



ავლეთი პარტნიორობა Parteneriatul Estic ზარც თარაფდასწრე Partenariat Oriental არსს
 სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთი პარტნიორობა Parteneriat
 riat Oriental არსსსყანს ფორბრსსკროკოუს სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partnership
 ტნიორობა Parteneriatul Estic ზარც თარაფდასწრე Partenariat Oriental არსსსყანს ფორბრ
 o Eastern Partnership აღმოსავლეთი პარტნიორობა Parteneriatul Estic თარაფდასწრე Pa
 ფორბრსსკროკოუს სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთი პარტნი
 ზარც თარაფდასწრე Partenariat Oriental არსსსყანს ფორბრსსკროკოუს სხიდნე პარტნერს
 აღმოსავლეთი პარტნიორობა Parteneriatul Estic თარაფდასწრე Partenariat Oriental არ
 სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთი პარტნიორობა Parteneriatu
 tenariat Oriental არსსსყანს ფორბრსსკროკოუს სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partne
 ტნიორობა Parteneriatul Estic თარაფდასწრე Partenariat Oriental არსსსყანს ფორბრსსკ
 ავლეთი პარტნიორობა Parteneriatul Estic ზარც თარაფდასწრე Partenariat Oriental არსს
 სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთი პარტნიორობა Parteneriat
 riat Oriental არსსსყანს ფორბრსსკროკოუს სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partnership
 ტნიორობა Parteneriatul Estic ზარც თარაფდასწრე Partenariat Oriental არსსსყანს ფორბრ
 o Eastern Partnership აღმოსავლეთი პარტნიორობა Parteneriatul Estic თარაფდასწრე Pa
 ფორბრსსკროკოუს სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთი პარტნი
 ზარც თარაფდასწრე Partenariat Oriental არსსსყანს ფორბრსსკროკოუს სხიდნე პარტნერს
 აღმოსავლეთი პარტნიორობა Parteneriatul Estic თარაფდასწრე Partenariat Oriental არ
 სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთი პარტნიორობა Parteneriatu
 tenariat Oriental არსსსყანს ფორბრსსკროკოუს სხიდნე პარტნერსტვო Eastern Partne

JURNALIST ETİKASI

kursu üzrə proqram

(bakalavr pilləsi)

Partnership for Good Governance Yaxşı İdarəçilik üçün Tərəfdaşlıq



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Tərtibçilər: Sevinc Əliyeva, filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, Bakı Dövlət Universitetinin dosenti;
Seymur Kazımov, jurnalist, media mütəxəssisi

Rəyçi: Jelena Surculija Milojevic, Belqrad Universitetinin müəllimi

Bu n shr Avropa İttifaqı və Avropa Şurasının birgə "Azərbaycanda ifadə azadlığı və media azadlığı" layihəsinin vəsaiti ilə ərsəyə g lmışdir. Burada ifadə olunan fikirlər heç bir halda Avropa İttifaqının və ya Avropa Şurasının rəsmi mövqeyi kimi qəbul edilə bilməz.

Bu n shrın tam və ya bəzi hissələrinin təkrar nəşri, eləcə də tərcüməsi ilə əlaqədar müraciətlər Kommunikasiyalar İdarəsinə  nvanlanmalıdır: publishing@coe.int

Bu n shr ilə baėlı hər hansı digər yazıma Media İdarəsinə  nvanlanmalıdır.

@ Avropa Şurası, 2017-ci il

1. Kursun məqsədi

Peşəkar jurnalist fəaliyyətində davranış normaları, etik prinsiplər kursun predmeti kimi. Jurnalist etikasının digər ictimai elmlərlə əlaqəsi. Etika və peşə etikasını anlayışları. Əmək bölgüsü peşə əxlaqının əmələ gəlməsində həlledici amil kimi. “Jurnalist etikasını” kursunun əsas məqsədi jurnalistikada qəbul edilmiş etik norma və prinsipləri nəzərdən keçirmək, Avropa ölkələrinin bu sahəyə aid oturmuş etik təcrübə sistemindən Azərbaycan mediasının necə yararlandığını araşdırmaqdır.

2. Kursun gözlənilən nəticəsi

Tələbələrə jurnalistikanın ali prinsipləri, o cümlədən peşəkar karyeralarının çətin dövrlərində jurnalistlər üçün əsas prioritetin etik dəyərlərə sadıq qalmaları aşılanaçaq.

3. Kursun məzmunu

Jurnalistin peşə fəaliyyəti zamanı üzləşdiyi çətinliklər, müsahiblərin davranışları, nəticədə məhsulun hazırlanması zamanı etik dəyərləri gözləməsi əsas prioritetdir. Jurnalist həm də zərərçəkmiş şəxslərlə ünsiyyətdə olur, onların problemini işıqlandırır, hadisələrin mərkəzində olur. Jurnalist peşə fəaliyyəti zamanı bəzən bir neçə seçim qarşısında qalır. Medianın bütün istiqamətlərində fərqli etik yanaşmalarla üzləşir. Kursun məzmunu tam olaraq bu və digər mövzularla əhatə olunub.

4. Ədəbiyyat siyahısı

a) Əsas ədəbiyyat:

1. “Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları”. Mətbuat Şurası, Bakı, 2003.
2. Əliyev V. Beynəlxalq Jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006
3. “Jurnalist etikasını”. Yeni Nəsil Azərbaycan Jurnalistlər Birliyi. Bakı, 2000

4. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
5. Jurnalistlərdən jurnalistlərə, Britaniya Şurası, BMT-nin İnkişaf Fondu, 2007.
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. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012

b) əlavə ədəbiyyat:

1. Repkova T., Yeni Dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları, Bakı, Qanun nəşriyyatı, 2006
2. Məhərrəmli Q. Televiziya jurnalistikasının əsasları. Bakı, 2005
3. Məmmədli C. Müasir jurnalistika. Bakı, 2003
4. Məmmədli Z. A-dan, Z-yə telexəbər, Bakı, 2009.
5. Mazanlı İ., Söz azadlığı və informasiya təhlükəsizliyi: Milli və beynəlxalq təminat. Terminlər və anlayışlar, Bakı, 2005
6. Məhərrəmli Q.M., Mediada işlənən alınma sözlər. İzahlı lüğət. Bakı, Elm, 2008.
7. Məcidli S. İnternet hüququ və etikası. Bakı, 2013
8. Gündüz Osman., İnternet. Azərbaycan internet resursları, 2010
9. Diffamasiya və məhkəmə təcrübəsi, Bakı, 2002
10. Dadaşov A. KİV-də reklam və marketinq problemləri, Bakı, 2001
11. Dadaşov A. Televiziya reklamı demokratiya və bazar iqtisadiyyatı kontekstində, Bakı, 2008
12. Suzanne Franks, Women and Journalism, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2013
13. Getting the balance right. Gender equality in journalism, Belgium, 2009.
14. Məmmədli Z. Televiziya proqramlarının hazırlanması, Bakı, 2012
15. Lange Y., Media və seçkilər, Bakı, 2010
16. H.K.Hansen., Seçkilərin ədalətli və balanslı işıqlandırılması, Bakı,2010

17. Mediada debatlar (metodik vəsait), Bakı, Altunkitab 2009.
18. Jurnalistlərdən jurnalistlərə, Britaniya Şurası, BMT-nin İnkişaf Fondu, 2007.
19. Bill Kovach & Tom Rosenstiel, "The Elements of Journalism", Three River Press, New York, 2007
20. The media of conflict: War Reporting and Representatives of Ethnic Violence, 1999, New York
21. Reporting conflict, James Rodgers, 2012, London
22. How to interview Sexual Abuse Victims, Marcia, 1995, Morgan, California, London.
23. Медиация и Диалог на Южном Кавказ International Alert, London, 2012
24. Репортажи во имя перемен: Руководство для местных журналистов в кризисных регионах, 2009
25. Gazeteçilik. Habere uygun fotoğraf seçme. Ankara, 2008
26. Azərbaycan 2020 gələcəyə baxış İnkişaf Konsepsiyası. 29 dekabr 2012
27. KİV haqqında AR Qanunu. 7 dekabr 1999
28. Dövlət sirri haqqında AR Qanunu, №733-IIQ, 07 sentyabr 2004
29. Media etikası, məqalələr toplusu, Bakı – 2008
30. "Gün işığı bələdçisi". Media hüququ institutu. Bakı, 2006
31. Levinson P., New new media, USA, 2009
32. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə internet istifadəçiləri üçün İnsan Hüquqları Bələdçisinə dair Təvsiyəsi. CM/Rec(2014)6
33. Uşaqların hüquqları və jurnalistika praktikası-hüquqlara əsaslanan perspektiv, BMT Dublin Texnologiya İnstitutu, 2007
34. İnsan hüquqları üzrə Avropa konvensiyasının 10-cu maddəsi
35. Березин В.М, Фотожурналистика, 2006
36. Мəммədov Т. "Bədii fotoqrafiya", Bakı, 2012
37. Louise L. Day, "Ethics in Media Communications – Cases and Controversies", Cengage Learning, 2006
38. Council of Europe Parliamentary Assembly Resolution 1003 (1993) on "Ethics of Journalism, Strasbourg, 1993.

39. Council of Europe Parliamentary Assembly Resolution 2066 (2015) on “Media Responsibility and Ethics in a Changing Media Environment”, Strasbourg, 2015:
40. “Ethical Journalism and Human Rights”, Council of Europe Commissioner for Human Rights, Strasbourg, 2011.
41. BBCEditorialGuidelines: http://downloads.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/pdfs/Editorial_Guidelines_in_full.pdf

5. Tədris proqramının təyinat istiqaməti

Bu tədris proqramı ali məktəblərin bakalavr pilləsində təhsil alan tələbələr üçün hazırlanıb.

6. Tədris olunan fənnin əhəmiyyətlik dərəcəsi (əsas yaxud seçmə kurs)

“Jurnalist etikas” kursu icbaridir və tələbələrin bu kursda iştirakı məcburi xarakter daşıyır

7. Tədris metodları

Tədris prosesi zamanı tələbələr mühazirələrlə tanış olacaq, mövzunun xarakterinə uyğun video filmlər izləyəcəklər və praktiki tapşırıqları həll edəcəklər.

