul olan şəxs nəzərdə tutulur.

Jurnalistin əxlaq normaları bu sahənin tarixi inkişaf prosesində formalaşmış. Norma davranışının ictimaiyyət tərəfindən qəbul edilən tipik variantlarını müəyyənləşdirir¹. Tarixən tipikləşən bu normalar jurnalisti məsuliyyətə və ciddiliyə dəvət edir.

Jurnalistin peşə əxlaqı ilə onun peşə borcu bir-birinə çox yaxındır. Borc jurnalistin cəmiyyət – oxucu, dinləyici, tamaşaçı qarşısında düzgün, obyektiv informasiyaya görə məsuliyyətini tənzimləyir². Jurnalist təkcə cəmiyyət qarşısında deyil, onun əsərlərinin əsl hakimi olan oxucu, tamaşaçı auditoriyası qarşısında da böyük məsuliyyət daşıyır.

Əxlaqi hisslər deyəndə biz insanın həyat həqiqətlərini dərk etmə anında cəmiyyətdə formalaşmış normalardan çıxış etməsini nəzərdə tuturuq. Jurnalistin əxlaqi hissləri və əxlaq çərçivəsində fəaliyyəti dedikdə isə, onun peşə borcuna, öz həmkarları arasında illərlə formalaşan professional ünsiyyətinə, özünün iş yoldaşları əhatəsində nüfuzuna münasibəti nəzərdə tutulur. Bu münasibətin dərinliyində jurnalistin yaradıcılıq üslubu

da öz əksini tapır. Jurnalistin peşə ləyaqətinin formalaşma prosesi bu məqamlarda baş verir. Peşə ləyaqəti jurnalistin nüfuzunun həmkarları arasında yerini müəyyən etməklə onun fərdi üslubunun da yetkinləşməsinə xüsusi şərait yaradır.

Jurnalistin ən ciddi peşə normalarından biri onun altruist xarakteridir. Bu xarakter jurnalisti ictimai marağı öz marağından üstün tutmağa çağırır. Jurnalist hər hansı bir şəxsi marağı üçün material hazırlamaq, yaxud şəxsi maraqdan doğan motivlərlə informasiyanı izləmək kimi hərəkətləri ilə özünü gözəndən salır. Belə jurnalist tezliklə informasiya mənbəyinin də gözündən düşür və o, hər hansı informasiya mənbəyinə müraciət zamanı haqlı etinasızlıq, etimadsızlıqla üzləşir.

Başqalarını hiss etmək, yeri gələndə dərdinə şərik olmağı bacarmaq jurnalistin obyektiv ifadəsinə – həm də cəmiyyətdə maraq doğuracaq ifadəsinə mütləq təsir göstərir. Bu mənada beynəlxalq jurnalistikada son vaxtlar “empatiya” anlayışı həm leksik vahid kimi, həm də peşənin bir məqamının ifadəsi kimi də dəbə minməkdədir. Yunan dilində olan “patho” (dərdə şərik olmaq) sözündən və özünə istiqamətləndirmək kimi anlaşılan “et” sözünü şəkilçisindən ibarət olan “empatiya” yaranışının ilk çağlarından etika və estetikanın predmeti kimi qəbul olunmuşdur. İstər estetikada, istərsə də jurnalistin peşə keyfiy-

¹ Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. Москва, изд.-во Московского Университета, 1999, s. 38.

² Ibid, s. 39.

yətlərində “empatiya” insanın özgə dərdini özünüküləşdirmək, başqasının dərdini, yaxud sevincini özünükü kimi qəbul etmək şəklində izah edilir¹. Peşə fəaliyyətinin çox böyük vaxt çərçivəsini cəmiyyət üzvləri arasında keçirən və əsasən, insanı obyekt seçən jurnalistin empatiya keyfiyyəti onun əxlaq normasında mühüm əlamət kimi qəbul oluna bilər.

Bu və ya digər şəxsə məlumat almaq üçün müraciət etməklə jurnalist bir sıra professional etik normaları həyata keçirməlidir. Onlardan biri mövzu çərçivəsində gözlənilən söhbətin mahiyyətinə dərinlən varmaq, məlumat mənbəyinin seçilməsi və tanışolma üsulları, o cümlədən həmsöhbətlə jurnalist arasında mənəvi inam yaradılmasıdır.

İlk mərhələ: məlumatın toplanması

İnformasiya toplanışı jurnalist üçün xüsusi fəaliyyət mərhələsidir: dərin obyektiv informasiya jurnalistə mənəvi hüquq nöqtəyi-nəzərindən tam müəyyənliyi səviyyəsində öz fikirini söyləməyə, problemə, adamların hərəkətlərinə qiymət verməyə imkan verir. İnformasiyanın toplanması, emalı və ondan istifadə edilməsi jurnalist işində mühüm rol oynayır. İnformasiya toplanmasının qeyd olunan mənbələrdən əldə olunması daha ciddi xüsusiyyətlərlə bağlıdır ki, bu zaman bir sıra insan qavrayışı ilə qanunların mürəkkəblikləri üzə çıxır. Bu ilk növbədə, jurnalist və vətəndaşlar arasında yaranan əlaqələrdən irəli gəlir. Jurnalist məlumat toplanışı zamanı öz çıxışının bütün güman ediləcək nəticələrini ölçüb-biçməlidir.

Bildiyimiz kimi, qəzet materialının hazırlanması, bir-birilə sıx bağlı spiralabən-

zər hərəkətlərdən-mərhələlərdən ibarətdir: mövzunun seçilməsi, məlumatların toplanması, həmin informasiyaların işlənmə metodlarının seçilməsi, faktların ümumiləşdirmələr əsasında şərh, fakta jurnalistin qiymət verməsi və məndən doğan nəticələr. Qeyd edək ki, bütün bu mərhələlər eyni zamanda jurnalistin dünyagörüşü və professional bilik və keyfiyyətləri ilə müəyyənləşir. Jurnalistin uğur qazanmağına təsir edən başlıca amillərdən biri də onun mənəvi zənginliyi və peşə etik normalarını dərinlən bilməyidir.

Bu keyfiyyətlər jurnalistin yaradıcılıq dönməndə, məlumat əldə etməsi üçün müxtəlif insanlarla ünsiyyətdə olduğu zaman başlıca rol oynayır.

Jurnalistin ona məlumat verən şəxslə ünsiyyəti, struktur cəhətdən birmənalı deyil. Burada iki əsas mərhələ aydın surətdə seçilir. Birinci mərhələ materialın toplanması və hazırlanması dönməndə gərgin və aktiv informasiya yığıcı, müsahib və ya hadisə barədə məlumat verəcək şəxs haqqında bilgiler, tədqiqatı aparılan problem barədə məlumatlar ilə müşayiət olunan ünsiyyətdir. İkinci mərhələ isə materialın çap edilməsi və onun doğurduğu nəticələr ilə əlaqədardır. Bu mərhələyə birinciyə nisbətən az aktivlik və müxtəlif şəxslərlə ünsiyyət xarakterikdir. Bununla belə, qeyd etməliyik ki, jurnalist ünsiyyətinin hər iki mərhələsi bir-biri ilə qarşılıqlı surətdə bağlıdır: jurnalist ünsiyyət zamanı birinci mərhələdə özünü nə qədər çox etik normalar çərçivəsində aparırsa, ikinci mərhələ bir o qədər uğurlu alınır. Bu isə öz növbəsində hadisə barədə daha geniş və hərtərəfli məlumat almağa kömək edir ki, bununla da hazırlanan materialın obyektivliyi və

¹ Məmmədli C. Ə. Müasir Jurnalistika. Bakı, “Bakı Universiteti” nəşriyyatı, 2003, s. 124.

etikliyi təmin olunur¹. Məlumatların yığılması dönməndə müxtəlif faktorların prinsipial qiymətləndirilməsi mənəvi normalara sadıq olan jurnalisti bəzən öz ilkin fikrini dəyişməyə, mövzudan imtina etməyə məcbur edir. Bu zaman jurnalist redaksiyaya necə deyərək ya “əliboş qayıdır”, ya da gözlədiyinin əksini gətirir. Bu zaman jurnalist aydın başa düşməlidir ki, məlumatların toplanması, mövzunun müəyyənləşdirilməsi olan məqsədə çatmağın bir üsuludur. Professional, etik nöqtəyi-nəzərdən məlumatların toplanması zamanı informasiyanı ötürən mənbənin obyektivliyini, sanballılığını, mötəbərliyini, xarakterini tam müəyyənləşdirmək vacibdir. Yalnız bu yolla jurnalist həm özünün, həm də yazısının cəmiyyətdə ciddi qarşılmasını təmin edə bilər.

Reportaj zamanı diqqət edilməli məqamlar

Jurnalist məlumat toplayarkən standart vəziyyətlərdə müsahibədə, mətbuat konfranslarında, sənədlərdən, diktofon və kameradan istifadə edərkən müəyyənləşdirilmiş etik normalara riayət etməlidir. Onları nəzərdən keçirməyə çalışaq.

İlk növbədə jurnalistin müsahib və ya mənbə ilə ünsiyyəti zamanı əməl etməyi vacib olan etik normalar üzərində dayanacaq. Ünsiyyətin uğurlu alınması jurnalistin söhbətə qoşulması və insanlarla əlaqə yaratması bacarığından asılıdır.

Bu zaman jurnalist elə bir mühit yaratmalıdır ki, müsahibi özünü sərbəst hiss etsin. Söhbətin əvvəlində jurnalist gərək müsahibinə öz obyektivliyini və xoş münasibətini nümayiş etdirdirsin.

Bəzi jurnalistlər müsahibəyə, adətən, mövzuya daxli olmayan məsələlərdən

və ya incə, yerində olan zarafatla başlamağa üstünlük verirlər. Şübhəsiz ki, ünsiyyət zamanı müsahibin əhval-ruhiyyəindən, xarakterindən, onu əhatə edən mühitdən, söhbət açılacaq mövzudan çox şey asılıdır.

Müsahibəyə başlarkən jurnalist nəzərə almalıdır ki, şəxsi gərginliyi azaldan, maksimal effekt verən məlumatları ilk növbədə soruşsun. Bu, müsahibin həvəslə müsahibəyə başlanmasına da təkan verə bilər. Müsahibə danışımağa imkan verən kontaktın tez qurulması, müvafiq atmosferin yaradılması, jurnalistin qarşısındakı şəxsin psixoloji vəziyyətini öyrənməsindən, ikincinin həyəcan diapazonuna müvafiq olaraq özünü kökləməsindən asılıdır.

Jurnalist həmçinin müsahibinin etibarını da qazanmalıdır. Bu isə, ilk növbədə, bundan əvvəlki görüşlərdə jurnalistin həmin adamın yaddaşında necə qalmasından asılıdır. Yalnız davamlı və uzunmüddətli ünsiyyət jurnalistlə məlumat verən mənbəni və ya müsahibi bir-birinə etibar edən tərəfdaşa çevirə bilər. Bəzən təkəcə jurnalistin özü yox, eyni zamanda onun təmsilçisi olduğu KİV-in də adı çox şeyi həll edir. Müsahibin KİV-ə simpatiyası olduğu kimi, antipatiyası da ola bilər. Bu isə həmin informasiya vasitəsinə və ya jurnalistə məlumat verməməsi ilə nəticələnə bilər. Ona görə də çalışmaq lazımdır ki, jurnalist bütün etik normalara riayət edərək özünə tərəfdaş qazansın. Bu, jurnalistin həmin mənbələrdən istənilən zaman maraqlı, zəngin məlumatlar ala bilməsinə zəmin yaradır. Müsahibə obyektiv münasibət, onu informasiya verməyə maraqlandıрмаq, söhbətə cəlb etmək bacarığı, müsahibənin məcradan

¹ Теплюк В.М. Этика журналистского творчества. Москва, изд-во “Мысль”, 1980, с. 66.

çıxdığını gördükdə etik normaları pozmadan söhbəti axarına qaytarmaq, müsahibə verən şəxsə hörmət etmək, onu layiqincə qiymətləndirmək, hətta razılaşmadığınız fikir belə söylərsə, sözlərinə hörmətlə yanaşmaq, sözünü kəsmək, bütün hallarda danışmaq və polemika etikasına riayət etmək jurnalistin hər bir müsahibinə göstərməli olduğu vacib etik normalardır. Jurnalist müsahibə zamanı artıq jestlərə yol verməməli, həmin şəxsin fikrinə müdaxilə etməməli, özünü etik çərçivədən kənarında aparmamalıdır. Jurnalist hətta sualların qoyuluşuna da diqqət etməli, həmin suallarla müsahibini təhqir etməməli, onu nədəsə suçlayıb ittiham etməməlidir. Jurnalist müstəntiq deyil. Məsələn, 44 günlük Vətən müharibəsi başlayan vaxtdan Ali Baş Komandan İlham Əliyevin yerli kütləvi informasiya vasitələri ilə yanaşı, transmilli media orqanlarına verdiyi silsilə müsahibələrini təhlil etsək, görürük ki, bu müsahibələrdə bəzi xarici media orqanlarının təmsilçilərinin müəyyən məqamlarda spontan qərəzli sualları, birtərəfli mövqeləri sərgilənmişdir. Bu da etik prinsiplərin, yarıdıcılıq kodekslərinin ciddi şəkildə pozulması demək idi. Buna baxmayaraq, prezidentin “Əl-Cəzirə”, “TRT Haber”, “CNN-Türk”, “Euronews”, “CNN international”, “Haber Qlobal”, “France 24”, “Nikkei”, “Foks News”, “RAI-1”, “ARD”, “BBC News”, “TASS”, “ORT”, “EFE” və digər informasiya vasitələrinə verdiyi müsahibələri informasiya diplomatiyasının bariz nümunəsi hesab etmək olar.

Peşəkarlıq, etika baxımından sual aydın, korrekt, qısa olmalı, müəllifin mövqeyini bildirməməlidir. O, sualın tonuna və formasına fikir verməlidir. Jurnalist

müsahibə götürdüyü şəxsin intim həyatına baş vurmamalıdır. Bu səbəbdən jurnalist müsahibə götürməyə gedərkən nəinki müsahibi haqqında ətraflı məlumata malik olmalı, hətta əvvəlcədən danışılacaq mövzunu və suallarını da müəyyənləşdirməlidir.

İnformasiyanın kollektiv mənbəyi müxtəlif toplantılar, mətbuat konfransları, “dəyirmi masa”lar, disputlar, diskussiyalar, ictimai-siyasi məzmunlu yığıncaqlardır. Bu hallarda jurnalist bütün formal etik qaydalara əməl etməlidir. Çıxış edənlərə diqqətlə qulaq asmaq və məsələnin mahiyyətinə varmaq həmin anda jurnalistin əsas işi olmalıdır. Jurnalist özü haqqında müsbət təsəvvür yaratmaq üçün, ilk növbədə, iki şeyə fikir verməlidir: davranış qaydalarına və ciddi, məsələnin mahiyyətinə vardığını sübut edən sualların verilməsinə. Bu cür yerlərdə etik davranışı şərtləndirən əsas amil tərəflərin eyni hüquqlu olmasına hörmət etmək və polemika mədəniyyətinə əməl etməkdir.

Rəsmi sənədlərlə iş zamanı diqqət edilməli məqamlar

Jurnalist rəsmi sənədlərlə işlərkən də bir sıra etik normaları gözləməlidir. Rəsmi sənəd dedikdə foto, video-audio kaset, rəsm, press-relizlər, məlumat bülletenləri, sosioloji sorğuların nəticələri, statistik məlumatlar nəzərdə tutulur. Sənədlərlə işlərkən jurnalist unutmamalıdır ki, o, bilavasitə insanlarla, həmin sənədləri hazırlayan müəlliflə təmasa girir¹. Münaqişəli və mübahisə doğura biləcək materiallar hazırlayarkən jurnalist bu cür sənədlərə istinad etməyə borcludur. Həmin sənədlərlə işləyən jurnalist orada yazılan faktlara əlavə və düzəlişlər edə bilməz.

¹ Теплюк В.М. Этика журналистского творчества. Москва, изд-во “Мысль”, 1980, с. 67.

Sənədlərdə göstərilən faktları təhlil edərkən jurnalist obyektivliyə və qərəzsizliyə üstünlük verməlidir. Əks halda o, nəinki peşəkar-etik normaları pozur, həm də özü və təmsil etdiyi KİV barədə mənfi imic formalaşdırır. Jurnalist həmin faktlardan kiminsə əleyhinə və qəsdən gözədən salmaq üçün istifadə etməməlidir.

Sənədlərlə bərabər, hər hansı bir fakt barədə tam dolğun təsəvvür yaratmaq üçün jurnalistin özü də bir sıra müşahidələr aparmalı, həmin sənəddə göstərilən faktların dəqiqliyini digər mənbələrdən yoxlamalıdır. Anonim sənədlər aldıqda isə jurnalistin məsuliyyəti birə-beş artır. O unutmamalıdır ki, həmin sənədin tam yoxlamadan keçirilmədən dərc edilməsi kimlərsə həyatını acı edə bilər. Bu isə jurnalistə böyük mənəvi zərbədir. Sənəddəki faktlardan istifadə etdikdən sonra jurnalist onları saxlamalıdır. Sənədlərdən istifadə edərkən etik normaların pozulmasından biri də onun məzmununa xələl gətirəcək qısaltmaların edilməsi və məzmunca müxtəlif olan bir neçə sənədin bir material daxilində verilməsidir. Həmin sənədlər bir-birinin ardınca çap edilirsə, bu elə edilməlidir ki, oxucu onları bir-biri ilə qarışdırmasın.

Video və fotokameradan istifadə zamanı diqqət edilməli məqamlar

Jurnalist həmçinin diktofon və fotokameradan istifadə edərkən də müəyyən etik normalara riayət etməlidir. Diktofon və kameradan elə istifadə etmək lazımdır ki, müsahibə və ya informasiya verən şəxs bundan sıxılmasın və gərginlik hiss etməsin. Şəxsi söhbətlərdə də diktofondan istifadə etmək qeyri-etik sayılır. Bu, ilk növbədə, müsahibə verən şəxsə hörmətsizlikdir. Diktofonu həmçinin müsahibə verən şəxs xahiş edərsə,

söndürmək lazımdır. Qeyd etmək yerinə düşər ki, nitqində qüsuru olan şəxsi də diktofona danışdırmaq düzgün deyil.

Jurnalist yaradıcılığında materialın hazırlanması və çapı prosesi də mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məhz bu proses nəticəsində həmin material işıq üzünə görünür və auditoriyaya ötürülür.

İkinci mərhələ: İnformasiyanın hazırlanması və çap edilməsi

Etik nöqtəyindən nəzərdən informasiyanın əldə edilməsindən sonra gələn ikinci mərhələnin – informasiyanın hazırlanması və çap edilməsinin özəlliyi bundadır ki, məlumatlandırılan şəxslər – oxucular həmin materialları mütaliə edərkən bütövlükdə jurnalistin və təmsilçisi olduğu qəzetin mənəvi simasını göz önündə canlandırırlar. Əgər jurnalist böhtan yazırsa və təmsilçisi olduğu qəzet bunu çap edirsə, onda oxucu bütövlükdə həmin qəzeti və orada işləyən qələm sahiblərini böhtançı kimi tanıyacaq. Bu isə, öz növbəsində, qəzetin nüfuzuna, eyni zamanda əməkdaşlarının imicinə böyük zərbədir. Digər tərəfdən jurnalist, hazırladığı materialın çap edilməsi nəticəsində həmin yazının yüksək statuslu sənədə çevrilməsi və böyük təsir gücünə malik olmasını unutmamalıdır. Bu səbəbdən də jurnalist yazdığına cavabdeh olmalı, məsuliyyətsiz və qeyri-ciddi çıxışlar etməməli, həmişə öz yazılarında mənəvi dəyərlərə hörmət etməlidir.

Unutmaq olmaz ki, çap edilən yazılar konkret şəxslərin həyatına təsir edir. Bu səbəbdən də həqiqət və obyektivlik jurnalistin üstün mənəvi keyfiyyətləri olmalıdır. Nəticənin kifayət qədər əsaslandırılması və materialda biri-birini təkzib edən fikir və faktların yer tapması peşə etikasının pozulması deməkdir. Buna

görə də yazı üzərində işləyən jurnalist obyektivliyə üstünlük verməlidir.

Jurnalist əldə etdiyi hər hansı bir məlumatı işləyərkən onun bütövlüyünə və dəqiqliyinə olduğuna tam əmin olmalıdır. Faktların mötəbərliyini yoxlamaq metodları isə müxtəlifdir. Bu zaman şübhəli görünən faktla müqayisə etmək üçün başqa şifahi və yazılı məlumatlar toplamaq gərəkdir, həmin məlumatların dəqiqliyi heç bir şübhə oyatmamalıdır. Belə bir şübhə varsa, onda jurnalist digər mənbələrə də baş vurmaldır¹.

Lakin təcrübədən məlumdur ki, bəzi jurnalistlər bunu etməyə çalışmırlar. Halbuki yoxlanılmamış və qeyri-dəqiq informasiyanın mətbuata çıxarılması, həmin materialın müəllifi olan jurnalistin peşə etikasını kobud surətdə pozması deməkdir. Faktları toplayarkən jurnalist öz subyektiv fikirlərini əsas götürməməlidir. O, elə faktları seçməlidir ki, yazdığı yazıda müəllif kimi mövqeyi ortaya qoyulmasın. Unutmaq olmaz ki, auditoriya jurnalistdən obyektiv materiallar gözləyir. Bunu etməmək isə heç bir etik nöqtəyindən nəzərdən düzgün hesab edilə bilməz. Jurnalist çalışmalıdır ki, ortaya qoyduğu faktlar və yazı heç bir insanın taleyi ilə amansız oyun oynamasın. Bir yazı ilə kiminsə həyatını öz axarından çıxarmaq asan olduğu kimi onu əvvəlki yerinə döndərmək də olduqca çətindir².

Bu səbəbdən jurnalist hər hansı kriminal və ya istintaq materialları əsasında yazı yazarsa, öz qələminin məsuliyyətini tam dərk etməlidir. Çalışmalıdır ki, məqalədə yer alan şəxslərin adları anonim və ya şərti adlarla əvəz edilsin (istintaq bitməyibse və materialda gedən faktların dəqiqliyinə şübhə varsa).

Unutmaq olmaz ki, çap edilən material orada adıçəkilən insan üçün onu əhatə edən çevrədə – ailə üzvləri, qohumlar, qonşular, dostlar, iş yoldaşları arasında – problemlər yarada bilər. Bu baxımdan jurnalist topladığı faktları nəzərdən keçirərkən son dərəcə ehtiyatlı olmalıdır.

Jurnalistin şəxsi söhbətlər zamanı ortaya çıxan faktları da qələmə alması etika baxımından düzgün sayıla bilməz. Əgər kimsə ona ürəyini açıbsa, jurnalist buna sayğı ilə yanaşmalıdır. O yalnız həmin faktları, onu deyən şəxsin razılığı ilə çap edə bilər. Əgər çap ediləcək material tənqidi xarakter daşıyarsa, onda jurnalist həmin yazının cəmiyyət üçün nə dərəcədə vacib olub-olmadığını öz-özünü müəyyənləşdirməlidir. Həmin materialda adıçəkilən şəxsin həyatda necə insan olduğunu araşdırmaq lazımdır. Tənqidi materiallarda, jurnalist etik çərçivəni gözləməyə, necə deyirlər, “əndazəni aşmamağa” borcludur. Jurnalistin şəxsi ədavəti olan şəxs haqqında mənfi çalarlı yazı yazması və bununla da ondan əvəz çıxmağa çalışması da qeyri-etik hal hesab edilir.

Əksər professional jurnalistlər hesab edirlər ki, bu cür hərəkətlər jurnalistin cəmiyyətdəki statusundan sui-istifadə etməsidir, bunu isə etik hərəkət adlandırmaq çox çətindir.

İnformasiyanın qeyri-obyektiv qiymətləndirilməsi səbəbləri və müvafiq olaraq məlumatı verən mənbə və auditoriya ilə qeyri-etik davranışın jurnalistin psixoloji xüsusiyyətləri ilə bağlılığı da ola bilər. Polşa alimi S.Kovalski bu səbəbləri bir sıra qruplara ayırır. Onların arasında daha çox vurğulanan jurnalistin öz proqnozlarına

¹ Теплюк В.М. Этика журналистского творчества. Москва, изд-во “Мысль”, 1980, s.104.

² Ibid, s.111.

aludə olmasıdır. Bu zaman müəllif öz fərziyyələrinə kritik yanaşmır və yazıda əsas kimi subyektiv baxışlarını götürür.

Jurnalistin subyektivizmi həmçinin ortada olan faktları qəbul etməməkdə, bir növ onları “görməzliyə” vurmaqda da özünü nümayiş etdirir. Belə olan halda hətta dəqiq faktlar belə, həqiqətin təhrif edilmiş mənzərəsini yarada bilər.

Jurnalist müəyyən problemə həsr olunmuş yazı işləyərkən ona məlumatları ötürmüş mənbənin də zərbə altında qalmasına yol verməməlidir. Əks halda, jurnalistin imicinə xələl gətirməklə yanaşı, ikinci bir adam – mənbə üçün də yersiz problemlər yarada bilər. Aydın məsələdir ki, mənbəyini təhlükədən qoruya bilməyən və onun qanuna müvafiq qaydada gizli saxlanmasına təminat ver-sə də, bunu yerinə yetirə bilməyən jurnalistlərlə, sonra heç kim əməkdaşlıq etmək istəməz¹.

Mənbəni gizli saxlamaq

Jurnalistin öz mənbəyini gizli saxlamağa (o bunu xahiş edib-sə) borclu olduğu Beynəlxalq Jurnalist Təşkilatının etik kodeksində də öz əksini tapıb. Kodeksdə bildirilir ki, jurnalist ona informasiya ötürən mənbənin anonimliyini qorumazdan əvvəl, onun məqsədlərini aydınlaşdırmalıdır və yalnız bundan sonra mənbənin anonimliyini qorumağa söz verməli və bunu yerinə yetirməlidir².

Jurnalist həmçinin onu da unutmalıdır ki, kiminsə haqqında məlumat ötürən mənbənin həmin adamla ədavəti ola bilər. Bu isə mənbənin ötürdüyü qərəzli və dəqiq olmayan məlumatların

qəzet səhifələrində yer alması ilə nəticələnəcək. Yazı müəllifi çalışmalıdır ki, mənbə mötəbər olsa belə, əlinə keçən faktları paralel olaraq başqa kanallarla da yoxlasın. Yalnız bu zaman onun yazısı obyektivliyi və qərəzsizliyi ilə seçilə bilər. Əks halda, jurnalist özü də bilmədən kimlənsə ədavətində istifadə edilən “silah” funksiyasını yerinə yetirəcək. Bu isə nəinki jurnalist etikasının pozulması, hətta qeyri-peşəkarlıq hesab edilə bilər.

Beynəlxalq Jurnalist Təşkilatlarının etik kodeksində də birmənalı şəkildə vurğulanır ki, Jurnalist istənilən mənbədən əldə edilən informasiyanın mötəbərliyini yoxlamalı və qəsdən olmasa belə səhvə yol verməməlidir³. Eyni zamanda həmin yazıdakı faktları yoxlamağa vaxt yoxdursa, o zaman qəzet hazırkı çıxan nömrəsində bu cür materialın hazırlanması barədə anons verə, material isə gələn nömrəyə saxlanıla bilər. Belə bir yanaşma etik olduğu üçün daha peşəkardır.

Təzkib

Jurnalist yazısında faktların və hadisələrin təhrifinə yol verilib-sə, redaksiya şikayətçi tərəfin təzkibini çap etməyə borcludur.

Təzkib həmin yazının getdiyi səhifədə, eyni sütunda və tirajda çap olunan növbəti nömrədə verilir. Etik nöqtəyi-nəzərdən redaksiya təkcə təzkibi dərc etməklə kifayətlənməməli, həmçinin şikayətçi tərəfə üzrxahlıq məktubu göndərməlidir.

Jurnalistin yaradıcılığının bütün mərhələlərində etik davranışlara riayət etməsi onun peşəkarlığının göstəricisi, uğurlarının təminatıdır.

¹ Теплюк В.М. Этика журналистского творчества. Москва, изд-во “Мысль”, 1980, s. 114

² Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.- во “Галерия”, 1999, s. 23

³[8, s. 23]

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. Москва, изд.-во Московского Университета, 1999.
2. Буева Л.Н. Человек: деятельности и общение. Москва, изд.-во Мысль, 1978.
3. Jurnalistin hüquq məsləhətçisi. Media hüquqları İnstitutu. Bakı, "Patronat-S" nəşriyyatı, 2003.
4. Məmmədli С.Ə. Müasir Jurnalistika. Bakı, Bakı Dövlət Universiteti nəşriyyatı, 2003.
5. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
6. Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice, P.L.Plaisance (2013).
7. Media Ethics at Work: True Stories from Young Professionals, L.A. Peck & G.S. Reel (2013).
8. Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.- во "Галерея", 1999.
9. Теплюк В.М. Этика журналистского творчества. Москва, изд.-во "Мысль", 1980.

Mövzu 12: Mənbələr və onların qorunması

İnformasiya mənbəyi məqalənin bel sütünüdür. Yaxşı mənbə tapsanız, məqaləniz öz-özünə yazılacaq. Normal mənbəniz olmasa və mövzunuz nə qədər uğurlu olsa da, o dərc olunmayacaq. Peşəkar və etik jurnalistikadan danışırıqsa, yalançı jurnalistlərdən uzaq dururuq. Peşəkar və etik jurnalist özündən hadisə yaratmır, uydurmur. O, hər zaman kiməsə və nəyəsə istinad edir. Buna qısaca “informasiya mənbəyi” deyilir. Təbii ki, kimlər və nələr informasiya mənbəyi ola bilər, bu da mövzunun tərkib hissəsidir. Bütün insanlar və bütün sənədlər, bəyanatlar potensial informasiya mənbəyi rolunu oynaya bilər, şərtir ki, onların arasından daha mötəbərləri seçilsin və təqdim olunsun. Jurnalistikada informasiya fəaliyyətin subyektidir, hadisənin obyektidir, yəni jurnalist konkret məlumatı almaq üçün şəxslərlə əlaqə yaradır. İnformasiya harada “gizlənilir” sualına ən ideal cavab elə “mənbə” deməkdir.

Jurnalistikada açıqlanması zəruri olmayan informasiya mənbələri də var. Bunlara anonim, konfidensial mənbə də deyilir. Anonim mənbə odur ki, onun kimliyi barədə hamı məlumatlıdır, yəni bütün redaksiya. Konfidensial mənbə budur ki, onun mövcudluğu barədə yalnız bir nəfər məlumatlı olur, yəni jurnalist. Hətta həmin jurnalistin redaktoru mənbənin nə üzünü görür, nə də adını eşidir. Buna ən bariz misal məşhur Uotergeyt qalmaqlarında konfidensial mənbədir. Onun gizlin adı “Dərin hülqum (Deep throat)” olur.

Onun kimliyi hadisədən 30 il sonra açıqlanır.

Mənbələrin qorunması məsələsi beynəlxalq qanunvericilikdə müəyyən olunmuşdur və xüsusi olaraq da BMT, Avropa Şurası, Amerika Dövlətləri Təşkilatı, Afrika Birliyi və ATƏT tərəfindən tanınır. Faktiki olaraq da, Avropa İnsan Haqları Məhkəməsi də qərara almışdır ki, bu ifadə azadlığının əsas vacib hissələrindəndir.

Aparıcı media orqanları mümkün olan bütün hallarda informasiyanın mənbəyini açmaq qaydalarına əməl edir. Mənbənin açıqlanmaması barədə razılıq əldə edilibsə, bu barədə informasiya heç vaxt redaksiyadan kənara çıxmayacaqdır. Anonim informasiya mənbəyindən istifadə edərkən jurnalist bu mənbəni leqallaşdırmağa cəhd göstərməlidir. Bu cəhd baş tutmadıqda informasiyanı başqa mənbədə axtarmaq lazımdır. Bu da baş tutmasa, jurnalist mənbəni niyə göstərmədiyini öz yazısında mütləq qeyd etməlidir.

Bununla belə, təxmini də olsa, informasiyanın mənbəyini göstərmək həmişə mümkündür. Ləqəbdən istifadə etməyə icazə verilmir.

Qeyri-bərabər və qeyri-düzgün informasiyanın geniş yayıldığı müasir dövrimizdə informasiyanın qaynaqlandığı mənbənin də hansı olması çox önəmlidir. İnformasiya axınındakı qeyri-bərabərlik və biryönlülük, eyni zamanda çoxtərəfli asılılığın yaranmasına, çoxyönlü təsirliliyə səbəb olmaqdadır. Dörd

böyük informasiya agentliyinin hazırladığı və dünyaya yaydığı xəbərlər daha çox inkişaf etmiş Qərb ölkələri ilə bağlıdır. Bundan başqa, hazırlanan məlumat inkişaf etmiş Qərb ölkələrində var olan düşüncə tərzinə uyğun şəkildə hazırlanır və ötürülür. Bilgi (informasiya) istehsalı və axınındakı mövcud önəmli tarazsızlıq mədəni asılılığın yaradılmasına kömək göstərməkdə və mədəni müstəmləkəçiliyin davam etməsinə də səbəb olmaqdadır.

Heç də həmişə informasiyalar mənbə ilə və ya düzgün mənbə ilə təqdim olunmur. Belə ki, jurnalist yayımladığı və ya dərc etdirdiyi xəbəri hansı mənbəyə istinadən hazırladığını vurğulamır. Bu isə auditoriyada həmin jurnalistə və onun çalışdığı kütləvi informasiya vasitəsinə qarşı inamsızlıq yaradır, həmçinin xəbərin doğruluğuna da şübhə oyadır. Bu hallardan qaçmaq üçün mütləq mənbə göstərilməlidir. Xüsusilə, qərb mediası başda olmaqla əksər mətbuat orqanları, teleradio qurumları informasiyanın mənbəyinin göstərilməsinə böyük diqqət yetirirlər. Hətta mənbəyi məlum olmayan xəbərləri yayımlamaqdan boyun qaçırırlar.

Türkiyə təcrübəsi: Türkiyənin “Posta” qəzetinin elektron versiyasında 10 aprel 2012-ci il tarixli sayında yerləşdirilmiş “Norveç Kasabı'nın aklı başındaymış!” sərəlvhəli xəbərdə mənbə göstərilib. Xəbər Anadolu Agentliyinə (AA) əsasən hazırlanıb.

“Posta” qəzetinin çap versiyasında 2011-ci ildə işıq üzü görmüş saylarından birində yerləşdirilmiş “Geceliği 700 tl-e hapsedən” sərəlvhəli xəbərdə mənbə olaraq CNN göstərilib. Bununla belə, həmin saydakı bəzi xəbərlərdə mənbə göstərilməyib.

Türkiyənin “Hürriyyət” qəzetinin elektron versiyasında 10 aprel 2012-ci il tarixli sayında yerləşdirilmiş “Sony 10 bin kişiyi çıxarıyor, zarar beklentisi 6.4 milyard dollar” başlıqlı xəbərdə mənbə göstərilib. Xəbər Anadolu Agentliyinə (AA) əsasən hazırlanıb.

“Hürriyyət” qəzetinin çap versiyasında 2011-ci il saylarından birində “Lazkiyede kurulacak asgeri üsse İran desteği” sərəlvhəli xəbərdə mənbə göstərilib. Bu xəbər İngiltərənin “Daily Telegraph” qəzetinə əsasən hazırlanıb. Bununla belə, həmin sayın bəzi xəbərlərində mənbə göstərilməyib.

Türkiyədə çapdan çıxan digər mətbuat orqanlarına da nəzər salaıq. “Sabah” qəzetinin 2011-ci ildə çıxmış saylarından birində “Canlı türlerinin dördte biri biliniyor” sərəlvhəli yazıda mənbə olaraq “Reuters” agentliyinə istinad edilib. Lakin elə həmin qəzetin eyni sayında digər səhifədə yerləşdirilmiş bir neçə xəbərdə mənbə göstərilməyib.

“Star” qəzetinin 21 avqust 2011-ci il saylarından birində “İrandan amerikalı kampçılara 8`er yıl” sərəlvhəli, həmçinin “Katliamı yenidən yaşadılar”, “Kral Meksika Saat Kulesini açtı” başlıqlı xəbərlərdə də mənbə göstərilməyib.

“Sözcü” qəzetinin 2011-ci ildə işıq üzü görmüş bir sayında yerləşdirilmiş “Etna patlıyor onlar yatıyor”, “Lotodan 5 milyon dolar çıktı, 2 ay sonra öldü” sərəlvhəli xəbərlərdə də heç bir mənbəyə istinad olunmayıb.

İndi də **Böyük Britaniya** mətbuatında informasiyanın mənbəyinin göstərilməsi məsələsinə diqqət yetirək:

“The Guardian” nəşrinin elektron versiyasında 11 aprel 2012-ci il tarixli sayında “Philippine warship in stand-off with China vessels” sərəlvhəli informasiyada

mənbə olaraq “Associated Press” agentliyi göstərilib. “Daily Mail” qəzetinin elektron versiyasında 11 aprel tarixində yerləşdirilmiş “Watch out! Astonishing video of California man so distracted by sending a text he walks into a BEAR”, “Exclusive Florida beach town furious after vacant mansion turned into drug and alcohol rehabilitation clinic” və digər sərlovhəli xəbərlərdə mənbə kimi qəzetin çap versiyasına istinad olunub. İngiltərənin digər bir qəzeti “Daily mirror”un internet variantında 11 aprel 2012-ci il tarixində yerləşdirilmiş demək olar ki, bütün xəbərlərdə ya qəzetin çap versiyasına istinad edilib, ya da portalın öz əməkdaşları tərəfindən hazırlanıb.

Almaniya təcrübəsi: Almaniyanın “The Local” ingilisdilli qəzetinin elektron versiyasında 16 aprel 2012-ci il tarixli sayında yerləşdirilmiş “Koran distributors may face more scrutiny” sərlovhəli yazıda informasiyanın mənbəyi qeyd olunub. Burada yerli “Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung” mətbuat orqanına istinad edilib. Elə həmin qəzetin eyni sayında yerləşdirilmiş “Basic jobless support cut nearly a million times” başlıqlı xəbərdə mənbə kimi Almaniyanın “Süddeutsche Zeitung” nəşri göstərilib.

Cəmiyyətin bütün üzvləri kimi jurnalist də öz işini onu istiqamətləndirən ümumi prinsip və normalar üzərində qurur. Jurnalist fəaliyyətinin digər növlərindən fərqli olaraq, təmasla bağlılığından cəmiyyətin etik tələbləri insanlarla ünsiyyət prosesində özünü daha qabarıq nümayiş etdirir. Bu və digər şəxse məlumat almaq üçün müraciət etməklə jurnalist bir sıra professional etik nüansları nəzərdən keçirməlidir. Onlardan biri mövzu çərçivəsində gözlənilən söhbətin

mahiyyətinə dərinləndirilməsinə varmaq, məlumat mənbəyinin seçilməsi və tanışolma üsulları, o cümlədən həmsöhbətdə jurnalistə inam yaradılmasıdır. Əgər müsahib reportyora güvənərsə, mövzu ilə bağlı əvvəlcədən planlaşdırılmayan informasiyalar da verə bilər. Lakin bütün bu məqamlarda jurnalist tərəfindən professional etika normalarına riayət olunması bir məqsəd kimi deyil, onun öz borcunu bütövlükdə həyata keçirmək üçün vacib olan texnologiya kimi yanaşılmalıdır. Məlumat toplamaq, işləyib hazırlamaq və ondan istifadə etmək kimi yaradıcılıq prosesində hər bir jurnalist bir sıra mühüm peşə-etika problemlərini də həll etməli olur. Onların içərisində qarşıdakı söhbətin predmeti barədə nə dərəcədə məlumatlı olmaq, informasiya mənbəyinin seçilməsi, tanışlıq üsulu, jurnalistdə əxlaqi inam yarada bilən davranış mənasının müəyyənləşdirilməsi, müsahibə məlumat almaq üçün müraciətin əsaslandırılması, informasiyanın qeydə alınması üsulunun daha əlverişli tətbiqi, mənfi qəhrəmanlara müraciət edərkən müvafiq etikasının, həmçinin informasiyadan istifadə xarakterinin seçilməsi və s. mühüm rol oynayır.

Kütləvi informasiya vasitələrində göstərilən mənbələr müxtəlif olur. Media reportyorların işi nəticəsində fəaliyyət göstərir. KİV üçün məlumat toplamaq mənbələri cəmiyyət, ayrı-ayrı obyektlər, təşkilatlar, müxtəlif sənət sahibi olan insanlar, rəsmi şəxslərdir. Xəbəri duymaq, onun nə dərəcədə maraqlı olub-olmadığını müəyyənləşdirmək reportyorun əsas vəzifəsidir. O reportyor məhsuldar hesab edilir ki, redaksiyaya informasiya ideyası ilə gəlir. Cəmiyyətdə, həyatda informasiya kifayət qədərdir. Həmçinin kütləvi informasiya vasitələrinin də mənbələri

çoxdur. Mətbuat agentlikləri, mətbuat konfransları, redaksiyalara hadisəni işıqlandırmaq üçün müxtəlif təşkilatlardan daxil olmuş məktub, dəvətnamələr, dövlət idarələri, ictimai təşkilatlar, parlament, polis, məhkəmə qurumları, ayrı-ayrı idarə, nazirlik və təşkilatların mətbuat xidmətləri və s. reportyorun gördüyü, şahidi olduğu hadisəyə dair informasiyadan əlavə, bir çox rəsmi mənbə də var ki, onlar da KİV-in hər zaman istifadə edə biləcəyi əsas istinad obyektləri sayılır. Bunlar informasiya agentlikləri, internet, dövlət qurumları, hakimiyyət adamları, parlament və məhkəmə, mətbuat xidmətləridir.