8. Həftə-semestr ərzində dərslərin sayı

“Jurnalist etikas” fənni birinci kursun ikinci semestrində keçirilir. Bir semestr 15 həftədən ibarətdir. Kurs 45 saat + 1 saat da məsləhət saati daxil olmaqla, 46 saat tədris olunacaqdır.

(1 semestr 45 saat (15 həftə), həftədə 1 dəfə daimi, 1 dəfə alt-üst həftə).

45 saat dərslərin 20 saati mühazirə, 25 saati məşğələlər şəklində tələbələrə çatdırılacaq.

9. İmtahana buraxılmaq üçün əsas meyarlar

a) Fənn üzrə imtahan semestr ərzində iki dəfə keçirilir:

- aralıq 20%;

- final 40%

b) Cari qiymətləndirmə - 30%:

- Esse üzrə təqdimat, müzakirə və müdafiə. Semestr ərzində tələbəyə müzakirə və təqdimat üçün esse üzərində işləmək tapşırılır. Esse final imtahanına qədər təqdim edilməlidir.

Tələbənin auditoriyada hər bir cavabı, təqdimatı, yerinə yetirdiyi tapşırıq 0-10 ballıq sistem üzrə qiymətləndirilir. Semestrin sonunda fəallıq zamanı toplanan balların cəmi tapılır, cəmdən alınan rəqəm cavabların sayına bölünür, bölünmədən alınan rəqəm dərslərdə fəallıq 30 olduğundan üçə vurulur.

c). Davamiyyət - 10%:

N	Ballar	qiymət	kateqoriya	G.P.A.
1	0-50	qeyri-kafi	F	0
2	51-60	qənaətbəxş	E	0.5
3	61-70	Kafi	D	1
4	71-80	Yaxşı	C	2
5	81-90	çox yaxşı	B	3
6	91-100	əla	A	4

10. Yekun imtahanının xarakteristikası

Yekun imtahanında hər tələbəyə 20 test sualı təqdim olunacaq və hər sual 2 balla qiymətləndiriləcək. Səhv sualların miqdarı düzgün cavablara təsir etməyəcək.

MÖVZULAR:

MÖVZU 1.

Jurnalist etikas. Etika və media təcrübəsi

Əksər insan hansısa sənəti, peşəni seçərkən bunu onunla əsaslandırmağa çalışır ki, cəmiyyətə xidmət edir. Jurnalist olmaq istəyənlər də cəmiyyətə xidmət etmək üçün bu peşəni seçdiklərini deyirlər- ədalətsizliyi göstərmək, siyasətçiləri xalq qarşısında götürdükləri öhdəlikləri yerinə yetirməyə səsələmək, böhran vəziyyətində ölkələrinə kömək etmək və s. Həqiqətən də, ən yaxşı jurnalistika cəmiyyətə xidmət edir. Lakin bunu başqa peşə sahibləri də edir: müəllimlər, həkimlər, hətta siyasətçilər də (peşələri bunu tələb edir, özləri belə deyir). “Cəmiyyətə xidmət” edirəm demək öz növbəsində bu xidmətin nədən ibarət olduğunu göstərmir. Hədsiz maraq jurnalist üçün ən yaxşı keyfiyyətlərdən biridir. Belə jurnalistlər ətrafda baş verən hər şeylə maraqlanırlar. Əllərinə düşən hər bir materialı oxuyurlar. Onları detallar maraqlandırır və həmişə də “NİYƏ” sualına cavab axtarırlar. Buna cavab tapanda isə, tez bir zamanda başqaları ilə bölüşməyə can atırlar.

Bu və digər elementlər jurnalist etikas. ilə vəhdət təşkil etdikdə, tam olmasa da, qismən ideal ola bilər. Necə deyərlər, jurnalistika dünyanı dəyişdirməyə can atmamamalıdır. Jurnalist, öz işini peşəkarcasına görməli və media etikasına da əməl etməlidir. Əsas məqsəd jurnalistikada qəbul edilmiş etik norma və prinsipləri nəzərdən keçirmək, Avropa ölkələrinin bu sahəyə aid oturuşmuş etik təcrübə sistemindən Azərbaycan mediasının necə yararlandığını araşdırmaqdır. Jurnalist fəaliyyətində etik normaların və jurnalist məsuliyyətinin əhəmiyyətini aydınlaşdırmaq kursun vəzifələri sırasındadır. Bu sahədə inkişaf etmiş beynəlxalq təcrübəyə daha çox ehtiyac var. Necə ki, dünya dəyişir, yeni modellər, elm, texnika, formullar yaranır, o cümlədən jurnalistikada da yeni tendensiyalara ehtiyac var. Amma unutmamaq olmaz ki, jurnalistikanın nə vaxtsa “qızıl dövr”ü olmayıb. İnformasiyanın

əldə olunması və onun ötürülməsi qədimlərdə olduğu kimi, indinin özündə də dəyişilməz olaraq qalır. Dəyişən sadəcə mexanizmlərdir. Biz də bu mexanizmlərə və bunlardan doğan etik münasibətlərə uyğunlaşmalıyıq. Azərbaycan müstəqil dövlətdir və biz Sovet İttifaqında olduğu kimi təbliğat və təşviqatla deyil, jurnalistika ilə, insanları bilgiləndirməklə məşğul olmalıyıq. Dəyişən texnologiyalar jurnalistlərin əvvəlki işlədikləri üsulları dəyişdirmişdir və əvvəlki bazar modelləri əvvəlki kimi gəlir gətirmir. Nəticədə işə götürənlər xərcləri azaldırlar, şübhəli iş yerləri açırlar və belə yerlərdə jurnalistikanın yüksək standartlarına çatmaq getdikcə çətinləşir. Bu, mediaya etik prinsiplər əlavəsini ciddi təzyiq altına qoyur.

Dünyanın bəzi yerlərində media marketləri qloballaşma baş verdikcə genişlənilir; savadlılığın artması da yeni auditoriyalar verir, amma bütün bunların təsirləri korporasiyalar və ya siyasi təzyiqlərin təsiri kimi jurnalistikanı zəiflədir və zəif izlənilə bilən etik vakuum standartları yaradır. Peşəkar jurnalist fəaliyyətində davranış normaları etik prinsiplər kursunun predmetidir. Kursun qarşısında duran vəzifələr; tələbələrə etik normalar haqqında təsəvvür yaratmaq, jurnalist tələbələrə müəyyən vərdişlər formalaşdırmaq. Jurnalist etikasının peşə etikaları sırasında yeri və özünəməxsusluğu. Jurnalistika və onun məqsədi. Jurnalistika və cəmiyyət.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. “Jurnalist etikas”. Yeni Nəsil Azərbaycan Jurnalistlər Birliyi. Bakı, 2000
2. Media Etikas, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
3. Məmmədli C. Müasir jurnalistika. Bakı, 2003
4. Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice, P.L. Plaisance (2013).
5. Media Ethics at Work: True Stories from Young Professionals, L.A. Peck & G.S. Reel (2013).
6. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012

MÖVZU 2.

Jurnalist fəaliyyəti zamanı əsas etik yanaşmalar

Vəziyyətə uyğun davrananlar. Mütləqiyyət tərəfdarları. Subyektivistlər. İstisnaçılar.

Demokratik prinsiplərin geniş yayıldığı bir ölkə təsəvvür edək və burada bütün peşələr kimi jurnalistika üçün zəruri olan bütün imkanlar var- söz, mətbuat azadlığı, təzyiq və təqiblər yoxdur, kimse hədələnmir, həbs olunmur, üstəlik yüksək maaş. Göründüyü kimi, orta statistik bir jurnalistin işləməsi üçün münbit şərait yaradılıb. Sizcə, bu cəmiyyətdə yaşayan insanlar həqiqət axtarışında deyillərmi, onlara informasiya lazım deyilmi? Bu işi də jurnalist görür. Jurnalistika istər dünyanın ən demokratik, istərsə də ən avtoritar ölkəsi olsun- hər zaman bir məqsədə xidmət edir-reallığı üzə çıxarmaq. Jurnalist digər peşə sahibləri kimi fərdlərlə və yaxud hansısa qrup insanlarla işləmir, jurnalist bütöv cəmiyyətlə işləyir və bu cəmiyyətdə hər təbəqədən insan var. Yalnız, bir məqamı da unutmayaq ki, jurnalistin peşəkar və ya qeyri-peşəkar olması, onun etik kodekslərə əməl edib-etməməsi bütün cəmiyyətlər üçün eynidir. Amma jurnalistlərin bütün cəmiyyətlərdə düşdükləri situasiyalar fərqlidir. Bir çox jurnalistin bildiyi bir fakt var- fotoqraf Kevin Karterin uşaqla onun başının üstündə dayanıb ölümünü gözlyən leşyeyən quşla çəkdiyi foto kimi. Bu foto indinin özündə də etikadan söz düşərkən ən çox müzakirə predmetinə çevrilən və hələ də birmənalı cavabı olmayan keystdir.

Karter bu fotodan sonra məşhur Pulitez mükafatını alır, amma uşağı xilas etmədiyinə görə ünvanına xeyli tənqidlər səsləndirilir və o intihar edir. Karter o uşağı xilas etsəydi, jurnalist etikasına və ya peşəsinə xəyanət etmiş olacaqdımı? Buna görə də, əsas etik yanaşmalar dedikdə, zaman, məkana görə davranış qaydaları nəzərdə tutulur. Jurnalist insandır və o da peşə fəaliyyəti zamanı dilemmalar, hətta polilemmalar qarşısında qala bilər.

Jurnalistika peşəsinin çətinlikləri. Cəmiyyəti informasiya ilə təmin edərkən üzləşdiyi maneələr- dövr və zamana görə. Jurnalistə peşə fəaliyyəti zamanı yaradılan əngəllər və bundan çıxış yolları. Əsas etik yanaşmalar; Vəziyyətə uyğun davrananlar. Mütləqiyyət tərəfdarları. Subyektivistlər. İstisnaçılar.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

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

MÖVZU 3.

Jurnalistikada balans və məsuliyyət əsas etik göstərici kimi

Jurnalist öz vəzifəsini yerinə yetirərkən insan hüquqlarını və etik davranış qaydalarını nəzərə almalıdır. Amma çox təəssüflər ki, jurnalistikanın bu qızıl qanununun pozulması hallarına bu gün cəmiyyətdə rast gəlirik. Jurnalistlər bilavasitə ictimai rəyə və şüurlara təsir imkanları olan adamlardır. Demokratik cəmiyyət düzenində mətbuat və söz azadlığı KİV nümayəndələrinə əlavə hüquq və səlahiyyətlər verdiyi kimi, onun üzərinə həm də əlavə məsuliyyət qoyur. Bu məsuliyyəti dərk edən jurnalist həm peşə etikasına riayət etmiş olacaq, həm də peşə ləyaqətini yüksək tutmuş olacaq.

Peşə əxlaqı peşə vəzifələrini, jurnalist davranışını tənzimləyən vasitə kimi önə çəkmək vacibdir. Jurnalistikada özünə nəzarət mexanizmi güclənməlidir. Kütləvi informasiya vasitələrinin fərdi etik kodeksləri və onun peşə fəaliyyəti zamanı tətbiqi qaydalarına nəzarət edilməlidir. Jurnalistin çalışdığı media təşkilatı və auditoriyası qarşısında məsuliyyəti artmalıdır.

Maraqların toqquşması, hədiyyələr, rüşvət, dostluq əlaqələri, “checkbook journalism” (jurnalistin informasiya əldə etməsi üçün pul ödəməsi) kimi hallar aradan qaldırılmalıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. “Jurnalist etikas”. Yeni Nəsil Azərbaycan Jurnalistlər Birliyi. Bakı, 2000
2. Media Etikas, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
3. Bill Kovach & Tom Rosenstiel, “The Elements of Journalism”, Three River Press, New York, 2007
4. İnsan hüquqları üzrə Avropa konvensiyasının 10-cu maddəsi

MÖVZU 4.

Jurnalistika fəaliyyəti zamanı şəxsi həyatın toxunulmazlığı

Şəxsin şəxsi həyatının başlıca üç sahədən formalaşdığı qəbul edilir. Birincisi, ümumi həyat sahəsidir ki, bu sahə başqaları tərəfindən bilinməsi mümkün olan, cəmiyyətə açıq bilgileri əhatə edir. Məsələn, şəxsin kinoya, teatra, idman yarışlarına getməsi, bağda gəzintiyə çıxması, bazara getməsi və s.

İkincisi, şəxsin özəl həyat sahəsidir ki, buraya aid olan informasiyalar, məhdud sayda və müəyyən meyarlara uyğun insanlarla (həkim, vəkil və s.) bölüşdürülə bilər. Bu sahəyə aid informasiyanı üçüncü şəxslər biləndə özəl həyat pozulmuş olur. Özəl həyat şəxsin peşə həyatı, ailə həyatı, yəni qapısını bağlayıb yaşadığı daxili həyatdır. Məsələn, şəxsin kiminlə nişanlandığı, yaxud dostluq etdiyi onun özünü və müəyyən şəxsləri maraqlandıran məsələdir, onun özəl həyat sahəsinə aiddir. Və nəhayət üçüncüsü, şəxsin gizli həyat sahəsidir. 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 məlumatlarla 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 bilgiler hər kəsə, o cümlədən jurnalistlərə qapalıdır.

Əgər ictimai fiqur şəxsi və ictimai həyatı ilə bağlı uzlaşmayan fəaliyyət göstərsə, jurnalistlər korrupsiya, qanun pozuntuları, cinayət əməlləri və s. kimi ictimai maraq doğuran hallarla əlaqədar olaraq informasiya toplamaqda və yaymaqda haqlıdırlar.

Azadlıq və zərurət, onların qarşılıqlı nisbəti. Əxlaq azadlığının ilkin sosial-tarixi şərtləri. Seçim azadlığı jurnalistin fəaliyyətinin əsas şərti kimi, azadlıq və məsuliyyət. İnformasiyanın dərc olunmaması prinsipləri- məlumatın məxfiliyi və ya istintaqın gedişi. İttiham olunan şəxslər haqda təsdiqlənməmiş məlumatların yayımının sərhədləri və şərtlər. İctimai şəxsin özəl həyatı.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışı qaydaları. Sənəd 2003-cü il martın 15-də Azərbaycan jurnalistlərinin I qurultayında qəbul edilib.
2. KİV haqqında AR Qanunu. 7 dekabr 1999
3. Media etikası, məqalələr toplusu, Bakı, 2008
4. “Gün işığı bələdçisi”. Media hüququ institutu. Bakı, 2006
5. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə internet istifadəçiləri üçün İnsan Hüquqları Bələdçisinə dair Təvsiyəsi. CM/Rec(2014)6

MÖVZU 5.

Jurnalistika prinsipləri və mediada əsas etik problemlər

Peşəkar jurnalistika fakta əsaslanmalı, vicdanlı, ədalətli, dolğun və ardıcıl olmalıdır. Burada bitərəflilik, dəqiqlik, doğruluq də əsas prinsiplər kimi öz yerini tutmalıdır. Dünyanın hər yerində jurnalistika fəaliyyəti fərqli olsa da, onun prinsipləri eynidir. Bütün jurnalistika kodeksləri dəqiq, balanslı, doğru olmağa səslədiyi kimi, böhtanın, təhqirin, rüşvətin yolverilməz olduğunu deyir. Dünyanın hər bir ölkəsində jurnalistikanın spesifik problemləri və vəzifələri var, lakin onların əksəriyyəti ümumi xarakter daşıyır. Vicdanlı olmaq dedikdə, fırıldaqçılıq və aldatma kimi qəbuledilməz meyllərdən uzaq olma başa düşülür. Ədalətli olmaq özündə şəxsi mənfəət, tərəfkeşlik, yaxud qərəz kimi elementləri müəyyən edib onların nəzarətdən çıxmasına yol verməmək mənasını verir.

Jurnalistikanın əsas vəzifəsi faktı üzə çıxarmaqdır. Bundan sonra jurnalist müstəqilliyi, onun əsas işıqlandırdığı subyektlərdən asılı olmaması əsas göstəricidir. Jurnalist vicdanının diktəsi ilə hərəkət etməlidir. Əsas etik problemlərin pozulması əsasən insanların şəxsi həyatına müdaxilə, böhtan, təhqir, sensasiya yönümlü materiallar zamanı rast gəlinir. Həm etik kodekslər, həm də qanunvericilik insanın təhqir olunmasını, ona böhtan atılmasını birmənalı qəbul etməsə də, bəzi jurnalistlər peşə fəaliyyəti zamanı bu məqamlara yer verir. Bitərəflilik, dəqiqlik, doğruluq əsas prinsiplər kimi. Böhtan, təhqir, sensasiya, kommersiya, əsas problemlər kimi. Şərəf, ləyaqət və işgüzar nüfuz anlayışlarının təsnifatı.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Репортажи во имя перемен: Руководство для местных журналистов в кризисных регионах, 2009
2. KİV haqqında AR Qanunu. 7 dekabr 1999
3. Медиация и Диалог на Южном Кавказ International Alert, London, 2012

MÖVZU 6.

Söz, mətbuat azadlığı və jurnalist məsuliyyəti

Milli mətbuatımız tarixində yalnız 1918-ci ildə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin qurulmasından sonra mətbuat azadlığına dövlət tərəfindən təminat yaradılmış və bu hüquq praktiki surətdə reallaşmışdır. Cümhuriyyət hökumətinin hazırladığı və parlamentinin geniş, gərgin müzakirələrdən sonra təsdiq etdiyi “Mətbuat haqqında nizamnamə” dünyanın o vaxtkı qabaqcıl təcrübəsi əsasında azad sözə və demokratik nəşrlərə “yaşıl işıq” yandırmışdı. İlk dəfə vətəndaşların söz azadlığı hüququ tanınmış, mətbuat azadlığına təminat yaradılmışdı. Nizamnaməyə görə, mətbu nəşr və mətbəə yaratmaq, çap məhsullarını yaymaq üçün hökumətin icazəsinə ehtiyac qalmırdı, bu barədə mətbuat üzrə baş müfəttişə ərizə vermək kifayət idi. Bu sənəddə mətbuat azadlığı ilə yanaşı, azad yayılan sözə görə məsuliyyət də nəzərdə tutulurdu.

Avropadakı mətbuata nəzər salsaq orada əhəmiyyətli fərqləri müşahidə edə bilərik. Bəzi ölkələrdə güclü mətbuat var, bəzilərində qəzet bazarı zəifdir, bununla belə, regional mətbuat güclüdür. Son onilliklərdə Qərbi Avropada mətbu media bazarları sabitdir, Mərkəzi və Şərqi Avropada isə nəhəng dəyişikliklər var. Gündəlik qəzetlərin çoxusu ya qapanmış, ya da kursunu dəyişmişdi.

Söz azadlığı ölkə konstitusiyalarında və beynəlxalq müqavilələrdə öz əksini tapır. Bütün ölkələrdə fərdin hüququnu qorumaq və söz azadlığından sui istifadənin qarşısını almaq üçün qanunvericilik vardır.

Söz və mətbuat azadlığının başlıca keyfiyyətləri və xüsusiyyətləri. Jurnalistin başlıca vəzifələri. Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksi, ABŞ Konstitusiyasına edilmiş birinci düzəliş. “Uotergeyt” əhvalatı, Pentaqon sənədləri, Bill haqqında Qanunlar, Con Miltonun “Aeropagetika” məqaləsi.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. “Jurnalist etikasası”. Yeni Nəsil Azərbaycan Jurnalistlər Birliyi. Bakı, 2000
2. Media Etikasası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
3. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışı qaydaları. Sənəd 2003-cü il martın 15-də Azərbaycan jurnalistlərinin I qurultayında qəbul edilib.

MÖVZU 7.

Mediada etikası zəruri edən əsas səbəblər

Jurnalistlər də bütün başqa peşə sahibləri kimi cəmiyyət içində nüfuz qazanmaq, ictimai əxlaqla, qanunlarla hesablaşan hər kəsə faydalı olmaq, onların heç birinə fərq qoymamaq istəyirlərsə “oyun qaydaları”nı dəqiqləşdirməlidirlər. Bu istəkdə olan jurnalist etika söhbətini daima xatırlayacaq, bütün durumlarda səmimi davranacaq, yanlış və doğruları tək həmkarları ilə deyil, bütövlükdə cəmiyyətdə muzakirə rəyinə çıxarmaqdan çəkinməyəcək. Faktları çatdırmaq mass medianın ən önəmli vasitəsi sayılır. Bu vəzifənin gerçəkləşdirilməsi əsl media amacının daşıyıcılarını güc və qüdrət yiyələri ilə üz-üzə qoyur, çünki məlumat sahibi olmaq hər hansı güc və qüdrəti aşmaq, onu xalqın yararına yönəltmək deməkdir.