İnformasiya agentlikləri mənbə kimi

Xəbər agentlikləri də reportyorların, müxbirlərin fəaliyyəti sayəsində məlumat toplayır. Lakin agentliklər hazırladıkları materialları, informasiyanı KİV-in digər sahələrinə satırlar. Müasir xəbər agentlikləri teleqraf agentliklərinin davamçılarıdır. Dünyada ilk agentlik 1825-ci ildə Şarl Havasın əsasını qoyduğu "Havas" agentliyi hesab olunur. Onun əməkdaşlarından biri *Wolf* da 1849-cu ildə Almaniyada özünün adını daşıyan bir agentlik yaratmışdı. Rusiyada 1904-cü ildə Sankt-Peterburq agentliyi, 1918-ci ildə Rossta-Rusiya teleqraf agentliyi, 1935-ci ildə isə onun bazasında TASS yaradılıb. Hazırda dünyanın bir çox agentlikləri bir-biriləri ilə müqavilə bağlayaraq bu sənəd əsasında informasiya mübadiləsi edirlər. Bu, eyni zamanda, bir çox ölkələrin KİV-ləri üçün mənbə axtarmaqda kömək olur və həmin mənbəni sərbəst şəkildə vurğulamaq imkanı verir.

Televiziya, radio və qəzetlər bu agentliklərə abunə yazılaraq onların hazırladıkları informasiyaları alır və istifadə edərkən informasiyanın hansı agentlikdən alındığı mütləq bildirilməli, ona istinad olunmalıdır.

Bildiyimiz kimi, KİV informasiya-xəbər, məlumat toplamaq və yaymaq funksiyalarını yerinə yetirir. Qəzet, jurnal, radio və televiziya bilavasitə bu işlərlə məşğuldur. Xəbər agentlikləri isə məlumat toplayır və bu məhsulu digər informasiya vasitələrinə satırlar. Buna görə də, həmin qurumlar daim informasiya axtarışındadırlar. Hətta bəzi xəbər agentliklərinin bu sahədə əldə etdiyi gəlirləri ciddi sənaye korporasiyasına çevirib.

İnternet informasiya mənbəyi kimi

Müasir dövrün əsas informasiya mənbəyi olan internet senzurasız, sərbədsiz, qadağasız dünyanın hər yerinə yayılan elektron informasiya vasitəsidir. Ötən əsrin 60-cı illərində hələ bir layihə kimi meydana çıxan internet texnologiyası bu gün az qala hər bir ailənin işlətdiyi vasitəyə çevrilib. İnternet bu gün bütün kütləvi informasiya vasitələrini özündə birləşdirir. İnternetdə televiziya baxmaq, radioya qulaq asmaq, film izləmək, qəzet və kitab oxumaq, məktublaşmaq, reklam vermək, tanış olmaq mümkündür. İnternet dünyanın prioritet mövzusunun müəyyən etməkdə KİV-ə yardımçı olur. O, əsasən, dünya xəbərlərini almaq üçün vacib informasiya mənbəyidir. Dünyada baş verən hadisələrə dair məlumatlar internet vasitəsilə alındıqda operativlik təmin olunur, kütləvi informasiya vasitələrinin xəbərçilik keyfiyyəti yüksəlir və ona maraq artır.

Hazırda jurnalistika dünya informasiya sistemində mühüm yer tutmuş internetlə sıx bağlıdır. Qloballaşma dövründə internetin xidməti maksimum operativliyə şərait yaradan texnologiyadır. XXI əsrin əvvəllərində mətbuatın, qəzet jurnalistikasının taleyi ilə bağlı narahatlıq yaranmışdır. İnternet xidmətinin tətbiqi qəzetlərin nəşrinə müəyyən qədər təsir etdi. Çünki artıq qəzetlərin elektron versiyası mövcuddur və bu, materialların kompüterə köçürülməsi ilə mümkündür. İnkişaf etmiş ölkələrdə insanlar elektron qəzetlərə məmnuniyyətlə üzv olurlar. Çünki onlar daha müxtəlif və rəngarəng materiallar verir, geniş auditoriyaya ünvanlanır, sərhəd bilmir, bəzən çevik şəkildə, hətta hər an yenilənir.

İndiki dövrdə internet də KİV-in əsas informasiya mənbəyinə çevrilib. Dünya informasiya agentliklərinin internetə ötürdüyü məlumatlar, eləcə də tanınan, bəyənən nəşrlərin də bu sistemə verilməsi qlobal mənada informasiya mübadiləsinə genişləndirib. İnternetdən habelə, dünya kitabxanalarında, əlimiz çatmayan nadir incilərdən tutmuş hər cür ədəbiyyatı almaq, oxumaq, hətta hər hansı kitabdan axtarılan sitatı saniyələr ərzində tapmaq mümkündür. Bütün bunlar deməyə əsas verir ki, internet jurnalistin hər zaman müraciət edə biləcəyi əsas mənbələrdən biri və onun əlində olan misli görünməmiş ensiklopediyadır. KİV internetdən hər cür informasiya alır. İnternet dünyanın prioritet mövzusunun müəyyənləşdirməkdə medianın yardımçısıdır. Dünyada baş vermiş və yaxud verə biləcək hadisələr barədə internet vasitəsilə “Washington Post” qəzeti və ya CNN televiziyasından xəbər tutmaq mümkündür. Çünki bu cür operativ qəzet və televiziyalar hansı hadisənin pri-

oritet daşdığı izləyir və bu məlumatlar internetdə yer alır. İnternet hətta prioritet mövzusunun davamını da təqdim edir. İnternet əsasən dünya xəbərlərini əldə etmək üçün daha vacib informasiya vasitəsidir.

Hazırda onlayn (igiliscə “online”, xətdə olan) jurnalistikası çox inkişaf edib. Onlayn jurnalistikanın yaratdığı yeni jurnalistikanın əsas xüsusiyyəti informasiya selinin maneəsiz və sürətlə ötürülməsidir. İnternet vasitəsilə istənilən informasiyanı əldə etmək, həm də qısa vaxt ərzində almaq jurnalistlərin işinə xeyli kömək edir. 2001-ci ilin sentyabr ayının 11-də Amerika Birləşmiş Ştatlarının Nyu-york və Vaşinqton şəhərlərində törədilmiş terror hadisələri zamanı məhv edilmiş ticarət mərkəzi binalarının layihəsi, fəaliyyəti bu terror aktını törətməkdə təqsirləndirilən “Əl-Qaidə” terror təşkilatının rəhbəri Üsəma bin Ladenin kimliyi, onun əlaltıları və s. məsələlər barədə operativ, əsaslı və geniş məlumatların yayımlanmasına bütün KİV-lər mənbə olaraq məhz internetdən istifadə etmişdilər. 2002-ci il oktyabrın 23-də Moskvada “Nord-Ost” teatr mərkəzində 700-dən çox tamaşaçının terrorçular tərəfindən girov götürülməsi hadisəsi ilə bağlı ilk məlumatı Rusiya televiziya kanalları internet saytından almışdılar.

Dövlət qurumları və rəsmilər informasiya mənbəyi kimi

Nazirlik, komitə, idarə və digər icra strukturlarının fəaliyyəti cəmiyyətimizin hər bir təbəqəsinin maraq dairəsindədir. Bu qurumlar gördükləri işə görə xalq qarşısında məsuliyyət daşıyırlar. Hazırda iri dövlət təşkilatlarının hər birində mətbuat xidməti fəaliyyət göstərdiyi üçün

bu təşkilatlardan məlumat almaq asanlaşıb.

Jurnalistikanın IV hakimiyyət rolu dövlət strukturları ilə münasibətdə, onların işi, fəaliyyəti ilə bağlı informasiyada özünü daha çox göstərir. Nazirliklər, komitə və idarələr, digər icra qurumları dövlətin, xalqın taleyində mühüm rol oynayır. Bu qurumların işi, ümumilikdə fəaliyyəti, əlaqələri ilə bağlı məlumatlar həmişə ictimai maraq kəsb edir. Ona görə də KİV bu strukturlarla bağlı məlumatlara mətbuatda, radio və televiziya da geniş yer verir. Bu məlumatların alınmasında kütləvi informasiya vasitələri həmin nazirlik, komitə və şirkətlərin mətbuat xidmətləri ilə sıx əlaqə saxlayır, lazımi informasiyanı operativ şəkildə əldə edə bilirlər. Bununla belə, jurnalistlər bəzən informasiya əldə edərkən maneələrlə rastlaşırlar. Təsadüfi deyil ki, mətbuat səhifələrində, teleproqramlarda geniş müzakirə mövzusunda çevrilən məsələlərdən biri də jurnalistin informasiya almaq hüquqlarının müntəzəm pozulmasıdır.

İnformasiya mənbələrinə, xüsusilə hakimiyyət strukturlarında işləyənlərə çıxış kütləvi informasiya vasitələrinin normal fəaliyyəti üçün vacib şərtlərdəndir. Lakin məmurların, vəzifəli şəxslərin jurnalistlərdən tez-tez qaçdığını da etiraf etməliyik.

İnformasiya mənbələrinin KİV-dən qaçmasında jurnalistin də günahı yox deyil. Belə ki, mənbənin söylədiyi əsas fikirləri kənara qoyub sensasiya xatirinə onun sözlərinə dolaylı yollarla müxtəlif mənalara calamaq, öz maraqlarına uyğun gələn və özünə sərf edən qəzet səhifələrinə, eləcə də digər informasiya vasitəsinə çatdırmaq qeyri-etik davranışdır.

Rəsmi informasiyanı almağa nail olmaq jurnalistin hüquqlarından biridir.

Dövlətin fəaliyyəti, qərarlar, tədbirlər, yığıncaqlar və s. barədə KİV-in informasiya almaq hüququ təmin olunmalıdır. Lakin bir sıra hallarda informasiyanın yayılmasına qanun yol vermir: milli təhlükəsizlik haqda informasiyalar, hərbi kəşfiyyat, dövlətlərarası məxfi poçt yazışmaları, məxfi hesab olunan sənədlər; ayrıca bir dövlət idarəsinin qulluqçularına aid olan daxili qaydalar; şəxsi həyatın toxunulmazlığını pozan informasiya; kommersiya sirrini əhatə edən informasiya; başqa qanunlarla yayımı qadağan olunmuş məlumatlar; istintaqın, məhkəmənin gedişinə mane ola biləcək informasiya. Dövlət məmurları məhz bu məsələlərlə bağlı informasiya verməkdən imtina edə bilirlər. Çünki bu məlumatların verilməsi qanunla təsbit olunur və onların açıqlanması dövlətə, cəmiyyətə, ümumilikdə, vətəndaşlara ziyan vura bilər.

Parlament və məhkəmə informasiya mənbəyi kimi

Dövlətin elə qurumları var ki, onlar xüsusi statusa, imtiyazlara malikdirlər. Parlament və məhkəmə belə strukturlara daxildir. Parlament bu ali qanunverici orqanın fəaliyyətini işıqlandıracaq jurnalistləri akkredite edir. Kütləvi informasiya vasitələri isə parlamentə peşəkar jurnalistlərini göndərir. Parlamentdən hazırlanan materiallardan xəbər proqramlarında, müxtəlif sahələrə dair yazılarda yararlanmaq olar. Bu materiallardan əyləncə, yumor məqsədilə istifadə edilə bilməz.

Məhkəmələr də kütləvi informasiya vasitələrinin əsas mənbələrindən biridir. Məhkəmələr də informasiya vermək məsələsində xüsusi statusa malikdir. Məhkəmə prosesindən reportaj hazırlamağa

gəlmiş müxbir iclasın qapalı keçirilməsi ilə bağlı qərara hörmətlə yanaşmalıdır.

Məhkəmə iclası başa çatdıqdan sonra jurnalist məhkəmənin səlahiyyətli nümayəndəsindən informasiya ala bilər.

Yazılı mənbələr

Ümumiyyətlə, kütləvi informasiya vasitələrinin informasiya alması bir çox ölkələrdə konstitusiyaya ilə tənzimlənir. Əsas Qanunda informasiyanın azad şəkildə verilməsi, mənbənin anonimliyi, vətəndaşların rəsmi sənədlərə sərbəst buraxılması (aşkarlıq prinsipi) haqqında maddələr bir sıra qanunvericilik aktlarında təsbit edilir və bunlar redaksiyalara informasiyanın müntəzəm axınıni təmin edir. Məsələn, ictimaiyyət İsveçin hökumət və bələdiyyə təşkilatlarına daxil olan bütün yazılı sənədlərlə (məktublar, hesabatlar, protokollar və s.) tanış ola bilər.

Bir məqamı qeyd etmək lazımdır ki, cəmiyyətdə aşkarlıq ənənələri güclü olsa belə, bəzən bu və ya digər sənədi jurnalistə verməmək üçün idarənin də öz əsası ola bilər. Reportyor onu maraqlandıran sənədi axtararkən gələn və göndərilən sənədlərin qeydə alındığı kitabdan istifadə edir (belə kitablar bir çox idarələrdə var). Yaxud uçot aparan məmurdan xahiş edir ki, bir şəxs bu idarəyə göndərdiyi məktubla tanış olmasına imkan versin. Məmur ictimaiyyətə açıq olan sənədi “dərhal və ya qısa müddət ərzində təqdim etməyə borcludur”, ancaq “mühüm maneələrin olması” halları istisna edilir.

Şifahi mənbələr

Hər halda, şifahi mənbələr jurnalistin işi üçün daha əhəmiyyətlidir. Ağlasığan və geniş əhatəli informasiyanı çap olunmuş şəkildə nadir hallarda tapmaq olur. Reportyor həmişə kimisə axtarır ki, hər hansı bir sənədi izah etsin, hadisənin tarixçəsini başa salsın, əlavə məlumat üçün hara müraciət etmək lazım gəldiyini öyrənsin. Bir qayda olaraq, hər idarədə, müəssisədə, təşkilatda elə adamlar var ki, onlar informasiya axtarmaqda müxbirə kömək edirlər. Bunlardan bəzisi öz xidməti borclarına görə kömək edir, başqaları isə bunu informasiyanın azad şəkildə verilməsi və mənbənin gizli saxlanılması təminatı haqqında öz konstitusiyaya hüququndan istifadə etməklə görürlər. Mənbələrlə işləyərkən bir çox müxbirlər şəxsi təcrübələrində mühüm məlumatı malik olan adamların öz məlumatlarını əksər vaxtlarda inandıqları jurnalistlə bölüşdüklerini yəqin etdiklərini vurğulayırlar.

Tanınmış isveçli mütəxəssis və jurnalist Erik Fichtelius mənbələrlə bağlı fikirlərində bunları yazır: “Reportyor kimi çalışdığım uzun illər ərzində mən mənbələrlə işləmək üçün öz prinsiplərimi müəyyənləşdirmişəm: mənbənin həmişə açıq çıxış etməsinə çalışmaq; İnformasiyanın verilməsi şərtlərini mənbələr ilə dəqiq razılaşıdırmaq; Mənbələri heç vaxt açmamaq; İnformasiya mənbələrinə tənqidi yanaşmaq; Mənbənin sənə olan etibarını qazanmaq və qorumaq”¹.

¹ Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. Московский университет, 2002, səh. 40.

KİV-ə informasiya verənin anonimliyi təmin olunur

Bu, o deməkdir ki, jurnalistin öz informatorunun adını açıqlamağa haqqı yoxdur. “Hakimiyyət orqanlarına və ya digər ictimai təşkilatlara” isə reportyorun əldə etdiyi informasiyanın mənbəyini axtarmaq və açıqlamaq qadağan olunur. Vəzifəli şəxs və ya jurnalist bu qaydaları pozarsa, məsələn, İsveç məhkəməsinin qərarı ilə cəzaya-cəriməyə, yaxud bir ilə qədər həbsə məhkum edilə bilər. Mənbəni açıqladığına görə reportyor hüquqi məsuliyyət daşıya bilər, lakin bizim dövrümüzdə hələ heç bir jurnalist bu cinayətə görə məhkum edilməmişdir. Əlbəttə, mənbələrin cəzalandırılmaması və anonimliyi qaydalarında istisnalar da olur. Əgər informator redaksiyaya dövlətin təhlükəsizliyi üçün qorxu törədən informasiya verirsə, casusluq, yaxud dövlətə xəyanət kimi qiymətləndirilən informasiya təqdim edirsə, məhkəmə orqanları mənbəni axtarıb onu cinayət məsuliyyətinə cəlb etmək hüququna malikdir. Belə cinayətlər ağır cinayətlər kimi qiymətləndirilir, buna görə də məhkəmə orqanları mənbəni açıqlamağı tələb edə bilər. Qeyd etmək lazımdır ki, mənbələri axtarmaq və aşkarlamaq ancaq idarələrə və təşkilatlara qadağan edilir, lakin müəssisələr və mülki şəxslər bundan azadlardır. Sağlam mühit olan müəssisədə, idarədə, siyasi partiyada və ya təşkilatda aşkarlıq atmosferi hakim olmalıdır. Bu, azad fikir mübadiləsinin əsasıdır.

“Off the record” (mətbuat üçün deyil). Kimsə deyə bilər ki, yuxarıda göstərdiyimiz misallardakı siyasətçi və ya diplomat jurnalistlə “off the record” (mətbuat üçün deyil) şərti ilə danışmış-

dır. Amerika jurnalistikasında “mətbuat üçün deyil” və ya “protokoldan xaric” anlayışları rəsmən təsbit edilmiş və kifayət qədər dəqiq müəyyənləşdirilmişdir. NATO-nun mənzil-qərarı rəsmi olaraq “vəzifəli şəxslərin kütləvi informasiya vasitələrinin nümayəndləri ilə görüşlərinin əsas qaydalar”ını işləyib hazırlamışdır. Hər iki tərəfdən də qəbul olunan bu qaydalar alınan informasiyanın jurnalistlər tərəfindən istifadəsini tənzimləyir.

“On the record” (mətbuat üçün) o deməkdir ki, şəxsin adını və tutduğu vəzifəni birbaşa göstərməklə, vəzifəli şəxsi dolayısı ilə göstərməklə onun dediklərinin hamısını sitat gətirmək olar. Zabitlərə və komanda heyətinə jurnalistlərlə məhz bu növ söhbət aparmaq tövsiyə edilir. Razılaşma şərtləri müxtəlif ola bilər. Müsahib jurnalistdən tələb edə bilər ki, onun adı, vəzifəsi, təmsil etdiyi təşkilat materialda göstərilməsin. Onun buna haqqı var. Bu halda reportyor informasiyanı auditoriyaya özünün apardığı araşdırmanın nəticəsi kimi təqdim edə bilər. “Off the record” (mətbuat üçün deyil) jurnalistin yazısında açıqlanması mümkün olmayan informasiyadır. Bu informasiya reportyora məlumatla şəxsən tanış olması və onu qiymətləndirməsi üçün verilir. Anlaşmazlıq olmasın deyə, NATO mənzil-qərarı vəzifəli şəxslərə təkidlə məsləhət görür ki, jurnalistlərlə görüşərkən bu üsuldən istifadə etməsinlər. Ekstremal və ya nadir hadisələr istisna olunur, bunlar haqqında da ancaq kütləvi informasiya vasitələri ilə əlaqələr üçün cavabdeh olan yuxarı rütbəli zabitlə məsləhətləşdikdən sonra danışmaq olar. İsveçdə, eləcə də başqa ölkələrdə, istər jurnalistlər arasında, istərsə də informatorlar arasında bu anlayışlar barədə fikir ayrılıqları var. Bir çoxları “mətbuat

üçün deyil” ilə qaynaq infomasiyanı, yeni “background”u qarışdırırlar. Reportyor əmindir ki, mənbə informasiya verərkən adının və vəzifəsinin açıqlanmayacağını bilir, amma onun söylədiklərinin sitat kimi gətiriləcəyini və mənbənin auditoriyaya necə təqdim olunacağını dəqiqləşdirmir. Başqaları isə NATO müddəası ilə hərəkət edir. Belə jurnalistlərdən ötrü “mətbuat üçün deyil” ifadəsi o deməkdir ki, müxbirə informasiya onu açıqlamamaq, özü üçün saxlamaq şərt ilə verilir. Əgər informasiyanı işində istifadə etməmək şərt ilə alırsansa, bunu verən mənbə ilə razılığa gəlmək lazım deyil.

Bəzən jurnalistlə mənbə arasında anlaşılmazlıq olur. İnformasiya çap olunduqdan, yayımlandıqdan sonra məlumat verənin müxbirə qarşı etiraz etdiyi hallar da olur. Bu anlaşılmazlıq ondan irəli gəlir ki, müsahibənin “mətbuat üçün deyil” şərti ilə razılaşıandan sonra nə reportyor, nə də müsahib bilmir ki, bu, nə deməkdir. Belə vəziyyət hər iki tərəf üçün təhlükəlidir. Buna görə məsləhət görülür ki, söhbətin mətni razılaşıdırılarkən mənası yaxşı başa düşülməyən “off the record” məfhumundan istifadə etmək lazım deyil. Reportyor və mənbə söhbətin şərtlərini hələ söhbət başlamamışdan əvvəl konkret şəkildə həll etməlidirlər.

Bəzən mənbələrin qorunmasında yalan və təhrif özünü doğruldur. Az adama məlum olan söhbətin təfərrüatını söyləyərkən informator özünü ifşa olunmaq təhlükəsinə atır. Deyilənlərin hansının göstəriləcəyi və jurnalist materialında istifadə ediləcəyi barədə hər iki tərəfin razılığına baxmayaraq, təcrübədə çox zaman bu, real deyil və mənbənin ifşa-

sına gətirib çıxara bilər. Buna yol verməmək üçün bəzən reportyor bəzi deyilənləri olduğu kimi ifadə etməkdən qaçır. Reportyorların əksəriyyəti mənbələrinin izini itirmək üçün bəzi məlumatları üstüörtülü, qeyri-dəqiq və səhv olaraq verməyə məcbur olurlar.

“İnformasiyanın anonim mənbələri ilə işləmək incə məsələdir və bu, jurnalistdən kəndirbaz kimi balans saxlamağı tələb edir. Mənbə ilə münasibət ərkəyə olmamalı, əgər qarşılıqlı inam yaratmaq istəyirsinizsə, eyni zamanda çox soyuq da olmamalıdır. O adam ki, məlumat verir və anonim qalacağına inanır, jurnalistə etibar edərək özünü ifşa edilmək təhlükəsinə atır”¹. İnformator inanmalıdır ki, jurnalist onun verdiyi materialdan istifadə edərkən mənbəni açıqlamayacaq. Onun həmçinin ümid etməyə haqqı var ki, lazım gələrsə, reportyor onu müdafiə etmək üçün əlindən gələni əsirgəməyəcək. Jurnalist öz mənbələrinə qayğı ilə yanaşmalıdır. Bu, o deməkdir ki, jurnalist onlarla müntəzəm əlaqə saxlamalı, ona verilən informasiyadan necə istifadə etdiyi barədə onlara məlumat çatdırmalıdır.

Mənbəni qorumaq üsullarından biri yeni mənbələr tapmaqdır. Bu, təkəcə məlumatları yoxlamaq və öz işini sığortalamaq imkanı üçün deyil, həm də mənbənin özünün mühafizəsindən ötrü lazımdır. Jurnalist mövzu üzərində işləyərkən, məlumatı olan bir neçə şəxsə söhbət edirsə, onlardan heç biri çox danışmasa belə, özünü informasiyanın ilk mənbəyi hesab edir. Xəbər çap edildikdən sonra müxbirin söhbət etdiyi şəxslərdən bir çoxu bütün bunların kim tərəfindən söylənilməsi üzərində baş

¹ Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. Московский университет, 2002, səh. 49–50.

sındırır. Onlardan heç biri şübhə oyanmasın deyə səsini çıxarmayacaq.

Mənbələrin jurnalistə informasiya ötürməsi cəhdlərinin müxtəlif səbəbləri ola bilər və bu cəhd heç də həmişə yaxşılıqdan doğmur. İnformasiya vermək azadlığı barədə qanundan istifadə edən bəzi adamlar qərəzli, hətta böhtan xarakterli məlumatlar da verə bilərlər. Mənbəni qiymətləndirərkən reportyor bunu dərk etməlidir. Təbliğət və fırlıdaq çox zaman manipulyativ xarakterli məlumatların yayılmasına səbəb olur. Ölkənin siyasi həyatını əks etdirən jurnalistlərin mənbənin tendensiyaları barədə təsəvvürü olmalıdır. İnformatorun siyasi partiya mənsubiyyəti və ya hansı təşkilata üzvlüyü informasiyanı özünə, yaxud öz təşkilatına sərf edən variantda verməsinə səbəb ola bilər. Mənbələrə tənqidi münasibət bəsləyən reportyorun müxtəlif siyasi maraqları və qütbləri təmsil edən informatorları olmalıdır. İnformasiya toplayarkən jurnalist daim müxtəlif informatorlardan aldığı məlumatlardan istifadə etməyə çalışmalıdır. Lakin bu, qəti və sözsüz tələb ola bilməz. Reportyor onlarla işləmək təcrübəsinə əsasən mənbəyə qiymət verir. Hansısa bir şeyi yəqin etmək üçün həmişə vacib deyil ki, bir-birindən asılı olmayan mənbələrdən məlumat alasan. Uotergeyt qalmağalından sonra jurnalist mühitində belə təsəvvürlər hələ də yaşamaqdadır: o vaxt “Washington Post” qəzetinin reportyorları bu prinsiplə işləyirdilər. Lakin öz mənbələrinə tənqidi münasibət daha mürəkkəb prosesdir.

Mənbələrə tənqidi münasibətin mühüm bir sahəsi şəkillər və təsvirlərdir. Rəqəmsal avadanlığın mövcud olduğu

indiki zamanda təsvirin istənilən formada dəyişdirilməsi, kadr və fotosəkillərin təhrif edilməsinə imkan var. Bu gün fotosəkillər heç bir şeyi isbat etmək üçün əsas sayıla bilməz. Redaksiyalar fotosəkillərdə göstərilən təsvirlərin əslilə düz olması barədə özlərinə sual verməlidirlər: görəsən, bunlar orijinaldır, yoxsa saxtadır? Şəkillərin retuş edilməsinə hələ fotosəkillərin meydana çıxdığı vaxtlarda başlanılıb. Burada yenilik ondan ibarətdir ki, indi saxtalaşdırmaq və düzəltmək daha tez və daha ustalıqla mümkündür.

“İnformasiyanın mənbəyini gizli saxlamaq vəzifəsi jurnalistin əsas məsuliyyətli prinsiplərindəndir. İctimai azadlığın mülkiyyəti ondan ibarətdir ki, insanlar sosial məzmunlu fikirləri qorxmadan KİV-ə ötürə, həmçinin həmin hadisələri media ilə sərbəst şəkildə müzakirə edə bilərlər. Hətta informasiya informatorların özlərinin yaxşı olmayan hərəkətləri haqda məlumatları əks etdirsə belə, onlar heç bir çətinlik çəkməməlidirlər. KİV-də dissuksiya günahkarları birbaşa ittiham etməkdən böyük önəm daşıyır. Belə normanın həyata keçirilməsi informasiyanı açıqlayarkən taleyini riskə atan vətəndaşlarla yanaşı, dövlət mühafizə xidməti orqanı rolundan uzaq olan jurnalistlərin də müdafiəsinə imkan verir”¹.

Hər bir KİV işçisinin malik olması gərəkən mühüm xüsusiyyətlərdən biri də informasiyanın mənbəyini tapmaq bacarığıdır ki, bu, sırf jurnalist keyfiyyəti sırasına daxildir. Yazıçı ömrünün bütün anlarında mövzu ilə yaşadığı kimi, jurnalist günün bütün anlarında informasiya axtarır. İnformasiyanın mənbəyini dəqiq müəyyənləşdirmək üçün dövlət

¹ Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. Московский университет, 2002, səh.75.

qurumlarının funksiyalarını, az-çox məlum məmurları, sorğuya cavab verə biləcək adamları, siyasi xadimləri, dövlət idarələrinin ünvanlarını, dövlət adamlarının telefonlarını bilmək lazımdır. Redaksiyanın tapşırığını operativ yerinə yetirmək üçün bütün bunlar vacibdir.

Qərbdə, xüsusilə, ABŞ-da informasiyanı axtarmaq, tapmaq bacarığı jurnalistin əsas keyfiyyəti hesab olunur. Amerikada "Fast-Food journalism" (çevik jurnalist xidməti) bu gün getdikcə daha çox özünü göstərməkdədir. "Maspaper" adlandırılan bu tip mətbuatda ən yaxşı reportyor o adama deyilir ki, informasiyanın harada olduğunu və haradan gözlənildiyini yaxşı bilir. Deməli, o jurnalist peşəkar hesab olunur ki, yaxşı əlaqələri, öz informasiya mənbələri olur.

Professional sirin qorunması, mənbələrlə iş prinsipinin yuxarıda sadaladığımız müddəaları bir sıra beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz əksini tapıb:

- Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası Jurnalist Davranışı Prinsiplərinin Deklarasiyası, maddə 6: "Jurnalist professional sirri qorumağa borcludur və informasiyanı aldığı mənbəni gizli saxlamalıdır"¹.
- Belçika Jurnalist Fəaliyyətinin Prinsipləri Kodeksi, maddə 9: "İctimai və mülki işlərin sirri, qanunla müəyyənləşdirilmiş halda mətbuat azadlığına maneə yaratmamalıdır"; maddə 8: "Məxfi informasiyanın

mənbəsi yalnız razılığı alındıqdan sonra açıla bilər"².

- Böyük Britaniya Jurnalistləri Milli Şurasının Davranış Kodeksi, maddə 7: "Jurnalist konfidental informasiya mənbələrini açıqlamamalıdır"³.
- Almaniya Mətbuat Şurasının Publisistikanın Prinsipləri Mətbuat Kodeksi, maddə 5: "Məlumatın məxfi xarakteri ilə bağlı razılığa prinsipcə əməl edilməlidir"; maddə 6: "Hər bir mətbuat işçisi medianın nüfuzunu və avtoritetini, eləcə də peşəkar sirlərini qoruyur, ifadə verməkdən imtina etmək hüququndan istifadə edir və açıq şəkildə razılığı olmadan mənbənin kimliyini açıqlamır"⁴.
- İtaliya Mətbuatının Milli Federasiyası və Jurnalistlər Ordeni Milli Şurasının Jurnalist Borcunun Xartiyası. "Jurnalist peşə sirlərinə və zərurət yarandıqda məlumat mənbələrinin məxfi xarakterinə riayət etməlidir. Digər bütün hallarda jurnalist informasiya mənbələrinin şəffaflığına hörmətlə yanaşmalıdır"⁵.
- Portuqaliya Jurnalistləri Deontoloji Kodeksi, maddə 8, maddə 6: "Jurnalist ona məlumat ötürən mənbənin kimliyini, hətta məhkəmə zalında belə açmaqdan imtina edə bilər. Mənbənin açıqlanması yalnız o zaman mümkündür ki, mənbə qəsdən jurnalistə yanlış məlumatlar ötürür və bu hal faktlarla sübut edilir"⁶.

¹ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во "Галерия", 1999. səh. 21.

² İbid. Səh.104.

³ İbid. Səh.107.

⁴ İbid. Səh.125.

⁵ İbid. Səh.151.

⁶ İbid. Səh.178.

- Türkiyə Mətbuat Şurasının Mətbuatın professional prinsipləri kodeksi, maddə 7: “Konfidensial şərtlərlə təqdim edilmiş informasiya yalnız o zaman çap edilə bilər ki, ictimai əhəmiyyət kəsb etsin”; maddə 11: “Jurnalist məlumat aldığı mənbənin kimliyini açıqlamamalıdır. Bu yalnız o zaman mümkündür ki, mənbə ictimaiyyəti yanlış məlumatlar ötürməklə həqiqətdən uzaqlaşdırır, öz şəxsi maraqlarını güdür”¹.
- Fransa jurnalistlərinin Milli həmkarlar İttifaqının Fransız Jurnalistlərinin professional borcu xartiyası, maddə 10: “Professional sirin şərtlərinə əməl edir”².
- İsveçrə Jurnalistlər Federasiyasının Jurnalist hüquq və öhdəliklərinin deklarasiyası, maddə 6: “Onlar professional sirlərin qorunması qaydalarına riayət edirlər və konfidensial məlumatlar ötürən mənbənin kimliyini açıqlamırlar”³.
- Rusiya Jurnalistlər İttifaqının “Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etik Kodeksi” – maddə 4: “Jurnalist professional sirlərini qorumalı, mənbənin kimliyini açıqlamamalıdır. Heç kim ona bunu etməyə məcbur edə bilməz. Bu yalnız o zaman mümkündür ki, mənbə qəsdən yalan məlumatlar ötürür”⁴.
- Azərbaycan Jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları. Prinsip 4. “Jurnalistin özünün və çalışdığı orqanın reputasiyasının qorunması: Redaksiya sirri Azərbaycan Respublikasının qanunlarının və Peşə Davranışı Qaydalarının pozulması ilə bağlı deyilsə, jurnalist həmin sirri qorumağa borcludur”⁵.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları. <http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
2. Fichtelius E. Jurnalistikanın on qızıl qaydası. Bakı, 2001.
3. Jurnalistlərdən jurnalistlərə, Britaniya Şurası, BMT-nin İnkişaf Fondu, 2007.
4. Jurnalist məsuliyyəti. Bakı, “Yeni Nəsil” MMC, 2002.
5. Mazanlı İ., Söz azadlığı və informasiya təhlükəsizliyi: Milli və beynəlxalq təminat. Terminlər və anlayışlar, B., 2005.
6. Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999.
7. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. Московский университет, 2002.

¹Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.- во “Галерия”, 1999, səh. 195.

²İbid. səh. 104.

³İbid. Səh. 201.

⁴İbid. Səh. 201.

⁵İbid. Səh. 216.

⁶Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları. <http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>

Mövzu 13: Şəxsi həyatın toxunulmazlığı. Şərəf və ləyaqətin qorunması

Şəxsi həyat və məhrəmiyyət

Hər hansı bir insanın şəxsi həyatının başlıca üç sahədən formalaşdığı qəbul edilir. Birinci, **ümumi həyat sahəsi**. Bu sahə başqaları tərəfindən bilinməsi mümkün olan, cəmiyyətə açıq bilgiləri əhatə edir. Məsələn, şəxsin kinoya, teatra, idman yarışlarına, dükan-bazara getməsi, bağda gəzintiyə çıxması və s. İnsanların ümumi həyat sahəsi barədə informasiyanın gizliliyi qanunla qorunmur.

İkinci, **şəxsin özəl həyat sahəsi**. Buraya aid informasiya məhdud sayda və müəyyən kateqoriya insanlarla (həkim, vəkil və s.) bölüşdürülə bilər. Bu sahədəki informasiyanı üçüncü şəxslər biləndə özəl həyat pozulmuş olur. Özəl həyat şəxsin peşə həyatı, ailə həyatı, yeni qapısını bağlayıb yaşadığı daxili həyatdır. Məsələn, şəxsin kiminlə nişanlandığı, yaxud dostluq etdiyi onun özünü və müəyyən şəxsləri maraqlandıran məsələdir, onun özəl həyat sahəsinə aiddir.

Üçüncü, **şəxsin gizli həyat sahəsi**. Gizli həyat sahəsi, şəxsin başqaları tərəfindən bilinməsini, öyrənilməsini istəmədiyi davranış və hadisələrdən formalaşan sahədir. Belə informasiyaya şəxsin gizli duyğu və fikirləri, ümidləri, qorxuları, arzuları, həyat hadisələri, intim həyatı, gizli saxladığı düşüncələri, dini inancı, ailə münasibətləri kimi daxili aləminə aid məlumatla yanaşı, şəxsi yazışmaları kimi xarici mühitlə əlaqəli məlumat və hadisələr də daxildir.

Gizli həyat toxunulmaz olmaqla yanaşı, şəxsi həyatın özəyini təşkil etdiyindən hər cür müdaxilələrdən qorunur. Bu sahəyə aid bilgilər hər kəsə, o cümlədən jurnalistlərə qapalıdır.

Əgər ictimai fiqur şəxsi və ictimai həyatı ilə uzlaşmayan fəaliyyət göstərsə, jurnalistlər korrupsiya, qanun pozuntuları, cinayət əməlləri və s. kimi ictimai maraq doğuran hallarda informasiya toplaya və yaya bilərlər.

Jurnalist peşəsi ilə əlaqədar ünsiyyətdə olduğu adamların şəxsiyyətinə və ləyaqətinə hörmət etməli, onları incidə biləcək heç bir hərəkətə yol verməməlidir. Ayrı-ayrı adamların şəxsi həyatına müdaxilə, bu haqda faktların yayılması jurnalist üçün yolverilməz sayılır. Şəxsiyyətin həyatı barədə faktlar yalnız cəmiyyətin və dövlətin vətəndaşların hüquq və qanuni mənafeələrini müdafiə etmək naminə yayıla bilər. Mətbuat işçisinin şayiələrə əsaslanıb hər hansı şəxs barədə məlumat hazırlamağa, onun nüfuzuna zərər gətirə biləcək ifadələr işlətməyə hüququ yoxdur.

Şəxsi həyata ehtiram və müdaxilənin yolverilməzliyi prinsipinin yuxarıda sadaladığımız müddəaları bir çox beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz əksini tapıb. Onları nəzərdən keçirək:

- Professional Jurnalistlər Cəmiyyətinin Etik normalar kodeksi. “Jurnalist oxucuya, dinləyiciyə və tamaşaçıya, həmçinin öz həmkarına qarşı diqqətli olmalı, onların fikrinə hör-

- mətlə yanaşmalı, tənqidlərinə dözümlük nümayiş etdirməlidir”¹.
- ABŞ Qəzet Redaktorları Birliyinin Prinsiplər Deklarasiyası, maddə 6: “Jurnalistlər xəbərlərdə keçən şəxslərin hüquqlarına hörmət etməlidirlər və cəmiyyət tərəfindən materiallarının dəqiq və vicdanlı olmasını təftiş etmək hüquqlarını qəbul etməlidirlər”².
 - Avstriya Mətbuat İşçilərinin Etik Kodeksi, maddə 3: “Peşə fəaliyyəti zamanı, insanların şəxsi həyatının toxunulmazlıq hüququ ilə cəmiyyətin informasiya almaq hüququ arasında tarazlığa səy göstərilməlidir”³.
 - Belçika Jurnalist Fəaliyyətinin Prinsipləri Kodeksi, maddə 5: “Naşirlər, redaktorlar və jurnalistlər əgər söz azadlığı ilə tərs mütənəsblik təşkil etməsə, insanların şəxsi ləyaqət hissəsinə və şəxsi həyat hüququna hörmət etməli, mənəvi və fiziki əzab verməkdən çəkinməlidirlər”⁴.
 - Böyük Britaniya Jurnalistləri Milli Şurasının Davranış Kodeksi, maddə 6: “Jurnalist insanların şəxsi həyatına qarışmaqdan çəkinməlidir. Bu yalnız o zaman mümkündür ki, hər hansı bir məlumat mühüm ictimai əhəmiyyət kəsb etsin”⁵.
 - Almaniya Mətbuat Şurasının Publisistikanın Prinsipləri Mətbuat Kodeksi, maddə 8: “Mətbuat insanların şəxsi və intim həyatına hörmətlə yanaşmalıdır. Lakin əgər şəxsi həyatdakı davranış ictimai maraqlara toxunursa, bu mətbuatda öz əksini tapa bilər”⁶.
 - İtaliya Mətbuatının Milli Federasiyası və Jurnalistlər Ordeni Milli Şurasının Jurnalist Borcunun Xartiyası. “Jurnalist insanların şəxsiyyətinə və ləyaqətinə, şəxsi sirrlərinə hörmətlə yanaşmalıdır...”⁷.
 - Portuqaliya Jurnalistləri Deontoloji Kodeksi, maddə 9: “Jurnalist vətəndaşların şəxsi hüquqlarına hörmətlə yanaşmalıdır. Bu müdaxilə yalnız ictimai maraq daşdığı zaman mümkün ola bilər...”⁸.
 - Türkiyə Mətbuat Şurasının Mətbuatın professional prinsipləri kodeksi, maddə 5: “Hər hansı bir şəxsin özəl həyatına dair məlumat yalnız o zaman üzə çıxarıla bilər ki, ictimai əhəmiyyət kəsb etsin”⁹.
 - İsveçrə Jurnalistlər Federasiyasının Jurnalist hüquq və öhdəliklərinin deklarasiyası, maddə 7: “Jurnalist insanların şəxsi həyatına hörmətlə yanaşmalıdır, o zamanadək ki, cəmiyyətin maraqları o haqda bilgi

¹ Профессиональная этика журналистов. Москва, 1999, səh. 23

² İbid. Səh. 37.

³ İbid. Səh. 94.

⁴ İbid. Səh. 104.