Deməli, jurnalist həqiqəti çatdırmaqla həmişə çətinliklərlə üzləşəcək. Ən yetişkən demokratik mühit, ən mükəmməl qanun, ən ədalətli məhkəmə jurnalistə rahatlıq gətirə bilər, ancaq onun yerinə həqiqəti axtarmaz. Aşkar etdiklərini, üzə çıxardıqlarını, tapşırıqlarını ictimaiyyətin diqqətinə yetirməklə həqiqətin nə olduğuna, ictimaiyyətin qərar verməsinə nail olmaq şərtidir. Jurnalist etikasası məhz mediaya inam problemini, bu baxımdan peşə standartlarının vacibliyini, peşəkarların razılaşdığı və ictimaiyyətə açıqladığı davranış qaydalarını diqqətdə saxlayır və daim aktuallığını qoruyur. Jurnalistikada söz və mətbuat azadlığını şərtləndirən əsas amillər. Etika jurnalist fəaliyyətini

tənzimləyən mexanizm kimi. Sosial səbəblər, fəlsəfi (mənəvi) səbəblər, peşəkar səbəblər. Həqiqət və fakt anlayışları. Faktla rəy arasında dəqiq fərqi müəyyənləşdirmək.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
2. Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice, P.L. Plaisance (2013).
3. Media Ethics at Work: True Stories from Young Professionals, L.A. Peck & G.S. Reel (2013).
4. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012

MÖVZU 8.

Mediada ayrıseçkilik və jurnalist etikas

Jurnalistlər peşə fəaliyyəti zamanı müxtəlif etnik, irqi, dini qruplarla və icmalarla ünsiyyətdə olur və onlar barədə materiallar hazırlayır. Jurnalistlər hər gün əsas etik problemlərlə üzləşməsə də, nə vaxtsa belə məsələlərlə rastlaşırlar. Ayrıseçkilik etik jurnalistikanın mərkəzi ehkamıdır, ya fərdi, ya da kollektiv olaraq nifrət nitqinin formalarına qarşı müdafiə olunmağa ehtiyac vardır. Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası “Jurnalistlər media tərəfindən ayrı-seçiciliyin təhlükəsindən agah olacaqlar və irq, cins, cinsi oriyentasiya, din, dil siyasi və ya digər fikirlər, milli və ya sosial köklərə əsaslanan ayrı-seçiciliyin sürətləndirilməsindən uzaqlaşmaq üçün əllərindən gələni edəcəklər.”

Tolerantlıq nümayiş etdirmək. Bu və digər etnik, irqi, dini qruplarla bağlı informasiyanın yayılmasında aşağılamaya yol verməmək. İnsanları millətinə, yaşadığı və ya anadan olduğu yerinə görə pisləməməli və tərif etməməli, onlar haqqında bu qəbildən olan bilgiləri qabardılmamalı. Etnik, irqi, dini qruplarla bağlı jurnalist məhsullarında etik məqamlar.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012
2. Медиация и Диалог на Южном Кавказ International Alert, London, 2012
3. Azərbaycan 2020 gələcəyə baxış İnkişaf Konsepsiyası. 29 dekabr 2012

MÖVZU 9.

Jurnalistika fəaliyyəti zamanı həssas hədəf qrupları ilə iş və etika

Terror 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 xəbər təsiri çap olunması fikri əksər hallarda ziyanverici 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? Jurnalistlər öz xəbərlərində əsas məqamları qurban verməmək şərti ilə emosional balanslaşdırılmış məqalə hazırlamalıdır.

Jurnalistdən 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 kədərlənməli və yaxud onun dərdinə şərik olmalıdır. Anlayışlı, məlumatlı insan təəssüratı bağışlayın. Jurnalistin müsahibinə yazdığı da gəlməməlidir. Belə olan halda qarşı tərəfin özünü daha da pis hiss etməsinə səbəb ola bilər. Bu qrupla ünsiyyət zamanı onlar haqqında daha bilgililə olmaq lazımdır. Ən əsası, insan ləyaqətinə hörmət edin, Fəciəvi və ya duyğulu hallarda “ailə standartı”ndan istifadə edin: bu sualı öz ailə üzvünü verərdinizmi?

Unutmayın! Bu vəziyyətdəki insanların sizinlə danışmaq istəməməsinin real səbəbləri də ola bilər: fəlakətdən travma almış adam, hadisəni araşdıran rəsmi şəxsin yorğun olması, insanların mətbuata inanmaması və s. Həssas qruplara ünsiyyətin açarı inamdır. Jurnalist də inam yaratmalıdır. Şəxs hiss etməlidir ki, jurnalistin ona münasibəti loyaldır və onun dərdinə hörmət edir və ciddi yanaşır. Kimsə qeyri-ciddi insanlar ünsiyyətdə olmaz, xüsusən də ağır travma şəraitində.

Həssas hədəf qrupları ilə iş prinsipi: “Do not harm”- jurnalist fəaliyyətində “zədələmək olmaz”, “ziyan vurma” prinsipi.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Медиация и Диалог на Южном Кавказ International Alert, London, 2012
2. How to interview Sexual Abuse Victims, Marcia, 1995, Morgan, California, London
3. Репортажи во имя перемен: Руководство для местных журналистов в кризисных регионах, 2009
4. Uşaqların hüquqları və jurnalistika praktikasi-hüquqlara əsaslanan perspektiv, BMT Dublin Texnologiya İnstitutu, 2007
5. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə internet istifadəçiləri üçün İnsan Hüquqları Bələdçisinə dair Tövsiyəsi. CM/Rec(2014)6

MÖVZU 10.

Plagiat, yalan və qurama əhvalatların yolverilməzliyi

Jurnalist peşə fəaliyyəti zamanı vicdanının diqtəsi 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, əsasən də bütün 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. Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranışı Kodeksində “yolverilməz hərəkət”, “ədəbi oğurluq” kimi qiymətləndirilir 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.

Vaşinqton Post Cenet Kuk “Cimminin dünyası” uydurma hekayəsinə görə Pulitzer mükafatını qazanması, sonra ifşa olunması. Nyu-York Tayms jurnalisti Jeyson Bleyrin İraq müharibəsindən bəhs edən uydurma hekayələri.

MÖVZU 11

Sosial media və jurnalist etikas

Sosial media – sosial ünsiyyət və paylaşma üçündür. Sosial media daha əlçatan və veb əsaslı texnologiyalardan istifadə etməklə ünsiyyəti interaktiv dialoqa çevirir. Yeni media vasitələri: elektron informasiya saytları, sosial şəbəkələr, bloqlar, mikro bloqlar, ani ünsiyyət proqramları forum kimi insanların bir-birilə ünsiyyətinə və informasiya mübadiləsinə şərait yaradan sayt və proqramlar sayəsində internet istifadəçiləri axtardıqları və maraqlandıqları məlumatları əldə etmiş olurlar.

Təbii ki, burada da cox vaxt etik normalar pozulur, tənqid deyil, təhqirlərə yol verilir. Lakin məlum bir həqiqət var ki, jurnalist-bloqçu , sosial mediadan istifadə edən hər bir kəs ona verilən azadlıqdan

və geniş meydandan şəxsi maraqları üçün deyil, ictimaiyyəti maraqlandıran aspektdən çıxış etməli və balans, obyektivlik, dəqiqlik, dürüstlük prinsiplərinə riayət etməlidir.

Kompüterlə birlikdə sosial şəbəkələr, e-poçt, müxtəlif internet resurslarında müzakirə imkanları, köhnəlmiş də olsa forumlar az qala hər evə daxil olmuş yeni texnoloji vasitələrdir. İnternet həm də yeni bir jurnalistika növünü – onlayn jurnalistikanı ortaya çıxarmışdır. Yeni media mühiti adlandırdığımız bu məkanda etik davranış normalarının pozulması hallarına da sıx-sıx rast gəlirik.

1. Sosial şəbəkələrdə öz profilində başqasının şəklini yerləşdirmək.
2. Ümumi istifadə üçün nəzərdə tutulmayan məlumatların yerləşdirilməsi.
3. Şerti adlardan istifadə edərək yalan məlumat ünvanlanması.
4. Məzmun və xəbərlərlə bağlı etik problemləri.

İnternetlə bağlı ilk etik kodeks “RFC1855” (Request for Comments) 1995-ci ildə Beynəlxalq “İnternet Society” Təşkilatı tərəfindən dərc olunub. Bu kodeksə şəbəkə istifadəçiləri arasında bir sıra situasiyaları dəyərləndirmək, şəxsiyyət əleyhinə təhqir, yalan informasiya, plagiat və reklama qarşı mübarzə və s. daxil idi. Bir neçə il əvvəl isə Web.2.0 konsepsiyasının müəllifi Tim Oreyli və Vikipediya sisteminin yaradıcısı Cimmi Uels tərəfindən “Bloqçunun Davranış Kodeksi”i təqdim olundu. Kodeks 7 bənddən ibarətdir. Ən mühüm cəhətlərindən biri “yolverilməz məzmun” anlayışındadır. Bu anlayışa görə, informasiya-əgər insanı təhqir və təhdid edirsə, yalandırsa, müəllif hüququnu pozursa, məxfilik öhdəliyini dağıdırsa, üçüncü tərəfin şəxsi həyatına müdaxilə edirsə “yolverilməz məzmun” sayılır.

Bloqçu jurnalist deyil. O, jurnalist kimi, “iki və daha çox mənbə” anlayışı ilə çalışmır. Bloqçunun aldığı məlumatı mötəbər mənbələrdən təsdiqləmək, onun real olub-olmadığını sorğulamaq kimi öhdəliyi yoxdur. Amma bu o demək deyil ki, o bütünlüklə məsuliyyətdən

azaddır. Bloqçu cəmiyyət qarşısında məsuliyyət daşıyır və onun da kimisə təhqir etmək, şəxsi həyata müdaxilə etmək, plagiatla məşğul olmaq hüququ yoxdur.

Bu dərstdə bizim fokusumuz yalnız media fəaliyyəti ilə məşğul olan internet resurslarıdır, yəni buraya digər təyinatlı veb-saytlar daxil deyil.

Sosial media profillərindən məlumat, foto və videolardan istifadə və onların hansı hallarda ictimailəşdirilməsi qaydaları. Sosial mediada ictimai maraq kəsb edən informasiya, sosial mediadakı informasiya mənbəyinin özəlliyi, onun ictimai yükü, cəmiyyətdəki yeri və rolu. Sosial mediada yayılan illüstrasiyaların mötəbərliyi, onların orijinal və ya qurama olduğunun müəyyən olunması.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Levinson P., New new media, USA, 2009
2. Məhərrəmli Q.M., Mediada işlənən alınma sözlər. İzahlı lüğət. Bakı, Elm, 2008.
3. Məcidli S. İnternet hüququ və etikas. Bakı, 2013
4. Gündüz Osman., İnternet. Azərbaycan internet resursları, 2010
5. Briggs M., Entrepreneurial journalism. How to build what's next for news? Washington, DC 2011
6. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə internet istifadəçiləri üçün İnsan Hüquqları Bələdçisinə dair Tövsiyəsi. CM/Rec(2014)6

MÖVZU 12.

Mediada konfliktlərin işıqlandırılması zamanı əsas etik tələblər

Müharibə, konflikt hər zaman böyük xəbər olub. Bu halda insanlar informasiya üçün daha ac olurlar. Hamını bir sual düşündürür; nə baş verir? İnsanlar hər şey haqqında bilmək istəyirlər. Çünki bu müharibədir, müharibə isə dəhşətdir. Bütün cəmiyyətlərdə insanların

müharibəyə, kriminal xəbərlərə olan tələbatı artır. Bu isə istənilən kütləvi informasiya vasitəsi üçün uğurdur. Hər bir KİV istəyir ki, onu oxusunlar, onu dinləsinlər, ona baxsınlar. Qərb mediası bu vəziyyətdə reportyorlarını birbaşa hadisə yerinə göndərir. Oxucular da öz növbəsində müharibənin dəhşətləri və qəhrəmanlar haqqında məlumatlarla tanış olurlar. Münaqişələr başlayarkən xəbərlər ən yaxşı satılan əmtəəyə çevrilir. Bir çox jurnalist ümumiyyətlə tanış olmadıqları mühitdə necə davranmaları, çox zaman üzvləşəcəkləri şərtlər haqqında elə də məlumatlı olmurlar və ya öz qanuni hüquqları, məsuliyyətləri haqqında bilmirlər. 1997-ci ildə 1949-cu ildə qəbul olunmuş Cenevrə Konvensiyasına artırılmış “Əlavə Protokol I” jurnalistlərin hüquqlarını gücləndirdi və jurnalistlərə digər vətəndaşlardan daha çox muxtariyyət verdi- jurnalistlər həbs oluna bilər, amma səbəb “ən yüksək təhlükəsizlik səbəbləri” olmalıdır; onların suallara cavab verməmək hüquqları var; onlar xəfiyyə kimi qələmə verilə bilməz. Qeyd edilməlidir ki, jurnalistlərə hərbi forma geyinmələri məsləhət görülmür.

İnsan həyatı bütövlükdə konfliktlərdən ibarətdir. Böyük, kiçik, xarici, daxili, ailədə və dostlar arasında və s. Böyük konfliktlər bəzən irimiqyaslı beynəlxalq münaqişələrə səbəb olur. Bu da çox hallarda müharibə ilə nəticələnir. Etiraf edək ki, konflikt elementləri olmayan yazı da maraqsızdır, oxumaq üçün məna kəsb etmir. Amma bu konflikti jurnalist özü yaratmalı deyil. Jurnalist mövcud konflikti obyektiv işıqlandırmalıdır.

Müharibənin dəhşətlərini işıqlandıрмаğa gedən jurnalist istər-istəməz öz auditoriyasının diqqətini bir neçə məsələyə yönəldir; irqi, milli, dini ayrışdırıcılıq, terror aksiyaları. Amma bu o demək deyil ki, insanlar hər zaman obyektiv və balanslaşdırılmış informasiyalar alır.

Münaqişədən reportaj hazırlayan jurnalistlər çoxlu yaralar və ölümlər görürlər ki, sonda bununla da romantik patriotizmi təbliğ edirlər. Amma çox zaman hadisələri kənardan izləyən, döyüş bölgəsi proqramlarını

öz təhlükəsiz media ofislərindən hazırlayan jurnalistlərin səsi daha bərkdən çıxır.

Çox zaman hisslər və nifrət ilə dolu olan atmosferdə etik jurnalistika stereotiplərlə dolu olan təbliğatlardan yan qaçmağa çalışmış, hadisələri və insanları daha məlumatlı məzmununda təsvir etmişdir. Bununla da dövlətin tərcih etdi münaqişələrin ağ-qara görünüşünün pozmuşlar.

Münaqişə zonasından məruzələrin hazırlanması müxbirlər üçün şəxsi maraqlar münaqişəsinə səbəb olur. Belə ki, jurnalist patriotizm və peşəkarlıq hissləri arasında mübarizə aparır. Müharibə zonalarına getmək jurnalistlərdən tələb edir ki, onlar işlərini necə görəcəkləri ilə bağlı özləri üçün dəqiq etik seçim etsinlər. Hər bir seçimin öz riskləri vardır, amma müstəqil fəaliyyət göstərmək seçimi və hərbiçilərin müdafiə qanadlarından kənar fəaliyyət göstərmək daha risklidir. Buna görə də jurnalist və onları bu missiyaya göndərmiş media özlərini iş üçün daha ciddi hazırlamaladırlar.

Konfliktin mənbəyini və tarixi şəraiti dərk etmək. Jurnalistin münaqişə haqqında məlumatlı olması. Jurnalist etikasına riayət. Dövlətlərarası və etnik münaqişələrin işıqlandırılması. Jurnalist peşəkarlığı, yoxsa vətəndaş mövqeyi? Jurnalist marağı və hərbi sirr kateqoriyasında olan məlumatlar. Stereotiplər və mifologiya

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. The media of conflict:War Reporting and Representatives of Ethnic Violence, 1999, New York
2. Reporting conflict, James Rodgers, 2012, London
3. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012
4. Dövlət sirri haqqında AR Qanunu, №733-IIQ, 07 sentyabr 2004
5. Репортажи во имя перемен: Руководство для местных журналистов в кризисных регионах, 2009

MÖVZU 13.

Jurnalist peşəsində informasiya mənbələri və onların qorunması əsas etik qayda kimi

İnformasiya mənbəyi məqalənin sütunudur. Yaxşı mənbə tapsanız məqaləniz özü-özünə yazılacaq. Normal mənbəniz olmasa və mövzunuz nə qədər uğurlu olsa da, o dərc olunmayacaq. Peşəkar və etik jurnalistikadan danışırsınızsa, 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, şərtidir ki, onların arasından daha mötəbərləri seçəsiniz və təqdim olunsun. Jurnalistikada informasiya fəaliyyətin subyektivi hadisənin obyektivi, 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- jurnalist. Hətta həmin jurnalistin redaktoru mənbənin nə üzünü görür, nə də adını eşidir. Buna ən bariz misal məşhur Uotergeyt qalmaqalındakı konfidensial mənbədir. Onun gizlin adı Dərin hülqum (deep throat) olur. Onun kimliyi hadisədən 30 il sonra açıqlanır.

Mənbələrin qorunması məsələsi beynəlxalq qanunda yaxşı 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.

Peşəkar və etik jurnalistin birinci vəzifəsi bu kimi mənbələrin verdiyi informasiyanın mötəbərliyini yoxlamaq, uyğun olduqda dərc etmək və ən əsası da sirli mənbələri qorumaqdır. Jurnalistlər yalnız qaynağını bildikləri və vacibi olan informasiyanı heç vaxt kənara atmayacaq və ya sənədləri saxtalaşdırmamaqla, faktlara əsasən məruzə hazırlayacaq; xəbərləri, şəkilləri, sənədləri əldə etmək üçün vicdanlı yollardan istifadə edəcəkdir.

Eyni zamanda etik jurnalistlər demokratik məsuliyyətin vacibliyini başa düşürlər. Bu, elə bir öhdəlikdir ki, zərər vurmamaq yollarını axtarır və nəşr edilmiş zərər vura biləcək dərəcədə qeyri-dəqiq informasiyanın aradan qaldırılması üçün əllərindən gələni edirlər.

Background” mənbə, “ground rules” anlayışı (şəxsə aid məlumatların- ad, soyad, yaş, iş yeri və s.). Off the record- dərc etmək olmaz!

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Репортажи во имя перемен: Руководство для местных журналистов в кризисных регионах, 2009
2. Mazanlı İ., Söz azadlığı və informasiya təhlükəsizliyi: Milli və beynəlxalq təminat. Terminlər və anlayışlar, Bakı, 2005
3. Jurnalistlərdən jurnalistlərə, Britaniya Şurası, BMT-nin İnkişaf Fondu, 2007.

MÖVZU 14.

Etik kodekslər və qanunvericilik

Bir qrup “media öncülü” qeyri-peşəkarcasına bazara “isti” xəbər çıxarmaq adı ilə jurnalistika prinsiplərinə tamamilə zidd olaraq obyektivlikdən və etikadan uzaq mülahizələrin, yalan, böhtan və dezinformasiyaların mətbuata çıxmasına şərait yaradır. Halbuki, hər bir jurnalist xidməti vəzifəsini yerinə yetirərkən insan hüquqlarını, demokratik prinsipləri və etik davranış qaydalarını nəzərə almalıdır.

Jurnalistikanın bu qızıl qanununun pozulması halları cəmiyyətdə müəyyən narazılıqlara səbəb olur.

Azərbaycan mətbuatı dünya təcrübəsinə söykənir. Bütün bunlarla bərabər Azərbaycan jurnalistikasında peşə etikasına bağlı ciddi problemlər var. Belə ki, etik normaları bilməyə çalışmayan, dünya təcrübəsinə söykənmək istəməyən jurnalistlər var ki, sözün mənfəi mənasında sərbəst hərəkət edirlər, nəticədə də peşə etikasına pozulur. Peşə etikasına normaları beynəlxalq aləmdə o qədər önəmli şəkildə alıb ki, bunu “KİV haqqında” qanuna da əlavə etməyə başlayıblar. Dəqiqlik, qərəzsizlik, tərəfsizlik, obyektivlik, vicdanlılıq və s. qaydalar bir neçə il bundan əvvəl qədər yalnız peşə etikasına aid idisə, indi “KİV haqqında” qanunlara da əlavə olunmağa başlayıb.