⁵ İbid. Səh. 107.

⁶ İbid. Səh. 126.

⁷ İbid. Səh. 151.

⁸ İbid. Səh. 179.

⁹ İbid. Səh. 195.

tələb etməsinlər”¹.

- İsveç Mətbuat Kooperasiya Şurasının Televiziya, radio və mətbuat işçiləri üçün etik kodeksi”, birinci bölmənin üçüncü maddəsi: “Diqqətli olun: insanın həyatı ilə bağlı faktların dərci, onun şəxsi həyatına zərbə vura bilər. Buna yalnız o halda gedin ki, ictimai maraqlar tələb edir”².
- Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etika Kodeksi, maddə 5: “Jurnalist insanların şəxsiyyətinə hörmət etməli, ləyaqət hissini tapdalanmalıdır”³.
- Azərbaycan Respublikası Jurnalistinin Peşə Etikasına Kodeksi, maddə 6: “Jurnalist, peşəsi ilə əlaqədar ünsiyyətdə olduğu adamların şəxsiyyətinə və ləyaqətinə hörmət edir, onları incidə biləcək heç bir hərəkətə yol vermir. Ayrı-ayrı adamların şəxsi həyatına müdaxilə, bu haqda faktların yayılması jurnalist üçün yolverilməz sayılır. Şəxsiyyətin həyatı barədə faktlar yalnız cəmiyyətin və dövlətin, vətəndaşların hüquq və qanuni mənafələrini müdafiə etmək naminə yayıla bilər. Mətbuat işçisinin şayiələrə əsaslanıb hər hansı şəxs barədə məlumat hazırlamağa, onun nüfuzuna zərər gətirə biləcək ifadələr işlətməyə hüququ yoxdur”⁴.

Şərəf və ləyaqətin qorunması

Şəxsiyyət amili ilə bağlı jurnalistlərin peşə etikasında vacib hesab edilən prinsiplərdən biri də insanın şərəf və ləyaqətinin alçaldılmasının yolverilməzliyidir.

Jurnalist böhtan, təhqir və qərəzli yazılardan uzaq durmalıdır. Şəxsiyyətin alçaldılması mətbuat azadlığından sui-istifadə edərək jurnalistin peşə etikasını kobud surətdə pozması deməkdir. Jurnalist öz fəaliyyəti ilə insanları təhqir etməməli, onlara qara yaxmamalı, əksinə, cəmiyyətin hüquqları pozulmuş nümayəndələrinə əlindən gələn yardımı etməli, onların müdafiəsində durmalıdır.

Böhtan və təhqirin yolverilməzliyi prinsipinin yuxarıda sadaladığımız müddəaları bir çox beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz əksini tapıb:

- Avstriya Mətbuat İşçilərinin Etik Kodeksi, maddə 4: “Materialın hazırlanması və şərh mətbuat azadlığının mühüm tərkib hissəsidir. Lakin, diffamasiya, böhtan və qərəzli xəbərlərin yayılması bu azadlıqdan sui-istifadə etmək və jurnalist etikasını kobud surətdə pozmaq deməkdir”⁵.
- Almaniya Mətbuat Şurasının Publisistikanın Prinsipləri Mətbuat Kodeksi, maddə 9: “Böhtan və təsdiqini tapmayan məlumatların çap edilməsi ilə şəxsiyyətin təhqir edilməsi, jurnalist etikasına ziddir”⁶.

¹ İbid. Səh. 207.

² İbid. Səh. 210.

³ İbid. Səh. 215.

⁴ Azərbaycan Respublikası Jurnalistlərinin peşə etikasına kodeksi. <http://www.ajb.az/site/codex.pdf>

⁵ Профессиональная этика журналистов. Москва, 1999, səh. 94.

⁶ İbid. Səh. 128.

- Türkiyə Mətbuat Şurasının Mətbuatın professional prinsipləri kodeksi, maddə 4: “Ədalətli tənqid çərçivəsindən çıxdığı halda, hər hansı şəxsin və ictimai şəxslərin təhqir və ya diffamasiyasına yönəlmiş hərəkətlər cəzalandırılır”¹.
- Fransa jurnalistlərinin Milli həmkarlar İttifaqının Fransız Jurnalistlərinin professional borcu xartiyası, maddə 2: “Əsassız ittihamlar, böhtan, faktların təhrifi və yalan ciddi professional pozuntu hesab edilir”².
- Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etika Kodeksi maddə 3: “Böhtan və təhqir jurnalist üçün professional cinayət kimi qəbul edilməlidir”³.
- Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları. Prinsip 3: “Şərəf və ləyaqətin qorunması, şəxsi həyatın toxunulmazlığı: 3.2. Jurnalist görüşdüyü, haqqında yazdığı hər bir şəxsin şərəf və ləyaqətinə, şəxsi həyatının toxunulmazlığı prinsipinə hörmətlə yanaşmalıdır”⁴.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə internet istifadəçiləri üçün İnsan Hüquqları Bələdçisinə dair Təvsiyəsi. CM/Rec (2014).
2. Azərbaycan Respublikası Jurnalistlərinin peşə etikas
3. Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydaları. <http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
4. Gün işığı bələdçisi. Media Hüququ institutu. Bakı, 2006.
5. Jurnalist məsuliyyəti. Bakı, “Yeni Nəsil” MMC, 2002.
6. KİV haqqında AR Qanunu. 7 dekabr 1999.
8. Media etikas
9. Профессиональная этика журналистов. Москва, 1999.

Mövzu 14: Mediada ayrı-seçkilik və jurnalist etikas

Jurnalistlər peşə fəaliyyəti zamanı müxtəlif etnik, irqi, dini qruplarla və icmalarla ünsiyyətdə olur və onlar barədə materiallar hazırlayırlar. Bu zaman onların ən çox rastlaşa biləcəyi etik məqam ayrı-seçkilikdir.

Ayrı-seçkiliyin ən sadə formada anlayışını versək, bu, o deməkdir ki, hər hansı ictimai maraq və ya əsaslı səbəb olmadan hər hansı bir şəxsə qarşı analoji situasiyalarda və şəraitlərdə olan digər şəxslərə nisbətən fərqli və düzgün olmayan şəkildə rəftar edilir. Bəşər tarixi ayrı-seçkiliyin səbəb olduğu böyük fəlakətlərlə doludur. Hətta geridə qoyduğumuz əsrdə belə, “biz” və “onlar” deyərək fərqləndirmə çox zaman milyonlarla insanın səbəbsiz yerə əziyyət çəkməsinə səbəb olub. XXI əsrdə beynəlxalq ictimaiyyətin məlumatlılığının artmasına və nəhəng həcmdə bilgilərin toplanmasına baxmayaraq, ayrı-seçkilik halları davam edir. Etnik mənşə, din, dil, dünyagörüşü və ya gender əlamətinə görə tətbiq edilən ayrı-seçkiliyin ağırlı nəticələri tarixə yeni rüsvayçılıq səhifələri əlavə etmişdir. Müxtəlif fərqli rəftar üsullarının ağır təcrübəsini bəşəriyyətə yaşatmış situasiya “başqasına” hər hansı hüququ verməklə əlaqədar deyildi. Belə ayrı-seçkilik müəyyən irqin və ya dinin nümayəndələrini, cəmiyyətin müəyyən təbəqələrini, dünyagörüşü, ideologiyası və ya seksual oriyentasiyası fərqli olan fərdləri və ya qrupları tarix boyu hədəfə ala bilmişdir. Bu mə-

nada ayrı-seçkiliyin tarixi qədimdir. Araşdırmalar göstərir ki, ayrı-seçkiliyin ən ciddi formalarından birini təşkil edən irqçilik, ən ümumi şəkildə götürsək, tarixən üç formada özünü büruzə verib: Amerika köləliyi, müstəmləkəçilik (apartheid də daxil olmaqla) və holokost (yəhudi soyqırımı). Hər üç nümunədə ayrı-seçkilik və irqçilik siyasətləri hədəfə alındıqları qrupların cəmiyyətdən kənarlaşdırılmasına və ya məhv edilməsinə, onların aşağı səviyyəli olmasının sübut edilməsinə və fərqliliklərinin qabardılmasına əsaslanan məntiqdən irəli gəlib¹.

Medianın ayrı-seçkilikdən azad olmasının vacibliyi

Bu məsələni ayrı-seçkiliyin konkret təzahürü olan “nifrət nitqi” vasitəsilə izah etmək daha faydalı olar, çünki medianın yol verə biləcəyi ayrı-seçkilik məhdud çərçivəli ayrı-seçkilikdir, bir qədər sonra bundan bəhs edəcəyik. Nifrət nitqi məhdud çərçivədə mediada yol verilən ayrı-seçkilik formaları arasında nəticələrinə görə ən zərərliyədir. Nifrət nitqi elə bir ayrı-seçkilik məhsuludur ki, bugünkü durumu qeyri-müəyyən edir və sabah nə baş verə biləcəyini proqnozlaşdırmağı mümkün hala gətirir. Buna görə də o, cəmiyyətdəki bütün insanlara zərər yetirə bilər. Əlbəttə, bu məqalənin mühüm tərəfi ondan ibarətdir ki, bir qayda olaraq, nifrət nitqinin öz əhatə dairəsini genişləndirmək

¹Celenk, S. Ayrımcılık ve Medya, Televizyon Haberciliğinde Etik. Ankara, 2010, səh. 211–228.

üçün mediaya ehtiyacı olur. Media nifrət nitqi üçün əlverişli unikal meydan təqdim etmək iqtidarındadır və bu sözlər xüsusən televiziya jurnalistikasına və müzakirə proqramlarına aiddir. Nifrət nitqi “şəxsə və ya qrupa münasibətdə irq, gender, etnik mənsubiyyət, vətəndaşlıq, din, seksual oriyentasiya, cinsi identiklik, əlillik, mənəvi və siyasi baxışlar, sosial-iqtisadi sinif, peşə və ya zahiri görünüş (məsələn, boy, çəki və ya saçın rəngi) əlamətlərinə əsaslanan, onların əqli imkanları və digər analogi xüsusiyyətləri ilə əlaqədar olaraq alçaltma, hədələmə, zorakılığa təhrikçilik və ya xurafatçılıq niyyəti daşıyan fikirləri ifadə etmək üçün istifadə edilir”.¹ Qeyd etmək vacibdir ki, bu anlayışın tətbiq dairəsinə düşən fikirlər “söz azadlığı” çərçivəsində qiymətləndirilmir. Nifrət aşıl原因an fikirlər də irqçilik kimi azadlıq məsələsi deyil və cinayət sayılır. Onların acınacaqlı nəticələrə gətirib çıxarması sübuta yetirilib. Faktiki olaraq, “nifrət nitqi” adlandırılan cinayət kateqoriyası yaranır, fərdləri və ya qrupları bu cinayətdən qorumaq üçün hüquqi tədbirlər görülür.

Ayrı-seçkiliyin növləri

Ayrı-seçkilik müxtəlif formalarda təzahür edir. Ayrı-seçkiliyin bəzi formaları asanlıqla ayrı-seçkilik kimi tanına və qəbul edilə bilən davranışlar, yanaşmalar və ifadələrdir. Amma onların bəzilərinin özündə ayrı-seçkilik elementini daşdığıını anlamaq üçün xüsusi diqqət və bacarıq lazımdır.

Bu kontekstdə ümumi və dolğun təsnifat apararkən iki növ ayrı-seçkiliklə qarşılaşırıq:

1. Birbaşa ayrı-seçkilik;
2. Dolaylı ayrı-seçkilik.

1. Birbaşa ayrı-seçkilik

Belə ayrı-seçkilik əqidə, dil, din və ya etnik mənsubiyyətə və analogi fərqlərə görə şəxsə, qrupa və ya icmaya qarşı qeyri-bərabər rəftarı bildirir. Fərqli rəftar bu qrupları açıq-aşkar lağa qoymaqdan, alçaltmaqdan və ya ləkələməkdən tutmuş insanları onlara qarşı ayrı-seçkiliyə sövq edən, nifrət aşıl原因an nitqə qədər geniş çeşidli ayrı-seçkilik formalarını özündə ehtiva edir.

2. Dolaylı ayrı-seçkilik

Belə ayrı-seçkilik təyin edilməsi çətin olan, dolayısı ilə nəzərdə tutulan və ya dolaylı formada ifadə edilən sözlərdə və ya hərəkətlərdə özünü büruzə verən, yaxud bəzi hallarda hər hansı problem yaratmayan situasiya kimi görünərsə də, bəzən nəticələri baxımından müəyyən təbəqələrə münasibətdə ayrı-seçkilik doğuran münasibəti bildirir. Digər tərəfdən isə fərdə və ya qrupa “əhəmiyyət verilməməsi” dolaylı ayrı-seçkilik kimi qiymətləndirilə bilən başqa bir situasiya sayıla bilər. Fərdə və ya qrupa “əhəmiyyət verilmədiyi” situasiyada heç bir söz deyilmir və ya heç bir hərəkət edilmir. Amma bu halda ayrı-seçkilik məhz sözün və ya hərəkətin “olmamasından” irəli gəlir.

Media ayrı-seçkiliyə necə yol verir?

Mediada ayrı-seçkilik xarakterinə görə real həyat sahələrindəki ayrı-seçkiliyə bənzərdir. Mediada ayrı-seçkilik məhdud çərçivəli ayrı-seçkilik olsa da, paradoks

¹ Pankowski, Rafal (2007). “How to Understand and Confront Hate Speech.” www.unitedagainstracism.org/pages/thema03.htm.

bundan ibarətdir ki, o, həyatın bütün digər sahələrində ayrı-seçkiliyin vurduğu ziyandan daha artıq ziyana səbəb ola bilər. Mediada təqdimat sözlə və ya vizual formada baş verdiyinə görə bəzi fərdlərin və ya təbəqələrin təqdimatdan kənar saxlanması özü ayrı-seçkiliyə yol açır. Xəbərlərdən tutmuş dramalara qədər bütün televiziya proqramlarında görə biləcəyimiz ayrı-seçkilik birbaşa nəticələr doğurmur və bu nəticələr “biz” və “onlar” deyə ayırmaq yolu ilə fərqləndirmə toxumu səpməkdən, fərqləndirməyə zəmin yaratmaqdan və ya fərqləndirməni genişləndirməkdən uzağa getmir. Məsələn, qəzetlər, televiziya və ya internet resursları hər hansı fərdi və ya qrupun üzvlərini dərsinin rənginə, əqidəsinə və ya digər səbəblərə görə aclığa, fiziki xəsarətə məruz qoya və ya qətlə yetirə bilməzlər. Medianın “reallıqla” əlaqəsi onu interpretasiya etməklə və simvolik olaraq təqdim etməklə məhdudlaşır. Başqa sözlə, mediada ayrı-seçkiliyin formaları simvolik təqdimatda təzahür edir, ifadə edilən fikirlər “təsvir” və şərhlər formasında olur.

Jurnalist unutmamalıdır ki, onun əməkdaşı olduğu KİV ailələrə daxil olur, onun əməyi auditoriyanın istifadəsinə verilir. Jurnalistikada pornoqrafik materialların istehsalı və yayımı yolverilməzdir. Pornoqrafik materiallar dedikdə, əsas məzmunu seksual münasibətlərin anatomic və fizioloji cəhətdən kobud və ləyaqətsiz təsviri olan bədii, foto rəsmləri, informasiyalar və digər bu kimi materiallar başa düşülür. Pornoqrafiya insanların

mənəviyyatına, ictimai əxlaqa zərər vurduğu üçün onun KİV vasitəsilə istehsalı və yayımı professional jurnalist etikasına prinsiplərinə zidd hesab edilir. Xarici ölkə jurnalistlərinin etik prinsiplər kodekslərinin demək olar ki, hamısında bu prinsip təsbit edilib. Onlardan bəziləri ilə tanış olaq:

- Belçika Jurnalist Fəaliyyətinin Prinsipləri Kodeksi, maddə 6: “Cinayət, terror və başqa qəddar və qeyri-insani əməllərin yayımlanması məqbul sayılmır”¹.
- Böyük Britaniya Jurnalistlərinin Təcrübə Kodeksi – maddə 7: “Mətbuat seksual cinayətlərin qurbanı və ya şahidi olmuş 16 yaşına çatmamış uşaqları qeydə almamalıdır, hətta qanun bunu qadağan etmərsə belə”².
- Norveç Mətbuatının Etik Kodeksi, maddə 4 “Nəşr qaydaları”, bənd 9: “Özünəqəsd və özünəqəsdə cəhd edilməsi barədə yazılar verilməsi məqsəduyğun deyil”³.
- Türkiyə Mətbuatın Professional Prinsiplər Kodeksi, maddə 13: “Zorakılıq və qəddarlıq mövzularını işıqlandıran məlumatların dərc edilməsindən qaçmaq lazımdır”⁴.

Ümumbəşəri dəyərlərin qalan hər şeydən üstünlüyünü qəbul edən jurnalist humanist ideyalara, sülhü, demokratiyanı, sosial inkişafı, insan hüquqlarını müdafiə edir. O, qanunsuz silahlanmanı, təmsilçisi olduğu dövlətin torpağını zəbt etmək cəhdini, milli ayrı-seçkiliyi müdafiə edən hər hansı mülahizələri inkar

¹ Профессиональная этика журналистов. Москва, 1999, səh. 111.

² İbid. Səh. 111.

³ İbid. Səh. 172.

⁴ İbid. Səh. 195.

edir. Jurnalist öz fəaliyyətində milli və-tən-pərvərlik borcunu yerinə yetirməli, torpağının bütövlüyü, əmin-amanlığı, təbiəti, tarixi, mədəniyyət abidələrini, xalq əmlakının qorunması problemlərinin həlli yollarını işıqlandırmalıdır. O, başqa xalqların fərdi xüsusiyyətlərinə, dilinə, ləhcəsinə, dininə, milli mədəniyyət nümunələrinə hörmətlə yanaşmalı, ayrı-seçkiliyə yol verməməlidir.

Ümumbəşəri dəyərlərə ehtiram prinsipinin yuxarıda sadaladığımız müddəaları bir çox beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz əksini tapıb. Onlara diqqət yetirək:

- Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası Jurnalist Davranışı Prinsiplərinin Deklarasiyası, maddə 7: “Jurnalist, medianın fəaliyyəti ilə əlaqədar bir insan üçün yarana biləcək ayrı-seçkilik təhlükəsini nəzərə almalıdır. Xüsusilə irqi, cinsi, cinsi oriyentasiya, din, siyasi və digər etiqadlara, habelə milli və sosial mənşəyə görə ayrı-seçkiliyə səbəb olan məcburi təşviqlərin qarşısını almaq üçün mümkün olan hər şeyi etməlidir”¹.
- Avstriya Mətbuat İşçilərinin Etik Kodeksi, maddə 4: “Dil, din, milli ayrı-seçkilik yolverilməzdir”².
- Belçika Jurnalist Fəaliyyətinin Prinsipləri Kodeksi, maddə 4: “Mətbuat müxtəlif fikirlərə hörmətlə yanaşmalı, həmin fikirlərin çapı üçün yardım etməlidir. Təməl insan hüquq-

ları ilə ziddiyyət təşkil edən dil, cinsi, dini, irqi, ideoloji, mədəni və sinfi mənsubiyyət baxımından diskriminasiyaya qarşı çıxır”³.

- Böyük Britaniya Jurnalistləri Milli Şurasının Davranış Kodeksi, maddə 10: “Jurnalist diskriminasiya xarakterli, ayrı-seçkilik salan materiallardan çəkinməli, buna görə heç kimi gülüş obyektinə çevirməməlidir”⁴.
- Almaniya Mətbuat Şurasının Publisistikanın Prinsipləri Mətbuat Kodeksi, maddə 10: “Mənəvi və dini hissləri təhqir edə biləcək məlumatların və foto-şəkillərin çap edilməsi yolverilməzdir”; maddə 11: “Zorakılıq və qəddarlıqla bağlı materialların sensasiya naminə çap edilməsindən mətbuat imtina etməlidir”; maddə 12: “Heç kim cinsi, irqi, dini, milli və sosial mənsubiyyətinə görə diskriminasiyaya məruz qala bilməz”⁵.
- İtaliya Mətbuatının Milli Federasiyası və Jurnalistlər Ordeni Milli Şurasının Jurnalist Borcunun Xartiyası, maddə 9: “Jurnalist irqi və dini mənsubiyyətinə, həmçinin insanın əqli, fiziki vəziyyəti və onun siyasi görüşlərinə görə ayrı-seçkiliyə yol verə bilməz”⁶.
- Portuqaliya Jurnalistləri Deontoloji Kodeksi, maddə 8: “Jurnalist insanların diskriminasiyasına yol verən – irqi, milli, cinsi və ya dini ayrı-seç-

¹ Профессиональная этика журналистов. Москва, 1999, səh. 22.

² İbid. Səh. 94.

³ İbid. Səh. 103.

⁴ İbid. Səh. 108.

⁵ İbid. Səh. 94.

⁶ İbid. Səh. 152.

- kiliyə – hərəkətlərə qatılmamalıdır”¹.
- Türkiyə Mətbuat Şurasının Mətbuatın professional prinsipləri kodeksi, maddə 1: “Heç bir insan irqi, cinsi, dini və sosial tərkibinə görə ayrı-seçkiliyə məruz qalmamalı, buna görə gülüş və hədəf obyekt olmamalıdır”; maddə 2: “Söz azadlığını məhdudlaşdıran, mənəvi, dini hissləri və ailə dəyərlərini təhqir edə biləcək materialların çapı yolverilməzdir”¹.
 - Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etik Kodeksi, maddə 5: “Jurnalist öz fəaliyyəti dövründə ekstremizm və vətəndaş hüquqlarının tapdalanmasına qarşı mübarizə aparmalıdır. Jurnalist insanların cinsi, irqi.

Dini və siyasi diskriminasiyasını, eləcə də milli və sosial ayrı-seçkiliyi qəbul etməməli, buna qarşı çıxmalıdır”².

- Azərbaycan Respublikası Jurnalistlərinin peşə etikasını kodeksi. Maddə VII: Ümumbəşəri sərvətlərə ehtiram: Jurnalist Azərbaycan Respublikasında yaşayan bütün xalqların, etnik qrupların fərdi xüsusiyyətlərinə, dilinə, ləhcəsinə, dininə, milli mədəniyyət nümunələrinə hörmətlə yanaşır, ayrı-seçkiliyə yol vermir. Jurnalist kütləvi informasiya vasitələri üçün hazırladığı materialda Azərbaycan ərazisində yaşayan bütün millətlərin mənafeyini ümumrespublika mənafeyi ilə birləşdirmək ideyasına üstünlük verir³.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası Jurnalistlərinin Peşə Etikasını Kodeksi. Bakı, 2009.
<http://www.ajb.az/site/codex.pdf>
2. Celenk, S. Ayrımcılık ve Medya, Televizyon Haberciliğinde Etik. Ankara, 2010.
3. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012.

4. Jurnalist məsuliyyəti. Bakı, “Yeni Nəsil” MMC, 2002.
5. Pankowski, Rafal (2007). “How to Understand and Confront Hate Speech.” www.unitedagainstracism.org/pages/thema03.htm.
6. Профессиональная этика журналистов. Москва, изд-во “Галерея”, 1999.

¹ İbid. Səh. 178.

² İbid. Səh. 194.

³ Профессиональная этика журналистов. Москва, 1999, səh. 216.

⁴ Azərbaycan Respublikası Jurnalistlərinin peşə etikasını kodeksi. <http://www.ajb.az/site/codex.pdf> s. 3.

Mövzu 15:

Gender problemlərinin işıqlandırılması və jurnalist etikas

Qadınlar ənənəvi olaraq gender-etik jurnalistika ilə bağlı müzakirələrin fokusundadırlar. Bu, xəbərlərin böyük əksəriyyətində kişilərin diqqət mərkəzində olması ilə izah edilə bilər. Qlobal Media Monitoring Layihəsinin 2010-cu ildə keçirdiyi araşdırmanın nəticələri də bunu təsdiq edir. Ötən 10 il ərzində müəyyən müsbət dəyişikliklər müşahidə olunsa da, ümumilikdə, gender iyerarxiyasında hələ də kişilər qadınlardan daha yüksək mövqedədirlər. Bu isə, ilk növbədə, güc və imtiyazlar baxımından iqtisadi vəziyyət, irqi-etnik mənsubiyyət, yaş, təhsil və digər sosial amillər kimi kompleks məqamlarla əlaqələndirilir. Bu gün mediada gender stereotipləri, qadınlar və kişilərin cəmiyyətdəki yeri, onların funksiyaları, sosial rolları ilə bağlı təsəvvürlər təkcə mövzularla deyil, istifadə edilən leksika, metaforalar vasitəsilə də qabardılır. Media bilərəkdən və ya bilməyərək qadınları kişilərlə müqayisədə daha əlverişsiz şəkildə işıqlandırır. Bununla da cəmiyyətdə qadınlara kişilərin mövcud yeri haqda hökmran olan stereotiplər daha da qüvvətləndirilir. Bir sözlə, media güzgüsündə qadınlar “zərərçəkmiş”, kişilər “ciddi” və “işgüzdür”. Ciddi qəzet və jurnallar qadınların biznes, siyasət kimi sahələrdə fəaliyyətinə, demək olar ki, yer vermir, yaxud da az yer ayırır.

Hər bir ölkə media və reklamlarda gender bərabərliyinin təmin edilməsini müxtəlif üsullarla reallaşdırır. Məsələn, Xorvatiyada mediada yanlış gender ste-

reotiplərinə qarşı mübarizə aparmaq məqsədilə 2006-cı ildə meydana gəlmiş media xeyriyyəçi heyəti yaradıldı və dövlətin maliyyə dəstəyi ilə bir müddət mediada yayımlanan məqalələrin təhlili aparıldı. Norveçdə cinslərin hüquq bərabərliyi prinsiplərini pozan reklamlar marketing haqqında qanunun ilk maddəsi ilə qadağan edilir. ABŞ-da reklam fəaliyyətinin müşahidəsi ilə bağlı milli şura fəaliyyət göstərir, onun əsas işi qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyi, reklamlarda qadınlara mənfi təsvirini araşdırmaqdır. İspaniyada 1994-cü ildə yaradılmış hökumət proqramının əsas məqsədi isə KİV-də və reklamlarda qadın stereotiplərini dəyişmək, onların “seksual obyekt” kimi təqdimatına son qoymaqdır.

1996-cı ilin aprelinde Avropa Birliyinin qəbul etdiyi “Reklam və KİV-də qadın obrazı haqqında” adlı qətnaməsi qurumun üzv ölkələri üçün bir çağırış rolunu oynadı.

Mediada qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin olması bir sıra amillərlə izah edilir; gender və qadın problemləri ilə kifayət qədər bilgilərin olmaması, mövzuya yanlış mövqedən yanaşılması, yanlış gender stereotiplərinin formalaşması, kişilərlə müqayisədə qadınların mediada daha çox qınaq obyekt kimi təsviri və s. Lakin medianın bu problemləri aradan qaldırmaq üçün kifayət qədər imkanları var.

Media işçiləri – təkcə müxbirlər deyil, həm də redaktorlar və rejissorlar, fotoqraflar və videooperatorlar, tədqiqatçılar və faktların yoxlanmasına cavabdeh

olanlar, hətta dizaynerlər və illüstratorlar – əksər hadisələrin, olayların və siyasi tədbirlərin cəmiyyətin müxtəlif təbəqələri üçün fərqli mənalara ifadə edə biləcəyini əsla unutmamalıdırlar. Jurnalistika müəyyən bir məqsədi olan hekayədir. Hadisələrin mediada yayımlanmasında məqsəd yalnız baş verənlər barədə xəbər vermək deyil, həm də, olayların insanlara təsirini göstərməkdir.

Avropa Şurasının “Kütləvi informasiya vasitələrinin yeni anlayışına dair” (CM/Rec–2011) 7 sayılı tövsiyəsində çağırış edilir ki, “Media materiallarını hazırlayanlar, redaktə edənlər və yayanlar ayrı-seçkilik və stereotiplərlə mübarizəyə yönələn təşəbbüslərə dəstək verməklə, gender bərabərliyini təşviq etsinlər”.

Medianın müstəqilliyinin önəmli olması bütün sənədlərdə öz əksini tapıb. Bununla yanaşı, media işçiləri, jurnalistlər və digər xəbər istehsalçıları qadın və kişilərin obrazının qərəzsiz, stereotiplərdən kənar şəkildə təqdim edilməsinə görə cavabdehlik daşdıqlarını bilməlidirlər. Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsi mediaya insan hüquqlarının prinsiplərindən biri kimi gender bərabərliyinə hörmətlə yanaşılmanı təklif edir, media peşəkarlarını və ümumilikdə kommunikasiya sektorunu qadınların və kişilərin qeyri-stereotip təsviri yönündə tədbirlər görməyə çağırır. Qeyd olunduğu kimi, Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası tərəfindən hazırlanmış “Jurnalistlərin davranış prinsipləri haqqında bəyannamə”nin 7-ci bəndində göstərilir: “...cinsi mənsubiyyətə əsaslanan ayrı-seçkilik yolverilməzdir”. Bu prinsip dünyanın demokratik ölkələrində xəbər istehsalçıları üçün hazırlanmış etika məcəllələrində təkrarlanır. Buna rəğmən, KİV üzərindən yayımlanan materiallarda ciddi problemlər mü-

şahidə edilməkdədir. KİV işçiləri bəzən fərqiñə varmadan, bəzən isə oxucu auditoriyasını cəlb etmək və sensasiya yaratmaq məqsədilə gender bərabərliyinin pozulmasına gətirib çıxaran təhriflərə yol verirlər. Olayın təqdimatında ayrı-seçkilik edilir. Belə hallar bərabər yanaşma prinsipini pozmaqla yanaşı, oxucuya səhv məlumat ötürülməsi ilə nəticələnir. Bənzər hallara xüsusi olaraq kriminal hadisələrin təqdimatı zamanı təsadüf edilir. Müşahidələr göstərir ki, hətta professional KİV-də də xəbər təqdimatı zamanı birbaşa əlaqə olmadan cinsi ayrı-seçkiliyə yol verilir, hadisələrin və xəbərin mahiyyətinə aidiyyəti olmadan subyektin cinsi önə çəkilir, fərqləndirilir, cinsi kimlik başlıqlara, manşetlərə çıxarılır. KİV-lər xəbərlərin təqdimatı zamanı hadisənin mahiyyətini izah etmədən, “qadın sürücü”, “qadın oğru”, “dələduz qadın” və sair kimi ifadələrdən istifadə edirlər, hadisə törədicisi və ya hadisə qurbanı olan şəxslərin cinsi mənsubiyyəti qabardılır, xüsusən qadınların fərqləndirilməsinə üstünlük verilir. Bənzər mövzulu xəbərlərdə hadisənin subyektivi kişi olanda bu fərqləndirməni görmək olmur – cins vurğulanmır, başlıqlara çıxarılmır. Medianın birinci funksiyası xəbər vermək, hadisənin mahiyyətini, səbəbini təsvir etməkdir. Baş vermiş qəza, yaxud olay haqqında xəbər başlıqlarında qadınların cinsi kimliyinin qabardılması yolveriməzdir. “Kişi sürücü”, “kişi həkim”, “dələduz kişi” demədiyimiz kimi, “qadın sürücü”, “qadın həkim” kimi ifadələri də işlətməmək lazımdır.

Media gender balansını pozduğu kimi, onu qoruya və təşviq edə bilər. Əksər ekspertlərin fikrincə, mediada gender balansının təşviqi üçün ilkin olaraq KİV materiallarında cinsi ayrı-seçkiliyə yol

verən ifadələrdən qaçılmalıdır. Cəmiyyətdə gender bərabərliyinə mane olan mental dəyərlərə qarşı müxtəlif bölgələrdə iş aparılmalı, cəmiyyətin müxtəlif sferalarında (siyasət, iqtadiyyat, idman, ordu) uğur qazanmış və cəmiyyətə örnək ola bilən qadınların uğur hekayələrinə daha çox yer ayrılmalıdır.

Bu səbəbdən də, xəbər istehsalı və redaktə prinsiplərində mediada aşağıdakı məqamlara xüsusi diqqət yetirilməlidir:

- Media tərəfindən yayımlanan danışıqlar və müzakirələrdə qadınların daha geniş iştirakı həvəsləndirilməlidir;
- Qadınların ləyaqəti, eləcə də onların dövlət orqanları tərəfindən sponsorluq edilən təbliğat kampaniyalarında müsbət imici qorunmalıdır;
- Kişilər və qadınlar arasında tərəfdaşlıq münasibəti hər hansı cinsi stereotip olmadan əks olunmalıdır;
- İctimai media gender bərabərliyi məsələlərinə xüsusi diqqət yetirməlidir.
- Mediada məzmun yaradıcıları, redaktorlar və yayımçılar diskriminasiya, stereotiplər əleyhinə mübarizə aparılması, gender bərabərliyini təşviq etmək üçün nəzərdə tutulan standartlar daxil olmaqla müvafiq peşəkar standartlara əməl etməlidirlər.

Qadınlar və kişilər arasında bərabər davranışa dair aşağıdakı prinsiplər media təşkilatları, jurnalist birlikləri və digər tənzimləyici orqanların daxili qaydalarına tətbiq edilməlidir:

- Qadınlar və kişilərə qarşı işə qəbul, təlim, ödəniş, vəzifədə irəli çəkilmə

və məşğulluğun hər hansı digər mərhələsində bütün vaxtlarda bərabər davranılmalıdırlar.

- Media tərəfindən istehsal edilən hər bir mətn cins bərabərliyi prinsipinə uyğun olmalıdır.
- Media təşkilatları daxilində cins əsaslı diskriminasiya/gender bərabərliyi məsələsini daxil edən, qeyri-cinsi dildən istifadəni və qeyri-stereotipik imiclərin təqdimatını təşviq edən, zorakı və ya alçaldıcı materiallardan istifadəni istisna edən, özünü tənzimləyən tədbirlər, prinsiplər, davranış məcəllələri və ya digər qayda növləri ifadə azadlığına uyğun dərəcədə qəbul və icra edilməlidir.
- Media təşkilatları digər tənzimləyici orqanlarla birlikdə cinsi imic, dil və praktikanı pisləmək, buna qarşı mübarizə aparmaq məqsədilə daxili tənzimləyici çərçivə yaratmalıdırlar.

Azərbaycan mediasında gender bərabərliyi məsələləri ilə bağlı xətlərin aradan qaldırılması, gender-etik jurnalistikanın təşviqi məqsədilə 2018-ci ildə Avropa Şurasının təşəbbüsü ilə Mətbuat Şurası Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranışı qaydalarına gender bərabərliyinin təmin edilməsi istiqamətindən nəzər salıb. Peşə Davranışı Qaydalarının yenilənmiş versiyasına "Gender bərabərliyi və ayrı-seçkiliyə yol verilməməsi prinsipinin müdafiəsi" adlı 4 maddədən ibarət yeni prinsip əlavə olunub. Bu prinsipə mediada nifrət nitqi, gender stereotipləri, gender-əsaslı zorakılıqla mübarizə, media orqanlarında kişi və qadın jurnalistlərə bərabər iş imkanlarının yaradılması kimi məsələlər daxildir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. How to interview Sexual Abuse Victims, Marcia, 1995, Morgan, California, London.
2. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə internet istifadəçiləri üçün İnsan Hüquqları Bələdçisinə dair Təvsiyəsi. CM/Rec(2014)6
3. Suzanne Franks, Women and Journalism, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2013
4. Getting the balance right. Gender equality in journalism, Belgium, 2009.

Mövzu 16: Jurnalistika və uşaq mövzusu

Hər bir uşaq ən pis şeyləri asanlıqla öyrənə bilər. Bunun qarşısını almaq üçün “yaxşılıq adına nə öyrədə bilərik” sualına cavab tapa bilməkdir. Uşaq televiziya, internetdən, qəzetlərdən, jurnallardan, küçələrdən və ən əsası da məktəb yoldaşlarından (yanlış olanlardan) pislik adına nə varsa, öyrənir. Pislik insanın nəfsinə daha xoş gəldiyindən onu öyrənmək daha asan və zövqlü olur. Yumruğu olan vurmaq istəyir, gözü olan baxmaq... və nəzarət olunmayan zövq və mənəfət insanı uçuruma aparır. Əgər media bu məsələləri tənzimləməsə, vücudumuz və nəfsimiz hər cür pisliyi etməyə meyillidir.

KİV-in geniş auditoriyaya təsirinin aşağıdakı belə bir qanunauyğunluğu mövcuddur: qəzet yazıları daha çox qərar qəbul edən şəxslərə (siyasətçilərə, məmurlara, deputatlara) təsir göstərir. Çünki onlar, adətən, baş məqalələri, analitik və diskussiya xarakterli materialları oxuyurlar. Televiziya isə daha çox adi vətəndaşlara və uşaqlara təsir göstərir.

Jurnalist uşaqlara, uşaq mövzularına müraciət edəndə onların məsumluğundan və inamından sui-istifadə etməməli, hüquqlarına hörmətlə yanaşmalı və onların fikirlərinin çatdırılması ilə bağlı xüsusi məsuliyyət nümayiş etdirməli, valideynlərinin və ya onların qanuni hümayəçilərinin icazəsi olmadan uşaqlardan müsahibə götürməyə səy göstərməməli və onların fotoları çəkilməməlidir.

Hazırda uşaq hüquqlarının müdafiəsi dünyada ən aktual məsələlərdən birinə çevrilib. Çünki müasir dünyada uşaq hü-

quqları ən müxtəlif şəraitlərdə pozulur. Evdə, məktəbdə, müəssisələrdə və ən nəhayət, icmalarda uşaqlar fiziki, psixoloji və cinsi təzyiqlərə məruz qalırlar.

Uşaqlara Qarşı Zorakılıq üzrə Dünya Hesabatına görə, hər il milyonlarla uşaq məcburi əməyə cəlb edilir, fahişəlik məqsədilə istismar olunur və insan alverinin qurbanına çevrilir. Hesabata görə, il ərzində bütün dünya üzrə 53 min uşaq qətlə yetirilir. Bu uşaq ölümlərindən 22 min 15-17 yaşlı uşaqların payına düşür ki, onların da təxminən 75 faizi oğlanlar olub. 80-90 faiz uşaqlar evlərində fiziki cəzadan əziyyət çəkir. 100-dən artıq ölkədə uşaqlar hələ də məktəblərdə istifadə edilən çubuq, kəmər və sair alətlərlə bədən cəzaları alırlar və yaxud belə təhlükə ilə üzləşirlər. Ən azı 30 ölkədə cəzaçəkmə müəssisələrində hələ də uşaqlar qamçı və ya çubuqla cəzalandırılırlar.

Müasir dünyada uşaqların yalnız 2,4 faizi cəza müəssisələrində qanunla müdafiə olunurlar. Hər il 133275 milyon uşaq valideynləri arasında zorakılıq hallarının şahidi olurlar. İnkişaf etmiş ölkələrdə məktəbyaşlı uşaqların 65 faizi şifahi və ya fiziki təhdidə məruz qalır. Yaşı 18-dən az olan təqribən 150 milyon qız və 73 milyon oğlan məcburi cinsi əlaqəyə cəlb edilir və cinsi zorakılığın digər formaları ilə üzləşirlər.

Dünyanın 21 ölkəsində keçirilən sorğuya əsasən, qadınların ən azı 7, kişilərin isə 3 faizi məhz uşaqlıq dövründə cinsi təcavüzün qurbanı olduqlarını bildiriblər. 15 yaşına qədər ilk cinsi əlaqəyə

girdiyini bildiren qadınların 45 faizi bunun məcburi olduğunu söyləyiblər. 10-17 yaşında olan qızların ən azı 82 faizi 18 yaşına çatmamış ailə quracaqlarını bildiriblər. Hesabata əsasən, dünyada 218 milyon azyaşlı uşaq əməyinə cəlb edilir ki, onlardan 126 milyonu təhlükəli işlərdə çalışır. Ümumilikdə, dünya üzrə il ərzində 57 milyon uşaq məcburi əməyə cəlb olunur, 18 milyon isə fahişəlik məqsədilə istismar edilir, 1,2 milyon uşaq isə insan alverinin qurbanı olur. Hüquq müdafiəçilərinin qənaətinə, buna səbəb ölkələrin BMT-nin Uşaq Hüquqları Konvensiyasını icra etməmələridir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, uşaq hüquqlarının qorunması təkəcə dövlətin deyil, həm də cəmiyyətin işidir. Uşaqların hüquqlarının pozulması, ya qorunması, ilk növbədə, ailədən başlanır. Uşaqlara qayğı təkəcə dövlətin üzərinə düşən vəzifə deyil. Hər bir şəxs uşaqların hərtərəfli böyüdülməsi üçün səy göstərməlidir. Çünki uşaqlar təkəcə bir evin deyil, xalqın gələcəyi, ən qiymətli, ən dəyərli sərvətidir. Gələcəyi qorumaq isə təkəcə qanunların deyil, hamının borcudur. Dövlət qurumları ilə yanaşı, vətəndaş cəmiyyəti təsisatları, həmkarlar ittifaqları, elmi-tədqiqat institutları da uşaq siyasətinin daha səmərəli həyata keçirilməsinə yaxından köməklik göstərməli, ictimai diqqəti uşaq hüquqlarına yönəltməyi bacarmalıdırlar. Cəmiyyətin ən kövrək, həssas təbəqəsi olan uşaqlara hər bir vətəndaşın diqqəti, qayğısı və sevgisi lazımdır.