Jurnalist etikasına dair yerli hüquqi sənədlər. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. KİV Haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Hüquqi sənədlər və jurnalist fəaliyyəti. Azərbaycanda jurnalistlərin fəaliyyətini tənzimləyən digər hüquqi sənədlər.

Etik kodekslər və qanunvericilik. Etik kodekslərin pozulmasına görə məsuliyyət. Qanunun pozulmasına görə məsuliyyət, “Diffamasiya haqqında” qanun.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışı qaydaları. Sənəd 2003-cü il martın 15-də Azərbaycan jurnalistlərinin I qurultayında qəbul edilib.
2. KİV haqqında AR Qanunu. 7 dekabr 1999
3. Media etikasına, məqalələr toplusu, Bakı , 2008
4. “Gün işığı bələdçisi”. Media hüququ institutu. Bakı, 2006
5. Diffamasiya və məhkəmə təcrübəsi, Bakı, 2002

MÖVZU 15.

Beynəlxalq jurnalistikada etik kodekslər

Beynəlxalq jurnalistika sahəsində professional jurnalist etikasının prinsipləri bir sıra beynəlxalq dövlətlərarası qurum və təşkilatların qəbul etdikləri normativ və konvensiyalarda öz əksini tapıb.

Əsasən Qərbi Avropa və ABŞ media nümunələrinin etik kodeksləri ilə tanış olarkən belə bir nəticəyə gəlmək olur ki, redaksiyalar iş prinsiplərini bu kodekslərlə çərçivələndirib, yəni bunu pozan jurnalist üçün ən ağır cəza işini itirmək, ondan da ağır isə başqa bir redaksiyada iş tapa bilməməsi ola bilər. Bu ölkələrdə işə başlayan yeni jurnalistə redaksiyanın etik kodeksləri barədə məlumat verilir. Jurnalist ilk gündən bilir ki, çalışacağı KİV-in siyasəti necədir və ona əməl etmədikdə hansı hallarla qarşılaşa bilər.

Qlobal media etikasının məqsədi beynəlxalq xəbər mediası dövründə jurnalistika təcrübəsi üçün prinsiplərin və standartların hərtərəfli inkişafına nail olmaqdır.

Bu gün xəbər mediasının istifadə etdiyi kommunikasiya texnologiyaları dünyanın hər yerindən mətn, video və şəkilləri gözlənilməyən bir sürətlə və müxtəlif dərəcələrdə redaktor nəzarəti altında toplayır. Texnologiyalar isə xəbər mediasının əməyini dünyanın hər tərəfində yayılmış izləyicilərinə çatdırır. Bu beynəlxalq trendlərə baxmayaraq, etik qaydaların çoxu bəzi ölkələrin media təşkilatları və birlikləri üçün standartlar müəyyən edir. Mövcud olan bəzi beynəlxalq jurnalist assosiasiyaları artıq prinsiplərini bəyan ediblər. Açıqlanan prinsiplərə əlavə olaraq beynəlxalq tədbirləri əhatə edən eyni dərəcədə əhəmiyyətli xüsusi təcrübi qaydaların tətbiqinə ehtiyac var.

Beynəlxalq media etikasını qabaqcıl media texnologiyalarında bərabərsizlikləri aradan qaldırmaq və beynəlxalq mətbuat üzərində Qərb ölkələrinin nəzarətini azaltmaq üçün global media sistemini

yaxşılaşdırmağa və ya dəyişiklər aparmağa cəhd göstərməlidir. Media sisteminin yenidən təşkil olunmasına yönəlik bu cəhd, ümumilikdə medianı nəzarətdə saxlamaq və ya azad mətbuatın qabağın almaq üçün gündəmə gətirilməklə günahlandırılan mübahisəyə çevrilmişdir. Müzakirələr bu gün də davam edir.

Beynəlxalq jurnalistikanın əsas istiqamətləri, dünyanın aparıcı KİV sisteminin funksiyaları, dünyanın aparıcı jurnalist təşkilatları, qanunvericilik, dövlət və KİV münasibətlərinin beynəlxalq praktikada tətbiqi və onun həyata keçirilməsi. Beynəlxalq Jurnalist Federasiyası. Jurnalist davranış prinsiplərinə dair bəyannamə. ABŞ-ın aparıcı media qurumlarının etik kodeksləri. Qərbi Avropa ölkələrinin aparıcı media qurumlarının etik kodeksləri. İnsan hüquqları üzrə Avropa konvensiyasının 10-cu maddəsi.

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. Mazanlı İ., Söz azadlığı və informasiya təhlükəsizliyi: Milli və beynəlxalq təminat. Terminlər və anlayışlar, Bakı, 2005
4. Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice, P.L. Plaisance (2013).
5. Jurnalistika terminləri lüğəti, Bakı, 2016

MÖVZU 16.

Fotojurnalistikada etik tələblər

Milyardlarla foto çəkilir və paylaşılır. Kameralar az qala hər yerdə - cib telefonlarımızda, evimizdə, kompüterimizdə, avtomobilimizdə, hətta eynək və saat kimi geyilən əşyalarımızdadır. Bu vasitələrə, həqiqətə dair bir dünyagörüşü verməsi, daha sonra baxa biləcəyimiz və

seçəcəyimiz anları sənədləşdirməsi üçün güvənirik. Ayrıca, bu sürətli böyümə ilə birlikdə, fotosəkil və video manipulyasiya vasitələrinə asan giriş imkanı meydana gəlmiş, həqiqətin büküldüyü daha çox görüntü ilə qarşılaşılmağa 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 nələrdir? Təməl fotoqrafçılıq prinsipləri fotoların hər hansı bir şəkildə dəyişdirilməsinə qarşı çıxır - onlara görə fotolar orijinallıqlarını qorunmalıdır. Bəziləri fotolarda krop (kəsmə) edilməsinin belə qadağan olunmasının 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 fotosop və oxşar proqramlar ilə rəqəmsal texnologiya vasitəsilə fotolarda dəyişiklik edib oxucu və tamaşaçıda fikri formalaşdırma bilirlər. Təməl dəyişikliklər isə fotoların mənasını dəyişdirə bilər.

Gerçək ilə qurulan bağlar; Həqiqilik; Manipulyasiya; Qəbul edilən müdaxilə sərhədləri; Şəxsiyyət haqqları və şəxsi həyata hörmət; Ayrışdırılacaq yaradacaq görünüşlər; Şiddətli “gözləşdirmək”; Təzyiq altındakı və risk daşıyan qruplara diqqət (Uşaq, qadın, fiziki qşurlu, azlıq, irqi və mədəni)

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Gazeteçilik. Habere uyğun fotoğraf seçmə. Ankara, 2008.
2. Березин В.М, Фотожурналистика, 2006
3. Məmmədov T. "Bədii fotoqrafiya", Bakı, 2012
4. Uşaqların hüquqları və jurnalistika praktikası-hüquqlara əsaslanan perspektiv, BMT Dublin Texnologiya İnstitutu, 2007
5. How to interview Sexual Abuse Victims, Marcia, 1995, Morgan, California, London

MÖVZU 17.

Jurnalistika və biznes: maliyyə müstəqilliyinin etik kodekslərlə tənzimlənməsi

Dəyişən marketdə ayaqda qalmaq üçün mübarizə aparan medianın üzleşdiyi sual keyfiyyət üçün kimin pul ödəyəcəyidir. Növbəti nəsil oxucular və istehlakçıların internet mənbələrdən pulsuz olaraq müxtəlif tipli xəbərlər almaq ideyası ilə çox asan razılaşdıqları aydın görünür.

Ənənəvi mətbuat biznes modeli, satışlardan və rubrika elanlarından, reklamların göstərilməsindən əldə edilən gəlir kimi sistemlər bir çox ölkədə sınıanıb. Belə bir şəraitdə media yeni maliyyə mənbələri axtarır ki, xəbərlərin toplanılması və araşdırma jurnalistikası üçün sərf edilən əməyi ödəyə bilsin.

Keçmiş sosializm ölkələrində söz azadlığına başlıca əngəl kimi KİV üzərində senzura önəmli dərəcədə iqtisadi basqı ilə əvəzlənib. Yalnız keçid demokratiyası ölkələrində deyil, elə hər yerdə qəzetlərin əsas qaynağı reklamdır. Reklam satışı qəzetin müstəqilliyinə dəstək verən vasitədir. Bu məqam ziddiyyətli görünə bilər, çünki reklamverən tərəfin öz maraqları var. Belə çıxır ki, reklam verən qəzetə təzyiq göstərə biləcəkmiki?

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.

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

Mətbuat azadlığının təməlinə redaksiya müstəqilliyi dayanır. Jurnalistika eyni zamanda biznesdir. Biznesi inkişaf etdiməklə müstəqilliyi qoruyub saxlamaq bilavasitə redaksiya siyasətinin tərkib hissəsi olmalıdır. Nə pul, nə də müstəqillik asanlıqla əldə olunmur.

Redaksiyanın xəbərlər departamentinin reklam şöbəsindən müstəqilliyi. Jurnalistika müstəqil monitoring gücü kimi. Media korporasiyaları, birlikləri və monopoliyalar. Biznes və redaksiya müstəqilliyi.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Repkova T., Yeni Dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları, Bakı, 2006
2. Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri, Bakı, 2012
3. Dadaşov A. KİV-də reklam və marketing problemləri, Bakı, 2001
4. Dadaşov A. Televiziya reklamı demokratiya və bazar iqtisadiyyatı kontekstində, Bakı, 2008

MÖVZU 18.

Gender problemlərinin işıqlandırılması və jurnalist etikas

Media güzgüsündə qadınlar “zərərçəkmiş”, kişilər “ciddi” və “işgüzar”dır”. Bəzi əcnəbi ölkələrin medialarında da gender bərabərliyinin təminatında boşluqlar var. Bəzi qəzet və jurnallar qadınların biznes, siyasət kimi sahələrdə fəaliyyətinə demək olar ki, yer vermir, yaxud da az yer verir.

Hər bir ölkə media və reklamlarda gender bərabərliyinin təmin edilməsini müxtəlif üsullarla reallaşdırır. Məsələn: Xorvatiyada mediada yanlış gender stereotiplərinə 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 marketinq haqqında qanunun ilk maddəsi ilə qadağan edilir. ABŞ-da reklam fəaliyyətinin müşahidəsi ilə bağlı milli şura fəaliyyət göstərir, onun əsas işi qadınlara qarşı ayrıseçkiliyi, reklamlarda qadınların 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 aprelində 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, gender stereotiplərinin formalaşması, kişilərlə müqayisədə qadınların mediada daha çox qınaq obyektini kimi təsviri və s. Lakin medianın bu problemləri aradan qaldırmaq üçün kifayət qədər imkanları var.

Gender və qadın problemləri ilə bağlı mediada tədqiqatların aparılması, cəmiyyətdə bərabər hüquqların təmin edilməsində mətbuatın bilgiləndirmək funksiyası və etika. Gender stereotipləri və KİV. Ailə, işgüzar münasibətlərdə gender problemi və mətbuat.

Mediada gender problemləri. Gender hüququ və məişət zorakılığı. Cinslər arasında fərq və onun yaratdığı sosial bərabərsizliklərlə bağlı problemlər.

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. 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 19.

Jurnalistika və uşaq mövzuları

Hər bir uşaq ən pis şeyləri asanlıqla öyrənə bilər. Bunun qarşısını almaq üçün “yaxşılıq adına nə öyrədə bilərik?”sualına cavab tapa bilməkdir. Uşaq televiziyadan, internetdən, qəzetlərdən, jurnallardan, küçələrdən və ən əsası da məktəb yoldaşlarından (yanlış olanlardan) pislilik adına nə varsa öyrənir.

KİV-in geniş auditoriyaya təsirinin aşağıdakı belə bir qanunauyğunluğu bizə məlumdur ki, qəzet yazıları daha çox qərar qəbul edən şəxslərə (siyasətçilərə, məmurlara, deputatlara) təsir göstərir. Çünki, onlar adətən baş məqalələri, analitik və müzakirə xarakterli materialları

oxuyurlar. Televiziya isə daha çox adi vətəndaşlara və uşaqlara təsir göstərir.

Uşaqların məsumluğu və inamından sui-istifadə etməməli, onların hüquqlarına hörmətlə yanaşmalı və onları fikirlərinin çatdırılması ilə bağlı xüsusi məsuliyyət nümayiş etdirməli, valideynlərinin və ya onların qanuni himayəçilərinin icazəsi olmadan uşaqlardan müsahibə götürməyə səy göstərməməli və onların fotoları çəkilməməli.

Uşaq hüquqları və jurnalistika praktikası. Uşaqlar barədə xəbərlərin verilməsi üçün etik təlimatlar. Uşaqlarla bağlı hüquq və məhkəmə çəkişmələri, uşaqların üzləşdikləri zorakılıq halları barədə materiallarda jurnalist etikasının gözlənməsi. Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyasının Uşaqlara dair Xəbər verilməsi üzrə Praktiki Təlimatları. BBC-nin uşaqlara dair redaksiya prinsipləri.

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

MÖVZU 20.

Televiziya və radio jurnalistikasında etik dəyərlər

Çoxmilyonlu auditoriyanın istək və maraq dairəsinə hakim kəsilən, danışmaq qabiliyyəti, geyimi, jest və mimikaları ilə daim diqqət mərkəzində olan jurnalist auditoriya ilə ünsiyyətdə olduğu ilk gündən informasiya təqdimatında ən xırda detallara da həssas yanaşır, istər öz, istərsə də təmsil etdiyi təşkilatın nüfuzunun qorunması istiqamətində mübarizə

aparır. Bu da təsadüfi deyil. Adi bir səhv jurnalistin illərlə topladığı etibarın, inamın üzərindən xətt çəkə, onun nüfuzuna xələl gətirə bilər. Deməli, jurnalistika informasiyanı ictimaiyyətə ötürməklə yanaşı, həm auditoriyanın formalaşmasına, həm də cəmiyyətin aparıcı və aktiv üzvü olan jurnalistlərin şəxsiyyət kimi yetişməsinə birbaşa təsir edir. Verilişin aparıcısı layihəni bir prodakşn kimi təqdim edərsə, əvvəlcədən şirkətlə davranış, maliyyə və hüquqi prosedurlarla bağlı müqavilə bağlayırsa, üstəlik, bu layihəni əqli mülkiyyət kimi Müəllif Hüquqları Agentliyindən keçirirsə, onun ixtiyarı var ki, həmin verilişi başqa bir kanalda öz orijinal layihəsi kimi təqdim etsin: Əgər bütün bunlar yoxdursa, üstəgəl telekanal xüsusən ilkin mərhələdə həmin layihənin gerçəkləşməsi üçün maliyyə sərf edərsə, işçilərə əmək haqqı ödəyirsə, o zaman verilişə aid bütün hüquqlar televiziya kanalına aiddir. Təəssüf ki, bizim bir çox televiziya kanalları və aparıcılarımız bu məsələləri bir çox hallarda aydınlaşdırmırlar. Belə olanda anlaşılmazlıqlar və narazılıqlar yaranır. Yaxşı olardı ki, bu məsələ ictimaiyyətə çıxmadan qarşılıqlı razılaşma şəklində həll olunardı. İnsan uzun illər bir televiziya kanalında çalışır, auditoriya toplayır, müəyyən çevrədə tanınır.

Burada əsas çətinlik bəlli bir mərhələdə telekanalın yeni yayım strategiyası ilə aparıcının maraqları arasında fərqlərin meydana çıxmasıdır. Qarşılıqlı anlaşma, hörmət-izzət pozulduqda davranışlar etik çərçivədən kənara çıxır ki, bu da yolverilməzdir. Məsələ hüquq baxımından öz əksini tapmalıdır.

Xəbərlərin dəyərliliyi və ardıcılığı, mübahisəli məsələlərdə fərqli baxışlara bərabər imkanların yaradılması, ictimai məsələlərdə neytrallıq və ekspertlərə loyallıq münasibət. Elektron materiallarda audio, videomontaj və musiqilərdən istifadə zamanı əsas etik tələblər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Dadaşov A. Televiziya reklamı demokratiya və bazar iqtisadiyyatı kontekstində, Bakı, 2008

2. Məhərrəmli Q. Televiziya jurnalistikasının əsasları. Bakı, 2005
3. Məmmədli Z. A-dan, Z-yə telexəbər, Bakı, 2009.
4. Mediada debatlar (metodik vəsait), Bakı, 2009.
5. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
6. Jurnalistika terminləri lüğəti, Bakı, 2016

MÖVZU 21.

Jurnalistika ictimai tənqid və qarşılıqlı anlaşma üçün forumun mövcudluğunu təmin edən platforma kimi

Jurnalistika meydandır və bu meydana hər kəsin söz demək, fikirlərini ifadə etmək hüququ vardır. Bu hüququn həyata keçməsinə imkan yaratmaq isə bilavasitə jurnalistin üzərinə düşür. Təbii ki, söhbət demokratik cəmiyyətdən və peşəkar jurnalistdən gedirsə. Etiraf edək ki, insanlar debatları, müzakirə proqramlarını daha çox elektron mediada izləməyi sevir, nəinki qəzetdən oxumaq. 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 opponenidir və sözləri, arqumentləri ilə onu məğlub etməlidir. Jurnalist də ciddi hazırlaşmalıdır; dəvət etdiyi kimlərdir, hansı mövzu müzakirə olunacaq, tərəflərə veriləcək sual bazası varmı, mövzunu yaxşıca araşdırdıbmı? 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, maraq qruplarına 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 tələb

olunur. Plüralizm, redaksiya müstəqilliyi və jurnalist peşəkarlığı hamı tərəfindən qəbul olunmuş ilkin zəruri şərtlərdir. Mübahisə predmeti və onun ictimai önəmi tam dəqiqləşdirilməli, “özəl əxlaq”la “ictimai əxlaq” anlayışları qarışdırılmamalıdır. Mübahisə və müzakirələrin mətləbdən yayınmaması təmin olunmalıdır. Bir məqamı da unutmayaq ki, birbaşa verilişlərdə bəzən xoş olmayan sürprizlər də yaşanır.

Seçki kampaniyalarının, debatların, talk show-ların işıqlandırılmasında jurnalist peşəkarlığı və əsas etik tələblər. Müzakirə moderatoru və debat moderatoru anlayışları.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

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

MÖVZU 22.

Mediada etik dilemmalar

Öz peşəsinin peşəkarı 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 partiyanın maraqlarına, kommersiya və ya digər maraqlara sahib olmamalıdır. Hər bir jurnalist öz peşəsində yüksək standartların qorunub saxlanılmasına görə fərdi şəkildə cavabdehdir. Lakin media kollektiv cəhddir. Bu zaman hər bir jurnalistin işi prosesin bir hissəsidir və forması adətən şəxsi sahiblər və hökumət idarəetmə şurası tərəfindən müəyyənləşdirilmiş məhsulun hazırlanmasına istiqamətlənmişdir.

Bu, etik jurnalistika prinsipləri, gəlir acılığı və jurnalistikaya aidiyyəti olmayan idarəedənlər və sahiblər tərəfindən olan təzyiqlər arasında məxsusi bir gərginlik vardır. Bu halların kollektiv üsullarla monitorinqi və kollektiv davranış kodeksi təbiidir.

Etik jurnalistikaya təhlükələr küllü miqdardadır- zorakılıq, hədsiz kommersionlaşma, cəmləşmə, sənaye ixtisarlari, siyasi kurs və korporativ manipulyasiya, hər addımbaşı korrupsiya. Bütün bunlara baxmayaraq, doğru şərtlər daxilində media ictimai dəyərlər və həmrəyliyə əsaslanaraq sadəcə cəmiyyətin xeyrinə işləyə bilər. Etikaya dair əksər rəhbərliklərdə belə bir şeyə rast gəlinə bilər ki, müəyyən şəraitlərdə həqiqəti gizlətmək və ya yalan demək etik ola bilər. Belə bir dilemma ilə üzləşmiş istənilən jurnalist ictimai marağın çəkisini və vacibliyini, inamlılığa vura biləcəyi ciddi zərəri, ən qısa müddətdə hər şeyi oxuyuculara 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. Yalnız, nə zaman jurnalist hadisəyə şəxsi münasibətini bildirə bilər. Söhbət xəbər janrından gedirsə, birmənalı olaraq “heç vaxt” deyirik. Mətbətdə bəzi janrlar var ki, orada şəxsi mövqeyə yer vermək mümkündür, amma eyni məsələni elektron media və internet üçün keçərli sayı bilmərik. Jurnalistin və redaksiyanın da subyektiv mövqeyinin sərhədləri də davranış kodekslərində cızılır.