Uşaq hüquqları və media

1999-cu ilin noyabrında media layihələrində iştirak edən gənclər, media peşəkarları və uşaq hüquqları sahə-

sində çalışan mütəxəssislər bütün dünyadakı uşaqların hüquqlarının inkişaf etdirilməsində medianın oynaya biləcəyi rolu beş istiqamətdə müzakirə etmək məqsədilə Norveçin paytaxtı Osloda toplaşdılar. Bunlar aşağıdakı məsələlər idi:

- uşaqların mediadan, o cümlədən yeni mediadan istifadə etmək hüququ;
- uşaqların media maarifləndirməsinə və savadına malik olmaq hüququ;
- uşaqların mediada iştirak etmək hüququ;
- uşaqların mediada zərərdən müdafiə olunmaq hüququ və zorakılığın ekranda göstərilməsi;
- uşaqların hüquqlarının qorunmasında və gücləndirilməsində medianın rolu.

Bu müzakirələrin sonucu olaraq Oslo çağırışı qəbul olundu. Çağırışda deyilir: “Uşaq-media bağlılığı uşaqların geniş və çoxsahəli aləminə giriş mərhələsidir. Onların təhsil, fikir azadlığı, oynamaq, şəxsiyyət kimi formalaşmaq, səhiyyə, ləyaqət və özünəhörmət, müdafiə və başqa hüquqlarının hər bir aspektində, uşaq həyatının hər bir elementində uşaqlarla media arasındakı əlaqə özünəməxsus rol oynayır”.

Oslo çağırışı uşaqlarla media arasındakı kompleks əlaqənin öyrənilməsində, inkişafında, monitoring edilməsində iştirak edən hər kəsə yönəlmişdir. Buraya hökumətlər və təşkilatlar, uşaqlarla işləyən fərdi şəxslər, kütləvi informasiya vasitələrinin bütün səviyyələri və bütövlükdə media peşəkarları, özəl sektor, o cümlədən media sahibləri, uşaqlar və gənclər, valideynlər, müəllimlər və tədqiqatçılar daxildir. Bu çağırışa cavab olaraq BMT Uşaq Fondunun Sehrli veb saytı

yaradıldı. Vebsayt uşaqlar ilə uşaqlar üçün media layihələrini həyata keçirir.

Uşaq Hüquqları Konvensiyasının ayrı-ayrı əsas maddələri media və uşaqlardan bəhs edir, nəzərdən keçirilməli olan üç başlıca sahəni müəyyənləşdirir:

- media reportajı vasitəsilə uşaq obrazının təkmilləşdirilməsi yolları;
- mediada uşaqların fəal iştirakının stimullaşdırılması;
- mediada uşaqların zərərli təsirlərdən qorunması.

Uşaq Hüquqları haqqında Konvensiyanın 12-ci maddəsi uşaqlara aid məsələlərdə onların öz fikirlərini ifadə etmək hüququnu tanıyır. 13-cü maddədə isə uşağın öz fikrini sərbəst ifadə etmək hüququna nələrin daxil olduğu açıqlanır: bu hüquqa sərhədlərdən asılı olmayaraq, hər cür informasiyanı və ideyaları şifahi, yazılı və ya çap edilmiş formada, incəsənət əsərləri formasında və ya istədiyi digər vasitələrin köməyi ilə axtarmaq, almaq və ötürmək azadlığı daxildir¹.

Bu maddələr tək-cə yaxşı məlumatlandırılmış vətəndaşların inkişafında deyil, həm də kütləvi informasiya vasitəsilə gənclərin fikirlərinin daha yaxşı dinlənməsinə töhfə verməlidir. Bu, uşaqların məlumat dövriyyəsinin iştirakçılarından və benefisiarlarından ibarət olması barədə açıq bir mesajdır.

Xəbərlərin uşaqlara təsiri

Medianın təsirləri haqqında, xüsusən uşaqlarla bağlı mediada zorakılıq barədə çoxsaylı tədqiqatlar aparılmışdır. Miçigan Universitetinin professoru L.Rauvel Hyusmanın mühakiməsinə görə, əlli illik

müşahidə və dəlillər onu göstərir ki, “media zorakılığına qarşı müdafiə olunma uşaqların daha aqressiv rəftar etməsinə və sonrakı illərdə yaşlılar kimi onlara təsir göstərməsinə səbəb olur”. Toronto Universitetinin professoru Conatan Fridmanın qənaətinə görə, “elmi dəlil zorakılığın müşahidə edilməsinin insanlarda zorakılıq doğurduğunu və ya ona qarşı həssaslığı azaltdığını, sadəcə, göstərmir”.

Uşaqların mediada işıqlandırılması uşaqlara və uşaqlığa olan münasibətlərə, eyni zamanda yaşlıların uşaqlara qarşı davranışına mühüm təsir edir. Media təsvirləri gənclərin münasibətlərinə və ümidlərinə təsir göstərərək onlar üçün təqlidi modelləri təmin edir. Medianın təcəssüm etdirdiyi və ya hətta diqqət göstərmədiyi üsulla uşaqlar onların adından qəbul edilən qərarlara və cəmiyyətin qalan təbəqəsinin onlarla necə hesablaşdığına təsir edə bilirlər. Media tez-tez uşaqları “səssiz qurbanlar” kimi təsvir edir.

Media peşəkarları uşaqlara və gənclərə ümidləri və qorxuları, nailiyyətləri və yaşlıların davranışının onların həyatına təsiri barədə danışmaq imkanı yaradaraq uşaqların insan varlıqları kimi hörmət göstərilməsinə layiq olduqlarını ictimaiyyətə xatırlatmalıdırlar.

Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası uşaqların mediada işıqlandırılması barədə maraqlı və həyəcan doğuran nəticələrə gəlib:

- İnkişaf etməkdə olan ailələr, yoxsulluq şəraitində yaşayan uşaqlar, müharibə və fəlakət qurbanları öz fərdiyyətini və insanlığını itirirlər.

¹ Uşaq hüquqları haqqında Konvensiya. https://migration.gov.az/content/pdf/5acb09f3100d0_U%C5%9Faq%20h%C3%BCquqlar%C4%B1%20haqq%C4%B1nda%20Konvensiya.pdf

Onlar çox vaxt hərəkət etmək, düşünmək və ya özlərini ifadə etmək qabiliyyətində olmayan, köməksiz zərərçəkmişlər kimi təsvir edirlər.

- Uşaqlarla toqquşan məsələlərin böyük bir qismi Uşaq Hüquqları haqqında Konvensiyada təsvir edildiyinə uyğun nəzərə alınmır, uşaqlara dair məsələlərin işıqlandırılması sensasiya üzərində cəmləşir.
- Uşaqlar haqqında media hesabatları çox vaxt kiçik, yaxud heç bir təhlil və müşahidə olmadan birdəfəlik əhvalatlardan ibarət olur.
- Uşaqların məxfiliyinə həmişə hörmət göstərilir.
- Uşaqlar xəbərlərdə aktual mövzuya çevrildikdə onlar tez-tez “Afrikada aclıq çəkən uşaqlar” və “məsuliyyətsiz yeniyetmələr” olaraq stereotiplər kimi canlandırılır.

Uşaqların hüquqları, o cümlədən oynamaq, istirahət və idman hüququna dair geniş məsələlərin çox vaxt xəbər üçün maraqlı hesab edilmədiyinə baxmayaraq, uşaq zorakılığı, cinayətə cəlb olunan uşaqlar və küçə uşaqları haqqında əhvalatlara üstünlük verilir. Nəticə isə “uşaqların qurbanlar kimi” tarazlaşdırılmamış obrazının yaradılmasına gətirib çıxarır.

Media istehsalında uşaqları və gəncləri əhatə edən Uşaqların Fikri adlı Britaniya təşkilatının 1998-ci ildə keçirdiyi milli qəzetlərin bir həftəlik monitorinqində tədqiqatçılar “yeddi ölümcül stereotip”i aşkar etdilər. Onlar aşağıdakılardır:

- “Körpələr qurbanlar kimi”: 31,5%;
- “Ağıllı körpələr” (sərbəst obrazlar): 26,7%;
- “Balaca şeytanlar” (“şeytanlaşan” uşaqlar): 10,8%;

- “Körpələr parlaqdırlar” (qeyri-adi uşaqlar): 9,7%;
- “Körpələr ləvazimatlar kimi” (yeni valideynlərin mülkiyyəti): 8,4%;
- “Körpələr bu günümüzdür!” (yaşlıların keçmiş həsrəti): 7,5%;
- “Balaca mələklər” (səhv edə bilməyənlər): 5,4%.

Stereotipin sübutu 2004-cü ildə Britaniyanın “Müasir Gənclər” jurnalı üçün Beynəlxalq Bazar və Rəy Tədqiqatı (BBRT) tərəfindən aparılan araşdırmada göstərilir. Araşdırmada qeyd edilmişdir: “Bu qruplar [gənclər] mətbuatdakı mənfi stereotipləri qavrayırlar və hiss edirlər ki, onlar dostları ilə ictimai yerlərdə olarkən yaşlıların onlara necə münasibəti gündəlik həyat tərzlərinə təsir edir. Həmçinin onlar inanırlar ki, jurnalistlər gənclərin davranışlarının qiymətləndirilməsi baxımından yüksək mənəvi əsaslanmaya malik olmaqda çevikdirlər”. İnanıqları jurnalistlərin qəzetləri satmaq və pul qazanmaq üçün məlumatı həddindən artıq şişirtməyə meyil etdiyini nəzərə alaraq, onlar buna riyakar mövqe kimi baxmışlar: “Əgər onların yazmağa bir mövzusu olmasa, təqdim etmək üçün nəsə tapaçaqlar. Bunun kiminsə nüfuzuna xələl gətirməsinin onlar üçün heç bir fərqi yoxdur”. Sözügedən araşdırma əvvəlki BBRT tədqiqatına (2003) uyğundur. Həmin nəticələr 11–18 yaşlı 914 nəfərin 2/3-nin (64%) həqiqəti söyləmək üçün heç bir jurnalistə inanmadıqlarını ortaya çıxarmışdı.

Beləliklə, uşaqların hüquqları barədə ictimai məlumatlılığın artırılmasında medianın mühüm rol oynamasına baxmayaraq, onlar qeyri-müəyyən tərəfdaş ola bilərlər.

Başqa bir həlledici məsələ xüsusən pop musiqisinin və modanın işıqlandırıl-

ması vasitəsilə medianın uşaqları vaxtından əvvəl cinsi fəal olmağa və ya cinsi fəal fərdlər kimi diqqətə almağa stimullaşdırıb-stimullaşdırmamasından ibarətdir.

Bir tərəfdən, kütləvi informasiya vasitələri qəzet məlumatları, fotoşəkillər, sənədli filmlər və dram əsərləri ilə zorlanan və zorlayanın əhvalatlarını açıqlayır. Digər tərəfdən, onlar xəbərlər və reklamlarla uşaqların cinsi təhrikədi obrazlarının yaradılması ilə özləri istismarçıya çevrilə bilərlər.

Media peşəkarları uşaqların hüquqlarının müdafiəsinə yönələn səyləri diqqətlə nəzərdən keçirərək və uşaqların qarşısında öz öhdəliklərini yerinə yetirməyənləri tənqid edərək bu hüquqların xəbərlərin gündəliyində saxlanılmasına hazır olduqlarını bildirmişlər. Lakin kommersiya təzyiqləri bu məsuliyyətdən yayınmaq üçün mediaya təsir edə bilər. Etika kodeksi kommersiya öhdəliklərinə

qurban verildikdə maraqların qeyri-münasib tarazlığı üstünlük təşkil edir.

Gələcəyimiz olan uşaqların bu gün bir çox problemləri var və bu problemlərdən biri də uşaq mətbuatı sahəsində mövcud olan çatışmazlıqlardır. Medianın ən həssas qollarından biri olan uşaq mediası KİV-in çox ciddi və önəmli hissəsini təşkil edir. Bu, spesifikliyi ilə səciyyələnir və əsasən, pedaqoji yönümlüdür. Uşağın intellektinin artırılmasına, informasiya almaq vərdişlərinin yaranmasına xidmət etməlidir.

Bu sahədə çalışan mətbuat nümayəndələrinin qarşısında yalnız oxucuya informasiya vermək vəzifəsi dayanmır, onu cəmiyyətdəki pis meyillərdən, ünsürlərindən qorumaq, tərbiyələndirici funksiyası da dayanır. Unutmayaq ki, uşaqlar təbiəti, dünyanı, insanlara münasibəti, dəyərləri, vətən sevgisini, əxlaqı bizlərin vasitəsilə daha yaxşı mənimsəyə bilərlər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. How to interview Sexual Abuse Victims, Marcia, 1995, Morgan, California, London.
2. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə internet istifadəçiləri üçün İnsan Hüquqları Bələdçisinə dair Tövsiyəsi. CM/Rec (2014)6.
3. Uşaqların hüquqları və jurnalistika praktikası. Hüquqlara əsaslanan perspektiv, BMT Dublin Texnologiya İnstitutu, 2007.
4. Uşaq haqları haqqında Konvensiya
https://migration.gov.az/content/pdf/5acb09f3100d0_U%C5%9Faq%20h%C3%BCquqlar%C4%B1%20haqq%C4%B1nda%20Konvensiya.pdf

Mövzu 17: Böhran və konflikt jurnalistikası

Müharibələrin qarşısını almaq, sülhü və sabitliyi təmin etmək ideyası həmişə tərəqqipərvər bəşəriyyətin diqqət mərkəzində olmuş insanları düşündürüb. Dünyanın bütün sülhsevər xalqları daim müharibəyə qarşı çıxış edərək sülhə can atıblar. Lakin bu cəhdlərin heç biri silahlı münaqişələrin tamamilə aradan qalxmasını təmin etməmiş, hətta qloballaşma dövrünü yaşayan XXI əsrdə belə beynəlxalq hüquq institutlarının və dünyanın qabaqcıl təşkilatlarının cəhdlərinə baxmayaraq, müharibələrin qarşısını almaq, mübahisələrin həllində güc tətbiqi yolundan imtina etmək qeyri-mümkün olub.

Əvvəllər beynəlxalq meydanda müharibələr mübahisələrin həlli üçün qanuni bir vasitə hesab edilirdi, hətta rəsmən qanuniləşdirilmişdi. XIX əsrin əvvəllərində bəzi ölkələrin xarici siyasətində, qəbul etdikləri sülh dekretlərində təcavüzkarlıq müharibəsi bəşəriyyətə qarşı ən böyük cinayət hesab edilirdi. Bu isə ədalətli və ədalətsiz müharibələr ideyasına əsaslanır, ədalətli müharibənin qanuni, ədalətsiz müharibələrin qanunazidd olmasını rəsmən ifadə və təsdiq edirdi.

Bəzi tədqiqatçılar kapitalizm və sosializm sistemlərini təmsil edən bloklararası soyuq müharibənin bitməsinin dünyada konfliktlərin azalmasına da təsir göstərəcəyini iddia etsə də, bu proqnoz özünü doğrultmadı. "Konfliktsiz dünya" arzusu ilə yaşayan iri dövlətlər, geosiyasi maraqlarını təmin etmək məqsədilə bu gün də müxtəlif münaqişə

ocaqları yaratmaqdadırlar. Lakin bu konfliktlərin əsas səbəbləri, onu doğuran subyektiv amillər, beynəlxalq hüquq normalarının tətbiqində ikili yanaşmalar həmin münaqişələrin qarşısını almaqda mane olur.

Məlum olduğu kimi, silahlı münaqişələr çox vaxt ərazi mübahisələri ucbatından baş verir. Müharibədə döyüşən tərəflərin silahlı qüvvələrinin hərbi əməliyyat apardıkları və ya apara biləcəkləri bütün ərazilərə "müharibə ərazisi" (müharibə meydanı, hərbi əməliyyat meydanı) deyilir. Müharibə ərazisinə bir müstəqil sahə, yəni quru, dəniz və hava ərazisi ilə yanaşı, açıq dənizlərin (suların) sahələri daxildir. Geniş mənada müharibə meydanı döyüşən tərəflərin quru, su və hava əraziləri, o cümlədən açıq dənizlərdə olan gəmiləri də sayılır.

Terrorizm aktları, təyyarə qəzaları, yol qəzaları, zəlzələlər, təbii fəlakətlər, ölüm, küçə zorakılığı və digər zorakılıqlar barədə material hazırlanarkən jurnalist üç qrupa ola biləcək təsiri nəzərə almalıdır – qurbanlar, ümumilikdə, cəmiyyət və jurnalistlərin özləri. Zorakılığın qurbanları və vurduğu ziyan barəsində material hazırlayarkən ehtiyatlı olmaq lazımdır. Lakin sensasion xəbərin təcili çap olunması fikri əksərən ziyanvurucu olur. Belə hallarda jurnalistlər özlərinə çətin bir sual verməlidirlər: bu qan şəkilləri zorakılığı həddindən artıq əks etdirmirmi? Mən kiminsə yarasını təzələyə bilərəmmi? Gördüklərim mənə ağır təsir edib? Nəşrin məqsədi nədir? Jur-

nalistlər öz xəbərlərində əsas məqamları qurban verməmək şərti ilə emosional balanslaşdırılmış məqalə hazırlamalıdır.

Jurnalistlər bu məqamlarda psixoloq, hətta sosial işçi biliklərinə də malik ola bilər. Yalnız, bu, o demək deyil ki, həssas hədəf qrupu ilə ünsiyyət prosesində müsahibi ilə birgə kədərilməli və yaxud onun dərdinə şərik olmalıdır. Anlayışlı, maraqlanmış, məlumatlı insan təəssüratı bağışlayın. Jurnalistin müsahibinə yazdığı gəlməməlidir. Belə olan halda qarşı tərəfin özünü daha da pis hiss etməsinə səbəb ola bilər. Bu qrupla ünsiyyət zamanı onlar haqqında daha bilgili olmaq lazımdır. Ən əsası, insan ləyaqətinə hörmət edin, faciəvi və ya duyğulu hallarda “ailə standartı”ndan istifadə edin: bu sualı öz ailə üzvünü verərdinizmi?

Keçmiş Yuqoslaviya üzrə Beynəlxalq Tribunalın müəyyənləşdirdiyi tərifi görə, “Münaqişə o halda silahlı münaqişə hesab edilir ki, bu zaman iki dövlət arasında silahlı qüvvələr tətbiq edilir və ya mütəşəkkil silahlı qruplarla hökumət qüvvələri arasında, habelə dövlət daxilində iki qrup arasında davamlı silahlı güc tətbiq etmə mövcuddur”. Bu və digər münaqişənin əsasında hansı səbəblərin durmasından asılı olmayaraq istənilən münaqişə öz inkişafında kiminsə mənafeələrinə (bəzən münaqişə iştirakçılarının tam dərk etmədikləri) və müəyyən məqsədlərə xidmət edir. Müharibə qaydaları – müharibədə döyüşən tərəflərin bir-biri ilə münasibətlərinin, habelə həmin tərəflərlə bitərəf dövlətlərin aralarındakı münasibətləri tənzimləyən beynəlxalq-hüquqi normaların və adətlərin məcmusuna “müharibə qaydaları” və ya “müharibə qanunu və adətləri” deyilir.

Müharibə qaydalarının əsas məqsədi və əhəmiyyəti döyüşən dövlətlərin və or-

duların hərbi zərurətlə əlaqədar olmayan vasitələrin, üsulların tətbiq edilməsini qadağan etməkdən, dinc əhalini qorumaqdan, habelə müharibənin nəticələrini mümkün qədər yumşaltmaqdan ibarətdir.

Beynəlxalq Humanitar Hüquq normalarının yerinə yetirilməsinə, əsasən, beynəlxalq humanitar təşkilat – Qızıl Xaç (Qızıl Aypara) Beynəlxalq Komitəsi nəzarət edir. Münaqişə zonalarında BQXK ilə yanaşı, çox vaxt jurnalistlərlə qarşılaşan digər beynəlxalq təşkilatlar işləyir. Onlara BMT-nin sülhməramlı qüvvələri, Avropada Təhlükəsizlik və Əməkdaşlıq Təşkilatı (ATƏT), bir sıra beynəlxalq humanitar qeyri-hökumət təşkilatları, Qaçqınlar üzrə BMT-nin Ali Komissarlığı Ofisinin missiyası daxildir.

Onların əsas fəaliyyəti ilk növbədə silahlı münaqişəyə cəlb olunmuş mülki əhaliyə ərzaq, tibbi yardım və hər cür kömək göstərməkdir. Beynəlxalq Qızıl Xaç Komitəsi və insan haqları, söz azadlığını müdafiə edən mülki qurumlar (QHT) mətbuat azadlığına dair araşdırma aparan jurnalistlərə yardımlar göstərə bilər. Beynəlxalq Qızıl Xaç Komitəsi şəxsi, yaxud peşə vəzifələri mülahizələri ilə təhdid edilən jurnalistlərə yardım edir. Belə ki, öz peşə vəzifələrini yerinə yetirən zaman itkin düşmüş, həbs olunmuş və təqibə məruz qalmış jurnalistlərlə bağlı aşağıdakı şəxslər və təşkilatlar Beynəlxalq Qızıl Xaç Komitəsinin “Qaynar xətt”inə müraciət edə bilərlər:

- jurnalistin ailəsi;
- redaktorlar;
- milli jurnalist təşkilatları;
- regional və ya beynəlxalq peşə təşkilatları.

“Qaynar xətt”ə müraciət edəndə aşağıdakı məlumatlar verilməlidir:

- jurnalistin adı, soyadı və atasının adı;
- doğulduğu yer və tarix;
- ehtimal edilən hallar (itkin düşmüşdür, əsir düşmüşdür, ölmüşdür)
- müraciət etdiyiniz təşkilatların adları.

Jurnalistlərin hüquqlarının qorunması sahəsində fəaliyyət göstərən qeyri-hökumət təşkilatları sırasında Beynəlxalq Jurnalistlər Təşkilatı, Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası, Beynəlxalq Mətbuat İnstitutu, Beynəlxalq Söz Azadlığı Mübadiləsi şəbəkəsi və başqa birliklər var.

Beynəlxalq jurnalistlər hərəkatının tərkib hissəsi kimi başqa nüfuzlu qurumlar, o cümlədən “Sərhədsiz reportyorlar”, “Article 19” (“19-cu maddə”), Committee to Protect Journalists (Jurnalistləri Müdafiə Komitəsi) kimi təşkilatlar da bu sahədə jurnalistlərə dəstəklərini təklif edirlər.

Münaqişə jurnalistləri müharibələrdə olduğu qədər müharibə olmayan dövrlərdə də xəbərin mövzusunda daxil olan bölgə, ya da ölkələrdə çalışırlar. Çünki müharibə jurnalisti yalnız silahlı münaqişə vəziyyətində, yəni silahların “danışmağa”, qanın axmağa, insanların öldürülməyə başladığı hallarda xəbər hazırlamır. Müharibə jurnalisti münaqişənin əvvəlində, böhran mühitində və daha sonra oxşar regionlardan xəbər çatdıran şəxsdir.

Müharibə jurnalistikasını da özündə ehtiva edən və daha ümumi bir anlayış olaraq qəbul edilən “böhran dövrü jurnalistikası” (“ekstremal jurnalistika”) da son illərdə ixtisas sahəsi olaraq qəbul edilməkdədir. Müharibə, qarşıdurma, sui-qəsd, böhran, kütləvi hücumlarda necə xəbər hazırlanması məsələsi son 20 ildə bu sahə üzrə beynəlxalq ədəbiy-

yatda “Münaqişə jurnalistikası” adı altında bir alt kateqoriyanı inkişaf etdirmişdir. Jurnalistika məktəblərində proqrama bu mövzuda dərslər salınmış, peşə təşkilatları seminarlar, tədbirlər təşkil etmişdir. Bu növ jurnalistika bir tərəfdən vətəndaşa bütün əhəmiyyətli məlumatların azad şəkildə çatdırılmasını təmin edəcək media orqanlarının olmasını, digər tərəfdən də həm məzmun, həm forma olaraq güc tətbiqinə xidmət etməyən, cəmiyyətdə mənfi əhval-ruhiyyə yaratmayan bir xətt tutulmasını tələb edir.

Beynəlxalq humanitar hüquq və jurnalistika

Beynəlxalq humanitar hüquq və jurnalistikanın birgə tətbiqi, BQXK və BQXQACF-nin beynəlxalq humanitar hüququn təbliği və tətbiqi sahəsində jurnalistlərin bilik və peşəkarlıqlarının artırılması istiqamətlərində beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi baxımından vacibdir.

1949-cu il Cenevrə Konvensiyası və 1977-ci il Əlavə Protokollarına görə, beynəlxalq humanitar hüquq münaqişə tərəflərinin əməl etməsi lazım olan qaydaları müəyyən edir. Döyüş meydanında çalışan jurnalistlərin də beynəlxalq humanitar hüququ (silahlı münaqişələr hüququ) bilmələri lazımdır. Birincisi, jurnalistlər, müharibə cinayətləri daxil olmaqla, müharibə qaydalarının pozulduğu halları bilmək məcburiyyətindədir. İkincisi, razılaşmanın bir çox maddəsi birbaşa jurnalistləri maraqlandırır.

Jurnalistlərin qorunması barədə hüquqi sənədin tarixi beynəlxalq humanitar hüquq baxımından “Cenevrə hüququ” və “Haaqa hüququ” ilə əlaqədardır. 16 ölkə

nümayəndələrinin iştirakı ilə Qırmızı Xaç Komitəsinin toplantısında 1864-cü ildə qəbul edilmiş ilk Cenevrə Konvensiyası və 1899-cu ildə qəbul olunmuş Haaqa Konvensiyası döyüşlərdə iştirak etməyən şəxslərin həyatını qorumaq məqsədi daşıyırdı. Beynəlxalq qanun və qaydalarına əsaslanaraq bu sənədlər hər bir fərdin maraqlarını qoruyur.

Jurnalistin müharibədəki statusu ilk dəfə “Quru müharibələrinin adətləri və qanunları haqqında” 1907-ci il Haaqa Konvensiyasında müəyyən edilmişdir. Konvensiyaya Əlavənin 13-cü maddəsində deyilirdi: “Ordunu müşayiət edən, ancaq onun tərkibinə mənsub olmayan şəxslər: qəzet müxbirləri və reportyorlar, müxbirlər, kiçik tacirlər və təchizatçılar, nə vaxtsa düşmən tərəfindən ələ keçirilibsə və sonuncu onu saxlamağı münasib hesab edibsə, saxlanılanlar o zaman hərbi əsir hüquqlarından istifadə edir ki, onun müşayiət etdiyi ordunun mənsub olduğu hərbi hakimiyyət tərəfindən vəsiqəsi var”.

27 iyul 1929-cu il tarixli “Hərbi əsirlərlə davranış haqqında” Cenevrə Konvensiyasında eyni redaksiyada qeyd olunmuşdur ki, jurnalistlər mülki statusunu qorusalar da, əsir düşdükləri halda hərbi əsirlərlə eyni davranışa məruz qalacaqlar. Orada həm də qeyd edilir ki, onlar silahlı qüvvə rəhbərliyi tərəfindən verilmiş vəsiqəyə malik olmalıdırlar.

İkinci Dünya müharibəsinin qurtarmasından dörd il sonra (12 avqust 1949-cu il tarixli) “Quruda döyüşən silahlı qüvvələrdə yaralıların və xəstələrin vəziyyətinin yaxşılaşdırılması haqqında” I Cenevrə Konvensiyası qəbul edildi. I Cenevrə Konvensiyası indiyə qədər qüvvədə olduğuna görə, jurnalistlər üçün əhəmiyyət kəsb edir.

1949-cu ildə Konvensiyaya yenidən baxılsa da, yeni redaksiyada çıxan sənəddə hərbi müxbirlərə münasibətdə heç bir dəyişiklik edilməmişdir. İkinci Dünya müharibəsində jurnalistlərin vəsiqələrinin və ordunu müşayiət üçün sənədlərinin kütləvi itirilməsini nəzərə alaraq Konvensiyanın yeni redaksiyasında jurnalistin vəsiqə və icazə alması qeyd edilmişdir. Burada söhbət jurnalistin ordunu müşayiət etmək üçün komandanlıqdan icazə almasından gedirdi. Bundan əlavə, vəsiqə tətbiq ediləcək hüquqi normaları müəyyənləşdirmək üçün saxlanılan şəxsin kimliyini sübut etmək üçün nəzərdə tutulmuşdu. Lakin Konvensiyada bu hüququn yalnız saxlanılarda etibarlı olduğu qeyd edilmişdir.

I Protokol beynəlxalq silahlı münaqişələrə dair yeni normalardan, II Protokol isə qeyri-beynəlxalq silahlı münaqişələri tənzimləyən beynəlxalq humanitar hüquq normalarından ibarətdir. 1949-cu il Cenevrə konvensiyalarının dördü də dəyişməz qaldı, lakin onlara əlavə edilmiş Protokollarla xeyli dolğunlaşdı.

XX əsrin 50-ci illərinin əvvəlindən jurnalistlərin vətəndaş hüquqlarının müdafiəsi Beynəlxalq Qızıl Xaç Komitəsi, “Hərbi Jurnalistika Gildiyası” və peşəkar jurnalistlərin müxtəlif beynəlxalq ittifaqları kimi təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilmişdir. Daha sonra müharibədə jurnalistlərin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi məsələsi 70-ci illərdə BMT-nin Baş Assambleyasının iclaslarında bir neçə dəfə müzakirə edilmişdir.

Nəhayət, jurnalistlərin fəaliyyət hüququ ilə bağlı 8 iyun 1977-ci il tarixində Cenevrə Konvensiyasına Əlavə Protokol qəbul edilmişdir. Beynəlxalq silahlı münaqişələrin qurbanlarının müdafiəsinə dair 1949-cu il Cenevrə Konvensiyasına

Əlavə Protokolun 79-cu maddəsi “Jurnalistləri müdafiə tədbirləri” adlanır:

Təhlükəli silahlı münaqişə rayonunda peşəkar ezamiyyətdə olan jurnalistlərə 50-ci maddənin 1-ci bəndinin mahiyyətdəki mülki şəxs kimi baxılır.

Onlar Konvensiyaya və bu Protokola müvafiq olaraq o zaman müdafiədən istifadə edirlər ki, mülki şəxs statusu ilə bir araya sığmayan heç bir əməl törətmir, silahlı qüvvələrə akkreditasiya olunmuş hərbi müxbir hüququna, Üçüncü Konvensiyanın (4A) 4-cü maddəsində nəzərdə tutulmuş statusuna heç bir ziyan vurmurlar.

Onlar bu Protokola 11-ci Əlavədə göstərilmiş nümunəyə əsasən şəxsiyyətlərini təsdiq edən vəsiqə ala bilərlər. Jurnalistin vətəndaşı olduğu və ya ərazisində daimi yaşadığı və ya onun işlədiyi informasiya agentliyinin yerləşdiyi hökumət orqanları tərəfindən verilən həmin vəsiqə onu təqdim edən jurnalist statusunu təsdiq edir¹.

1949-cu il Konvensiyasına Əlavə Protokollara əsasən, hərbi birləşmələrlə birlikdə hərəkət edən jurnalistlərin hərbi himayədə olduğu qəbul edilir. Ələ keçirildikləri təqdirdə hərbi əsir statusu onlara da şamil edilir və kəşfiyyat, ya da hərbi cinayətdə təqsirli bilinərək mülki məhkəmələrdə mühakimə edilə bilməzlər. Cenevrə Konvensiyası jurnalistlərin hərbi formalar geyib hərbiçilərlə birlikdə çalışdığı İkinci Dünya müharibəsinin ardından imzalanmış, 30 il sonra müharibənin dəyişən təbiətinə uyğun olaraq Konvensiyaya yeni maddələr əlavə olunmuşdur.

Bu baxımdan jurnalistlərin iki seçim variantı var. Müharibələrdə akkreditə

olunanlar hərbi birləşmələrlə işləyərək irəliləyirlər. Hərbiçilərə təhkim edilən jurnalistlər digər hərbi qüvvənin hədəfi ola bilərlər, lakin tutulsalar, hərbi əsir statusuna malik olurlar. İkinci halda isə müharibəni müstəqil və mülki vətəndaş kimi işıqlandırılırlar. Bu halda digər vətəndaşlar kimi hədəf olmaqlar (ya da olmayacaqları güman edilir, çünki bu qanunun pozulmasına dair son illərdə onlarca nümunə var) və ələ keçdikləri halda hərbi əsir sayıla bilməzlər. Beynəlxalq humanitar hüquqa əsasən, mülki əhali və şəxs hesab edildiyi üçün jurnalistin peşə borcu silahlı münaqişə olduğu yerdən bilavasitə hadisələri işıqlandırmaqdır. BHH-yə əsasən mülki əhali silahlı dəstələrə qoşulmaqla, hətta əlinə silah almaqla, habelə müxtəlif hərbi obyektlərin ətrafında olmaqla mülki şəxs statusunu itirir. Çünki bu hərbi obyekt hər an atəşə tutula bilər və onun həyatına zəmanət vermək mümkün deyil.

İkinci Dünya müharibəsindən sonra Birləşmiş Millətlər Təşkilatı jurnalistlərin müdafiəsi üçün gərəkli müvafiq müddələrin müəyyənləşdirilməsini təklif etdi. BMT “qaynar bölgələr”ə göndərilən jurnalistlərin fəaliyyətinin tənzimlənməsi üçün xüsusi tanınma nişanlarının yaradılması, jurnalistlərin müəyyən qeydiyyatının aparılması, məlumat bazası və jurnalistlərin müdafiəsi ilə bağlı beynəlxalq təşkilatın yaradılmasını təklif etdi. Lakin jurnalistlərin özləri, bir çox beynəlxalq media təşkilatları BMT-nin təşəbbüsünə qarşı çıxdı. Jurnalistlərin belə bir təklifə qarşı çıxmalarının səbəblərindən biri bu cür müdafiənin faktiki olaraq jurnalistlərə təzyiq üçün xüsusi alət olması və silahlı münaqişənin sahəsində peşə

¹ Mazanlı İ. Beynəlxalq humanitar hüquq və jurnalistika. Bakı, 2019. Səh.192

fəaliyyətlərini yerinə yetirərkən maneçilik törədilməsindən ehtiyatlanmaları idi. Bu qorxu əsassız deyildi, çünki beynəlxalq səviyyədə jurnalistlərin silahlı münaqişə ilə bağlı problemi işıqlandırmasına maneçilik törədilməsi nümunələri mövcud idi. Belə ki, sabitlik vəziyyətində və sülh şəraitində insan hüquqlarının qorunması üçün milli qanunvericilik tətbiq edilir. Müharibə zamanı isə həmin qanunvericiliyin tətbiqi qeyri-mümkün olur, çünki müharibə insan hüquqlarının məhdudlaşdırılmasına gətirib çıxarır və onun həyata keçirilməsinə mane olur.

İnformasiyanın araşdırılması, əldə edilməsi və yayılması hüququ Ümumdünya İnsan Hüquqları Bəyannaməsinin 19-cu maddəsində tanınmışdır. Bu hüquq, həmçinin 130 ölkənin imzaladığı 16 dekabr 1966-cı il tarixli Mədəni və Siyasi Hüquqlara dair Sazişdə (2-ci sənəd), bəzi regional saziş və öhdəliklərdə də təkrarlanmışdır. Bunların arasında 4 noyabr 1950-ci il tarixli Avropa İnsan Hüquqları və Fundamental Azadlıqların Mühafizəsi Sazişinin 10-cu maddəsini, 22 noyabr 1969-cu il tarixli Amerikalılararası İnsan Hüquqları Sazişinin 13-cü maddəsini və 12 iyul 1981-ci il tarixli Afrika İnsan və Xalqların Hüquqları Öhdəliyinin 9-cu maddəsini göstərmək mümkündür.

Ümumdünya İnsan Hüquqları Bəyannaməsi 10 dekabr 1948-ci ildə qəbul edilmişdir. Bəyannamənin 19-cu maddəsinə görə, hər bir şəxs, düşüncə və söz azadlığına malikdir, bu hüquq düşüncələri heç bir müdaxilə olmadan açıqlamaq, eyni zamanda hər növ bilgi və düşüncəni bütün şəraitlərdə sərbəhsiz olaraq öyrənmək, mənimsəmək və yaymağı əhatə edir.

4 noyabr 1950-ci ildə qəbul edilmiş, 3 sentyabr 1953-cü ildə qüvvəyə minmiş Avropa İnsan Hüquqları və Fundamental Azadlıqların Mühafizə Sazişinin 101-ci maddəsində isə deyilir: “Hər bir şəxs söz azadlığına malikdir. Bu hüquq düşüncə azadlığı ilə yanaşı, dövlət müdaxiləsi olmadan və heç bir məhdudiyət qoyulmadan bilgi və düşüncələri əldə etmək və yaymaq azadlığını da əhatə edir. Bu maddə dövlətlərin radio, televiziya və kino təşkilatlarına lisenziya vermək hüququna heç bir maneə törətmir”.

Böhran zamanı peşə fəaliyyəti

“Böhran” anlayışı gözlənilməyən və qəflətən meydana çıxan, həyatın gündəlik axarını müxtəlif formalarda pozmağa və mövcud sosial qaydaya xələl gətirməyə qadir olan hadisəni və ya hadisələr silsiləsini bildirir. Müxtəlif sosial, iqtisadi, siyasi və mənəvi fenomenlər bir-biri ilə müxtəlif formalarda çulğaşarkən müharibə, terrorçuluq, hücumlar, xəstəliklər, iqtisadi böhran, siyasi iğtişaşlar, təbii fəlakət və qəzalar kimi böhran situasiyaları meydana çıxır¹.

Problemə jurnalist praktikası nöqtəyindən nəzərdən və xəbərlərdə dominantlıq təşkil edən dəyərlər baxımından nəzər saldıqda görürük ki, böhran situasiyaları həmişə güclü kommersiya potensialı ilə səciyyələnir. Milli və beynəlxalq siyasətdə müharibə, terrorçuluq, hücumlar, insanların girov götürülməsi kimi böhran situasiyaları auditoriyada maraq doğuran xəbər materialları üçün və tamaşaçılara zorakılıqların və aksiyaların təsviri ilə zəngin olan əhvalat hazırlayıb təqdim etmək üçün əsl mövzudur. Eynilə daşqın,

¹Capli, B. & O. Taş. Kriz Haberciliği Televizyon Haberciliğinde Etik. Ankara, 2010, səh. 258–275.

zəlzələ və tufan kimi təbii fəlakətlər jurnalistlər üçün fərdi dramları işıqlandırmaqla və iztirablar, itkilər, qurbana çevrilmə halları vasitəsilə diqqətçəkən əhvalatlar təqdim etməklə auditoriyanı həyəcanlandırmaqdan ötrü əsl mövzudur. Epidemiyaya halını alan xəstəliklərin yaratdığı təşviş və qorxu təlaş hissini daha da alovlandıran xəbərlər vasitəsilə daha da gücləndirilə bilər.

Digər tərəfdən, global və milli iqtisadi böhranlar, maliyyə bazarlarında qəflətən baş verən təlatümlər və tarazlığın itirilməsi barədə xəbərlər həyəcan və təlaş hissini artırır və ən əsası, iqtisadi xəbərlərin insan elementini nəzərə almayan üslubda təqdim edilməsi baş verə bilər.

Bu kontekstdə böhranların işıqlandırılması medianın sosial məsuliyyəti ilə bağlı gərginlik yaradır. Bir tərəfdən cəmiyyətin informasiyalara, şərh və təhlillərə ehtiyacının olması, digər tərəfdən böhran vəziyyətinin dərk edilməsi və gələcəyə inamsızlıq hissini aradan qaldırılmasının zəruriliyi, üçüncü bir tərəfdən isə böhranın kommersiya xəbərlərinin hazırlanması üçün "fərsət" kimi görülməsi bu gərginliyi yaradan amillərdir.

Ola bilsin ki, medianın sosial məsuliyyətinə ehtiyacın ən ciddi ehtiyaclardan biri olduğu bu mühit xəbərlərin sosial funksiyalarını iflic etmək təhlükəsini özündə daşıyır. Bu sahədə aparılan sosial tədqiqatlardan görüldüyü kimi media, hadisələr və faktlar "böhranın" nə olduğunu və "böhrana" necə anlayış verilməli olduğunu müəyyənləşdirən hüquqpozana çevrilə bilərlər. Başqa sözlə, xəbərlər müxtəlif yollarla böhran doğurmaq potensialına malikdir.

Bununla belə, böhranın işıqlandırılması ilə bağlı problemlərin yeganə mənbəyinin kommersiya maraqlarından və

xəbər mediasından gözlənilərdən ibarət olduğunu söyləmək jurnalist etikasının imkanlarını və məhdudiyətlərini müzakirə etmək üçün kifayət deyil.

Böhran bunları tələb edir:

1) dövlət təsisatlarının da ictimai maraqlara və humanitar dəyərlərə uyğun olaraq səmərəli şəkildə hərəkət etməsini;

2) jurnalistlər üçün tələb olunan doğru informasiya axınının olmasını;

3) prosesin iştirakçılarının ictimaiyyətlə maksimum dərəcədə fasiləsiz qarşılıqlı əlaqəsini.

Belə yanaşma hətta daha tənqidi yönümlüdür, bu sözlər xüsusən sosial höddət yaratmaq məqsədi daşıyan terror aktlarının və hücumların baş verdiyi situasiyalara aiddir.

Münaqişə zamanı peşə fəaliyyəti

Jurnalistin müharibə zamanı necə hərəkət edəcəyi öz azad iradəsindən asılı olduğu qədər çalışdığı qurumun qərarından da asılıdır. Ancaq jurnalistin silahla hər hansı bir əlaqəsi olmayacağı kimi, müharibənin tərəflərindən birinə də silahlı dəstək göstərməsi mümkün deyil. Bir çox rusiyalı və qərb mütəxəssisləri jurnalistlərin müharibə bölgəsinə akkreditasiya yolu ilə getməsinin və hərbiçilərin nəzarətində hərəkət etməsinin vacibliyini vurğulayırlar. Jurnalistlərin silahlı qarşıdurma zonasına və ya döyüş zonasına səfər etmələri üçün hərbi orqanların icazəsi olmalıdır. Burada bu tədbirlər haradansa haqlı olaraq təqdim edilir, heç də bütün məlumatlar jurnalistlərin əldə etməsinə icazə verilə bilməz. Çünki elektron KİV-i təmsil edən jurnalistlər, digər tərəfin bilməsinin arzu edilmədiyi informasiya daşıyıcısı olan obyektlərin

şekillərini çəkə, onu göstərə bilər. Halbuki hərbcilər silahlı münaqişə zonasında vəziyyət üçün tam məsuliyyət daşıyır, onlar vəziyyətdən daha yaxşı baş çıxarırlar, jurnalistin müstəqil məlumat toplamasının əksinə ona daha yaxşı və daha çox məlumat verə bilər. Üstəlik, hər akkreditə olunmuş jurnalistə görə təhlükəsizliyinə təminat vermiş onun akkreditə olduğu orqan məsuliyyət daşıyır. Ən nəhayət, yenə BHH-yə görə, akkreditasiya qaydalarını pozan bir jurnalist onu akkreditə edən və onun təhlükəsizliyi üçün məsuliyyət daşıyan orqanın təminatından özünü məhrum edir.

Hərbdən yazan və hərbi informasiyanı geniş ictimaiyyətə çatdıran, hərbcı obrazını toplumun gözündə formalaşdıran da, əsasən, KİV nümayəndələridir. Peşəkarlıq baxımından onları bir neçə dərəcəyə bölmək olar:

- hərbi reportyorlar – savaşa müxbirləri;
- hərbcı jurnalistlər;
- hərbdən yazan mülki jurnalistlər;
- ümumiyyətlə, jurnalistlər;
- qeyri-peşəkarlar.

İnformasiya verilməyə onu da nəzərə almaq gərəkdir ki, jurnalistlər müxtəlif dövlətlərin informasiya agentliklərinin, KİV-in və ya müxtəlif yerli KİV-in təmsilçiləri ola bilərlər. Azərbaycan, Bosniya, Kosovo, Əfqanıstan və Fələstində müxbir kimi fəaliyyət göstərən, müharibə jurnalistikası ilə bağlı geniş araşdırmalar aparan Mətə Çubuqçu dünyada müharibə jurnalistikasının dörd qrupda toplandığını bildirir:

1. Obyektivliyi müdafiə edən jurnalistlər;
2. Obyektivliyi qoruyub, döyüşün gerçək tərəfini göstərən jurnalistlər;

3. “Bir iş görmək lazımdır” deyənlər;
4. Əsgərlərlə birlikdə hərəkət edənlər.

Birinci qrup – döyüş meydanında nə baş verdiyi, neçə ölü, neçə yaralı olması haqqında məlumatları verənlərdir. Yəni çox ifrat obyektivlik tərəfdarlarıdır. İkinci qrup – obyektivlikdən imtina edən, amma müharibənin digər tərəfini öz şərhinə çox yer vermədən çatdırmağa çalışanlardır. Üçüncü qrup isə daha çox Bosniya müharibəsi ilə ortaya çıxan “nəse bir iş görülməlidir” qrupudur. Yəni müharibənin içində, o insanlarla birlikdə eyni çətinliklərə məruz qalıb, bir mərhələdən sonra “qırğının, müharibənin dayandırılması” istiqamətində mövqə ortaya qoyanlardır. Dördüncüsü, II Dünya müharibəsində və Vyetnamda gündəmə gələn, İraq savaşında fəaliyyətinin pik nöqtəsinə çatan “embedded” (“təhkim edilmiş”) jurnalistlərdir.

Müharibə şəraitində jurnalistlərə tətbiq olunan üç fərqli iş üsulu vardır: akkreditasiya, “pool” (“hovuz”) sistemi və İraq müharibəsi ilə daha çox gündəmə gələn “embedded”, yeni təhkim edilmiş (əlaqələndirilmiş) jurnalistika.

Jurnalistikada akkreditasiya

“Akkreditasiya”, “akkreditə etmək” latıncadan (accredere) tərcümədə “etibar etmək”, “etimad göstərmək” deməkdir. Əvvəllər “akkreditasiya” anlayışından beynəlxalq hüquqda istifadə olunur, xarici dövlətlərdə və ya beynəlxalq təşkilatlarda digər ölkənin nümayəndəsinin təyin edilməsi və tanınması proseduru, habelə beynəlxalq təşkilatlarda jurnalistlərin təmsil olunması (səlahiyyətlərinin təsdiq olunması) proseduru bildirirdi. Sonradan bu termindən daha

geniş mənada – tək cə beynəlxalq təşkilatlarda yox, həm də istənilən dövlət orqanlarında jurnalistlərin səlahiyyətlərinin tanınması proseduru kimi istifadə edilməyə başlandı. Akkreditasiya sisteminə müharibə şəraitində hər hansı bir bölgədə çalışmaq, bir ordunun fəaliyyətlərini və ya müharibəni müşahidə etmək istəyən müxbir oradakı səlahiyyətliyə işlədiyi media qurumu adından müraciət edir. Eyni qayda müvafiq bir qurumla işləməyən müstəqil jurnalistlər üçün də etibarlıdır. Bu sistemə görə jurnalistlə mənbə (xəbər qaynağı) arasında bir əlaqə yaranır və bu əlaqə yalnız bir-birilərini tanımaqla məhduddur. Xəbər qaynağı jurnalistə yaxa kartı və ya təqdimat kartı verərək müxbirin daha rahat işini təmin edir. Akkreditasiya üsulunda jurnalistlə mənbə arasında müəyyən məsafə olur. Akkreditə olunmuş jurnalistlər xəbər qaynağının qərar-gahında və ya məkanında gecələyə bilməz, yalnız müvafiq quruma asanlıqla gedib gələ bilər, eyni zamanda müşahidə ediləcək hadisə yerinə yaxa kartı (vəsiqə) sayəsində asanlıqla çata bilər.

Bəzi hallarda münaqişə zonalarında işləmək üçün bölgədə xidmət edən beynəlxalq quruma müraciət edərək mətbuat təqdimat kartı alınması da lazım ola bilər. Məsələn, Bosniya-Hersoqovina müharibəsi zamanı paytaxt Sarayevoya və ölkənin digər bölgələrinə gedə bilmək üçün Xorvatiyada qurulan BMT mətbuat bürolarından mətbuat kartı almaq lazım gəlirdi. Ancaq lazımi mətbuat kartı I Qarabağ müharibəsi zamanı beynəlxalq qurumların bölgədə missiyası olmadığı üçün Azərbaycan milli orqanları tərəfindən verilirdi. Son Körfəz müharibəsində isə Türkiyədə, Şimali İraqda çalışacaq yerli və xarici mətbuat nümayəndələrinin

Türkiyə dövlət orqanlarında akkreditə olunması lazım gəlirdi.

“Hovuz” sistemi

İkinci üsul “pool”, yəni “hovuz” sistemidir. Bu sistem müharibə və toqquşma bölgələrində tez-tez müraciət edilən bir üsuldur. Jurnalist “hovuz”a daxil olur və birlikdə hərəkət etdiyiniz ordu sizi (həm təhlükəsizliyinizi təmin etmək, həm də hərəkət fəaliyyətinizi məhdudlaşdırmaqla) nəzarət altında müharibə bölgəsində dolaşdırır və sizə hazır məlumatlar verir. Cənub-Şərqi Anadoluda terror qruplaşmalarına qarşı aktiv hərbi əməliyyatların davam etdiyi zaman bu üsul türkiyəli jurnalistlərə də tətbiq olunurdu. Jurnalistlərin “pool” sistemi ilə yalnız hərbi məlumatları xəbər olaraq qəbul etməyə başlamaları ən təhlükəli məqamlardan biridir. Halbuki jurnalistlər “hovuz”a daxil olsalar da, hərbcilərin verdikləri məlumata məsafəli yanaşmalı, xəbərlərində daha təmkinli bir üslubdan istifadə etməlidirlər. Çünki hərbcilər xəbərin özləri üçün lazım olan hissəsi ilə jurnalistləri məlumatlandırır.

İraqın işğalı ilə başlayan müharibədə isə köhnə bir üsuldən ən yüksək səviyyədə istifadə edilməyə başlandı. Ortaya hərbi birləşmələrə təhkim edilmiş yeni bir jurnalist tipi çıxdı: “embedded” jurnalistlər.

“Embedded” jurnalistika

“Təhkim edilmiş” və ya “əlaqələndirilmiş” kimi tərcümə edilən “embedded” jurnalistikası yalnız quru qoşunları ilə deyil, döyüş meydanlarında bütün hərbi birləşmələrlə birlikdə irəliləyən, onların təyin etdiyi qayda və məhdudiyyətlər

daxilində işləyən, müəyyən öhdəliklər götürən və bunları pozduğu təqdirdə hərbi qurumlarla əlaqələri sona çatdırılan bir jurnalist fəaliyyətidir.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, əsl müharibə jurnalisti ən fundamental mənası ilə müharibə, toqquşma və böhran bölgələrində öz peşəsi üzrə vəzifə yerinə yetirən və hər hansı bir hərbi qüvvə ilə hərəkət etmədən müstəqil olaraq fəaliyyət göstərən mülki vətəndaşdır.

“Embedded”lər isə müharibə və ya qarşıdurma dövrlərində qoşunlar və hərbi birləşmələrlə birgə hərəkət edən jurnalistlərdir. Onlar müharibə jurnalistikasının fərqli bir kateqoriyasına daxildir.

Əsas fərqi birincisinin sırf “mülki vətəndaş” olmasıdır. Ümumiyyətlə, imkan daxilində müstəqil hərəkət edir. Birbaşa senzuraya məruz qalmır və risk jurnalistin özünə aiddir. Gördüklərini yazır, çatdırır. Tərəfsizdir.

İkinci kateqoriyaya daxil olan “embedded”lər üçün bir çox təriflər verilib. Ən uyğun olanlardan biri “hərbi jurnalist”dir. Qarşıdurma vəziyyətində “embedded”lər tərəfdir və bu tərəf olmaları onları birbaşa atəş altında qoya, hədəfə çevirə bilər. Cenevrə Konvensiyasına görə, hərbi birləşməyə akkreditə olunanlar həbs olunduqları halda onlara hərbi əsir kimi rəftar edilməlidir. “Embedded”lər birgə hərəkət etdikləri hərbi birləşmənin qaydalarına tabe olurlar və təbii olaraq senzuraya məruz qalırlar. Yəni senzuranı bəribaşdan qəbul edirlər.

Fərqli birləşmələrə təhkim edilən bu müxbirlər yalnız icazə verilən həcmdə görüntü və xəbər ötürə bilirdilər. Qadınlar siyahısının başında ölən, ya da yaralanan ABŞ əsgərlərinin görüntüləri gəlirdi. Bununla yanaşı, həmin qaydalara görə, hərbi birləşmənin fəaliyyəti, yer-

ləşdiyi zona barədə heç bir halda məlumat verilməməliydi. Bu, əslində, hərbi baxımdan başadüşüləndir, ancaq nəyin xəbər olub-olmadığına hərbiçilərin qərar verməsi jurnalistika baxımından təhlükəlidir. Prinsipial olaraq tənqid edilən bu üsulun üstünlükləri və mənfə cəhətlərini müqayisə etmək üçün yeni bir müzakirə başlanmışdır. Çünki problem xəbər-jurnalistika-etika üçbucağında düynələnir.

Hərbçilərlə birlikdə irəliləyən jurnalistlərin nə qədər tərəfsiz ola biləcəyi, ya da hansı dərəcədə azad xəbər ötürə biləcəyi sual işarələri yaradır. Əmrlərə tabe olmayan jurnalistlər “disembedded” elan edilir, yəni birləşmədən qovulur.

“Embedded” adlandırılan jurnalist tanklardan yayıma çıxır, hərbiçilərlə birlikdə hərəkət edir, bir sözlə, ondan mətbuat xidmətinin zabiti qismində istifadə olunur. Bu da bir növ senzuradır. Çünki jurnalistin azad hərəkət etməsi qeyri-mümkün olur. Üstəlik, jurnalist hədəfə çevrilir. Mənbə ilə jurnalistin arasındakı məsafə ortadan qalxınca tərəfsizlik də aradan çıxır. O da silahsız əsgər kimi davranmağa başlayır. Bütün bunlar isə tədqiq olunan sahə üzrə peşəkar tənqidçilərin nəzərindən heç bir vaxt qaçmamış, daim tənqid edilmişdir. Hətta bu növ jurnalist fəaliyyəti lətifələrə mövzu olmuşdur. Müharibə zamanı elə bir ciddi müqavimət olmamasına baxmayaraq, ABŞ əsgərlərinin Bağdada gec daxil olmalarının səbəbi ilə bağlı məsələ belə bir lətifəyə çevrilmişdi: CNN bəzi səhnələri dəfələrlə yenidən çəkmək məcburiyyətində qaldığı üçün ordu yavaş irəliləyir.

“Embedded” jurnalistikanın bir manipulyasiya vasitəsi olduğu, ABŞ-ın da İraq müharibəsində bunu çox yaxşı istifadə etdiyi fikri geniş yayılıb. İraq müharibəsində təhkim edilən bəzi jurnalistlər

isə özlərinin studiyada xəbəri təqdim edən şəxslərdən daha balanslı davranışlarını və studiyadakı müharibə tərəfdarı olan şəxslərin əksinə dedi-qodu və yanlış xəbərlər istehsal etmədiklərini iddia edirdilər.

Təhkim edilmiş (əlaqələndirilmiş) jurnalistika son illərdə müharibə zonasında mövcud olan jurnalistika ilə bağlı olaraq ən çox müzakirə edilən mövzudur. Bütün fəaliyyətlərdə olduğu kimi, bu növdən olan fəaliyyətlə bağlı mənfi və müsbət fikirlər var. Təhkim edilmiş jurnalistikanın ən böyük üstünlüyü reportyorların döyüş meydanlarına və hərbi birləşmələrə daxil olmalarıdır. İnkişaf etdirilmiş bu üsul sayəsində jurnalistlər hərbi imkanlardan istifadə etməklə cəbhədə ola bilmiş və əsgərləri yaxından müşahidə edə bilmişlər.

Təhkim edilmiş jurnalistika anlayışına mənfi yanaşmaqla birlikdə, xüsusilə İraq müharibəsində bəzi xəbərləri ilk əvvəl təhkim edilmiş jurnalistlərin verdiyini unutmamaq lazımdır. Məsələn, İraq informasiya naziri Əl Sahaf “Bağdadda amerikalılar yoxdur” deyərkən təhkim edilən jurnalistlər eyni anda Bağdada girən ilk ABŞ tanklarının və əsgərlərinin görüntülərini nümayiş etdirdilər. Amma belə icazəli yayım ABŞ-ın psixoloji müharibəsinin bir hissəsi idi. Çünki Bağdadda müqavimət göstərəcək iki-üç adam qalsa belə, bu xəbərdən sonra onların da silahları atmaq ehtimalı yüksək idi.

Təhkim edilmiş jurnalistlərin bir qisminə isə (bəzi ön mühakimələri və tərəfkeşliyi bir kənara qoysaq) “orada olmaq” duyğusu və jurnalistika fəaliyyətinin yanğısı üstünlük təşkil etmişdir. Digər tərəfdən, müharibə əsnasında ya da sonra internet saytları vasitəsilə (“warblogging”) hansı hissləri yaşadıklarını və

gördüklərini yazmışdılar. Bu da müharibənin digər tərəfini öyrənmək, göstərmək baxımından müsbət hal olmuşdur.

Nəticə olaraq media qurumları iki cəbhədən olmaqla – həm müstəqil, həm də təhkim edilən jurnalistlərlə müharibəni izləyə bilər.

Xatırlanmalı başqa bir əhəmiyyətli məqam, bəzən heç bir işə yaramayacaq tədbirə əl atılmasının əhəmiyyətsizliyini duymaq bacarığıdır. Belə ki, diqqət veriləcək məqam ən kiçik bir çatışmazlığın ictimaiyyətə səhv məlumat axışına səbəb olması ilə yanaşı, müxbirin həyatına bəzi ola biləcəyi ehtimalıdır. Bundan başqa, müxbir gördüyü işin əhəmiyyətinin fərqi vararaq “ucuz şöhrət” duyğusuna qapılmadan özünün təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə çalışmalıdır.

Sülh jurnalistikası

Yuxarıda bəhs edilən təşkilatların əsas götürdükleri “sülh jurnalistikası”nın təcrübədən qaynaqlanan qaydaları aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Problem üzərində işləyərkən hadisədə yalnız iki tərəfin olmadığını, bir çox xarici faktorun da olduğunu vurğulamalıdır.
2. Biz və onlar ayrı-seçkiliyi aparmamalıdır. Bir tərəfi “yaxşı”, digər tərəfi “pis” kimi qiymətləndirməməlidir. Qiymətləndirmələri diqqətlə etməlidir.
3. Güc tətbiqetmənin davam etdiyi dövrdə hadisənin yalnız o vaxt ortaya çıxmadığını, keçmiş və başqa amillərin varlığını ortaya qoymalıdır.
4. Güc tətbiqetməni qızıqdıran ifadələr istifadə edilməməlidir. Güc tətbiqetmənin törətdiyi zərər və ya-

ratdığı problemləri nəzərə alaraq qruplar arasındakı çəkişmələri, “düşmənçilik”ləri gələcəyə ötürməkdən çəkinməlidir.

5. Problemdən bəhs edərkən, hadisəni təsvir edərkən “qorxunc” kimi sözlərdən, güc tətbiqetmə haqqında müsbət fikir söyləməkdən çəkinmək lazımdır. Güc tətbiqetməni müdafiə etməyin zorakılığı daha çox artıracağı unutmamalıdır.
6. Münaqişənin necə başladığını və fərqli qrupların bu məsələdəki məsuliyyətlərini vurğulamalıdır.
7. Yalnız bir qrupun çəkdiyi ağrını, uğradığı haqsızlığı qabartmamalıdır. Tərəfləri “qurban” və “günahkar” kimi qruplara ayırmamalıdır.

Bütün tərəflərin törətdiklərini nümayiş etdirməlidir.

8. Xüsusilə “soyqırımı”, “faciə”, “sui-qəsd”, “qırğın” kimi mənfi çalarlı terminlərdən diqqətlə istifadə etməlidir.
9. “Terrorçu”, “ifratçı”, “fanatik”, “radikal” kimi ifadələr başqaları haqqında bizim verdiyimiz ön mühakimələrdir. Heç kim özünü belə təqdim etməz. Jurnalistin bu sözlərdən yararlanması onu tərəfkeşliyə sürükləyər. İnsanları daha çox özləri adlandırdığı şəkildə təqdim etmək lazımdır.
10. İnsan hüquqları pozuntularında yalnız tək cəhət bir tərəfin yanaşmasından çəkinmək lazımdır. Bütün tərəflərin qanun pozuntuları dilə gətirilməlidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Capli, B. & O. Taş. Kriz Haberciliği Televizyon Haberciliğinde Etik. Ankara, 2010.
2. Dövlət sirri haqqında AR Qanunu, №733-IIQ, 07 sentyabr 2004.
3. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012.
4. Mazanlı İ. Beynəlxalq humanitar hüquq və jurnalistika. Bakı, 2019.
5. Reporting conflict, James Rodgers, 2012, London.
6. Репортажи во имя перемен: Руководство для местных журналистов в кризисных регионах, 2009.
7. The media of conflict: War Reporting and Representatives of Ethnic Violence, 1999, New York.

Mövzu 18:

Jurnalistika və biznes: redaksiya və maliyyə müstəqilliyi

Dəyişən bazarda ayaqda qalmaq üçün mübarizə aparan medianın üzləşdiyi sual keyfiyyət üçün kimin pul ödəyəcəyidir. Növbəti nəsil oxucular və istehlakçıların internet mənbələrdən pul-suz olaraq müxtəlif tipli xəbərlər almaq ideyası ilə çox asan razılaşıqları aydın görünür.

Ənənəvi mətbuatın biznes modeli kimi satışlardan və rubrika elanlarından, reklamlardan əldə edilən gəlir sistemi bir çox ölkədə sınıanıb. Belə bir şəraitdə xəbərlərin toplanılması və araşdırma jurnalistikası üçün sərf edilən əməyi ödəmək üçün media yeni maliyyə mənbələri axtarır.

Müasir dövrdə medianın əsas qaynağı reklamdır. Reklam satışı qəzetin müstəqilliyinə dəstək verən vasitədir. Bu məqam ziddiyyətli görünə bilər, çünki reklamverən tərəfin öz maraqları var. Reklamverən qəzetə təzyiq göstərə bilərmi?

Ən yaxşı modellərdə dövlət pulu verir, amma redaksiya işində heç bir təsiri olmur və ya onun adamlarından heç biri yüksək səviyyəli redaktor, icraçı vəzifələrində oturmur.

Ümumiyyətlə, təmizlik və müstəqillik prinsipləri birmənalı şəkildə peşə etikasında ən vacib meyarlar olaraq qəbul edilib. Maliyyə kanalları ilə münasibətlər və ya media orqanına yatırılan investisiyalar biznes maraqlarından irəli gəlsə də, bu heç bir halda, medianın müstəqil şəkildə öz peşə borcunu yerinə yetirməsi üçün əngəl ola bilməz. Bu səbəbdən

də təmizlik və müstəqillik prinsipi bir çox ölkələrin jurnalist təşkilatlarının peşə kodekslərində öz əksini tapıb.

Təmizlik jurnalistə peşə üstünlüyündən özü, yaxın adamları, qohum-qonşuları, yerliləri və b. naminə sui-istifadə etməyə imkan vermir. Müstəqillik isə onun peşə fəaliyyətini heç bir şəxsi, subyektiv mülahizə və müdaxilə olmadan azad şəkildə həyata keçirməsidir. Jurnalist mətbu və ya efir sözündən şəxsi rəqiblərinə, xoşu gəlmədiyi hər hansı adama qarşı istifadə etmir. Onun kütləvi informasiya vasitələri üçün hazırladığı materiala görə müstəqilliyinə xələl gətirə biləcək idarə, müəssisə, təşkilat, siyasi qrup və partiyalardan, ayrı-ayrı şəxslərdən mükafat, hədiyyə və s. almağa ixtiyarı yoxdur. Material hazırlamamaq üçün də onlarla sazişə girməməlidir. Əgər göstərilən normalar hədə-qorxu, təzyiq və s. nəticəsində pozularsa belə, bu jurnalistə bəraət qazandırmır. Kütləvi informasiya vasitələri üçün nəzərdə tutulmayan faktlarla tanış olan jurnalistin bu faktları yaymağa hüquq yoxdur. Başqa qələm sahiblərinin razılığı olmadan onların yazılarını və ya müəlliflərin axtarılıb tapdıqları faktları öz adına çıxmaq, onlardan kütləvi informasiya vasitələrində istifadə etmək yolverilməzdir.

Təmizlik və müstəqillik prinsipinin yuxarıda sadaladığımız müddəaları bir çox beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz əksini tapıb:

– Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası Jurnalist Davranışı Prinsiplərinin

- Deklarasiyası, maddə 4: “İnformasiya alərkən, foto və sənədlərdən istifadə edərkən jurnalist yalnız sağlam məqsədlər güdməlidir”. Maddə 8: “Hər hansı bir məqaləyə görə rüşvət almaq – yolverilməzdir”¹.
- Professional Jurnalistlər Cəmiyyətinin Etik normalar kodeksi, maddə 3: “Jurnalist şəxsi və ya qrup maraqlarını güdməməli. Öz ambisiyalarının qurbanına çevrilməməlidir. Yalnız cəmiyyətin obyektiv məlumatlandırılmasını qarşısına məqsəd qoymalıdır”².
 - ABŞ Qəzet Redaktorları Birliyinin Prinsiplər Deklarasiyası, maddə 3: “Jurnalistlər hədiyyə götürməməli, onların şəxsiyyət kimi bütünlüyünə xələl gətirəcək və ya bu cür qiymətləndirilə biləcək fəaliyyət göstərməməlidirlər”³.
 - Avstriya Mətbuat İşçilərinin Etik Kodeksi, maddə 2: “Məlumatın hazırlanmasına xaricdən təzyiq edilməsi yolverilməzdir. Bu prosesə rüşvət götürmək, öz şəxsi mənafeələrini güdmək də daxildir. Şəxsi maraqlar jurnalistin peşə fəaliyyətinə təsir göstərməməlidir”; maddə 5: “Materialın hazırlanması üçün rüşvət alan və insanlara əzab verməklə spekulasiya ilə məşğul olan jurnalistlər mətbuat azadlığından sui-istifadə etməkdə günahkar hesab olunurlar”⁴.
 - Böyük Britaniya Jurnalistləri Milli Şurasının Davranış Kodeksi, maddə 8: “Jurnalist özünü asılı vəziyyətə sala biləcək hədiyyə və pul mükafatları götürməməlidir”⁵.
 - Almaniya Mətbuat Şurasının Publisistikanın Prinsipləri Mətbuat Kodeksi, maddə 15: “Naşir və ya redaksiya tərəfindən qərar qəbul etmə azadlığına mənfi təsir göstərə biləcək hər hansı bir üstünlük əldə etmək və təmin etmək nüfuz, müstəqillik və mətbuatın vəzifələri ilə uyğun gəlmir. Məlumat yaymaq və ya yaymamaq üçün özünə rüşvət verilməyinə icazə verən hər kəs, vicdansız və peşə prinsiplərinə zidd hərəkətlər edir”⁶.
 - Portuqaliya Jurnalistləri Deontoloji Kodeksi, maddə 10: “Jurnalist onun peşə şərəfinə və müstəqilliyinə xələl gətirəcək hədiyyə və formasından asılı olmayaraq mükafatlar almaqdan imtina etməli, öz statusundan şəxsi mənafeyi üçün istifadə etməməlidir”⁷.
 - İtaliya Mətbuatının Milli Federasiyası və Jurnalistlər Ordeni Milli Şurasının Jurnalist Borcunun Xartiyası, maddə 8: “Bir jurnalist mükafatlandırma, xərclərin kompensasiyası, nağd ianələr, pulsuz tətillər, ödənişli ezamiyyət və səyahət kimi fəaliyyətini asılı vəziyyətə sala biləcək, nüfuzuna və peşə ləyaqətinə xələl

¹ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999, сәh. 21, 22.

² İbid. Sәh. 26.

³ İbid. Sәh. 37.

⁴ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999, сәh. 94.

⁵ İbid. Sәh. 108.

⁶ İbid. Sәh. 132.

⁷ İbid. Sәh. 179.

- gətirən müxtəlif faydalardan imtina edir”¹.
- Fransa jurnalistlərinin Milli Həmkarlar İttifaqının Fransız Jurnalistlərinin professional borcu xartiyası, maddə 6: “Jurnalist mülki şəxslərdən və təşkilatlardan pul almır, azadlığını məhdudlaşdırma biləcək istənilən hədiyyə və mükafatlardan imtina edir”; maddə 9: “Digər jurnalistin fəaliyyətini öz adına yazmır, iş yerində onu özündən asılı vəziyyətə salmağa çalışmır”².
 - İsveçrə Jurnalistlər Federasiyasının Jurnalist hüquq və öhdəliklərinin deklarasiyası, maddə 8: “Jurnalist peşə müstəqilliyinə və baxışlarını sərbəst ifadə etməyə xələl gətirə biləcək hədiyyə və mükafatlardan imtina etməlidir”³.
 - Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etik Kodeksi. maddə 3: “Jurnalist faktların təhrifini, böhtanı, yalan və həqiqəti gizlədən məlumatlar yaymaq üçün rüşvət almanı professional cinayət kimi qəbul etməlidir”⁴.
 - Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları – prinsip 4. Jurnalistin özünün və çalışdığı orqanın reputasiyasının qorunması: 4.1. Jurnalist cəmiyyəti dəqiq informasiya ilə təmin etmək qabiliyyətinə mənfi təsir göstərə biləcək hər hansı şəxsi, siyasi və ya maliyyə xarakterli həvəsləndirmələr qəbul

etməməli, qiymətli hədiyyə almamalı, yaxud özünə pulsuz xidmət göstərilməsinə şərait yaratmamalıdır. Jurnalist redaksiya sənədindən və informasiyaya çıxış imkanlarından, habelə, biznes fəaliyyəti və maliyyə bazarları barədə məlumatlardan şəxsi mənfəət əldə etmək məqsədilə istifadə etməməlidir. Jurnalist birbaşa şəxsi marağının olduğu məsələlər barədə reportajlar hazırlamaqdan çəkinməli və belə maraqları olduqda həmin maraqları öz müvafiq reportajında bildirməlidir⁵.

Bu mövzuda başqa bir maraqlı, hətta həssas bir məqam jurnalistin öz şəxsi əlaqələrindən və ya nüfuzundan istifadə edərək hər hansı maliyyə və ya biznes marağı qarşılığında peşəsindən sui-istifadə etməsi problemidir. Bu məsələdə ciddi şəkildə etik kodekslərdə öz əksini tapır. Ümumiyyətlə, jurnalist, öz reputasiyasından, avtoritetindən, həmçinin professional hüquq və imkanlarından reklam xarakterli xəbərlərin yayılmasından istifadə etməyi əxlaqdan kənar hesab etməlidir. Jurnalist və reklam fəaliyyəti öz-özlüyündə bir araya sığmır. Jurnalist peşəsi hesabına əldə etdiyi məlumatdan özü və yaxınlarının maraqları üçün istifadə edə bilməz.

Kommersiya və ya şəxsi reklamın yolverilməzliyi prinsipinin yuxarıda sadələdiyimiz müddəaları bir sıra beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının Etik Kodekslərinin

¹ İbid. Səh. 155.

² İbid. Səh. 201.

³ İbid. Səh. 207.

⁴ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерея”, 1999, səh. 216.

⁵ Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları.

<http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>

də öz əksini tapıb. Onları nəzərdən keçirək:

- Belçika Jurnalist Fəaliyyətinin Prinsipləri Kodeksi, maddə 12: “Reklamlar dəqiq şəkildə faktual informasiyalarla çərçivələnməlidir”¹.
- Böyük Britaniya Jurnalistləri Milli Şurasının Davranış Kodeksi, maddə 12: “Jurnalist nə publikasiya, nə də audio-video material formasında kommersiya reklamı xarakterli materialların hazırlanmasında iştirak etməməlidir”².
- Türkiyə Mətbuat Şurasının Mətbuatın professional prinsipləri kodeksi, maddə 14: “Pullu elanlar və reklamlar məzmunlarına uyğun müvafiq formada elə çap edilməlidir ki, oxucuda onların təbiəti ilə bağlı şübhə olmasın”³.
- Fransa jurnalistlərinin Milli həmkarlar İttifaqının Fransız Jurnalistlərinin professional borcu xartiyası, maddə 7: “Jurnalist kommersiya və maliyyə reklamı məzmun daşıyan məqalələr yazmır”⁴.
- İsveçrə Jurnalistlər Federasiyasının Jurnalist hüquq və öhdəliklərinin deklarasiyası, maddə 9: “Jurnalist kommersiya tipli reklamın hazırlanmasında iştirakdan qaçmalı, reklamçının hər hansı şərtlərini qəbul etməməlidir”⁵.
- Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etik Kodeksi, maddə 7: “Jurnalist öz re-

putasiyasından, avtortetindən, həmçinin professional hüquq və imkanlarından reklam xarakterli xəbərlərin yayılmasında istifadə etməyi əxlaqdan kənar hesab etməlidir. Jurnalist və reklam fəaliyyəti öz-özlüyündə bir araya sığmır”⁶.

İctimai yayım üçün maliyyələşdirmənin gələcəyi haqqında debatlar meydana gələn texnologiyalar və dəyişən istehlakçı vərdisləri ictimai yayımın rolu haqqında anlamı dəyişdirmişdir. Reklam bazarına giriş imkanı ənənəvi media və televiziya platformaları ilə yanaşı, xəbər saytları üçün ictimai maliyyələşmə haqqında suallar müzakirəni daha da kəskinləşdirmişdir.

Bu səbəbdəndir ki, reklam və ümumiyyətlə, media orqanının biznes imkanları hər zaman etik çərçivədə dəyərləndirilir və bu mövzuya həssas yanaşılır.

Mediakorporasiyaların dünya informasiya bazarına göstərdiyi təsir bu gün müasir KİV sisteminin ən aktual mövzudur. Bu barədə danışarkən əvvəlcə dünya informasiya bazarının yaranmasını şərtləndirən mühit təsvir olunmalıdır. Təbii ki, bu proses informasiyanın qlobalaşdığı və kütləvi informasiya vasitələrinin inhisarlaşdığı şəraitdə gedir. Müasir dövrdə KİV dünya iqtisadiyyatının ayrılmaz hissəsinə çevrilib. İndi xəbərə əmtəə, auditoriyaya isə kapital gözü ilə baxılır. Odur ki kütləvi informasiyanın hər hansı bir vasitəsi iqtisadi qanunlardan kənarında fəaliyyət göstərə

¹ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999, səh.104.

² İbid. Səh. 108.

³ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999, səh.195.

⁴ İbid. Səh. 201.

⁵ İbid. Səh. 207.

⁶ İbid. Səh. 216.

bilməz. Sadəcə olaraq, informasiyanı digər əmtəə məhsullarından fərqləndirən cəhətlər var. Onlardan biri informasiyanın topdansaşısının asanlıqla təşkil olunmasındadır. Çünki informasiya “satıcı”sı eyni vaxtda minlərlə “müşəri”yə xidmət göstərə bilər. KİV-də hər zaman aktual mövzu olan inhisarın özünəməxsus başqa xüsusiyyət və meyilləri də mövcuddur.

Ümumiyyətlə, mətbuatda inhisar probleminə iki istiqamətdə yanaşmaq olar. Birinci, kütləvi informasiya vasitələrinin özlərinin monopoliya şəklində fəaliyyət göstərməyə üstünlük verməsi. İkinci, dünyanın iri konsern və birliklərinin kütləvi informasiya vasitələrinə təsir göstərmək cəhdləri. Birinci yolla daha çox ideoloji istiqamətləri və siyasətləri oxşar olan kütləvi informasiya vasitələri birləşirlər. İkinci üsulla isə, əsasən, iri media-maqnatların təsirinə məruz qalanlar, rəqabətə dözməyənlər, bir sözlə, məcburiyyət qarşısında qalanlar bir araya gəlirlər. Odur ki həmin mediakorporasiyaların tərkibində birləşən kütləvi informasiya vasitələri artıq öz ideya istiqamətlərini unudub, onlara deyilənlə oturub-durmağa məcbur olurlar. Birinci üsulla daha çox mediakorporasiyaların ilkin formalaşdığı dövrdə rast gəlinirdisə, ikinci istiqamət daha çox son vaxtlarda müşahidə olunmağa başlayıb. Xatırladaq ki, ilk mediakorporasiyaların yaranmağa başladığı dövrdə – XX əsrin əvvəllərində mətbuat orqanları korporasiyalar və holdinqlər şəklində birləşərək vahid informasiya siyasətinə qulluq etməyə başladılar. Sonrakı dövrdə dövlətlər daha mürəkkəb münasibətlərə qədəm qoydular. Bu da öz növbəsində, media orqanlarına təsir edir və həmin mətbuat orqanları özlərinəbənzər KİV axtararaq

onlarla vahid təşkilatda birləşirdilər. Hazırda isə bu yola rəqabətə dözə bilməyənlər, zəiflər əl atırlar. Nəticədə bir mediakorporasiyanın tərkibində bir neçə müxtəlif kütləvi informasiya vasitəsi cəmləşir. ABŞ, İngiltərə, Almaniya, Fransa kimi inkişaf etmiş ölkələrdə özündə aparıcı mətbuat orqanlarını və radio yayımını birləşdirən mediakorporasiyaların meydana çıxması ilə jurnalistikada yeni tendensiya yaranıb. Son vaxtlar korporasiyalar informasiya sahəsindən tamamilə uzaq sahələr üzrə ixtisaslaşmış şirkətləri də özlərinə cəlb etməyə başlayıblar. Qeyri-informasiya sektorundan olan şirkətlərin bu işə girməsində əsas məqsədləri gəlirlərini artırmaqdır. Media orqanları isə bu yolla özlərinin maddi tələbatlarını gerçəkləşdirirlər. Bu yolla mediakorporasiyalar qısa müddət ərzində kommersiya strukturuna çevrilir, mediabiznes layihələrini reallaşdırırdılar. Dünya informasiya bazarı uğrunda əsl rəqabət də elə bundan sonra başlanır. Bu mübarizədə zəiflər məhv olur, güclülər isə onların “torpaq”ları hesabına öz imperiyalarını genişləndirirdilər.

Müxtəlif kütləvi informasiya vasitələrinə nəzarət altına götürmək korporasiyalara öz biznes sahələrini genişləndirmək, başqa ölkələrdə ictimai fikri istənilən istiqamətə yönəltmək üçün əlverişli şərait yaradır. Növbəti mərhələdə isə media-maqnatlar öz aralarında rəqabət aparmağa başlayırlar. Onlar imperiyalarını genişləndirmək, dünya informasiya bazarına təsir gücünü artırmaq üçün müxtəlif yollara əl atırlar. Bu gün milli və transmilli korporasiyalar kütləvi informasiya vasitələrinə rəhbərlik etmək uğrunda bir-biriləri ilə fəal mübarizə aparırlar.

Dünya informasiya bazarının belə “media imperatorlar” tərəfindən “işğal”

olunması nəticəsində bazar nəinki bir qrup şəxsin əlində cəmləşir, həmçinin müstəqil mətbuat orqanlarının sayı azalmağa başlayır. Ən dəhşətli isə ayrı-ayrı ölkələrin KİV sistemə mənbəyi və milli mənsubiyyəti bəlli olmayan kapital axını başlayır. Bu fürsəti iri dövlətlər də əldən buraxmırlar. Onların medianın fəaliyyətinə göstərdiyi müdaxilələr açıq-aşkar hiss olunmağa başlayır.

Ümumiyyətlə, KİV insanların şüuruna, emosiyalarına təsir etmək gücünə malikdir. Bəs görəsən, mediakorporasiyalar dünya informasiya bazarına daha çox hansı məqsədlərlə təsir göstərməyə çalışırlar? Nəzəriyyəçilərin fikrincə, on-

ların əsas məqsədləri auditoriyaya psixoloji təsir göstərmək, fanatizmi yaymaq, siyasi oponentlərə qarşı etibarsızlıq yaratmaq və digər millətlərə lazımi münasibət formalaşdırmaqdan ibarət olur. Dünya bazarına hansı informasiyanın hansı formada çıxarılmasını əsas tərəf müəyyənləşdirir. Bir sözlə, media bazara sifariş olunmuş informasiyanı çıxarır.

Mətbuat azadlığının təməlinə redaksiya müstəqilliyi dayanır. Jurnalistika eyni zamanda biznesdir. Biznesi inkişaf etdiməklə müstəqilliyi qoruyub saxlamaq redaksiya siyasətinin tərkib hissəsi olmalıdır. Nə pul, nə də müstəqillik asanlıqla əldə olunur.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları.
<http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
2. Dadaşov A. KİV-də reklam və marketing problemləri. Bakı 2001.
3. Həqiqəti çatdırmaq: Etik Jurnalistika Təşəbbüsləri. Bakı, 2012.
4. Jurnalist məsuliyyəti. Bakı, 2002.
5. Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во "Галерея", 1999.
6. Repkova T., Yeni Dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları, Bakı, 2006.

Mövzu 19: Fotojurnalistika

Hər gün milyardlarla foto çəkilir və paylaşılır. Kameralar az qala hər yerdə – cib telefonlarımızda, evimizdə, kompüterimizdə, avtomobilimizdə, hətta eynək və saat kimi taxılan eşyalarımızdadır. Bu vasitələrə daha sonra baxa biləcəyimiz və seçəcəyimiz anları sənədləşdirə bilmələri üçün güvənirik. Ayrıca, bu sürətli böyümə ilə birlikdə, fotosəkil və video manipulyasiya vasitələrinə asan giriş imkanı meydana gəlmiş, həqiqətin itdiyi daha çox görüntü ilə qarşılaşmağa başlamışıq.

Media, insanları təsir və istiqamətləndirmək üçün güclü bir vasitə halına gəlib, bu da bizi fotoqrafiya etikasının əhəmiyyətini sorğulamağa sövq edir.

Nə qədər manipulyasiya edilə bilər və sərhədlər nələndir? Təməl fotoqrafçılıq prinsipləri fotoların hər hansı bir şəkildə dəyişdirilməsinə qarşı çıxır – onlara görə fotolar orijinallıqlarını qorunmalıdır. Bəziləri fotolarda krop (kəsmə) edilməsinin belə qadağan edilməsi lazım olduğunu söyləyir. Fotoqrafiyada etika əsas mövzu olduğunda, bir orta nöqtə varmı?

Qəzetlərin ən əhəmiyyətli vizual element olan fotolar, həyatın axışında yaşanan hadisələr haqqında fikir əldə edə bilməklə yanaşı, müxtəlif mənfiliklərin düzəldilməsində də təsirlidir. Xəbərçilik peşəsinin başda fotolar olmaq üzrə vizual elementlərlə dəstəklənməsi, xəbərin sənəd xüsusiyyəti daşması və oxucuların rəğbətini qazanılması kimi səbəblərə görə çox önəmlidir.

İndiki zamanda Photoshop və oxşar proqramlar ilə rəqəmsal texnologiya vasitəsilə fotolarda dəyişiklik edib oxucu və tamaşaçıda fikri formalaşdırma bilirlər. Təməl dəyişikliklər isə fotoların mənasını dəyişdirə bilər.

Fotojurnalistlər digər jurnalistlərlə eyni obyektivlik çərçivəsində işləyirlər. Nəyi çəkmək, necə çəkmək və necə təqdim etmək fotojurnalistin daim qərar verdiyi məsələlərdir.

Tez-tez etik ziddiyyət çəkilən şəkillər redaktora və ya fotoredaktorun masası üzərinə gəldikdən sonra qəbul etdikləri qərara görə ya yüngülləşdirilə, ya da gücləndirilə bilər. Fotojurnalist bir çox hallarda çəkdiyi şəklə necə və hansı şəkildə yayımlanacağı ilə bağlı qərar verməkdən məhrum olur.

Rəqəmsal fotoqrafiyanın təhlükəsi ondadır ki, o, şəkilləri istənilən formada manipulyasiya edərək təqdim edə və ötürə bilər. Bu isə təbii olaraq bir çox etik məsələləri çətinləşdirir.

Bu səbəbdən bir çox ölkələrdə fəaliyyət göstərən və fotojurnalistləri öz sıralarında birləşdirən peşə təşkilatları peşə fəaliyyətləri ilə əlaqədar olaraq etik kodekslər qəbul ediblər.

Bu kodekslərdə əsas etik cəhətlər ümumi qanunlara uyğundur. Fotoqrafiya ilə bağlı qanunlar, ümumiyyətlə, fotojurnalistikanın standartlarına yanaşmalar ölkələrə görə dəyişə bilər. Bir ölkədə çəkilən fotoreportaj daha sonra bir çox ölkələrdə yayımlananda vəziyyət daha fərqli olur.

“Bir şəkil çək, qalanının əhəmiyyəti yoxdur” – bugünkü medianın şüarıdır. Bu zaman nəzərə alınmalı ən vacib məqam işin etik tərəfini unutmamaqdır. Bu məqam isə fotojurnalistikada mühüm rol oynayır. U.Hicksin nəzəriyyəsi bir çox hallarda özünü doğruldur. O, mahiyyət etibarilə jurnalist və fotojurnalistin peşə fəaliyyətləri baxımından ekvivalent olduğu qənaətinə gələn ilk adamdır. Müzakirə olunan mövzuda analoqu olmayan müəllifi olduğu məşhur “Sözlər və şəkillər” kitabında, o, bu müddəanın qanunla tənzimlənməsi, bununla da fotojurnalistin hüquqlarının təmin edilməsi məsələsini gündəmə gətirir. U.Hicks etik komponenti nəzərdən keçirməsə də, müəllif bu yanaşmanın vacibliyini aydın şəkildə izah edir.

Fotojurnalistikada etik normalar

Əslində “fotojurnalist etikas” bu gün bir çox hallarda sanki boş bir ifadə olaraq səslənir. Bir çox ölkələrin nəzəriyyəçilərinin peşə etikas ilə bağlı fikirlərinə diqqət etsək, görürük ki, burada fotoqraflar üçün uyğun ola biləcək ümumi fikirlərdən başqa, bir şey yoxdur. Bununla belə, jurnalist işində yaradıcılığın etik tərəfinin pozulmasına görə məsuliyyət tamamilə aydın deyil, fotojurnalistlər və redaktorlar arasında “etik normalar” tam olaraq müəyyən edilməmişdir. Amerika jurnalistlərinin etik kodekslərində məsuliyyət məsələsi xüsusilə vurğulanır. Qərb mətbuatı hər hansı bir jurnalist materialı üçün “şəxsi məsuliyyət” anlayışını çoxdan tətbiq etmişdir və bu məsuliyyətin mənəvi tərəfi bir jurnalistin həmkarları tərəfindən təcrid edilməsinə səbəb ola bilər. Mətn fikri sözlə, məna ilə əlaqəli cümlələrlə çatdırır, burada kontent –

məzmun materialın əsas elementidir. Bu məqam şəkillərlə isə daha çətinidir. Şəkilləri müstəqil, bəzən təsadüfi və parçalı, lakin birbaşa və ya dolayı yolla məqaləyə tabe edirlər. Fotoşəkil açıq mətn əhval-ruhiyyəsinə malikdir, yan şərhədən (və ya məqalədən) ayrılmazdır və buna görə də məna ilə birləşdirilməlidir. Foto montaj, məna ifadə edən ən maraqlı bir formadır, lakin fotojurnalistikada ikinci dərəcəlidir, əsla gerçək deyil, qeyd olunduğu kimi, həqiqət olaraq təqdim edilə bilməz. Fotojurnalistikanın bu və digər janrlarının etik cəhətləri məqalənin etik tərkib hissəsindən daha vacibdir. Mətn fotoşəkillərsiz başa düşülə bilər, ancaq fotoşəkil özündə ən yüksək dərəcədə aydınlıq toplaya, süjeti tamamlaya və ya zəiflədə bilər. Hər halda, hər bir fərdi vəziyyət jurnalistlərə şəkilləri seçmək və düzəltmək hüququ verir. Bu hərəkətlərin nə qədər uğurlu olacağı onların etik davranışlarından asılıdır.

Fotojurnalistika etikasının əsas mövzusu nəyi göstərmək olar, nəyi edə bilməməkdir. Fotoqrafiya materiallarını qəzet və jurnal səhifələrinə təqdim etmək məsələsində hər şey o qədər də sadə deyil. Fotoşəkillərinin bir gözəllik yarışmasına göndəriləcəyini söyləyənlər, uşaqları və ya qadınları olan anaları ayrıca poza vermələrinə inandırmaq asandır. Bu cür tövsiyələr bu gün absurddur, amma yenə də olduqca aktualdır! Bu cür tövsiyələrin fotojurnalistlər qrupları tərəfindən hazırlanması vacibdir. Bu gün fotojurnalistika dövrümüzdə tam qəbul edilmiş dörd etik prinsipə malikdir. Fotoqraf aşağıdakı məqamlara hörmət etməli və xüsusi diqqət yetirməlidir: şəxsi həyat, zorakılıq səhnələri, cinsi və sosial ədəb. Bu meyarlar altında və xüsusi olaraq nəyin qəbul edilməsi isə hər bir fotojurnalist

və ya redaktoru üçün ayrı bir məsələdir. Lakin bu cür müddəaların olması vacibdir.

Fotojurnalistika və şəxsi həyat

Şəxsi həyat, daha doğrusu, ona müdaxilə müasir jurnalistikanın vacib mövzudur. Bu təkcə mətn məlumatları üçün aktual deyil. Bu gün bir insanın şəxsi həyatını izah edən heç bir məqalə fotosəkillərsiz qəbul edilə bilməz. Bir hadisəni göstərməyin ən yaygın yolu bir fotohekayədir. Yəqin ki, “məqsədə çatmaq üçün bütün vasitələrin yaxşı olduğu” devizi ilə fəaliyyət göstərən müasir tabloidlərdən bəhs etdiyimiz aydındır. Bu cür nəşrlərin fotoqrafları peşə etikası barədə düşünmürlər, üstəlik, daha çox birbaşa tapşırıq üzərində çalışırlar. Məşhur bir əyləncə profilinin nəşrləri məxfiliyə nisbətən nəzakətli münasibət göstərir. Burada şəxsiyyət layiqli bir şəkildə təqdim olunur: ailə dairəsində və ya rahat bir ev şəraitində. Hər iki halda fotojurnalistin fərqli məqsədləri var: birincisi – bir insanı qeyri-adi bir formada ifşa etmək, nüfuzunu ləkələmək və ya ailə dramını ortaya qoymaq (bu cür çəkilişlər hətta xüsusi olaraq gizli bir şəkildə edilir), ikinci vəziyyətdə – insan təsvir olunduğu vəziyyətlə tamamilə razıdır. Burada xüsusi bir şərt qoyulmalıdır. Bəzən bu halların hər ikisi ümumi xarakter daşıyır. Çəkilişlərin baş verdiyini (və ya bu prosesin razılaşıldığı və səhnəyə qoyulduğunu) bilən ictimai bir şəxsin “kamerada oynayaraq” özünü PR etməsini vurğulamaq istərdik. Qeyd etməliyik ki, bu cür metodikanı qəzet jurnalistləri məhz öz həmkarları olan televiziyaçılarından əxz ediblər. Bu baxımdan, məqalənin mətni reklam məqsədlərinə xidmət edə bilər,

əks halda, ya mətn ilə izah edilə bilən və ya ondan çıxarıla bilən (yəni bununla əlaqəli olmayan) fotosəssə ilə təqdim olunur.

Zorakılığın təsvir edilməsi (hərbi əməliyyatlar, şəxsi vəziyyətlər, ictimai və digər tədbirlərdə birbaşa əlaqə) və sosial fəlakətlərlə bağlı vəziyyət daha mürəkkəbdir. Burada fotojurnalist kamera qarşısında tamamilə müdafiəsizdir və bu zaman onu düşündürən ilk vacib sual məhz etika ilə bağlıdır. Bu cür fotosəkillərin bariz nümunəsi gözyaşları, insanların isterik vəziyyətləri, kömək üçün dua etmələridir. Emosional komponent digər əlamətlərlə – geyim, üz ifadəsi, hadisənin duruşu və konteksti ilə tamamlanır. Bütün bu detallar insanlara təsir etmək üçün güclü bir vasitədir. Çox vaxt bir fotosəkil və ya foto məlumat şəklində ifadə edilən bu cür fotosəkillər, hadisənin bütün ağırlığını göstərmək, bu bəlaya düşməyən insanlara xəbərdarlıq və diqqət çəkmək məqsədi daşıyır. Buradakı məqalə köməkçi material kimi bir əsas deyil və təsvir edilənlərin sadəcə izahıdır. Məqalənin janrı vəziyyətə uyğun olaraq seçilir, adətən, hadisənin dəqiq anları olan bir reportaj verilir, lakin bəzən qısa xəbər materialı da ola bilər. Burada mətn və illüstrasiyanın qarşılıqlı əlaqəsi ümumilikdə jurnalist etikasının zirvəsidir. Bir tərəfdən, jurnalistlər (o cümlədən fotoqraflar) hadisənin ağırlığını, sosial əhəmiyyətini göstərməyə çalışırlar. Bu, belə halların təkrarlanmaması, mövcud neqativ halın dövlət və cəmiyyət tərəfindən daha da qarşısının alınması üçün vacibdir. Bu vəziyyətdə fotojurnalistin etikası məşhur “zərər vermək olmaz” tezisində yönəldilmişdir. Digər tərəfdən, dramatik iztirabları zamanı müdafiəsiz bir insanı göstərmək (əksər hallarda hətta ictimai əhəmiyyət daşıyan bir insan da deyil),

kədər, həm təsvir edilən insana, həm də ətrafındakı insanlara emosional zədə gətirə bilər. “Ekranı və mətbuatda heç bir zorakılıq yoxdur” etirazları bu gün həmişəkindən daha güclüdür. Ortaq məxrəci necə tapmaq olar? Sual psixoloji qədər etik deyil. Bir fotojurnalist işinin köləsidir, bu onun çörəyi və vəzifəsidir, buna görə kameranın çərçivələrini uyğun gördüyü kimi idarə etməkdə sərbəstdir, əgər bu məsələnin hüquqi tərəfini pozursa. Burada mühüm rol redaktə prosesi, redaktorların yekun qiymətləndirməsi, fotosəkilləri seçən jurnalistin şəxsi rəyi oynayır. Bu baxımdan, şübhəsiz ki, ziddiyyətlər yarana bilər: nəşrin siyasəti, baş redaktorun müstəqilliyi (o da asılı şəxs ola bilər). Buna baxmayaraq, “ağır” fotosəkillər yayım zolağına düşürsə, bu prosesdə iştirak edən bütün insanlar məsuliyyət daşıyırlar.

Fotojurnalistika və məsuliyyət

Burada əsas rol illüstrativ məlumatların yayımlanmasına cavabdeh olan redaktorların qərarları oynayır. Ümumiləşdirmək üçün deməliyə ki, fotojurnalist yazı müəllifindən daha həssasdır. Özü-

nüzü qəhrəmanlarınızın dairəsində göstərmədən həqiqəti və ya yalanı gizli şəkildə yazı bilərsiniz. Fotomüxbir mütləq insanlarla işləməlidir. Fotojurnalist hadisədə şəxsən iştirak edir. Sosial fəlakət şəraitində o və kamerası heç bir şəkildə qorunmur, fotoqraf-jurnalist əqidəsinə uyğun olaraq vəzifəsini icra edir. Bu, aşağıdakı maksimumu formalaşdırır: bir fotojurnalist məqalə hazırlayan bir müxbirdən daha çox etik normalardan asılıdır. Fotojurnalistin işi həmişə şəxsi stereotiplərlə əlaqələndirilir və tez-tez rəsmi vəzifə ilə ziddiyyət təşkil edir. Fotoqraf müəllifə bu xüsusi fotonun məqaləsinə niyə təsvir etməli olduğunu, onunla necə qarşılıqlı əlaqədə ola biləcəyini sübut etməlidir.

Fotoqrafın kamerası düşünmədən hadisə və baş verənləri yaddaşına köçürür. Onu əlində tutan şəxs, gördüyü işə görə məsuliyyət daşıyır. Fotosəkillərin çoxu insan həyatının ən yaxşı tərəflərini göstərmir. Oxucular fotoların qəddarlığına alışır və fotojurnalistlər diqqəti cəlb etməyin yeni yollarını axtarmağa məcbur olurlar. Və bu zaman da, fotojurnalistin şəxsi əxlaqi prinsipləri ilə bağlı haqlı suallar ortaya çıxır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Con Petter Evensen, İbrahimpaşa Babayev, Aynur Bəşirli, Ələkbər Muradov. Fotojurnalistika. Avropa Şurası, 2017.
<https://rm.coe.int/1680708276>
2. Березин В.М. Фотожурналистика, 2006.
3. Gazeteçilik. Habere uyğun fotoqraf seçmə. Ankara, 2008.
4. How to interview Sexual Abuse Victims, Marcia, 1995, Morgan, California, London
5. Məmmədov T. Bədii fotoqrafiya. Bakı, 2012.
6. Uşaqların hüquqları və jurnalistika praktikası. Hüquqlara əsaslanan perspektiv. BMT Dublin Texnologiya İnstitutu, 2007

Mövzu 20: Televiziya jurnalistikasında etik standartlar

Həqiqəti axtarmaq və çatdırmaq kütləvi medianın ən önəmli vəzifəsi sayılır. Bu vəzifənin gerçəkləşdirilməsi əsl media amacının daşıyıcılarını bir çoxları ilə üz-üzə qoyur, çünki məlumat sahibi olmaq hər hansı güc və qüdrəti aşmaq, onu xalqın yararına yönəltmək deməkdir. Deməli, jurnalist həqiqəti çatdırmaqda həmişə çətinliklərlə üzləşəcək. Ən yetkin demokratik mühit, ən mükəmməl qanun, ən ədalətli məhkəmə jurnalistə rahatlıq gətirə bilər, ancaq onun yerinə həqiqəti axtarmaz. Həqiqəti axtarmaq və öyrəndiklərini, üzə çıxardıklarını, tapdıqlarını ictimaiyyətin diqqətinə yetirməklə həqiqətin nə olduğuna ictimaiyyətin qərar verməsinə nail olmaq önəmlidir. Bir şərtlə ki, məlumatın toplanma-ışlənilib-hazırlanma-diqqətə yetirilmə mərhələlərində yararlandığı bütün üsullar həmin məlumata inamı sarsıtmasın. Jurnalist etikasını məhz mediaya inam problemini, bu baxımdan peşə standartlarının önəmini, peşəkarların razılaşdığı və ictimaiyyətə açıqladığı davranış qaydalarını diqqətdə saxlayır və həmin səbəbdən daim aktuallığını qoruyur.

Qloballaşan dünyada televiziyanın cəmiyyət həyatında rolu, insanların şüuruna təsiri artdıqca və telekanalların sayı, əhatə dairəsi genişləndikcə onların arasında auditoriyanı fəth etmək uğrunda rəqabət də artır. Bu rəqabətdə televiziyanın proqram siyasəti, auditoriyanın maraqları nəzərə alınmaqla efir vaxtının səmərəli bölüşdürülməsi çox mühüm rol oynayır. Televiziya mütəxəssislərinin fik-

rincə, əsas proqram tipləri dairəsinə bunlar daxildir: informasiya, aparıcı analitiklərin şərhləri və hava haqqında məlumat, idman, ticarət yenilikləri ilə müşayiət olunan yerli dövlət, beynəlxalq xəbərlər proqramları, lokal, yaxud beynəlxalq xarakter daşıyan diskussiyaların, söhbətlərin, çıxışların, şərhlərin, forumların, dəyirmi masaların daxil olduğu ictimai məsələlər proqramları; iqtisadi proseslər, biznes, marketinq və kənd yerlərində həyatın digər sahələrinə dair problemlərə toxunan proqramlar; musiqi verilişlərini, teatr tamaşalarını, oyunları və s. əhatə edən əyləncəli proqramlar, əyləncəli-musiqili verilişlər, teatr tamaşaları, xəbərlər; idman, tədris proqramları və s. Televiziya yaranandan bəri göstərilən bu sahələr üzrə proqram tipləri və formatları geniş şəkildə inkişaf etmişdir.

Əlbəttə, proqram tipləri və proqram formatları yaratmağın çox müxtəlif yolları və üsulları mövcuddur. Hər proqramın öz xarakteri, öz təyinatı və hətta öz auditoriyası vardır. Onların hər biri özünü xüsusi üslubda və yalnız ona xas olan xüsusi bir ifadə tərzində göstərir. Bütün jurnalistlərin peşə xarakteristikasını müəyyənləşdirən “dəqiqlik, qərəzsizlik, obyektivlik, informasiya mənbəyini göstərmək və s. kimi keyfiyyətlər televiziya daha geniş mahiyyət kəsb edir. Müasir dünyanın aparıcı telekanalları məhz bu tələblərə ciddi əməl etdiyinə görə məşhurlaşılıb.

Bütün telekanallar mənsub olduğu ölkənin qanunları çərçivəsində fəaliyyət

göstərir. Bu qanunlar ilk növbədə telejurnalistdən dəqiq və qərəzsiz olmağı, böhtan atmamağı, şəxsi həyata hörmətlə yanaşmağı tələb edir. Telejurnalistin peşə etikas

isə qanunla deyil, jurnalistin, teleşirkətin cəmiyyət qarşısında məsuliyyəti ilə tənzimlənir. Peşə etikasına əməl etməklə yüksək reyting qazanmaq olar. Əksinə, hərəkət etməklə televiziyanın nüfuzunu endirmək mümkündür. Televiziya proqramlarının hər birində etik prinsiplərin gözlənilməsi çox səmərə verir. Təcrübə göstərir ki, telejurnalistikanın etik prinsiplərinə əməl etmək bəzən qanunlara əməl etməkdən də çətindir. Lakin öz işində bu prinsiplərə əsaslanmağa telejurnalist, sadəcə, borcludur.

Müasir dövrdə kütləvi informasiya vasitələrinin hər bir ölkənin həyatında oynadığı rol çox güclüdür. Bu gün kütləvi informasiya vasitələrinin ən çox auditoriyaya malik növü məhz televiziya

dir. Bunu televiziyanı qəzetdən, radiodan və digər kütləvi informasiya vasitələrindən fərqləndirən spesifik cəhətləri şərtləndirir.

Bu cəhətlərdən başlıcası onun hər yerə anında baş vura bilməsi, audiovizuallığı, tamaşaçını informasiyada hadisənin canlı iştirakçısına çevirmək gücü, xəbəri personifikasiya etməsi və s. aid

dir.

Televiziyanın cəmiyyət həyatında rolunun artması, nüfuz dairəsinin genişlənməsi, texniki və yaradıcı imkanların zənginləşməsi “Televiziya proqramları hazırlanarkən hansı etik prinsiplər əsas götürülməlidir” sualını tədqiqatçıların və geniş tamaşaçı auditoriyasının diqqət mərkəzində saxlayır.

Televiziya proqramları yaratmağın beynəlxalq təcrübədə formalaşan və öz təsdiqini tapan əsas etik prinsiplərini,

bizcə, bu şəkildə qruplaşdırmaq məqsəduyğundur.

1. Telejurnalist veriliş hazırlayarkən bəşəri və milli dəyərlərə hörmətlə yanaşmalı, irqi ayrı-seçkiliyi, silahlanmanı, totalitarizmi, zorakılığı təbliğ etməməlidir.
2. Televiziya verilişi hazırlayarkən şəxsi həyata müdaxiləyə yol verilməməli, insan hüquqları, dövlətin qayda-qanunları nəzərə alınmalıdır.
3. Hər bir millətin mədəni irsinə, mentalitetinə, dilinə, dininə hörmətlə yanaşılmalıdır.
4. Televiziya jurnalisti heç bir siyasi partiyaya, yaxud siyasi qüvvəyə xidmət etməməli, yalnız ictimai marağı, geniş auditoriyanın tələblərini nəzərə almalıdır.
5. Hər bir veriliş, xüsusən informasiya proqramları həqiqət axtarışına yönəlməlidir. Jurnalist hər hansı bir nöqtəyi-nəzərə əsaslanmamalı, qabaqcadan formalaşmış təsəvvürün bir növ təsdiqinə çevrilə biləcək materialı hazırlamamalıdır.
6. Telejurnalist şəxsi mənfəətini, kommersiya marağını güdərək gizli reklam xarakterli materiallar hazırlamamalıdır. Bu tipli materiallar jurnalistin obyektivliyinə və düzgünlüyünə qarşı çalışdığı qurumun rəhbərliyində və tamaşaçılarda haqlı şübhələr yarada bilər.
7. Telejurnalist öz verilişinin “qəhrəman”ına hazırladığı materialı efiyendən qabaq nümayiş etdirməməlidir. Bu faktları bir daha dəqiqləşdirmək məqsədi daşısa belə, haqqında söhbət açılan şəxsin verilişi öz “maraq süzgecindən” keçirtmək, öz bildiyi kimi təshih etmək

istəyinə yol açma bilər. Etika və peşəkarlıq baxımından jurnalistin vəzifəsi elə bir material hazırlamaqdır ki, sonradan onu “qəhrəmanı” ilə müzakirə etməyə ehtiyac qalmasın.

8. Telejurnalist aldığı müsahibəni efirə hazırlayarkən ümumi kontekstdən kənarında tamam başqa məna verən söz və ifadələrlə çox ehtiyatlı davranmalıdır. Montaj prosesində jurnalistin “təmizləmə əməliyyatı” respondentin fikrini təhrif etmək, bir suala verdiyi cavabı digər bir suala şamil etmək hesabına başa gəlməməlidir. Müsahibin fikirlərinə bu cür məqsədyönlü yanaşma xoşagəlməz nəticələrə səbəb ola bilər.
9. Telejurnalist öz mövqeyindən istifadə edərək hədə-qorxu, yaxud aldatma yolu ilə informasiya əldə etməməli, eyni zamanda şəxsi inciklik və düşmənçilik hissi ilə material hazırlamamalıdır. Hər hansı bir insana və ya təşkilata bu cür münasibət qeyri-etik və qeyri-qanuni sayılır.
10. Hər bir kütləvi informasiya vasitəsində olduğu kimi, televiziya da informasiyanı uydurmaq, faktları təhrif etmək yolverilməzdir. Jurnalistin öz reytingini qaldırmaq, sensasiya yaratmaq naminə belə üsullara əl atması təhlükəli və ağır nəticələrə səbəb ola bilər.

Televiziya verilişində buraxılan hər hansı bir səhv dərhal təkzib olunmalıdır. Təkzib vermək cəmiyyət arasında yayılan söz-söhbəti aradan qaldırır və telekanalın nüfuzunu artırır.

Ekran yaradıcılığı təcrübəsi göstərir ki, ilk növbədə, TV-də çalışan jurnalist-

lərin davranışı, sosial statusu, yaradıcılığın etik qaydaları müəyyənləşdirilməlidir. Məsələn, burada çalışan jurnalist bilməlidir ki, o, ictimaiyyətin informasiya almaq hüququndan başqa, hər hansı digər məqsədə xidmət etməməlidir. Eyni zamanda reportyorlar və aparıcılar da daxil olmaqla bütün jurnalistlər informasiya toplayarkən və efirə verərkən ünsiyyətdə olduqları insanların ləyaqətinə, hüquqlarına, rifahına və şəxsi həyatına hörmətlə yanaşmalıdır. Təbii ki, jurnalistlər verdikləri məlumatların düzgünlüyünə görə geniş ictimaiyyət qarşısında məsuliyyət daşıyırlar və onlar peşə etikasının tələblərinə, o cümlədən davranış və ünsiyyət mədəniyyətinə əməl etməyə borcludurlar.

TV yaradıcılığının etik normaları dolğun məzmununu, ilk növbədə, jurnalistin sosial statusunda, onun müxtəlif münasibətli vəziyyətlərdə, mürəkkəb situasiyalarda, o cümlədən ekstremal şəraitdəki davranışında, həmçinin informasiya proqramlarında, bu proqramda gedən materialların çatdırılma tərzində, peşə standartlarına nə dərəcədə əməl olunmasında özünü göstərir. Təbii ki, dediklərimiz bütövlükdə telekanalın müəyyənləşdirdiyi etik meyarlar toplusunda, həmçinin jurnalistlərin peşə etikasına kodeksində də öz əksini tapır.

Aparılan tədqiqatlar göstərir ki, televiziyanın informasiya proqramları öz missiyasına və xarakterinə görə peşə etikasına prinsiplərinə daha çox və həssas yanaşma tələb edir. Xüsusilə jurnalist araşdırmaları və hadisələrin təhlili zamanı bu qaydalara əməl etmək vacibdir.

Telejurnalistin kamera qarşısında etik qaydalara uyğun davranışı, müsahibələri ilə qərəzsiz ünsiyyəti, şəxsi həyata

müdaxilənin yolverilməzliyi, ekstremal şəraitdə müəyyən olunmuş etik standartlara uyğun davranışı kimi mühüm problemlər ölkə teleməkanında öz həllini gözləyir.

Televiziyanın xəbər proqramlarının dünya təcrübəsində formalaşmış etik prinsiplərdən bəhs edərkən bir çox araşdırmalarda “ekranda etik normalar”, “televiziyanın beynəlxalq standartları” kimi ifadələr işlədilir. Müasir dövrdə informasiya cəmiyyətinin əsas atributlarından birinə çevrilmiş televiziyanın sürətli inkişaf meyilləri onun siyasi, təşkilati, hüquqi, iqtisadi, elmi, ideoloji əsaslarına, o cümlədən elektron KİV və etik normalar probleminə diqqəti qat-qat artırmışdır.

Bu məsələlərin İngiltərə, ABŞ, Almaniya və s. inkişaf etmiş ölkələrdə çoxdan dövlət proqramı səviyyəsində qarşıya qoyulması və ardıcıl həlli elektron informasiya vasitələrinin cəmiyyət həyatındaki roluna, texniki və yaradıcılıq imkanlarının yüksəlməsinə əsaslı təsir göstərib.

Qərbdə, xüsusilə ABŞ-da elektron informasiya vasitələrinin informasiya cəmiyyətində oynadığı rol ciddi şəkildə nəzərə alınır. Amerikalı professor D.Bellin dediyi kimi, “postindustrial cəmiyyətdə əsas rol intellektual texnologiyaya, ondan bacarıqlı istifadəyə verilir. Çünki bunların siyasi həyata, iqtisadiyyata və mədəniyyətə təsiri getdikcə artmaqdadır”. İntellektual texnologiya “cəmiyyətdə insanların bir-biri ilə sıx, interaktiv əlaqədə olmasına şərait yaradır”. Amerikalı kulturoloq E.Tofflerə görə aqrar və sənaye cəmiyyətindən sonra gələn “informasiya cəmiyyəti tamamilə yeni bir həyat tərzidir”. M.Kastelsə görə “bele cəmiyyətin mədəni həyat təzi kommuni-

kasiya proseslərinə söykənir”. Deməli, elektron informasiya vasitələri müasir cəmiyyətin bilik və məlumat daşıyıcısı, ötürücüsü kimi, çox böyük önəm kəsb edir və məhz bu keyfiyyəti onun texnoloji inkişafını təmin edir.

İnformasiya cəmiyyəti şəraitində media bazarı bütün digər “əmtəə” bazarlarını üstələməkdədir. İndi media sahəsində formalaşan transmilli korporasiyaların imkan və qazancları heç nə ilə müqayisəyə gəlmir.

Hazırda dünya teleinformasiya bazasında meqaşirkətlər yaranmışdır və bu səbəbdən müasir jurnalistika terminləri sırasında “meqamedia”, “meqaşirkət” kimi anlayışlar geniş yer tutur. Bu anlayışlar KİV-in işıqlandırılmasına çox əhəmiyyət verən, dövrün mühüm hadisələrinin tələqdiminə istiqamətlənən media qurumlarını nəzərdə tutur. Onu da qeyd edək ki, bu gün ən ciddi və ən böyük teleşəbəkələrin hazırladığı ekran məhsulları sistemində xəbərlər birinci sırada durur. Xüsusilə kommersiya kanalları xəbərləri birinci əhəmiyyətli teleməhsul hesab edir.

Qərb dövlətlərində, xüsusilə ABŞ-da televiziya kanalları xəbərləri ön sıraya çəkməklə güclü auditoriya qazanır. ABŞ-da orta amerikalı ailənin indi 40-a yaxın telekanal seçimi var. Belə ailələr həftənin 45–50 saatını ekran qarşısında keçirir. Bu vaxtın böyük hissəsi xəbərlər proqramını izləməyə sərf olunur. Təkcə ABŞ-dakı vəziyyəti izləməklə günü-gündən artan telekanalların xəbərin operativliyi uğrunda rəqabətini müşahidə etmək olar. Hətta bu ölkədə “hər anın informasiyası” kimi xəbəri təqdim etmə konsepsiyası meydana gəlib. ABŞ-da informasiya proqramlarının “maraqlılıq” konsepsiyasına xüsusi diqqət yetirilir. İnformasiya proqramları şou-biznes qanunlarını da

mənimsəməyə başlayıb. Məhz bu məqam informasiya proqramlarında etik meyarların gözlənilməsi problemini gündəmə gətirir. Operativ informasiyanın görünməmiş seli televiziyanın bu sahəsində klassik və böyük həcmli uzun verilişləri sıradan çıxarır. İnformasiya proqramları 1990-cı illərin əvvəllərindən canlı danışıq (tokşou) verilişlərinə, məhkəmə, tibbi, kriminal “riality şoulara” çevrilməyə başlayır. Xəbərlərdə nəyisə gizləmək, nəyinsə üstündən keçmək dərhal rəqabətdə olan digər kanalların onları təqdim etməsinə səbəb olur.

Televiziyların inkişaf meyillərində xəbərin ilk sırada durmasının əsas səbəbləri göstərdiyimiz məqamlarla bağlıdır. Məhz xəbərlər dünyanın aparıcı telekanallarına qlobal xarakter vermişdir. Bu telekanalların əksəriyyəti “informasiya agentlikləri rejimində işləməyə başlamışdır”. Təzə informasiya ən əhəmiyyətli məhsul hesab olunur. Sayılan, seçilən telekanallarda xəbərlər daim yeniləşir, fəvqəladə hadisələr barədə operativ məlumatlar yayımlanır. Bu telekanallar məhz xəbərlər vasitəsilə dünyanın real (və ya təhrif edilmiş) mənzərəsini yaratmaq məqsədini qarşıya qoyur. Onların texniki və yaradıcılıq gücü dünyanın ən müxtəlif nöqtələrindən hər anın hadisəsini tamaşaçıya çatdırmaq imkanı verir. Bu kanallarda təyyarə qəzası barədə xəbəri, haradasa baş verən kütləvi ixtişaşlar terror hadisəsi, terror xəbərini isə öz növbəsində təbii fəlakətlərə dair yeni informasiyalar əvəz edir.

Qərb televiziylarında, məsələn, CNN, BBC, Euronewsda işin ən başlıca prinsipi “əsas hadisələr qan tökülən yerdədir” prinsipidir. Hətta bəzi teletənqidçilər “neqativ hadisələrin kvitessensasiyası”, yəni neqativ hadisələrə üstünlük veril-

məsi halını qeyri-obyektiv yanaşma tərzi hesab edərək jurnalistləri dünyanı “qəzalar aləmi” kimi təqdim etməkdə günahlandırır. Digər tərəfdən, bu cür təqdim etmə etik normalara ziddir və tamaşaçını televiziyadan uzaqlaşdırma bilər.

Qərb telekanallarında “bəd xəbər bolluğunu” şərtləndirən bir amili də nəzərdən qaçırmaq olmaz. Belə ki, digər informasiya qaynaqlarından fərqli olaraq, televiziya təsvirin, görüntünün səsə və sözə nisbətən daha böyük önəm kəsb etməsi danılmazdır. Bu mənada faciəli hadisələrdən bəhs edən xəbərlər təsvir baxımından daha canlı və təsirli olmaqla ekran qarşısına böyük tamaşaçı auditoriyası toplaya bilər. Qərb mütəxəssislərinin xəbər yaradıcılığında bu gerçəkdən yararlanması nə qədər məntiqlidirsə, bir çox teletənqidçilərin müharibə, ölüm və qan-qada səhnələrinin ekranı “zəbt etməsinin” tamaşaçı psixologiyasına mənfi təsiri ilə bağlı narahatlıqları da bir o qədər anlaşılındır. Cəmiyyət həyatında televiziyanın rolu yüksəldikcə, televiziya bir çox problemlərin müzakirə olunduğu mötəbər tribunaya çevrildikcə televiziya jurnalistikasında etik meyarlara əməl olunması məsələsi də xeyli aktuallaşır. Televiziya xəbərlərinin mahiyyətində isə etik meyarlar daha böyük önəm kəsb etməkdədir.

Xəbərin təqdimində qəbul olunmuş etik meyarların gözlənilməsi televiziyanın reytingini qaldıran amillər sırasındadır. Bu zaman informasiyanın dəqiqlik prinsipini öz fəaliyyətlərində əsas tuturlar. Məsələn, ABŞ-da çox yetkin telekanallardan biri olan “NBC News” “Vətəndaş ixtişaşlarının işıqlandırılması” ilə bağlı prinsiplərinə nəzər salmaq. “NBC News”un fikrincə, vətəndaş ixtişaşlarının işıqlandırılması zamanı hər hansı bir

komissiya və ya komitənin məsləhətlərinə deyil, təcrübəli, peşəkar jurnalistlərin yaxşı praktikasına söykənmək vacibdir.

Bu tipli fəvqəladə vəziyyət bəzən o qədər kəskin olur və ehtirasları elə coşdurur ki, hadisələrin təqdimatında redaktorlar dəqiqlik, vaciblik, mülahizələrin düzgünlüyü, olayların inkişafını anlamaq, qərəzsizlik və informasiyanın harmoniyalılığı kimi məsələlərdə çox diqqətli və ehtiyatlı olmalıdırlar.

Ona görə də etik meyarları öyrənmək və tətbiq etmək televiziyanın fəaliyyətinə çox səmərə verədi.

Xəbərlərin dünya telekanallarında xüsusi təqdim forması var. Bu telekanallarda hər hansı bir xəbərin eyni məzmununda təkrarına qayıtmaq mümkün deyil. Lakin müasir xəbər standartlarından biri budur ki, telekanallar çox mühüm, prioritet hadisələrin üzərində çox dayanır, bəzən xəbərlər proqramının xeyli hissəsini bu hadisənin baş verməsinə, səbəblərinə, təhlillərinə həsr edirlər. Məsələn, götürək İndoneziyada baş verən sunami hadisəsini. CNN buradan canlı yayımı, ilk növbədə, hadisə kimi təqdim edir. İlk bir neçə saat hadisələrin inkişafı, nəticələri verilir. Nisbi sakitlik anlarında sunami haqqında elmi faktlar, hadisənin törətdiyi faciələr və s. kimi məqamlar ayrıca təhlil olunur. Həm də bütün məqamlarda faciəyə düçar olanlara etik meyarlarla yanaşılır: cəsədlər ümumi planda verilir, xof yaradan səhnələr az görünür və s.

Müasir telekanalların tamaşaçı auditoriyasını daim öyrənən xüsusi sosioloji tədqiqat mərkəzləri var. Bu mərkəzlər tərəfindən müasir dövrdə informasiyaya və xüsusən televiziya informasiyasına maraq son dərəcə artıb. Televiziya araşdırıcısı A.A.Qolyadkin bu tendensiyanı

şərtləndirən amillər sırasında yalnız ayrı-ayrı ölkələri və xalqları deyil, bütün bəşəriyyəti düşündürən və narahat edən global problemlərin meydana çıxmasını, məsələn, immun çatışmazlığı sindromu, müharibələrə və regional konfliktlərə, ümumiyyətlə, bəşər sivilizasiyasının gələcəyi ilə bağlı məsələlərə münasibətdə yanaşma və yaranmasını, formalaşmasını misal gətirir.

Lakin bütün bu şərtləri televiziyanın heç də hamısına aid etmək olmaz. Müasir TV jurnalistikasında xəbər təqdim edərkən ilk növbədə ictimai marağı nəzərə alırlar, auditoriyanı cəlb etmək üçün drammatizm, faciəvi konfliktlər, maraqlar toqquşması, baxımlılıq əsas götürülür.

1. Qəzalar, müharibələr, terror aktları bu telekanalların xəbər proqramlarının ilk süjetləridir. Məşhur adamların dava-dalaşları, fırlıqları da aparıcı yerdə olur.
2. Gözlənilməz, birmənalı olmayan hadisələr, baş verənlər barədə yeni açıqlamalar, təhqiqat elementləri və s. də xəbərlər sırasındadır.
3. Hadisələrin davamı, həm də gözlənilməz davamı xəbərlərin maraqlı məqamlarıdır.

Göründüyü kimi, bu tipli sensasiyalı xəbərlər etik meyarlarla yanaşma tələb edir. Xırda bir etik pozuntu narahatlıq yarada bilər.

İctimai-siyasi hadisələr burada çox böyük önəm kəsb edir. Eyni zamanda telekanallarının jurnalistləri siyasətçi rolunda çıxış etməməlidirlər. Xüsusilə seçkilər kimi böyük ictimai əhəmiyyət daşıyan hadisələrin işıqlandırılmasında bu etik meyarla ciddi əməl olunur. Məsələn, bir çox televiziya şirkətlərinin prinsiplərində dəqiq olaraq göstərilir ki, seçkilər zamanı təqdim edilən xəbərlər

hər hansı bir siyasi partiyanın, siyasi kompaniya rəhbərlərinin və ya namizədlərin marağını ifadə edə bilməz. İnformasiya şöbəsinin bu və ya digər problem haqqında redaksiya rəyini ifadə etməyə ixtiyarı yoxdur. Lakin təəssüf ki, elə aparıcı Qərb televiziya kanallarının bir çox hallarda seçkilərə ciddi şəkildə təsir göstərmələri barədə də faktlar yetərincədir və ABŞ prezident seçkiləri ilə bağlı bunu misal çəkmək olar. Ümumiyyətlə, tərəfsizlik və siyasi balansın qorunması kimi etik meyarlara bəzən seçki zamanı əməl edilməməsi, hətta medianın, xüsusilə də televiziyanın bu proseslərdə aktiv tərəf kimi çıxış etməsi, Qərb nəzəriyyəçiləri tərəfindən də tənqidi qarşılanır, lakin bu reallığı dəyişmir.

Müasir televiziya jurnalistikasında xəbərlərin etik konsepsiyası obyektivliyin və məsuliyyətin birgə ifadəsində özünü göstərməlidir. Konsepsiyadakı operativlik hadisəni dərhal xəbərləşdirmək və situasiyanı təhlil etmək bacarığını, obyektivlik, hadisə və faktları balanslı şəkildə göstərmək, faktın dəqiq yoxlanılması kimi prinsipləri nəzərdə tutur. Müasir jurnalistikada isti xəbər kimi qiymətləndirilən belə informasiyalarda reportyorun heç bir mövqeyinə yol verilmir və jurnalistin dəqiq kanonlara əməl etməsi tələb olunur.

Əlbəttə, bütün telekanallarda bir sıra hallarda böyük auditoriya toplamaq üçün sensasiya xarakterli informasiyalara geniş yer verilir. İnfoteyment (infotainment; information+entertainment – informasiya+əyləncə, yaxud əyləncəli informasiya), politeynment (politainment; politics + entertainment – siyasət+əyləncə), biznesteynment (businessstainment; business+entertainment – biznes+əyləncə) kimi standartlaşmaqda olan hallar məhz bu məqsədə xidmət edir.

Jurnalist və şərh probleminə CNN-in yeni təcrübəsi öz spesifikliyi ilə seçilir. CNN-in xəbərlər proqramı hər gün tamaşaçıların şərhlərini efirə çıxarır: belə ki, ekranda hər hansı bir məsələ barədə tamaşaçının rəyi titrlərlə görünür, kadr arxasında isə onun telefonda səsi eşidilir. Adətən, tamaşaçılar onları narahat edən problemlər barədə öz fikirlərini ifadə edirlər. Bu üslubu tamaşaçı ilə interaktiv əlaqə adlandırmaq olar. Belə məqamda tamaşaçı fikrinə hörmətlə yanaşmaq etik meyarlar sırasındadır.

BBC-də zərif üslub etik normaya çevrilib. Onun xəbər proqramında oynaq, bir az da həyəcanlı musiqi xəbərlərin təqdimat forması ilə çox uyğun gəlir. Həmçinin BBC xəbərlərindəki anonslar və qısa videoxülasələr, ən vacib xəbərin bir sətirdə ifadəsi qırmızı-narıncı fonda təqdim edilir.

Vurğulamaq lazımdır ki, ölkəmizin televiziya məkanında da bu yanaşmalardan son illərdə geniş istifadə edilir.

Beləliklə, ilk baxışdan elə görünür ki, bütün telekanalların xəbər proqramları oxşar formatlardadır. Lakin, əslində, heç də belə deyil. Auditoriya uğrunda mübarizədə dizayn elementlərindən tutmuş xəbərin təqdimatında etik normalara qədər hər şeydə fərq mövcuddur.

Qərb telekanallarının xəbər proqramlarında yaranan və dərhal az qala bütün dünyada standartlaşan etik məqamlar məhz onların geniş şəbəkədə yayılması ilə bağlıdır. CNN-in məşhur aparıcısı, mərhum Lari Kinqin və BBC-nin aparıcı Tim Sebastianın analitik informasiya proqramlarının populyarlığının bir sirri də şərhli informasiyadan ayırmaq, balans və s. kimi etik meyarlara əməl edilməsidir. Təsadüfi deyil ki, müasir internet səhifələrində bu telekanalların iş rejim-

ləri, fəaliyyətləri, yeni tapıntıları, aparıcıları, xəbər standartları və s. haqqında yazılarda və son dövr ədəbiyyatlarda, teleproqramlarda məhz etik normalara əməl etməyin vacibliyi xüsusi vurğulanır.

Belə bir cəhəti də qeyd etməliyik ki, müasir TV məkanında xəbər strategiyasını prodüserlər deyil, tamaşaçılar və xüsusən ictimai maraq müəyyənləşdirir. Xəbər proqramlarında başlıca vəzifənin insanları öyrətmək deyil, onları doğru nəticə çıxarmağa sövq etmək amili əsas göstəricidir.

Bir sıra aparıcı xəbər kanallarında, o cümlədən CNN-də operativlik və etik normalara riayət edilməsi problemi tədqiqatçıları həmin kanalları diqqətdə saxlamağa vadar edir. Məsələn, bəzən tənqidçilər CNN-in xəbərlərini “saqqıza” bənzədirlər. Onun xəbərlərini ancaq Amerika telejurnalistikasına məxsus “fast food” üslubunda olmasına görə tənqid edənlər də az deyil. Bu cəhətdən Böyük Britaniyalı jurnalist, “Daily Telegraph” qəzetinin müxbiri Amand Mitçisonun fikri çox maraqlıdır. O, CNN-in xəbərlərindən danışarkən belə bir həqiqəti söyləyir: “Bütün gün ərzində sensasiya, yeniliklər, yeniliklər, reklam, yeniliklər, reklam... Axı bir nəfəs də almaq lazımdır”. Artıq jurnalistlərin özlərinin və televiziya tənqidçilərinin bir çoxu bu fikirdədir ki, CNN-in operativliyi xəbərlərin redaktor nəzarətindən çıxmasına səbəb olur. Belə yüksək operativlik isə bəzən yanlışlığa, hətta kütləvi çaşqınlığa gətirib çıxarır. Məsələn, 2000-ci ildə ABŞ-da prezident seçkilərində son nəticəni gözəlməyən CNN əvvəlcə Albert Qorun, bir azdan Corc Buşun qələbə çaldığını xəbər vermiş, bu böyük səhvdən sonra hələ səslərin tam hesaba alınmadığını bildirməyə məcbur olmuşdu.

CNN-dən fərqli olaraq, BBC-nin öz xəbər standartları mövcuddur.

BBC öz xəbərlərində analitik süjetlərə daha çox yer verir. Onun xəbərlərinin keyfiyyət standartları fərqlidir. Xəbər proqramlarının hazırlanması və təqdimatı ilə bağlı BBC informasiya xidmətinin qarşısında aşağıdakı vəzifələri qoyur:

- İşıqlandırılan hadisələrin sayını artırmaq, lakin heç vaxt qeyri-dəqiq informasiyaya yol verməmək;
- Xəbərlərdə hadisənin vacibliyini və əhəmiyyətini tamaşaçıya təqdim etmək; hadisəni onun həyatına necə təsir edə biləcəyini bildirmək;
- Hadisələri yüksək səviyyədə təqdim etmək;
- Gəncləri yeniliklərə baxmağa cəlb etmək;
- Dilin təmizliyi və aydınlığı uğrunda mübarizə aparmaq;
- Etik normalara həmişə sadıq qalmaq.

Etik qaydaların tələbi kimi, faktın şərhəndən ayrılması norması məhz BBC-yə məxsus konsepsiyadır və bütün dünyada qəbul edilməkdədir. “Fakt müqəddəsdir, şərh sərbəstdir” tezi BBC əməkdaşlarının əsas şüarıdır.

Burada xəbər reportajları elə qurulur ki, tamaşaçı hadisədən özü nəticə çıxara bilsin. Xəbər proqramlarında zorakılığı, qəddarlığı açıq nümayiş etdirmək qadağandır.

Qərb televiziya sistemində Euronews kanalının da etik meyarlarına diqqət yetirmək vacibdir. Euronews öz verilişlərini Avropaya, Aralıq dənizi bölgəsinə, Yaxın Şərq, Afrika, Şimali və Cənubi Amerika yayır. Bu televiziyanın global teleşəbəkələr sayılan CNN və BBC-dən fərqi ondadır ki, Euronews-un xaricdə bürosu yoxdur, əsasən, hazır teleməhsuldan

istifadə edir. Lakin bu hazır məhsullarda etik normalar gözlənilmişə, o süljetlər qəbul olunmur. Proqram seçimində Euronews etik meyarlar baxımından konkret prinsipləri əsas götürür. Dünyanın 30-a qədər iri teleşirkəti onu informasiya ilə təmin edir. Bu günün prioritet xəbərlerini

təqdim etmək üçün bu kifayətdir. Əsasən, gündəlik hadisələrə diqqət yetirən bu kanalda mədəniyyət proqramları üstünlük təşkil edir. Bəzi xəbərler bu kanalda şərhəziz nümayiş olunur. Lakin bu şərhəzizliyin və mətnəzizliyin özündə də bütün məqamlarda etik normalar qorunur.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Dadaşov A. Televiziya reklamı demokratiya və bazar iqtisadiyyatı kontekstində. Bakı, 2008.
2. Jurnalistika terminləri lüğəti, Bakı 2016.
3. Çaplı B., Hüseyinli N., Hüseyinova X., Kərimova A., Məmmədli Z, Vəzirova L. Televiziya jurnalistikası. Avropa Şurası, 2017
4. Mediada debatlar (metodik vəsait), Bakı, 2009.
5. Media Etikası. Media Hüququ İnstitutu. Bakı, 2008.
6. Məhərrəmli Q. Televiziya jurnalistikasının əsasları. Bakı, 2005.

Mövzu 21: Sosial media və jurnalistika

İnformasiyanın maksimum operativliyinə şərait yaradan texnologiyaların inkişafı ilə müasir jurnalistika son 10 il ərzində yeni keyfiyyət mərhələsinə qədəm qoymuşdur. Jurnalistika texnologiya və vasitələrlə zənginləşmiş, yeni anlayışlar və alətlərlə üzləşmişdir. Bu anlayışlardan biri də “sosial media”dır. Sosial media insanlar arasında virtual internet alətləri vasitəsilə sosial ünsiyyət yaratmaq və məlumatları paylaşma deməkdir. Sosial media veb əsaslı texnologiyalardan istifadə etməklə ünsiyyəti interaktiv dialoqa çevirir. Biznesmenlərə görə isə sosial media istehlakçı tərəfindən yaradılan mediadır. Sosial mediaya internet üzərindən yayımlanan informasiya saytları, sosial şəbəkələr, ani ünsiyyət proqramları, forumlar daxil edilir.

Sosial medianın təşəkkülü və inkişafı da informasiya texnologiyalarının, konkret olaraq, internetin imkanlarına əsaslanır. Sosial şəbəkələrdə, bloqlarda, forumlarda hansısa mövzu müzakirəyə qoyulur və hər kəs ona öz töhfəsini verir. Nəticədə dəqiq müəllifi məlum olmayan, kollektiv bir məhsul alınır və hər kəs bu məhsuldan özünə lazım olan hissəni götürür. Bu bizim bildiyimiz jurnalistikadan fərqli bir praktikadır.

Müasir dövrümüzdə internet kütləvi kommunikasiya vasitəsi kimi qrafik, audio-video məhsullardan istifadəyə imkan yaradan texnologiya olaraq, ənənəvi KİV-lə çox rahat bir şəkildə bütünləşməkdədir.

İnternet istifadəsi ilə yetərincə qloballaşmış yeni dünyada təyinedici faktor,

fərdlərin şüurudur. Bacarıqlarını internet kimi azad mühit vasitəsilə səsləndirən şəxslərin yaradıcılıqlarını inkişaf etdirmələri, **“bizcə”** düşüncələrinə məhdudiyyət qoymadan ifadələrin narahatlıq yaratmaqdan çıxarmağa diqqət göstərmələrindən də keçir.

Jurnalistikanın ənənəvi növləri ilə yanaşı, sosial media özünəməxsus xüsusiyyətlərə, funksiya və peşəkar texnoloji xüsusiyyətlərə malikdir ki, bütün bunlar yeni tipologiyanın ortaya çıxması barədə fikir yürütməyimizə imkan verir. Sosial media informasiya iş prosesini, eyni zamanda yayım prinsiplərini dəyişdirməklə, əslində, yeni tip jurnalistikanın simasını müəyyənləşdirməkdədir. Sosial mediada auditoriya özü, xəbərin istehlakçısına çevrilir və birbaşa, xəbərin hazırlanması prosesində və çatdırılmasında iştirak edir. Bu gün yeni jurnalistikada, jurnalist “kommunikativ auditoriya meneceri” şəklində çıxış edir və auditoriyayı, ictimaiyyəti öyrənir, orada nə baş verdiyini izləyir.

Sosial jurnalistika auditoriyayı təkə baş vermiş hadisələrlə bağlı məlumatlandırır, eyni zamanda müxtəlif məsələlərlə bağlı fikir mübadiləsi aparmasına da geniş imkan yaradır və beləliklə, insanlar və sosial strukturlar arasında münasibətlərin tənzimləyicisi kimi çıxış edir. Sosial media KİV-in digər növlərindən daha artıq dərəcədə ətrafa qulaq asmaq və onu anlamaq imkanı verir.

Sosial media 4-cü hakimiyyət funksiyasını yerinə yetirən KİV-in sosial nəzarət imkanlarını daha da genişləndirir və

müəyyən mənada cəmiyyətin də bu nəzarət prosesində iştirakını təmin etmiş olur.

Ümumiyyətlə, sosial medianın müsbət yönəri çoxdur. Lakin bəzi problemlər də var ki, onların həlli bu gün aktualdır.

İnternet etikası

Əvvəl də qeyd etdiyimiz kimi, sosial medianın bazasını internet təşkil edir. İnternet də söz və mətbuat azadlığına dair ümumi qanunların müəyyənləşdirdiyi hüquqi məkandan kənara çıxmır. Amma bu qanunların necə tətbiq olunması hələ də mübahisə doğurur. Jurnalistlərin hüquqi və etik öhdəliklərini müəyyənləşdirmək baxımından, ABŞ təcrübəsinə diqqət edək. 1996-cı ildə ABŞ Konqresi telekommunikasiya sənayesində baş verən köklü islahatlar çərçivəsində “Kommunikasiya vasitələrində əxlaq qaydalarının gözlənilməsi barədə Qanun” qəbul edib. Düzdür, bu qanun Amerika cəmiyyətində kəskin mübahisələrə səbəb olub. Qanunun müdafiəçiləri sırf zorakılıq və cinsi istismarla əlaqəli materialların uşaqların əlinə keçməsinə mane olmaq üçün internetəqədərki kütləvi kommunikasiya vasitələrinə aid məhdudlaşdırıcı maddələri əsas gətirirdilər. Qanunun əleyhdarları isə bildirirdilər ki, internetə bağlanan hər kəs istədiyi məlumatı almaqda sərbəst olmalıdır və uşaqlarla bağlı məhdudiyətlər yetkin insanların hüquqlarını daraldır. Ümumiyyətlə, unutmayaq ki, sosial medianın əsasını təşkil edən müxtəlif sosial şəbəkə və paylaşım saytları, bloq və vbloqlar müxtəlif və fərqli yanaşmaları özündə əks etdirən rəngarəng palitranı göz önündə canlandırmaqdadır. Bu, bir tərəfdən hərtərəfli və müxtəlif yöndən

baxışları, plüralizmi və fikir müxtəlifliyini əks etdirməsi ilə müsbət qəbul edilə bilərsə, digər tərəfdən mənfı yönleri ilə də narahatlıq doğurmaya bilmir. Məsələn, müxtəlif sosial şəbəkələrdə və ya bloqlarda heç də həmişə cəmiyyətə xeyir verəcək informasiyalar yerləşdirilmir. Əsasən, gənc və yeniyetmələrə neqativ yöndən mənfı psixoloji təsir göstərən yazılar və ya paylaşımalar buna misal ola bilər. Bura informasiya ilə manipulyasiya və məqsədli dezinformasiya yayımı problemlərini də şamil etmək olar.

Başqa bir problem müəllif hüquqları ilə bağlıdır. Sosial mediada dərc olunmuş hər bir material kiminsə intellektual zəhmətinin bəhrəsi olduğu üçün müəllif hüquqlarına malikdir və plagiatdan da qorunmalıdır. Lakin çox zaman bunu qorumaq bir o qədər mümkün olmur. Müəllif hüquqlarını ifadə edən “Copyright” işarəsi mütləq sosial şəbəkələr və ya paylaşım saytlarında yerləşdirilmiş materialın sonunda müəllifin adı ilə yanaşı qeyd olunmalıdır. Saytların bəzilərində (bu, əsasən, informasiya portallarında olur) səhifənin aşağı hissəsində sayt müəllifinin müəlliflik hüququ qeyd olunur. Bu da şəbəkədə müəllif hüquqlarını təsdiq etmək və qorumaq üçün ilk və əsas addımdır. Lakin informasiya portalından sosial şəbəkələrə yerləşdirilən yazılarda artıq bir çox hallarda müəllif göstərilmir və istinad verilmir.

Ümumi olaraq internet məkanında davranış qaydalarının fəaliyyəti bu tətbiq sahələrini əhatə edir: elektron poçt vasitəsilə ünsiyyət; çatda ünsiyyət; telekonfranslarda ünsiyyət; şəbəkə etiket qaydaları.

Qeyd olunmalıdır ki, bu sferaların hər birində onun iştirakçı auditoriyasına müvafiq olaraq, özünəməxsus qaydalar

mövcuddür. Məsələn, elektron poçt vasitəsilə yazışmalar həyata keçirən zaman müəyyən qaydaların gözlənilməsi məqsəduyğundur: qısa izah vermək, savadlı yazmaq, nəzakətli olmaq, cavabı ləngitməmək, **“Mövzu”** bölməsini doldurmaq (yəni həmin hissəni boş saxlamaqla elektron poçtu göndərmək qeyri-etik əlamət sayılır), emosional məktublarda smaylik işarələrindən istifadə etmək və sair.

Sosial mediada mənəvi dəyərlər və etika problemi də bu gün özünü qabarıq şəkildə göstərməkdədir. Jurnalistin peşə etikası ənənəvi kütləvi informasiya vasitələrində önəm verilən məsələlərdən biridir. İnternet – şəbəkə jurnalistikasında və sosial mediada KİV etikası tamamilə fərqli baxış tələb edir. Qərb təcrübəsində İnternet jurnalistləri üçün aşağıdakı prinsiplər ayırd edilir:

- Müzakirə və diskussiya forumlarından, şəbəkə xəbərlərindən və ya bloqlardan məlumat götürərkən, jurnalist olduğunuzu bildirin və məqsədinizi açıqlayın.
- Unutmayın ki, jurnalist istinad etdiyi qaynaqları mütləq göstərməlidir. Məlumat qaynağının kimliyini dəqiqləşdirməmişinizsə, ehtiyatı əldən buraxmayın.
- İnternətdən topladığınız məlumatla bağlı mümkün məhdudiyyətlərə hörmətlə yanaşın.

Media etikasının əsas məqsədi, azad düşüncənin genişlənməsinə şərait yaradan internətdə hər fikrin rahat formada ifadə olunması istiqamətində müsbət rəy formalaşdırmaqdır. Cəmiyyətin inkişafına təkan verən mühit olaraq internətdən yararlanmaq ondan doğru şəkildə istifadəni tələb edir. “İnternet etikası” ifadəsinin düzgün formada mənimsənilməsi

şəxslərin üzərinə düşən öhdəlik olduğu kimi, ondan mənfi istiqamətdə istifadə etmək də fərdlərin düşüncəsinin nə dərəcədə sağlam olmasından asılıdır.

Müasir dövrdə informasiya cəmiyyətinə gedən yolda pozuntuların aradan qaldırılması üçün müvəffəqiyyətli nəticə əldə etmək yolları araşdırılır. İnsanın dəyişən dünyadan ayrılmadan özünə belə yad olmayan fikrini yeni vəziyyətə necə uyğunlaşdıracağı maraqla izlənilir. Bu sahədə əsas öhdəlik etik dəyərlərin üzərinə düşür. Bu dəyərlərin hər fərdə, hər vəziyyətə uyğun inkişaf etməsi üçün çətin olsa belə, faydalı cəhdlərə davam etmək lazımdır. Bu mənada mövcud olan problemləri tapmaq və onun qarşısını almaq üçün lazımi tədbirlər görmək vacibdir.

İnternet etikasının başlıca prinsipləri

İnternet etikasının başlıca prinsipləri bu şəkildə qruplaşdırılmışdır:

- Şəxsi həyat sirlərinin qorunması – şəxsi həyatın muxtariyyəti və azadlığı.
- Dəqiqlik – informasiyanın işlənilib hazırlanması və sistemin istismarı zamanı təlimatların yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar normalara dəqiq riayət edilməsi, öz öhdəliklərinə münasibətdə vicdanlı olmaq və sosial məsuliyyəti hiss etmək.
- Xüsusi mülkiyyətin toxunulmazlığı – bu prinsipin mahiyyəti informasiya sahiblik hüquqlarına və müəlliflik haqlarına riayət edilməsini şərtləndirir.
- Çatımlılıq və ya əlyətərillik – hər kəsin istənilən zamanda və istənilən məkanda informasiya əldə etməsi

imkanına malik olması və ona çatması.

Şəbəkədə ünsiyyət və qarşılıqlı əlaqələrin səmərə verməsi üçün ünsiyyət və qarşılıqlı əlaqələrin səmərə verməsi üçün qeyd olunan qaydaların gözlənilməsi etik baxımdan xüsusilə əhəmiyyətliyətlidir.

Sosial mediada etik problemlər

Sosial mediada rast gəlinən etik problemlərin 3 başlıca səbəbi mövcuddur:

- **Siyasi səbəblər:** Bu fəaliyyət sırasında iqtidar/güc mübarizəsi ilə qarşılaşılır. Əllərində olan iqtidarı/gücünü itirməmək üçün mənfəətləri istiqamətində sosial mediaya senzura və ya yoxlama tətbiq etməyə çalışaraq etik pozuntuların meydana gəlməsinə şərait yaradırlar.
- **İqtisadi səbəblər:** Yeni informasiya texnologiyalarını əllərində saxlayanların cəhdləri sosial medianın etik pozuntularının iqtisadi səbəblərini təşkil edir. İstifadəçilərin sıx şəkildə reklam mahiyyəti daşıyan məzmunlara məruz qalması, xəbər/reklam ayrı-seçkiliyinin aradan qalxması kimi proseslər bu sahədə qeyri-etik halların yaranmasına gətirib çıxarır.
- **Mədəni səbəblər:** Şəxsiyyət hüquqlarının pozulması, mərhəmət hissənin tapdalanması və sair bir çox mövzuda şüur, təhsil əskikliyinin qeydə alınması etik prinsiplərin pozulduğu mədəni səbəblərdən irəli gəlir.

Hər yeni texnologiya həyatımızın asanlığını təmin etməklə yanaşı, etik problemlərin meydana çıxmasına da səbəb olur. Eynilə ənənəvi medianın hər

parçasının yarandığı andan etibarən etik müzakirələrin həyata keçməsinə yol verdiyi kimi, yeni medianın bir hissəsi olan sosial mediada da bu sahədə mövcud olan problemlərə hər keçən gün yeni bir maddə əlavə edilir. Yaşadığımız dövərdə sosial medianı hər kəs istifadə edir, amma onların çox az hissəsi bu mühitdəki etik pozuntulara və təhlükəsizliyə diqqət edir. Xüsusilə Facebook, İnstagram kimi yazı, fotosəkil, yaxud video paylaşmanı həyata keçirən sosial media vasitələrində istifadəçilərin yazdıqları rəylər onlar arasında ağız mübahisəsinə yol açmağa bilər (bir-birilərini tanımasalar belə). Bu cür davranışlar sərgiləyən şəxslər üçün etika, təhlükəsizlik və sair bu kimi mövzular heç bir önəm daşımır.

Sosial mediadan yararlanarkən bir məsələyə diqqət etmək lazımdır. Belə ki, burada da ənənəvi KİV-də olduğu kimi, informasiya yoxlanılmadan yayımlana bilməz. Əfsuslar ki, internetdə yoxlanılmamış, hətta bəzi hallarda təxəyyül məhsulu hesab oluna biləcək fake xəbərlərə və ya dezinformasiyalara rast gəlmək getdikcə adi hala çevrilir. Bu zaman informasiyaların kontentinə müdaxilə etməklə manipulyasiya halları da çox saydadır. Halbuki ənənəvi jurnalistikanın bir prinsipi sosial mediada da keçərlidir: məlumatı təsdiqlənmiş formaya salmadan, onu bir-birindən asılı olmayan 2 müstəqil qaynağa təsdiqləmədən yaymaq olmaz. Düzdür, məlumatın ictimai önəm dərəcəsi böyük rol oynaya, bəzən təsdiqlənməyən məlumatdan faydalanmaq olar. Üstəlik, rəqiblərinizin sizi qabaqlaması da həmişə ayrıca basqı yaradır. Lakin bütün bunlar həvəskar jurnalist səviyyəsinə enməyə, təsdiqlənməyən məlumatlara, dedi-qoduya üstünlük verməyə haqq qazandıra bilməz.

Hətta bütövlükdə təsdiqlənməyən məlumatı da, heç olmasa, bir açıq qaynaq təsdiqləməlidir.

Dəfələrlə qeyd olunub ki, sosial jurnalistika bir çox xüsusiyyətləri ilə ənənəvi jurnalistikadan fərqlənir. Sosial medianı şüurlu şəkildə istifadə edən fərdlər, müzakirəyə açıq olan və problem yaradan şərhərdən uzaq durmağa çalışırlar. Fotoşəkil, mövqe və bu tipli digər məsələlərdə problem yarada biləcək paylaşımlar, istifadəçilər üçün hər zaman böyük risk və təhdiddir. Bu şüurda olan fərdlər sosial media mühitlərində paylaşıqlarını minimum səviyyədə tutma səyi içindədirlər, ya da nə isə paylaşmadan yalnız izləmə mövqeyində dayanmağı seçirlər. Lakin bu addımı atan ailələr olduqca azdır. Özlərinin üzleşdiyi mesajları belə sorgulamayan valideynlərin uşaqlarını bu vəziyyət qarşısında qorumarı qeyri-mümkündür.

Sosial mediada istifadəçilər aktiv şəkildə statuslar paylaştığı müddətdə etik problemlərin yaşanması da davam edəcək. Çünki hər bir istifadəçi fikrini paylaştığı zaman, özlərinə görə haqlı səbəblərlə və fərqli məqsədlərlə hərəkət edir. Statusların bir qismi insanlar üçün problem yaratmır, hətta faydalı mahiyyət daşıyır. Amma digər qisim medianın mərkəzində dayanan etik və hüquqi halların pozulmasına gətirib çıxarır. Sosial mediada istifadəçi əsaslı olduğu üçün bəzi davranış qaydalarından kənar baş verən hadisələr hüquqi ölçü kəsb etmir. Etikadan uzaq hərəkətlər, xüsusilə ticarət mövzularında, müəllif və şəxsiyyət haqlarına hücum vəziyyətlərində hüquqi səviyyəyə qədər irəliləyir.

Sosial mediada etik pozuntuların qarşısını almaq üçün istifadəçilərə, məzmun təminatçılara və tənzimləyici qu-

rumlara müəyyən öhdəliklər düşür. Struktur olaraq sosial media, söhbət və qeybət (dedi-qodu) məntiqi ilə fəaliyyət göstərdiyi üçün fərdlər arasında etikadan kənar davranışlar onlar hiss etməsələr, belə baş verir.

İstifadəçilər, etikadan uzaq davranışların qarşısını almaq üçün bu tətbiqləri həyata keçirməlidir:

- Status yazanlarla əlaqədar daha təsirli şəxsiyyət və məlumatların təsdiqlənməsi sistemine keçilməlidir.
- Filtr sistemi sayəsində saxta profillər aradan qaldırılmalıdır.
- İnformasiya gizliliyi istiqamətində məlumatların ortaq paylaşılmasında surətin çıxarılmasına məhdudiyət qoyulmalıdır.

İstifadəçi müqaviləsi ilə yanaşı, məcburi qüvvəyə malik olan etik razılaşma həyata keçirilməlidir.

Tənzimləyici qurumlar, etikadan xaric halların qarşısını almaq üçün bu qaydaları tətbiq etməlidir:

- Sosial medianın özünə xas quruluşunu nəzərə alaraq status paylaşmaqla əlaqədar hüquqi və etik sərhədlər müəyyənləşdirməlidir.
- Beynəlxalq səviyyədə status paylaşanlarla etikadan kənar və zərərli informasiya sahəsində mübarizə mövzusunda əməkdaşlıq etməlidir.
- Bütün bunların nəticəsində davranışdan kənar statusa görə bütün istifadəçilər cəzalanmamalıdır. Yalnız bu hərəkəti reallaşdıran şəxs öhdəlik daşmalıdır.

İstənilən halda əsl böyük məsuliyyət istifadəçinin üzərinə düşür. Məzmun təminatçısı və ya tənzimləyici qurumların yoxlama aparması, vəziyyətin qarşısını almaq üçün tədbirlər görməsi,

istifadəçinin özünü düzgün şəkildə idarə etməsindən təsirli ola bilməz. Sosial media istifadəçilərinin bu mühitlərdə özlərini, eyni zamanda uşaqlarını gözləyən təhlükə və riskləri anlamaları əhəmiyyətli məsələdir.

Sosial mediada etik pozuntulara qarşı şəxsin özünü tənzimləməsini təmin etmək məqsədilə ənənəvi jurnalistika sahəsində mövcud olan bilikləri bu mühitdə də tətbiq etmək lazımdır.

Real həyatımızda ailəmiz, dostlarımız, iş yoldaşlarımızla, yaxud tanışlığımız olmayan insanlarla vaxt keçirərkən ümumi əməl edilən və bizi istiqamətləndirən müəyyən qaydalara alışırdıq. Amma münasibətimizi virtual dünyaya daşdıığımız zaman, xüsusilə sosial şəbəkə adlandırılan web-saytlarda eyni davranış şekilləri keçərli olmur.

Fərqlərdən ən önəmliləri odur ki, yazar bilgisayar, mobil əlaqə, fotoaparat, videokamera, rəqəmsal diktofon, müasir skaner, printerlə silahlanıb. Ən önəmlisi isə daimi beynəlxalq şəbəkədədir, bir anın içində istənilən yerdən məlumatı çəkib gətirə bilər. Əslində, yeni tip media yeni redaktor tipini – kontent redaktorluğu yaradır. İngilis dilindən tərcümədə “kontent”, mahiyyət, məzmun deməkdir, bu bir qədər də ötürmək mənasını verir. Kontent redaktor anlayışı məlumatla işləyən insanı ehtiva edir. Kontent redaktorun da özünəməxsus tələbləri var.

İnformasiya saytının kontent redaktoru hər gün onlarla xəbər, iri məqalə ilə işləyir. O həm müxbir, həm redaktor, həm də texniki işçidir. Onun zövqü, yazını şəkil, link, videosüjetlə zənginləşdirə bilməsi oxucuların sayına təsir edir. Vətəndaşların elektron poçtla göndərdiyi xəbərlərin nə dərəcədə faydalı və ziyanlı olmasını müəyyənləşdirməsi onun öz

peşəsinin incəliklərinə nə dərəcədə bələd olmasından asılıdır. Anonim ünvanlardan gələn informasiyalarla nə cür davranmaq məsələsi də kontent redaktor üçün çətin işlərdən biridir: informasiya yollayanın məqsədini duymaq və hər hansı çirkli oyunun iştirakçısına çevrilməmək istedad tələb edir. Kontent redaktor informasiyanın dəqiqliyinə maksimum çalışmalıdır.

İnternetdə jurnalist statusunun müəyyən edilməsindəki problem bir sualı açıq qoyur: Şəbəkədə yazanlardan kimləri jurnalist hesab etmək olar? Bloqerin yazdığı yazıya görə məsuliyyəti jurnalistdən tam fərqlidir. Bu onların cəmiyyət qarşısında sosial məsuliyyətindəki fərqiindən irəli gəlir. İndiki anlamda jurnalist bloqerdən fərqli olaraq, yazılarına görə, qanun və peşə etikası kodeksi qarşısında məsuliyyət daşıyır. Eyni zamanda “*vətəndaş jurnalistikası*” statusunda yazan bloqer azad söz hüququnu əldə bayraq tutaraq operativ şəkildə informasiya yaya bilər. Lakin burada jurnalist və bloqerin istehsal etdiyi xəbəri müqayisə edərkən birincinin peşə fəaliyyətini ortaya qoyduğunu, ikincinin isə həvəskar kimi çıxış etdiyini vurğulamaq lazımdır.

Amma burada bir məsələ açıq qalır: tutaq ki, jurnalist səhv məlumatı yayıb və bundan sonra yazıda düzəliş edib, təkzib verib. Çap mediasında bunun sxemini təsvir etmək asandır: səhəri gün səhv getmiş yazının təkzibini kağızda vermək mümkündür. Amma internetdə bunu təsəvvür etmək olmur. Əgər bu yanlış xəbər onlayn portaldan “*copy-paste*” edilərək qarşısızalmaz formada yayılıbsa, bunu necə hüquqi tənzimləmək mümkündür? Redaksiya hətta bu yalan məlumatı portaldan silsə belə, xəbər internetdə həmişəlik qalır. Odur ki

internet şərtləri daxilində etik pozuntunu ləğv etmək imkanları hələ xeyli dumanlıdır.

Onlayn jurnalistikanın etik aspektinin effektiv tənzimləmək üçün, ilk növbədə, şəbəkənin spesifikliyini öyrənmək lazımdır. Bu şəbəkənin öz terminləri, qayda və normaları, məqbul sayılan və

sayılmayan anlayışları var. Ona görə internet jurnalisti öz işində tək cə peşəkar etik kodeksi deyil, həmçinin şəbəkə etikasının qaydalarını da bilməlidir. Bu etik qaydaların müəyyənlişməsi isə hazırda bütün dünya üçün aktualdır və müzakirələri davam edir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə internet istifadəçiləri üçün İnsan Hüquqları Bələdçisinə dair Təvsiyəsi. CM/Rec (2014)6.
2. Briggs M., Entrepreneurial journalism. How to build what's next for news? Washington, DC 2011
3. Gündüz O. İnternet. Azərbaycan internet resursları, 2010.
4. Levinson P., New new media, USA, 2009.
5. Məcidli S. İnternet hüququ və etikası. Bakı, 2013.
6. Məhərrəmli Q.M., Mediada işlənən alınma sözlər. İzahlı lüğət. Bakı, Elm, 2008.
7. Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во "Галерея", 1999.

III FƏSİL

JURNALİST PEŞƏSİ VƏ İCTİMAİ MƏSULİYYƏT

Mövzu 22:

Beynəlxalq jurnalistikada peşə etikas normaları

BMT-nin yaradılmasından sonra jurnalist peşəsinin etik normativlərinə göstərilən maraq daha da artdı. 1948-ci il dekabr ayının 10-da BMT-nin Baş Məclisi tərəfindən Ümumdünya İnsan Hüquqları Bəyannaməsi qəbul edildi. Təşkilata daxil olan ölkələrin bəyannamənin müddələrinin beynəlxalq sazişin maddələrinə çevrilməsi istiqamətində apardıqları əməli iş isə öz nəticəsini verdi, “Mülki və siyasi hüquqlar haqqında Pakt” və “İqtisadi, sosial və mədəni hüquqlar haqqında Pakt” qəbul edilərək imzalandı.

Beynəlxalq jurnalistika sahəsində professional jurnalist etikasının prinsipləri bir sıra beynəlxalq dövlətlərarası qurum və təşkilatların qəbul etdikləri normativ aktlar və konvensiyalarda da öz əksini tapıb. Onlarla tanış olaq.

1. İnformasiya sahəsində çalışanlar üçün Beynəlxalq etik normalar kodeksi.¹ Bu kodeks 16 dekabr 1952-ci ildə UNESCO Ali Assambleyasının 403-cü toplantısında qəbul edilmiş 635-ci qətnaməsinə əsasən hazırlanıb.

Kodeks preambuladan və beş maddədən ibarətdir. Preambulada bildirilir ki, mətbuat və informasiya azadlığı cəmiyyətin başlıca hüququ olaraq Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Nizamnaməsində və Beynəlxalq İnsan Hüquqları Deklarasiyasında öz əksini tapıb. Bu azadlıq informasiya və KİV sahəsində çalışan əməkdaşların hər zaman həqiqətə can atmaları, yüksək mənəvi dəyərləri əllərində rəhbər tutmaları ilə daha da möhkəmlənə bilər. Beynəlxalq Etik Normalar Kodeksi KİV sahəsində çalışanlar üçün bir standart professional davranışı müəyyənləşdirir.

Kodeksin 1-ci maddəsində qeyd edilir ki, jurnalistlər cəmiyyətə çatdırdıqları məlumatların tam həqiqiliyinə əmin olmalıdırlar. Onlar cidd-cəhdlə əldə etdikləri hər məlumatı yoxlamalıdırlar. Bir fakt belə özbaşına nəzərə alınmamalı, bir fakt belə bilərəkdən təhrif olunmamalıdır. 2-ci maddə jurnalistin ictimai maraqlara xidmət etdiyini xatırladır: “Şəxsi maraqlar professional maraqlarla bir çərçivəyə sığmır. Böhtan, təhqir, əsassız ittihamlar, həmçinin plaqiat ciddi professional

pozuntulardır. Cəmiyyət qarşısında vicdanla xidmət etmək gerçək jurnalistikanın əsasıdır". 3-cü maddədə qeyd edilir ki, jurnalistlər insanların şəxsi ləyaqət hissini tapdalamamalı, onların özəl həyatına yersiz müdaxilə etməməlidirlər: "Bu yalnız o zaman mümkündür ki, jurnalist müdaxiləsi ictimai əhəmiyyət kəsb etsin". "Jurnalist vətəndaşların təkzib və cavab vermək hüququnu tanımalıdır. O, professional sirləri qorumağı bacarmalı, konfidensial məlumatlar ötürən mənbənin kimliyini açıqlamamalıdır". 4-cü maddəyə görə, beynəlxalq arenada baş verən proseslər barədə məlumatlar yazan jurnalist həmin ölkələr barədə dolğun məlumatlara malik olmalıdır ki, dəqiq və dolğun reportaj hazırlaya bilsin.

5-ci maddəyə əsasən, kodeksdəki etika normalarına vicdanla əməl etmək məsuliyyəti KİV sahəsində çalışan hər bir kəsin öhdəliyidir.

2. Beynəlxalq Jurnalistlər Təşkilatının hazırladığı etik kodeks. Bu kodeks Beynəlxalq Jurnalistlər Təşkilatının UNESCO-nun təşkil etdiyi toplantıda kollektiv müzakirəyə təqdim etdiyi sənəd əsasında hazırlanıb. 1973-cü il noyabr ayının 12–13-də Paris şəhərində keçirilən müzakirələr zamanı UNESCO tərəfindən məqbul sayılıb¹. Kodeks altı maddədən ibarətdir. Birinci maddədə jurnalistin təqdim və ya şərh etdiyi məlumatın mötəbərliyinə və dəqiqliyinə tam əmin olmasının gərəkliliyi bildirilir. Əks halda o, məlumatı düzəltməyə və təkzib verməyə borcludur. İkinci maddəyə görə, jurnalist çap etdirdiyi məlumata görə məsuliyyətini hiss etməlidir. O, pro-

fessional sirlin qorunmasına hörmət etməli, mənbələrini yalnız aşağıdakı hallarda açmalıdır: əgər mənbə öz şəxsi maraqlarından çıxış edərək ona qəsdən yanlış məlumatlar ötürərsə, məhkəmə qarşısında dayanarsa. Üçüncü maddəyə əsasən, jurnalist böhtandan, təhqir və əsassız ittihamlardan qaçmalı, insanların dini, etnik, milli və cinsi ayrı-seçkiliyini qəbul etməməlidir. Jurnalist insanların şəxsi həyatına hörmətlə yanaşmağa borcludur. Onun kiminsə özəl həyatına müdaxiləsi yolverilməzdir. Bu yalnız o zaman mümkündür ki, jurnalist müdaxiləsi ictimai maraqla izah oluna bilsin. Dördüncü maddədə jurnalistin professional ləyaqətini gözləməli, məlumat əldə etmək üçün etikadan kənar hərəkətlərə yol verməməli olduğu söylenebilir. O, çap olunmuş yazısına görə kimdənsə mükafat və hədiyyə almamalıdır. Jurnalist professional fəaliyyətində kommersiya əsaslı reklamı istisna etməlidir. Beşinci maddədə isə qeyd edilir ki, jurnalist həmkarları ilə sağlam rəqabətə və həmrəyliyə can atmalıdır. O özünü plagiatla ləkələməməlidir. Professional və ya etnik prinsiplər zəminində təqib olunan həmkarlarının müdafiəsində durmalıdır. Jurnalist həm iş yerində, həm də cəmiyyət arasında dini diskriminasiyaya qarşı mübarizə aparmalıdır. Kodeksin sonuncu altıncı maddəsində isə jurnalistin, ilk növbədə, ictimai maraqlara xidmət etməli olduğu göstərilir. O, öz fəaliyyəti ilə insan hüquqları prinsiplərinin və millətlərarası münasibətlərin möhkəmləndirilməsinə çalışmalıdır.

3. Jurnalistikada professional etikanın beynəlxalq prinsipləri². Bu prinsiplər UNESCO-nun təşkil etdiyi bir sıra

¹ İbid. Səh. 397

² İbid. Səh. 399

beynəlxalq və regional jurnalist təşkilatlarının birgə iştirakı ilə 1978–1983-cü illər ərzində keçirilən görüşlərin nəticəsi olaraq hazırlanıb.

Sənədin hazırlanmasında Beynəlxalq Jurnalistlər Təşkilatı, Beynəlxalq Katolik Mətbuatı İttifaqı, Latin Amerikasız Mətbuat İşçiləri Federasiyası, Ərəb Jurnalistlər Federasiyası, Afrika Jurnalistlər İttifaqı, ASEAN Jurnalistlər Konfederasiyası iştirak edib. Yekun sənəd 1983-cü ilin noyabr ayında Parisdə qəbul edilib.

Kodeks on prinsipdən ibarətdir. Prinsiplər vətəndaşların dəqiq və mötəbər informasiya almaq hüququnu, hadisələrin obyektiv işıqlandırılmasının jurnalistin bir nömrəli borcu olduğunu, jurnalistin verdiyi hər bir xəbərə, yazdığı hər bir məqaləyə görə ictimaiyyət qarşısında məsuliyyət daşdığını, yalnız həqiqəti yazmalı və professional sirri qorumağı bacarmalı olduğunu, istisna hallardan savayı, mənbənin kimliyini açıqlamamaq hüququnu, vətəndaşların təkzib, cavab, münasibət bildirmək hüququ olduğunu, böhtan, təhqir və əsassız ittihamların, insan ləyaqətini alçaldan, hüquqlarını tapdaya biləcək hər bir hərəkətin jurnalistika tərəfindən rədd edildiyini, jurnalistikanın professional standartlarının milli birliklərə, demokratik institutlara, ictimai mənəviyyətə hörmət etməyi qarşısına məqsəd qoyduğunu, ümumi dövlətlərə və başqa millətlərin mədəniyyətinə ehtiramı, bəşəriyyətə təhlükə ola biləcək müharibə, diskriminasiya və başqa mənfiliklərə qarşı mübarizəni, müasir jurnalistikanın başlıca hədəfinin yeni dünyəvi informasiya və kommunikasiya düzəninin inkişafı olduğunu özündə təsbit edir.

4. KİV-in sülhün və beynəlxalq əlaqələrin gücləndirilməsinə, insan hüquqlarının inkişafına və irqçilik, aparteid rejimləri, müharibə əleyhinə fəaliyyətinə toxunan başlıca prinsiplər barədə Deklarasiya¹. 11 maddədən ibarət bu deklarasiya 1978-ci il noyabr ayının 28-də UNESCO üzvü olan dövlətlər tərəfindən qəbul edilib. Bu maddələrdən altısı bilvasitə jurnalistlərin peşə etikasız ilə bağlıdır. Həmin maddələrdə bildirilir ki, sülhün və beynəlxalq əlaqələrin gücləndirilməsində, insan hüquqlarının müdafiəsində, irqçilik və aparteizmə qarşı, həmçinin müharibə ideyalarına qarşı mübarizədə, sülhün və beynəlxalq əlaqələrin gücləndirilməsi istiqamətində KİV-in fəaliyyəti çox əhəmiyyətlidir və bu səbəbdən KİV sadalanan məsələlərə dair öz münasibətini bildirməli, demokratiyanın, fikir plüralizminin bütün dünyada gücləndirilməsi istiqamətində mübarizə və əzmkarlığını nümayiş etdirməli, ictimaiyyətin informasiyaları sərbəst əldə etmək və onları obyektiv qiymətləndirə biləcək imkanları olmalıdır. Fikir azadlığına hörmət etmək məqsədilə KİV müxtəlif tərəflərə öz səhifələrində yer verməli, gəncliyin ədalət, sülh, azadlıq, insan hüquqlarına hörmət ruhunda tərbiyə edilməsi üçün başlıca rol oynamalı, ictimaiyyətə gəncliyin fikir və ideyalarını çatdıran rabitəçi funksiyasını öz üzərinə götürməlidir.

5. Sofiya Deklarasiyası². Deklarasiya UNESCO-nun 1997-ci il noyabr ayının 12-də keçirilmiş 29-cu Ali Konfransında qəbul edilib. On altı bənddən ibarət deklarasiya bir sıra ölkələrdə KİV-ə

¹ İbid. Səh. 281

² İbid. Səh. 289

olan təzyiqlərlə əlaqədar qəbul edilib. Deklarasiyada bildirilir ki, Mərkəzi və Şərqi Avropada demokratik atmosferin tam bərqərar olması üçün münbit şərait yaradılmaqdadır. Bu isə öz növbəsində müstəqil fikir plüralizmini qoruyacaq informasiya vasitələrinin inkişafına təkan verir. Bütün ölkələr öz daxilində mətbuat azadlığı və fikir plüralizminin hüquqi və konstitusion qarantlarını möhkəmləndirməli, söz azadlığını zərəcə məhdudlaşdırma biləcək qanunları ləğv etməlidir. Bütün ölkələr xarici jurnalistlərin səfərlərinə yardım etməyə, onlara viza verməyə borcludurlar.

Jurnalist hansı ölkəyə səfər etməsindən asılı olmayaraq, təzyiqlə üzləşməməlidir, hakimiyyət orqanları jurnalistləri lazımi məlumatlarla təchiz etməyə borcludurlar. Jurnalisti ona məlumat ötürən mənbənin kimliyini açıqlamağa məcbur etmək olmaz. Jurnalist təşkilatlarını yaratmaq və gücləndirmək lazımdır. Jurnalist təşkilatlarının yaradılmasında istənilən hüquqi və inzibati maneələr ləğv edilməlidir. Mətbuat azadlığının və professional müstəqilliyin prinsiplərinin qorunması hər bir dövlətin borcudur. Jurnalist müstəqilliyinin və KİV azadlığının qorunmasını təmin etmək məqsədilə jurnalistlər üçün təhsil strukturları yaratmaq lazımdır.

6. Yohannesburq prinsiplər¹. Yohannesburq prinsipləri milli təhlükəsizlik, informasiya mənbələrinə sərbəst giriş və fikir azadlığı sahələrini əlavə edir. Prinsiplər 1995-ci il oktyabr ayının 1-də beynəlxalq hüquq, milli təhlükəsizlik və insan hüquqları sahələrində çalışan, Avstra-

liya, Böyük Britaniya, Zambiya, İsrail, Hindistan, Keniya, Rusiya, Şimali İrlandiya, Seneqal, ABŞ, Fransa, İsveç, İsveçrə, Yuqoslaviya, CAR, Cənubi Koreya və Avropa Şurası təmsilçilərindən ibarət otuz altı nəfərlik ekspertlər qrupu tərəfindən hazırlanıb. Sənəd "Artıql 19" Sənzura əleyhinə beynəlxalq mərkəzdə qəbul edilib.

Prinsiplər insan hüquqlarının qorunmasını nəzərdə tutan beynəlxalq və regional hüquq normaları əsasında hazırlanıb. Sənəd 4 hissədən və 25 prinsipdən ibarətdir. Prinsiplər fikir və informasiya azadlığını məhdudlaşdıran faktları və amilləri nəzərdən keçirir, jurnalistin həmin situasiyalarda nə etməli olduğunu aydınlaşdırır.

7. Mətbuat Azadlığı Xartiyası². Bu xartiya 16 yanvar 1987-ci ildə sənzura problemlərinə həsr edilmiş Ümumdünya Azadlıq səsi Konfransının iştirakçısı olan 34 ölkənin jurnalistləri tərəfindən qəbul edilmiş qətnamədir. Konfrans Dünyada Mətbuat Azadlığı Komitəsi, Beynəlxalq Mətbuat Naşirləri Federasiyası, Beynəlxalq Mətbuat İnstitutu, Beynəlxalq Amerika Mətbuat Assosiasiyası, Şimali Amerika Milli Radioyayım Assosiasiyası və Beynəlxalq Dövlət Mətbuat Federasiyası tərəfindən təşkil edilib. Xartiya UNESCO-nun baş redaktoru və bir sıra jurnalist təşkilatları tərəfindən də qəbul edilib. "Mətbuat azadlığı xalqın azadlığını təmin edir" cümləsi ilə başlayan xartiyada təqdim edilən prinsiplərin bu istiqamətdə əvəzəlməz xidmət göstərəcəyinə inanıldığı bildirilir. Xartiya on prinsipdən ibarətdir ki, onlardan ikisi

¹ İbid. Səh. 296

² İbid. Səh. 307

birbaşa jurnalistlərin peşə etikasının prinsipləri ilə əlaqəlidir. Həmin maddələrə görə, informasiya yayımının qarşısını ala biləcək bütün hüquqi, texniki və ödənişlə bağlı qaydalar əvvəlcədən müzakirə edilməli və rəsmi mətbuatın redaktorları əks fikirləri də öz səhifələrində işıqlandırmalıdır. Bu vəziyyət qanuni və təcrübi tənzimini tapmalıdır.

8. KİV və insan hüquqları barədə Deklarasiya və Avropa Şurası Parlament Assambleyasının 428 nömrəli qətnaməsi¹. 1970-ci ildən etibarən Avropa Şurası Parlament Assambleyası mövcud jurnalist etikasını kodekslərinin daha da təkmilləşdirilməsi sahəsində iş aparır. 1970-ci ildə hər hansı bir şəxsin razılığı olmadan onun özəl həyatı haqqında informasiyanın toplanması, saxlanması, istifadəsi və yayılması qadağan edildiyi üçün KİV və insan hüquqları Bəyannaməsinə müvafiq olaraq 428 sayılı Deklarasiyanın hazırlanması prosesinə başlandı. Sənəd 1970-ci il yanvar ayının 23-də AŞPA-nın 18-ci toplantısında qəbul edilib. Burada göstərilir ki, informasiya azadlığı hüququnun tətbiqi fərdin şəxsi həyat hüququna, yeni ailə həyatı, fiziki və mənəvi toxunulmazlığına, şərəf və ləyaqətinə xələl gətirməməlidir. Deklarasiyaya “Mətbuat və digər kütləvi informasiya vasitələrinin statusu və müstəqilliyi”, “Mətbuat və digər KİV-in məsuliyyətini təmin edən ölçülər”, “Hər hansı bir şəxsin özəl həyatına hörməti və hüquqlarına ehtiramı təmin edən ölçülər” bölmələri daxildir. Birinci bölmədə KİV-in müstəqilliyinə ziyan gətirə biləcək amilləri – inhisar, dövlət təzyiqi, siyasi

partiya və hərəkatlardan gələn təzyiqləri sadalanır və onların yolverilməz olduğu bildirilir. İkinci bölmədə mətbuatın və digər informasiya vasitələrinin məsuliyyətini təmin edən ölçülər sadalanır. Deklarasiyada ölçülər deyildikdə professional etik kodekslər, mətbuat şuraları və ölkə qanunvericiliyi nəzərdə tutulur. Üçüncü bölmə vətəndaşların ciddi əsas olmadan şəxsi həyatına müdaxilənin, şəxsi ləyaqətinin alçaldılmasının, böhtan, təhqir və əsassız ittihamların yolverilməz olduğu, buna görə KİV və jurnalistin məsuliyyət daşdığı bildirilir.

9. Avropa Şurası Parlament Assambleyasının jurnalist etikasına dair 1003 nömrəli qətnaməsi². Jurnalist etikasına dair 1003 sayılı A.Ş.P.A.-nın qətnaməsi 1993-cü ildə qəbul edilib. Sənədin “Münaqişəli situasiyalar və xüsusi müdafiə tələb edən hallar” bölümündə terrorizm, etnik azlıqların diskriminasiyası, müharibə kimi amillərin təsiri ilə cəmiyyətdə münaqişəli situasiyaların yarandığı bir vaxtda jurnalist məsuliyyətinin ikiqat artdığı, onun zorakılığa, mədəni, cinsi, dini, milli, irqi fərqlərə əsaslanan istənilən diskriminasiyadan imtina etməli və buna qarşı mübarizə aparmalı olduğu qeyd edilir. Qətnamə ümumilikdə altı bölmədən və 38 maddədən ibarətdir. Bölmələrdə verilən başlıqlar onun tərkibində təqdim edilən maddələrdə açıqlanır. 1-ci bölmə “Xəbərlər və təhlillər”; 2-ci bölmə: “İnformasiya almaq hüquqi insan haqlarının əsas tərkib hissəsi kimi”; 3-cü bölmə: “Jurnalistikanın təyinatı və etik nöqtəyi-nəzərdən fəaliyyəti”; 4-cü bölmə: “Redaksiya kollektivinin

¹ İbid. Səh. 309

² İbid. Səh. 321

fəaliyyətini nəzarətdə saxlamaq qaydaları”; 5-ci bölmə: “Münaqişəli situasiyalar və xüsusi müdafiə tələb edən hallar”; 6-cı bölmə: “Etika və jurnalistikanın özünün tənzimlənməsi”dir.

10. Avropa Şurası Parlament Assambleyasının jurnalist etikasına dair 1215 nömrəli tövsiyəsi¹. AŞPA-nın 1215 nömrəli jurnalist etikasına dair sənədi 1993-cü ildə qəbul edilib, beş maddədən və dörd tövsiyədən ibarətdir. Sənəddə avropalıların, Avropa Şurasının üzvü olan dövlətlərin vətəndaşlarının böyük əksəriyyətinin eyni KİV-in xidmətlərindən və Avropa informasiya məkanından istifadə etdiklərini vurğulayan

beynəlxalq təşkilat bu səbəbdən Avropa Şurası Nazirlər Kabinetinə öz tövsiyələrini verir. Tövsiyələrdə bildirilir ki, KİV-də informasiyaların neytrallığını, fikir plüralizmini, cinsi fərqlərə görə tarazlığı, həmçinin ittihama məruz qalan vətəndaşa cavab vermək hüququnu təmin edən qanunvericilik aktları Şura üzvü olan dövlətlər tərəfindən qəbul edilməli, özünüidarəyə əsaslanan və Avropa Şurası çərçivəsində KİV problemləri ilə məşğul olan, digər beynəlxalq jurnalist təşkilatları ilə əlaqəli işləyə biləcək yeni qurumun yaradılması perspektivi öyrənilməli, KİV sahəsinə aid vətəndaş assosiasiyalarının və jurnalistika məktəblərinin yaradılmasına kömək edilməlidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əliyev V. Beynəlxalq Jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı 2006.
2. Jurnalist etikas. Yeni Nəsil Azərbaycan Jurnalistlər Birliyi. Bakı, 2000.
3. Jurnalistika terminləri lüğəti, Bakı, 2016.
4. Mazanlı İ., Söz azadlığı və informasiya təhlükəsizliyi: milli və beynəlxalq təminat. Terminlər və anlayışlar. Bakı, 2005.
5. Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice, P.L.Plaisance (2013).
6. Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999.

¹ İbid. Səh. 328

Mövzu 23: Jurnalist məsuliyyəti

Peşəkar olmaq istəyən jurnalistlər təbii ki, müstəqil olmalıdırlar. Bu, o deməkdir ki, onlar peşələrinə hər hansı bir formada mane ola biləcək və ya mane olan istənilən siyasi maraqlara, kommersiya və ya digər maraqlara sahib olmamalıdır. Hər bir jurnalist öz peşəsində yüksək standartların qorunub saxlanılmasına görə fərdi şəkildə cavabdehdir.

Etik jurnalistikaya təhlükələr çoxdur – zorakılıq, hədsiz kommersiyalaşma, cəmləşmə, sənaye ixtisarlara, siyasi kurs və korporativ manipulyasiya, korrupsiya. Bunlara baxmayaraq, doğru şərtlər daxilində media ictimai dəyərlər və həmrəyliyə əsaslanaraq, sadəcə, cəmiyyətin xeyrinə işləyə bilər. Etikaya dair əksər rəhbər qaydalarda belə bir məqama da rast gəlinə bilər ki, müəyyən şəraitdə həqiqəti gizlətmək və ya yalan demək etik ola bilər. Belə bir dilemma ilə üzləşmiş istənilən jurnalist ictimai marağın çəkisini və vacibliyini, inama vurula biləcək ciddi zərəri, ən qısa müddətdə hər şeyi oxuculara izah etmək istəyini nəzərə almalıdır. Oxucular səhv informasiyaya səbəb ola biləcək hər bir şeyi, bilərəkdən səhv informasiyanın çap olunmasına aparan səbəbləri bilməlidir. Amma jurnalist şəxsiyyətdir, onun fərqli mövqeyi və düşüncəsi olmalıdır. Nə zaman jurnalist hadisəyə şəxsi münasibətini bildirə bilər? Söhbət xəbər janrından gədirsə, birmənalı olaraq “heç bir zaman”.

Jurnalistikada bir sıra janrlar var ki, orada şəxsi mövqeyə yer vermək mümkündür, amma eyni məsələni elektron media və internet üçün keçərli saya bilmərik. Jurnalistin və redaksiyanın da subyektiv mövqeyinin sərhədləri davranış kodekslərində cızılır.

Bu səbəbdəndir ki, jurnalistlərlə bağlı qəbul edilən bütün etik kodekslərdə ən başlıca prinsiplər olaraq həqiqət, obyektivlik və vicdanlılıq ön planda durur.

Gerçəklərə istinad edən xəbərçilik

Jurnalist baş verən hadisələrin təsvirini dəqiq və konkret faktlar əsasında verməyə borcludur. O, yalnız həqiqəti yazmalı, faktların təhrif olunmasına yol verməməli, onları şəxsi maraqlar naminə seçib istifadə etməməlidir.

Həqiqət prinsipinin yuxarıda sadaladığımız müddəaları bir çox beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etika kodeksində öz əksini tapıb. Onları nəzərdən keçirək:

- Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası Jurnalist davranışı prinsiplərinin deklarasiyası, maddə 1: “Həqiqətə ehtiram və cəmiyyətin həqiqəti bilmək hüququna hörmət – jurnalistin bir nömrəli borcudur”; maddə 4” “İnformasiya alarkən, foto və sənədlərdən istifadə edərkən jurnalist yalnız sağlam məqsədlər güdməlidir”¹.

¹ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерея”, 1999, səh. 21.

- ABŞ Qəzet Redaktorları Birliyinin Prinsiplər Deklarasiyası, maddə 4: “Həqiqət və dəqiqlik. Gerçək jurnalistikanın əsasını oxucunun etibarı təşkil edir. Xəbərin dəqiqliyini təmin etmək, problemlə bağlı bütün tərəflərin mövqeyini ədalətli təqdim etmək üçün mümkün olan hər şey edilməlidir”¹.
- Avstriya Mətbuat İşçilərinin Etika Kodeksi, maddə 1: “Jurnalistika, jurnalistin özü işlədiyi KİV, peşəsi qarşısında məsuliyyətini müəyyənləşdirir. Jurnalistin başlıca borcu məlumatı hazırlayarkən həqiqəti və vicdanı əlində rəhbər tutmasıdır”².
- Belçika Jurnalist Fəaliyyətinin Prinsipləri Kodeksi, maddə 2: “Faktların toplanması və çapı məqsədyönlü olmamalıdır”³.
- Böyük Britaniya Jurnalistləri Milli Şurasının Davranış Kodeksi, maddə 9: “Jurnalist reklam və başqa maraqlar naminə həqiqətin təhrif etməsinə imkan verməməlidir”; maddə 11: “Jurnalist mətbuatda dərc edilməyənədək peşə fəaliyyəti zamanı əldə etdiyi məlumatdan şəxsi məqsədlər üçün istifadə etməməlidir”⁴.
- Almaniya Mətbuat Şurasının Publisistikanın prinsipləri Mətbuat Kodeksi, maddə 1: “Həqiqətə hörmət və cəmiyyətin doğru məlumatlandırılması mətbuatın başlıca vəzifəsidir”⁵.
- İtaliya Milli Mətbuat Federasiyası və Jurnalistlər Ordeni Milli Şurasının Jurnalist borcunun xartiyasının öhdəliklər bölməsində maddə 1: “Jurnalist insanlara yalnız həqiqəti çatdırmağa borcludur”⁶.
- Türkiyə Mətbuat Şurasının Mətbuatın professional prinsipləri kodeksi, maddə 3: “İctimai institut olan jurnalistikadan şəxsi və əxlaqsız maraqlar naminə istifadə edilməməlidir”⁷.
- Fransa jurnalistlərinin Milli Həmkarlar İttifaqının Fransız jurnalistlərinin professional borcu xartiyası, maddə 2: “Əsassız ittihamlar, böhtan, faktların təhrifi və yalan ciddi professional pozuntu hesab edilir”⁸.
- İsveçrə Jurnalistlər Federasiyasının Jurnalist hüquq və öhdəliklərinin deklarasiyası, maddə 1: “Onlar istənilən şərait və vəziyyətdə həqiqətə can atırlar: onlar cəmiyyətin həqiqəti öyrənmək hüququna hörmətlə yanaşırlar”⁹.
- İsveç Mətbuat Kooperasiya Şurasının Televiziya, radio və mətbuat işçiləri üçün etik kodeksi, “Professional qaydalar” adlanan ikinci bölməsi maddə 7: “Müsahibə və fotosəkilləri təhrif etməyin”¹⁰.

¹ İbid. Səh. 37.

² İbid. Səh. 93.

³ İbid. Səh. 103.

⁴ İbid. Səh. 107,108.

⁵ İbid. Səh. 120.

⁶ İbid. Səh. 152.

⁷ İbid. Səh. 194.

⁸ İbid. Səh. 201.

⁹ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999, səh. 206.

¹⁰ İbid. Səh. 212.

- Rusiya Jurnalistlər İttifaqının Rusiya Jurnalistlərinin Professional Etik Kodeksi, maddə 3: “Jurnalist faktları təhrif etməməli, nə olursa olsun, yalnız həqiqəti qələmə almalıdır”¹.
- Azərbaycan Respublikası jurnalistlərinin peşə etikası kodeksi, II maddə: Jurnalist baş verən hadisələrin təsvirini dəqiq və konkret faktlar əsasında verməyə borcludur. O, faktların təhrif olunmasına yol vermir, onları şəxsən öz materiallarının taleyi və ya işlədiyi redaksiyanın mənafeyi naminə seçib istifadə etmir².

Xəbərdə obyektivlik

Obyektivlik dedikdə toplanmış faktların jurnalist peşəkarlığı ilə təhlil edilməsi, qiymətləndirilməsi, onların müasir ictimai hadisələr və humanizm mövqeyindən işıqlandırılması nəzərdə tutulur. Kütlələrin kifayət qədər məlumat ala bilmələri üçün baş verən hadisələrin kökü araşdırılır, marağı olan tərəflərin fikri öyrənilir və bu zaman yalnız xalqın mənafeyi əsas götürülür. Materialın hazırlanması prosesində müxtəlif sosial qruplaşma və partiyaların mənafeyi, yerliçilik və tərəfkeşlik halları ilə rastlaşan jurnalist yalnız obyektivlik meyarını əsas götürür. Jurnalistin peşəkar əməyi kütləvi informasiya vasitələrində fikir müxtəlifliyinin obyektiv işıqlandırılmasına, mübahisə edən hər bir tərəfin fikrinin təhrifsiz verilməsinə xidmət edir.

Obyektivlik prinsiplərinin yuxarıda sadaladığımız müddəaları bir çox beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodeksində öz əksini tapıb. Onları nəzərdən keçirək:

- Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası Jurnalist Davranışı Prinsiplərinin Deklarasiyası, maddə 2: “Jurnalist öz fəaliyyəti dövründə informasiyanın toplanması və yayılmasının azad olduğu, həmçinin düzgün şərh və tənqid hüququnu qorumalıdır”³.
- Professional Jurnalistlər Cəmiyyətinin Etik Normalar Kodeksi, maddə 1: “Həqiqət axtarın və onu insanlara çatdırın. Jurnalist həqiqəti hər şeydən üstün tutan, şəxsi maraqlarını güdməyən, informasiyanın toplanması və şərhində obyektiv və qorxmaz olmalıdır”.
- Belçika Jurnalist Fəaliyyətinin Prinsipləri Kodeksi, maddə 3: “İnformasiyalar və şərhlər dəqiq sərhədlənməlidir. Bununla belə, bu prinsip qəzet və jurnala öz və başqalarının fikrini təqdim etməyə mane olmalıdır”⁴.
- İsveçrə Jurnalistlər Federasiyasının Jurnalist hüquq və öhdəliklərinin deklarasiyası, maddə 4: “Onlar fotosəkil, sənəd və informasiyanı əldə etmək üçün düzgün olmayan metodlardan istifadə etmirlər. Onlar oxucunu və tamaşaçını yanlış istiqamətləndirmək üçün şəkillərlə manipulyasiya etmirlər. Onlar plagiatla məşğul olmurlar”⁵.

¹ İbid. Səh. 215.

² Azərbaycan Respublikası jurnalistinin peşə etikası kodeksi. Bakı, 2009, səh. 2.

³ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999, səh. 21.

⁴ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999, səh. 103.

⁵ İbid. Səh. 207.

- İsveç TV-Radio və Mətbuat Etik Kodeksi, birinci bölmə, maddə 1: “Medianın müasir cəmiyyətdə həyata keçirdiyi funksiyalar və vətəndaşların mediaya inamı onlardan obyektiv və etibarlı xəbərlərin ötürülməsini tələb edir”¹.
- Azərbaycan Respublikası jurnalistlərinin peşə etikası kodeksi, III maddə: Toplanmış faktlar jurnalist peşəkarlığı ilə təhlil edilir, qiymətləndirilir, müasir ictimai hadisələr və humanizm mövqeyindən işıqlandırılır. Kütlələrin kifayət qədər məlumat ala bilmələri üçün baş verən hadisələrin kökü araşdırılır, marağı olan tərəflərin fikri öyrənilir və bu zaman yalnız xalqın mənafeyi əsas götürülür. Materialın hazırlanması prosesində müxtəlif sosial qruplaşma və partiyaların mənafeyi, yerliçilik və tərəfkeşlik halları ilə rastlaşan jurnalist yalnız obyektivlik meyarını əsas götürür. Jurnalistin peşəkar əməyi kütləvi informasiya vasitələrində fikir müxtəlifliyinin obyektiv işıqlandırılmasına, mübahisə edən hər tərəfin fikrinin təhrifsiz verilməsinə xidmət edir. Jurnalist hər hansı siyasi partiyaya mənsub olan obyektədən prinsipial tənqidi material hazırlamaqdan imtina edir².

Vicdanlılıq

Vicdanlılıq jurnalistin vəzifəsi peşə borcunu vicdanla yerinə yetirməkdən ibarətdir. Bunun üçün o, yaradıcılıq im-

kanlarından tam istifadə edir, ümumi peşə mədəniyyətini və səviyyəsini daim artırmaq üçün səy göstərir.

Vicdan jurnalistə diktə edir ki, faktları hərtərəfli və bütün incəliklərinə qədər yoxlasın, dəqiqliyinə və mötəbərliyinə əmin olsun, sənədlərə və başqa qaynaqlara dönə-dönə müraciət etsin, materialdakı faktların doğruluğuna tam əmin olsun. Belə olarsa, yazı barədə müxalif fikirlərə yer qalmır.

Vicdanlılıq prinsipi və onun əsas müddəaları olan dəqiqlik və mötəbərlik bir çox beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının etik kodekslərində öz əksini tapıb:

- Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası Jurnalist Davranışı Prinsiplərinin Deklarasiyası, maddə 3: “Jurnalist yalnız mənbəsi özünə məlum olan və mötəbərliyinə əmin olduğu informasiya üzərində işləməlidir. Jurnalist vacib informasiyaya laqeyd yanaşmamalıdır, sənədləri saxtalaşdırmamalıdır”³.
- Professional Jurnalistlər Cəmiyyətinin Etik normalar kodeksi, maddə 2: “Jurnalist professional etikanın tələblərinə uyğun olaraq materiallarının qəhrəmanına vicdanlı münasibət göstərməyə borcludur”.
- Böyük Britaniya Jurnalistləri Milli Şurasının Davranış Kodeksi, maddə 3: “Jurnalist çalışmalıdır ki, yaydığı informasiya dəqiq və mötəbər olsun, şərhlərini və ehtimallarını fakt kimi təqdim etməkdən qaçmalıdır...”⁴.
- Almaniya Mətbuat Şurasının Publisistikanın Prinsipləri Mətbuat Ko-

¹ İbid. Səh. 209.

² Azərbaycan Respublikası jurnalistinin peşə etikası kodeksi. Bakı, 2009, səh. 2.

³ Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во “Галерия”, 1999, səh. 21.

⁴ İbid. Səh. 107.

- deksi, maddə 2: “Çap üçün nəzərdə tutulmuş materialların və fotoşəkillərin dəqiqliyi və mötəbərliyi müvafiq qaydada dönə-dönə vicdanla yoxlanılmalıdır”¹.
- Türkiyə Mətbuat Şurasının Mətbuatın professional prinsipləri kodeksi, maddə 6: “İstənilən məlumatın dəqiqliyi çap edilməzdən əvvəl təkrar yoxlanılmalıdır”².
 - Portuqaliya Jurnalistlərin Deontoloji Kodeksi, maddə 1: “Jurnalist cəmiyyətə dəqiq və mötəbər informasiya təqdim etməyə borcludur. Vacib məsələnin həllində iştirak edən maraqlı tərəflərin səsləndirdikləri faktlar informasiyanın “qızıl ortasını” təşkil edir”³.
 - İsveçrə Jurnalistlər Federasiyasının Jurnalist hüquq və öhdəliklərinin deklarasiyası, maddə 3: “Jurnalist yalnız o informasiyanı və fotoşəkilləri çap etdirməlidir ki, mənbəyi məlum olsun...”⁴.
 - Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranışı Qaydaları – prinsip 1. Həqiqətə xidmət, dəqiqlik və obyektivlik: 1.1. Jurnalistikanın ali məqsədi həqiqəti yaymaqdır, obyektivlik isə əsas peşəkarlıq meyarıdır⁵.

Jurnalistlərin etik cavabdehliyi

İndiyədək heç bir jurnalist təşkilatı peşə kodeksinin bütün üzvləri tərəfindən yerinə yetirilməsini təmin edəcək təsirli

mexanizm yarada bilməyib. Belə kodekslər, əsasən, peşə iddiaları və prinsiplərini elan edən deklarasiya xarakteri daşıyır. Radio və televiziyanın informasiya şöbələri direktorları Assosiasiyası öz kodeksini 1966-cı ildə qəbul edib, 1973-cü ildə isə onu təkmilləşdirib. Assosiyetd Press Agentliyinin Redaktor-İnzibatçılar Assosiasiyası 1975-ci ildə özünün əxlaq kodeksini qəbul edib.

Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası hələ 1954-cü ilin apreliyində qəbul etdiyi “Jurnalistlərin davranış prinsipləri haqqında bəyanat” adlı sənəddə jurnalistin həqiqətə söykənməsi, mənbəyi məlum olmayan informasiyadan imtina etməsi, sənədləri saxtalaşdırmaması, informasiyanı vicdanlı əldə etməsi, düzgün olmayan informasiya mənbəyini gizli saxlamağı bacarması, dininə, cinsinə, seksual istiqamətinə, dilinə, milliyyətinə görə insanlara fərq qoymaması, plagiat, faktların qəsdən təhrif edilməsi, təhqirə və böhtana yol verilməməsi, hazırlanan materiala görə rüşvət almaması və sair bu kimi məsələləri peşə etikasının xüsusi maddələri kimi qəbul etmişdir. İlk yazılı kodekslər XX əsrin əvvəllərində Avropa və Amerikada nəhəng inhisarların yaranması dövrünə təsadüf edir. Onlar mətbuatın kütləvi şüura təsirindən geniş istifadə olunmağa başlanmasına cavab olaraq yaranmışdı. Bu baxımdan 1918-ci ildə Fransada Jurnalistlərin Milli Səndikası tərəfindən qəbul olunmuş “Davranış Xartiyası” ilk yazılı kodeks hesab olunur.

¹ İbid. Səh. 121.

² İbid. Səh. 195.

³ İbid. Səh. 178.

⁴ İbid. Səh. 206.

⁵ Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları. <http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>

Lakin fin tədqiqatçısı Lars Bruinin yazdığına görə, ilk etik kodeks təxminən 1900-cü ildə İsveçdə tərtib olunub, lakin geniş yayıla bilməyib. 1923-cü il aprelin 28-də Amerika Qəzet Redaktor-ları Birliyinin tərtib etdiyi yeddi prinsipdən ibarət “Jurnalistikanın Etik Qaydaları”nın qəbul edilməsindən sonra jurnalist təşkilatları yeni və daha təkmilləşdirilmiş etik prinsiplər kodeksləri üzərində işləməyə başladılar. 1939-cu ildə Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyasının Bordoda keçirilmiş yeddinci konqres toplantısında “Jurnalistlərin Professional Şərəf Kodeksi” qəbul edildi. On maddədən ibarət bu sənəddən sonra 1952-ci il dekabrın 16-da UNESCO 403-cü plenar toplantısında 635 nömrəli Qətnaməni “Mətbuat və informasiya azadlığı: Etik normaların Beynəlxalq kodeksi”ni qəbul etdi.

Peşəkar Jurnalistlər Cəmiyyətinin 1995-ci il oktyabrın 14-də yenidən müzakirə etdiyi, “Etik Kodeks” həqiqət, konkretlik, gizlilik, sadıqlıq, etibar və azadlığı Cəmiyyətin əsas peşə standartları və prinsipləri kimi bəyan edirdi. Jurnalist cəmiyyətin, insanların həqiqəti bilmək hüququnu təmin etməlidir. Jurnalist faktın, hadisənin dəqiq və vicdanlı təqdiminə nail olmalıdır.

Hər bir ölkənin etik kodeksinə nəzər salsaq görürük ki, dəqiqlik, obyektivlik, məsuliyyət kimi məqamlara mütləq yer verilib. Məsələn, 1973-cü ilin 12 dekabrında Almaniya Mətbuat Şurası mətbuat assosiasiyaları ilə birlikdə Mətbuat Kodeksini hazırlamışdır. Həmin Kodeksin əvvəlki versiyası 23 fevral 1994 və 1999-cu illərdə yenilənmişdir. Bu düzəliş 4-cü maddənin 2-ci bəndi ilə bağlı idi. Bu bənd “mühafizəyə ehtiyacı olan insanlara görə araşdırma” adlanır. 16 maddədən ibarət olan Mətbuat Kodeksində göstərilir ki, naşirlər, jurnalistlər və re-

daktorların vəzifəsi mətbuatın etibarını təsdiq etmək və ictimaiyyətə qarşı daim məsuliyyətli qalmalarını gerçəkləşdirməyə çalışmaqdır. Onlar publisistik vəzifələrini bacardıqları qədər yerinə yetirməli və işlərinə şəxsi maraqların, yaxud əcnəbi motivlərin təsir etməsinə izin verməməlidirlər. Burada qeyd olunan publisistik prinsiplərin məqsədi peşə etikasını qoruyub saxlamaqdır. Bu Mətbuat Kodeksi qanun gücünə malik olmasa da, mətbuat haqqında qanunlarda işlədilən “ictimai məsuliyyət” və ya “etika” kimi ümumi anlayışları geniş şərh edən, həm də jurnalistlərlə ictimaiyyət arasındakı əlaqələri tənzimləyən bir sənəd kimi alman cəmiyyətində mühüm rol oynayır. Kodeksin əsasını informasiyanın həqiqiliyi, şəxsi həyatın toxunulmazlığı və ləyaqətə hörmət, informasiya toplanmasında qeyri-qanuni və ədalətsiz üsullardan istifadə etməkdən imtina, irqi, dini və milli mənsubiyyətə görə təhqirin yol verilməzliyi kimi prinsiplər təşkil edir.

Bu məsələ ilə bağlı İtaliya jurnalistikasına nəzər saldıqda Jurnalistlərin vəzifələri haqqında pakt diqqətdən yayınmır. Bu qanun 1993-cü ildə Romada İtaliya Mətbuatının Milli Federasiyası və Jurnalistlərin Milli Şurası tərəfindən qəbul olunub. Etibarlı əlaqələr informasiya orqanları və insanlar arasında hər bir jurnalistin işi üçün əsasdır. Bu əlaqələri qaydaya salmağa və yüksəltməyə görə Etik Kodeksə əməl edən bütün İtaliya jurnalistləri onun altından imza atırlar. Şübhəsiz ki, Etik Kodeks jurnalistlərlə bağlı hər bir sahədə öz təsir gücünü göstərir. Həmin etibarlı əlaqələr anlayışı ictimaiyyətlə jurnalist əlaqələrində mühüm rol oynayan jurnalist məsuliyyətinə söykənir, yeni jurnalist məsuliyyətinin bu sahədə rolu əvəzənməzdir.

İsveçdə jurnalistlərin Etik Kodeksi 1923-cü ildə qəbul edilib, 1994-cü ildə isə həmin kodeks yenilənmişdir. Kodeksin əsas məqsədi vətəndaşların şəxsi həyatının toxunulmazlığını qorumaqdır. Bununla belə, Kodeks ictimai xadimlər haqqında ətraflı reportajlar (hətta bu, onların şəxsi həyatı ilə bağlı olsa belə) hazırlamağa mane olmur.

Peşə etikasının prinsiplərini özündə cəmləşdirən etik kodekslər gündən-günə təkmilləşərək hamı tərəfindən qəbul oluna biləcək səviyyəyə gəlib çatmaq-

dadır. Peşəkar Jurnalistlər Cəmiyyətinin rəsmi jurnalı olan "Quill"də qeyd edildiyi kimi, diqqətlə yazılmış kodekslər etik dilemmalara diqqət yetirir və onların qarşısını alır. Beləliklə, hər dəfə yeni dilemma ilə üzləşdikdə bizim hamımıza qərar çıxarma qaydasını yenidən fikirləşmək lazım gəlmir; onlar bizi unikal rolumuz və vəzifələrimizi mənimsəməyə məcbur edir; onlar hər birimizi peşə dəyərlərimiz və xoş davranışın qoruyucusuna çevirir və peşəmizin ən yaxşı nümayəndələrinin nümunəsinə riayət etməyə ruhlandırır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikası jurnalistinin peşə etikası kodeksi. Bakı, 2009
2. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları.
<http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
3. Media Etikası. Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
4. Media Ethics at Work: True Stories from Young Professionals, L.A. Peck & G.S. Reel (2013).
5. Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice, P.L. Plaisance (2013).
6. Профессиональная этика журналистов. Москва, изд.-во "Галерея", 1999.
7. Repkova T., Yeni Dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları, Bakı, 2006

MÜƏLLİFLƏR HAQQINDA

Vüqar Zifəroğlu filologiya elmləri doktoru, Əməkdar jurnalistdir. Bakalavr və magistr təhsilini beynəlxalq jurnalistika ixtisası üzrə alıb. 1997-ci ildən öz sahəsi üzrə praktik jurnalist fəaliyyəti ilə məşğuldur. 2001-ci ildən Bakı Dövlət Universitetinin Jurnalistika fakültəsində çalışır, Jurnalistika fakültəsinin dekanıdır. İxtisasla bağlı iki monoqrafiya və bir dərs vəsaitinin müəllifidir.



Vəfa İsgəndərova filologiya üzrə fəlsəfə doktorudur. Bakalavr və magistr təhsilini beynəlxalq jurnalistika ixtisası üzrə alıb. 1999-cu ildən praktik jurnalist fəaliyyəti ilə məşğuldur. 2015-ci ildən Bakı Dövlət Universitetinin Jurnalistika fakültəsində çalışır, Beynəlxalq jurnalistika və informasiya siyasəti kafedrasının dosentidir. İxtisasla bağlı bir monoqrafiyanın müəllifidir.



MƏSLƏHƏTÇİ

Bülənt Çaplı Jurnalistika fakültəsini bitirib və Utah Dövlət Universitetindən Magistr dərəcəsi alıb. O, həmçinin Ohio Universitetində PhD proqramında iştirak edib və İstanbul Universitetindən PhD dərəcəsi almışdır. Professor Bülənt Çaplı eyni zamanda Fulbrayt və Çeveninq proqramlarının məzunudur və Mançester Universiteti və Florida Universitetində tədqiqat aparıb.

Professor Bülənt Çaplının tədqiqat və tədris maraqlarına yayım jurnalistikası, media siyasəti, medianın siyasi iqtisadiyyatı, media etikası və sənədli film çəkilişi daxildir.

Professor Bülənt Çaplı yayım siyasəti, media etikası və sənədli filmlər haqqında çoxsaylı kitab və məqalələrin müəllifidir. O, həmçinin bir çox sənədli filmin rejissoru və həmrəjissoru qismində iştirak edib. Professor Bülənt Çaplının əsərləri Türkiyədə bir sıra mükafatlara layiq görülüb.

Professor Bülənt Çaplı hazırda Bilkent Universitetinin professorudur.



Kompüter dizayneri **Səbinə Məmmədova**
Üz qapağı dizayneri **Firuzə İbrahimova**
Korrektorü **Ceyran Abbasova**


Çapa imzalanmışdır 25.06.2021. Kağız formatı 60x84 1/8.
Sifariş 141. Tiraj 1500.

“Təhsil Nəşriyyat-Poliqrafiya”
müəssisəsinin mətbəəsində çap olunmuşdur.

Bakı, AZ 1052, Fətəli xan Xoyski küç., 149

Tel.: (994 12) 567 81 28/29

e-mail: tahsil_az@yahoo.com

 tahsilpublishinghouse





“Jurnalist etikas” tədris kursunun proqramı əsasında yazılmış eyniadlı dərs vəsaiti, ilk növbədə, ali məktəblərin bakalavr və magistr pillələrində jurnalistika ixtisası üzrə təhsil alan tələbələr üçün nəzərdə tutulub. Jurnalist etikas barədə  ađdař təcrübəni v  nəzəri yanařmaları əks etdirən kitab media iř il ri, jurnalistlər üçün də maraqlı ola bilər.

Avropa řurası qit nin insan hüquqlarını m dafie edən aparıcı t řkilatıdır. 47 üzv dövlətdən ibarətdir ki, bunlardan 28-i eyni zamanda Avropa İttifaqının  zvd r. Avropa řurasının bütün üzv dövlətləri Avropa İnsan hüquqları, demokratiya v  qanunun aliliyini qorumađı nəzərdə tutan müqaviləni – İnsan Hüquqlarının M dafiesi Haqqında Konvensiyanı imzalayıb. Avropa İnsan Hüquqları M hk mesi  zv dövlətlərdə konvensiyanın tətbiq edilməsinə nəzarət edir.

www.coe.int