Söz azadlığı etik təmkinə qarşı. Jurnalistlər hansı halda subyektiv fikirlərini ifadə etməkdə sərbəstdir. Etik kodekslər ictimai tənqiddən mediadan yayındırılmasına xidmət edən faydalı alət, yoxsa medianın ictimai maraqlara uyğun fəaliyyətini sübut edən mexanizm. Peşə həmrəyliyi və kollektiv mühafizə. Etik jurnalistikaya təhlükə törədən hallar. Etik mühakimənin modelləri. “Potter qutusu” formulu.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Repkova T., Yeni Dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları, Bakı, 2006
2. Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice, P.L. Plaisance (2013).
3. Media Ethics at Work: True Stories from Young Professionals, L.A. Peck & G.S. Reel (2013).
4. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.

MÖVZU 23.

Mətbuat konsepsiyalarına uyğun etik kodekslərin hazırlanması

Media anlayışının və fəaliyyətinin dərk olunması və buna uyğun davranış normalarının hazırlanması. Medianın konsepsiyasına uyğun davranış normalarının hazırlanması. Yoxsa, cəmiyyətdəki idarəetmə sisteminə görə medianın konsepsiyasını hazırlamaq? Bu şərtlər daxilində etik kodekslərdə hansı məqamlar öz əksini tapmalıdır? Qloballaşan, bütünləşən dünyada peşə etikası ayrıca ölkə, ayrıca toplum, dil, din, mədəniyyət həddlərini sürətlə aşmaqdadır. Bütün bunların fonunda söz və mətbuat azadlığının bərqərar olması da tam peşəkar jurnalistikanın yaranmasına xidmət etmir. Yəni, söz azadlığının olduğu bütün ölkələrin mətbuatı peşəkardırımı? Bütün sosial, hüquqi, iqtisadi azadlıqlar media peşəkarlığı üçün yetərlidirmi? KİV-in öz siyasəti, öz davranış qaydaları yoxdursa mətbuatın inkişafı axsayacaq, çünki yaradılmış bütün azadlıqlardan səmərəli istifadə, o cümlədən bu azadlıqların sərhədləri kodekslərlə müəyyənləşir. Medianı necə anlayırsansa, ona uyğun davranış normalarını da həmin anlayış tərzini diqtə edəcək. Belə ki, media anlayışına hansı tərif verirsənsə, buna görə də peşə-davranış biçimlərini formalaşdırırsan. Nisbətən məşhur mətbuat konsepsiyaları: sovet-kommunist, avtoritar konsepsiya, libertarian konsepsiya, sosial məsuliyyət konsepsiyası, inqilabi konsepsiya, irəlilətmə konsepsiyası, demokratik-sosialist konsepsiya. Bunlardan hansı seçilməlidir? Keçid demokratiyası

ölkələrində məbutatın cəmiyyətə ən böyük xidməti ictimai nəzarətçi funksiyasını yerinə yetirməkdir. Baxmayaraq ki, sivil ölkələr sovet-kommunist və avtoritar konsepsiyaları rədd edir, amma yalnız bir konsepsiyanı rəhbər tutaraq fəaliyyət göstərmək də mümkün deyil. Sovet-kommunist, avtoritar, libertarian, sosial məsuliyyət, inqilabi, irəlilətmə, demokratik sosialist konsepsiyalar.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Repkova T., Yeni Dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları, Bakı, 2006
2. Media Etikası, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2008.
3. Əliyev V. Beynəlxalq Jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı, 2006

Praktik tapşırıqlar

1. Jurnalist-tələbələr təhsil aldıkları qrupun (onu redaksiya kimi təsəvvür edək) peşə etikasını kodeksini hazırlamalıdır. Onlar öz aralarında kiçik qruplara bölünərək, kodekslərin müxtəlif hissələrini hazırlayacaqlar.
2. “Üç qəzet” tapşırığı. Jurnalist-tələbələr 3 qrupa bölünür və 3 müxtəlif təyinatlı qəzeti təmsil edirlər. a) demokratik mətbuat, b) sarı mətbuat, c) sol mətbuat. Bu qəzetlərə eyni informasiya verilir və tələb olunur ki, ideologiyalarına uyğun olaraq, o informasiya əsasında xəbər hazırlasınlar.
3. “Jest və mimika”. Bu tapşırığın əsas məqsədi jurnalist müşahidəsini yoxlamaqdır. Bu, fərdi tapşırıqdır. Hər bir tələbə küçədə, bazarda, avtobusda ünsiyyətdə olan iki insanı müşahidə edir və onların jest və mimikalarına əsasən insanların bir-birinə münasibətini təyin edirlər. Qeyd: tərəflərin nə danışdığı önəmli deyil, əsas jest və mimikalardır.
4. Jurnalisti “satın almaq”. Jurnalist-tələbələrdən biri qanunsuzluğun və özbaşınalığın baş alıb getdiyi müəssisələrdən birinin rəhbəri roluna girir. Onun həmkarı isə real jurnalist kimi həmin müəssisəyə yollanıb rəhbərlə görüşür. Onların arasında dialoq baş verir. 10 dəqiqə ərzində müəssisə rəhbəri jurnalistə rüşvəti qəbul etdirməlidir, jurnalist isə bu zaman ərzində rüşvəti qəbul etməmək üçün müqavimət göstərməlidir. Sonda, kim qalib olacaq? Bu səhnə video və ya mobil telefon kamerası ilə lentə alınacaq.
5. Siz rüşvət aldığını bildiyiniz siyasətçi barədə material hazırlayırsınız. Araşdırma zamanı üzə çıxarırsınız ki, biznesmen və yerli otel sahibi olan yaxın dostunuz həmin siyasətçini otelində qonaq saxlayır və ondan pul almır. Mehmanxana bu yaxınlarda uzun müddətli kampaniyadan sonra genişləndirilib. Siyasətçi bu genişlənmənin açıq tərəfdarı kimi çıxış edib. Siz bir-iki dəfə ailənizlə birlikdə dostunuzun mehmanxanasında pulsuz qalmısınız. Bilirsiniz ki, siyasətçi barədə mövzunu izləməyə davam etsəniz, dostunuz barədə xəbər də sızacaq. Dostunuz xahiş edir ki, mövzunu araşdırmayasınız və sizə qonaqpərvərliyini xatırladır.

Nə edirsiniz?

6. Siz radionun xəbərlər proqramının reportyorusunuz. Yaşadığınız ölkədəki etnik qruplardan biri digər etnik qrup əleyhinə mitinq keçirir. Mitinq zamanı etnik qrupun lideri başqa qrupun üzvlərini “parazit”, “separatçı”, “qaraçı” adlandırır. Üstəlik, bir qədər də irəli gedərək, “onları bu ölkədən qovmaq lazımdır” kimi bəyanatlar da səsləndirir. Sizin 2 yolunuz var: a) bu fikirləri olduğu kimi efirdə səsləndirmək-çünki hər kəs reallığı bilməlidir, b) eyni zamanda bunu da dərk edirsiniz ki, bu fikirlərin olduğu kimi səsləndirilməsi etnik qruplar arasında münaqişəni daha da gərginləşdirə bilər. Hansını seçərdiniz? Saat 14:30-dur və siz hadisə yerindəsiniz. Mitinqi canlı izləyirsiniz və çıxışçıların səsini yazmısınız, saat 15:00-da siz birbaşa yayında olacaqsınız. Qərar vermək üçün 30 dəqiqə vaxtınız var.
7. Jurnalist-tələbələr fərdi olaraq uşaq baxçaları və orta məktəblərin qarşısına yollanır. Oradakı uşaqların fotolarını çəkirlər. Hər tələbə 15 foto çəkməlidir. Sonra fotolar auditoriyada nümayiş olunacaq. Tələbələr özləri bir-birinin çəkdikləri fotoları qiymətləndirəcək və media etikasının pozulub-pozulmadığını arqumentlərlə sadalayacaqlar. Bu tapşırıqda onlar həm yerli, həm də beynəlxalq peşə etikası kodekslərinə istinad edə bilərlər.

Jurnalistika fakültələrinin bakalavr pilləsində tədris olunan “Jurnalist etikası” kursu üzrə proqram Avropa İttifaqı və Avropa Şurasının birgə “Azərbaycanda ifadə azadlığı və media azadlığı” layihəsi çərçivəsində hazırlanmışdır. Proqramın hazırlanmasında yerli və xarici ekspertlər iştirak etmişdir.

AZE

Avropa Şurası qitənin insan hüquqlarını müdafiə edən aparıcı təşkilatdır. Onun 47 üzv dövlətindən 28-i eyni zamanda Avropa İttifaqının üzvüdür. Avropa Şurasının bütün üzv dövlətləri insan hüquqları, demokratiya və qanunun aliliyini qorumağı nəzərdə tutan Avropa İnsan Hüquqları Konvensiyasını imzalayıblar. Avropa İnsan Hüquqları Məhkəməsi Konvensiyanın üzv dövlətlərdə həyata keçirilməsinə nəzarət edir.

www.coe.int

Avropa İttifaqı 28 demokratik Avropa dövləti arasında yeganə iqtisadi və siyasi əməkdaşlıqdır. Onun məqsədləri 500 milyon vətəndaşı üçün daha ədalətli və təhlükəsiz dünyada sülh, firavanlıq və azadlıqdır. Buna nail olmaq üçün Aİ ölkələri onun fəaliyyətini həyata keçirməsi və qanunvericiliyini qəbul etməsi üçün qurumlar yaradıblar. Onlardan ən əsası Avropa İttifaqı (Avropa xalqını təmsil edən), Avropa İttifaqı Şurası (milli hökumətləri təmsil edən) və Avropa Komissiyasıdır (ümumi Aİ maraqlarını təmsil edən).

<http://europa.eu>

Partnership for Good Governance
Yaxşı İdarəçilik üçün Tərəfdaşlıq



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE