

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI ELM VƏ TƏHSİL NAZİRLİYİ
NAXÇIVAN DÖVLƏT UNİVERSİTETİ**



**MÜASİR DÖVRDƏ MEDIA
ETİKASI VƏ HÜQUQ
SİMPOZİUMUNUN
MATERİALLARI**

NAXÇIVAN – 2023

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI ELM VƏ TƏHSİL NAZİRLİYİ
NAXÇIVAN DÖVLƏT UNİVERSİTETİ

MÜASİR DÖVRDƏ
MEDİA ETİKASI VƏ HÜQUQ
MÖVZUSUNDA SİMPOZİUM

17 noyabr 2022-ci il

NAXÇIVAN-2023

*Naxçıvan Dövlət Universitetinin
Elmi Şurasının 31 mart 2023-cü il tarixli
8 sayılı qərarı ilə nəşr edilib.*

KONFRANSIN TƏŞKİLAT KOMİTƏSİ

Elbrus İsayev - *Naxçıvan Dövlət Universitetinin rektoru,
tarix üzrə fəlsəfə doktoru, dosent – sədr*

Üzvlər:

Şəhla Şirəliyeva - *filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent*
Elman Cəfərli - *tarix üzrə fəlsəfə doktoru, dosent*
Elnarə Allahverdiyeva – *siyasi elmlər üzrə fəlsəfə doktoru*
İman Cəfərov – *filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent*
Xumar Məmmədova – *filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent*

BURAXILIŞA MƏSUL: **Əli Həşimov** – *filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent*

*Naxçıvan Dövlət Universiteti. “Müasir dövrdə media etikası və hüquq”
mövzusunda simpoziumun materialları,
Naxçıvan, “Qeyrət” nəşriyyatı, 2023, 95 səh.*

İMAN CƏFƏROV

Naxçıvan Dövlət Universiteti

“MOLLA NƏSRƏDDİN”DƏ JURNALİST ETİKASI MƏSƏLƏSİ

Bu gün jurnalistika nəzəriyyəçilərini, eləcə də peşəkar, nüfuzlu jurnalistləri ciddi şəkildə düşündürən problemlərdən biri də jurnalistin peşə etikasındır. Əlbəttə ki, qloballaşmış dünyada, bütün informasiyaların insanlar üçün açıq olduğu, etik cizgilərin üzərindən çalın-çarpaz xətlər çəkildiyi zaman və məkan daxilində jurnalistin peşə etikasından söz açmaq o qədər də asan deyil. Bununla belə, nəzərə almaq lazımdır ki, Azərbaycan jurnalistikası tarixində fədai məqamına yüksəlmiş mücahid qələm sahibləri də eyni vəziyyətlə qarşılaşmış, lakin təmkinlərini pozmadan özlərinə və cəmiyyətə üzvlərinə hörmətlə yanaşmışlar.

Əlbəttə ki, çağdaş Azərbaycan jurnalisti “Əkinçi” məktəbi nümayəndələrinin, “Molla Nəsrəddin”çilərin, “Füyuzat”çıların xoşbəxt sələfidir. Azərbaycanımızın çağdaş jurnalisti üçün dəqiq prinsiplərə malik “Azərbaycan jurnalistlərinin etik davranış Qaydaları” mövcuddur. Və həm də həmin qaydaların mükəmməlliyi yüksək qurumlar tərəfindən təsdiqlənmişdir. Bu gün “Azərbaycan jurnalistlərinin etik davranış Qaydaları”nın sonunda həmin qaydaların nə qədər mühüm olması aşağıdakı kimi nəzər nöqtəsinə çəkilir: “Sənəd 2003-cü il martın 15-də Azərbaycan Jurnalistlərinin I Qurultayında qəbul edilib. ATƏT və Azərbaycan Mətbuat Şurasının birgə layihəsi əsasında təkmilləşdirilib. 2018-ci ildə Avropa Şurasının və Azərbaycan Mətbuat Şurasının təşəbbüsü ilə ona yeni prinsiplər əlavə edilib. Bütün dəyişikliklər 2022-ci il sentyabrın 24-də Azərbaycan Jurnalistlərinin VIII Qurultayında bütün yenilik və dəyişikliklər təsdiq olunaraq qüvvəyə minib” (6).

Şübhəsiz ki, “Molla Nəsrəddin”in nəşrə başlayanda ATƏT-in yaradılmasına hələ (1975) 69 il qalırdı, 97 ildən sonra Azərbaycan Jurnalistlərinin I Qurultayı keçiriləcəkdi. Bununla belə, sanki molla-nəsrəddinçilər “Azərbaycan jurnalistlərinin etik davranış Qaydaları”na cümlə-cümlə bələd idilər və həmin qaydaları özlərinin sənət amallarına çevirmişdilər. Əslində isə məsələnin mahiyəti bir qədər başqa idi. Molla-nəsrəddinçilər öz jurnalist həyatları, mübarizələri və mücadilələri ilə jurnalistikada etik davranışın qızıl qaydalarını yazırdılar. Məsələn, “Azərbaycan jurnalistlərinin etik davranış Qaydaları” belə başlayır: “PRİNSİP 1: Həqiqətə xidmət, dəqiqlik və obyektivlik.”

Bu prinsip özündə üç bəndi birləşdirir. Birinci bənddə jurnalistin ali məqsədinin həqiqətə sadıq qalmaq, məhz həqiqəti cəmiyyətə çatdırmaq olduğu göstərilir. Jurnalistikada obyektivlik isə peşəkarlığın meyarı kimi təqdim edilir.

Düşünürük ki, həqiqəti yaymaq və bu zaman etik normalara əməl etmək baxımından “Molla Nəsrəddin” məcmuəsinin rekordlarını təzələmək üçün çağdaş Azərbaycan jurnalistləri hələ xeyli təlimlər keçməlidirlər. Bəli, “Molla Nəsrəddin” müəllifləri müsəlman qardaşların bildikləri, fəqət qorxduqları, elə qorxu səbəbindən də bir-birlərinə belə söyləməyə cəsarət etmədikləri həqiqətləri söyləməyə, həm də açıq söyləməyə başladılar. Əslində “Molla Nəsrəddin” ilk növbədə həqiqət uğrunda mübarizə cəbhəsini yaratdı. Bu mənada məcmuənin birinci sayında dərc olunmuş “Lisan bələs” şeiri heç də bütün müsəlman qardaşlara deyil, Azərbaycan jurnalistinə ünvanlanmışdı və qələm sahiblərini həqiqətdən söz açmağa çağırışdan ibarət idi:

Ey dil, dəxi dinmə və sükut et, səni tarı,

Lal ol və danışma!

Sal başını aşağı və heç baxma yuxarı,

Mal ol danışma!

Gör cümlə təvayif sənə əfsus edə etsin,

Axirdə hökumət özünü rus edə etsin,

Həm mollaların rus əlini bus edə etsin,

İslamı cahanda dəxi məyus edə etsin,

Ya etməyə ya ar və namus edə etsin.

Şükr et, yegilən bozbaşını, eylə naharı,

Lal ol və danışma!
Sal başını aşağı və heç baxma yuxarı,
Lal ol və danışma! (4, s.23)

Bəli, “Molla Nəsrəddin” etik normalar sistemində inkişaf və tərəqqi naminə həqiqəti söyləməyə qüdrəti çatanların lal olması, dünyanın gedişini dərk edənlərin rus müstəmləkəçiliyinə göz yumması, dini liderlərin rus məmurlarına yaltaqlanması, həmçinin islamın tənəzzülü ilə barışmaları, cəmiyyət üzvlərinin yalnız “mədə” fəlsəfəsi ilə yaşamaları etik normalardan tamamilə kənar olmaq demək idi. Fikrimizcə, Azərbaycan jurnalistikasında həyat həqiqətlərini aydın şəkildə yazmağın etik formaları məhz molla-nəsrəddinçilərin iti qələmləri ilə bütöv bir sistem halında həyata keçirilmişdir. Daha mühümü isə “Molla Nəsrəddin” ədəbi cəbhəsinə məxsus bu uğurun ustad sənətkarlar tərəfindən etiraf edilməsidir. Vaxtilə eyni yaradıcılıq proseslərini gündəmə gətirən Cəlil Məmmədquluzadə məşhur “Xatiratım” əsərində yazırdı: “Yazıda böyük cürətimiz o oldu ki, açıq ana dilində yazmaqdan biz utanmadıq və şərt də budur ki, açıq yazmaqdan utanmadıq. ...

... Necə ki, bu sözü mən ilk dəfə ədibi-möhtərəm Əlibəy Hüseynzadədən eşitdim. Əlibəy Bakıdan axırıncı dəfə Türkiyəyə köçüb gedən vaxt Tiflisə gəldi ki, buradan Batuma getsin. Tiflisə idarəmizə də təşrif gətirdi. Xoş-beş... Söhbət dildən düşdü və möhtərəm ədibimiz mənə belə dedi: “Yaxşı yazırsınız”. Mən Əlibəyə ərz etdim ki, onun tək bir şəxsdən eşidilən bir sözü mən havayı danışılan sözlərin cərgəsinə qoya bilmərəm. Çünki Əlibəy Hüseynzadə kimi bir yazı ustasının mən tək bir cavan yazıçıya yazı barəsində dediyi sözü mən ciddi bir söz hesab edəm gərək. Əlibəy mənə dediyi sözü təkrar və təsdiq etdi və həmişə adət etdiyi kimi başını aşağı salıb guya öz-özünə genə dedi: “Açıq yazmağı” da bacarmaq lazımdır” (2, s.75-76).

“Azərbaycan jurnalistlərinin etik davranış Qaydaları”da I prinsipin 2-ci bəndindən oxuyuruq: “1.2. Jurnalist hazırladığı yazıda tənqid obyektinin mövqeyini öyrənib bildirməlidir. Bu, mümkün olmadıqda, tənqid obyektini tələb edərsə, öz fikirlərini çatdırmağa çox qısa vaxtda ona şərait yaradılmalıdır. Plüralizm prinsipinə əməl edilməlidir” (6).

“Molla Nəsrəddin”in tənqid obyektləri həm cəmiyyətin fərdləri, həm də çoxluqlarıdır. Maraqlıdır ki, hər iki halda tənqid obyektinin mövqeyi açıq-aydın ifadə edilir. Çünki jurnalın səhifələrində çox zaman elə tənqid obyektlərinin çıxış etdiklərini görürük. Bu özü də “Molla Nəsrəddin”in etik normalar sistemində yeni və təqdirəlayiq formadır. Əslində molla-nəsrəddinçilər qəti şəkildə bu fikirdə olmuşlar ki, cəhlin hökmranlıq etdiyi cəmiyyətlərdə, yəni tərəqqipərvər mətbuat nümayəndələrinin gündəlik təqib və təziqlərə məruz qaldıqları mühitlərdə, quldurluğun qoçaqlıq sayıldığı, istənilən təhsilin zərərli hesab edildiyi zaman və məkan daxilində etik normalardan söz açmaq gülüncdür. Hətta qüvvələr nisbətində mühafizəkar güclərin üstünlük təşkil etməsinə baxmayaraq, molla-nəsrəddinçilər zərrə qədər etik normaları pozmadan qarşı tərəfin mövqeyini ifadə etmiş, jurnalist etikasına sadıq qalaraq tənqidin ideal şəkildə gerçəkləşməsinə nail olmuşlar. Sübut üçün M.Ə.Sabirin bu misralarına diqqət yetirmək kifayətdir:

Töhmət edir qəzetçilər, – məşəri-nası bir belə!..
Özlərinin, inan ki, yox fəhmü zəkası bir belə!..

Mən kimi aqıl olsalar, şüğl edələr oğurluğu, –
Zəhməti, rənci bir belə!.. Zövqü səfası bir belə!..

Cümlə mərif əhlinin haləti göz önündədir, –
Vəchi-məaşı bir belə!.. Dərdü, bəlası bir belə!..

Madəri-elmə söylənir Məryəmə söylənən tühəm,
Elmin anası bir belə!.. Cəhlin atası bir belə!..

Mən dəliyəmmi oğlumu məktəbə, dərəcə sövq edəm?
Dərsin əzası bir belə!.. Xəlqin ədası bir belə!.. (3, s.142)

Göründüyü kimi, bu satirik şeir bütünlüklə tənqid obyektinin mövqeyini ifadə etməkdədir.

“Azərbaycan jurnalistlərinin etik davranış Qaydaları”da 3-cü prinsip belə adlanır: “Şərəf və ləyaqətin qorunması, şəxsi həyatın toxunulmazlığı”. Bu prinsip 12 bənddən ibarətdir və sanki “Molla Nəsrəddin” öz əməkdaşlarına həmin prinsipləri əvvəlcədən təqdim etmiş, həmin prinsiplərə ciddi surətdə əməl olunmasını diqqətdə saxlamışdır. Ümumiyyətlə, başqalarının şərəf və ləyaqətinin qorunması məsələsində C.Məmmədquluzadə özünə və digər molla-nəsrəddinçilərə qarşı son dərəcədə tələbkar olmuşdur.

“Molla Nəsrəddin”in tənqid güzgüsündə o dövrün hakimiyyətində təmsil olunan istənilən vəzifə sahibinə rast gələ bilərik. Bununla belə, jurnalın səhifələrində kiminsə təhqir olunmasından söhbət gedə bilməz. Hər bir şəxsin şərəf və ləyaqətinə hörmətlə yanaşan böyük Mirzə Cəlil hətta Rusiya dövlətinin ən yüksək vəzifəli şəxslərindən də kəskin şəkildə söz açmağı bacarmışdır. Məsələn, tarix dərsliklərində Pyotr Stolipindən (1862-1911) Rusiya dövlət xadimi, Daxili İşlər naziri və Baş nazir kimi bəhs edildiyini görürük. 1905-1907-ci illər inqilabının məğlubiyyətə uğradılması, eləcə də inqilabdan sonrakı sürgünlər və dar ağacları əsasən onun adı ilə bağlıdır. Stolipinin ən bağlılanmaz mənfi keyfiyyəti isə şovinist mövqe nümayiş etdirməsi, müsəlmanlara düşmən gözü ilə baxması idi. “Molla Nəsrəddin”də Stolipin ilk növbədə azadlıq düşməni kimi tanıtılmış, bu məqamda da C.Məmmədquluzadə etik normaları gözləməklə yanaşı, məcmuənin 3 mart 1907-ci il tarixli 9-cu sayında getmiş “Ustalipin” başlıqlı felyetonunda bu azadlıq düşməninin əməllərini belə ifşa etmişdir: “Neçə dəfə idarəmizə kağız yazıb soruşublar ki, Rusiyanın baş vəzirinə niyə Stolipin deyirlər, yəni “Stolipin” nə deməkdir?

Cavab: bizim lüğətimizdə “Stolipin” iki mənanı göstərir. Biri budur ki, həmin baş vəzir bir qanun çıxartdı ki, hər kəs qonşusunun toyuğunu oğurlasa dar ağacından asılsın. Məlumdur ki, əvvəl günahkarı çıxardırlar stulun üstünə və boğazına kəndiri keçirəndən sonra ayağının altındakı stulun ipini çəkirlər, stul yıxılır və günahkar başlayır havada seyr eləməyə, Bu səbəbdən də həmin baş vəzirin adı “Stolipin”dir, yəni “stulun ipi”.

İkinci məna usta “lipin”dir, “lipin” yapon dilində dəlləyə deyirlər. Belə güman eləmək lazımdır ki, dumaya yığışan sol fırqələr çox çığır-bağır salsalar, usta “lipin” ülgücü çıxardacaq və vəkillərin dalına həcəmət qoyacaq ki, qanları artıqlıq eləməsin...” (4, s.398).

“Molla Nəsrəddin” jurnalının 2 iyun 1907-ci il tarixli 22-ci sayında getmiş “Qafqaz Şeyxül-İslamına iki dənə açıq məktub” başlıqlı felyeton “Molla Nəsrəddin” etikasının aliliyini təsdiqləyən ən qiymətli publisistik örnəklərdən biridir. Həmin felyetonu qələmə almaqla Cəlil Məmmədquluzadə aşağıda qeyd edəcəyimiz bir neçə məsələni gündəmə gətirmişdir:

Birincisi, Azərbaycan qızları üçün təhsil vacibdir və bu hal dinsizliklə əlaqədar deyil.

İkincisi, geniş kütlə qarşısında etiraf etməsələr də, ali dini rütbə daşıyan şəxslər nəinki müsəlman qızlarının təhsil almasına qarşı çıxmır, hətta onların bu hərəkətlərini təqdir edirlər.

Üçüncüsü, Rusiya dövləti bilərəkdən müsəlman qızlarının elmi-ilahiyə dair biliklər öyrənmələrinə şərait yaratmır, yaxud sözün əsl mənasında ruslaşdırma siyasəti həyata keçirirsə də, Qafqaz Şeyxül-İslamı bu vəziyyətə biganə yanaşır.

Bəli, “Qafqaz Şeyxül-İslamına iki dənə açıq məktub” başlıqlı felyetonda son dərəcədə ciddi bir problem gündəmə gətirilmiş, bununla belə Mirzə Cəlil insan ləyaqətinə toxunacaq heç bir söz işlətmədən Şeyxi tənqid hədəfinə çevirmiş, ali dini rütbə daşıyan bir insanı özünüdərkə səsləmişdir. Hətta Mirzə Cəlilin tənqidi etik normaların üstündədir, mənəvi eybəcərliyi təsdiqləyə-təsdiqləyə inkar etməkdir. Başqa sözlə, sanki molla-nəsrəddinçi jurnalist tam əmindir ki, onun dini mövzuda Şeyxül-İslamla dialoqa girməsi qeyri-mümkündür, elmlərdən xəbərsizin elm adamına meydan oxuması deməkdir. Bununla belə, qalib yenə də “biliksizliyinə” güvənən Molla Nəsrəddindir, molla-nəsrəddinçilikdir. “Molla Nəsrəddin”in tənqidi isə etik normalar daxilində düşüncə qalibiyyətini şərtləndirməkdədir: Budur, “Molla Nəsrəddin”də jurnalist etikasının ali səviyyəsi: “Cənab şeyx! Bağışlayınız məni, bu işləri yaxşı qana bilmirəm və sizin ayağınız biləni bizim başımız bilməz, - amma siz bunu da bilirsiniz və görürsünüz ki, həmin siz buyurduğunuz məktəbdə (söhbət Tisli Qızlar İnstitutundan gedir –İ.C.) hər millətin qızlarına öz dinlərindən və dillərindən dərs

verirlər; amma istəmirlər ki, məktəbdə ayı on beş manatlıq bir müsəlman müəllimi saxlasınlar ki, iyirmi yaşında müsəlman qızları dərs oxuyub qurtaranda müsəlmanca adlarını yazsa bilsinlər və müsəlmançılıqdan heç olmasa bir neçə söz öyrənsinlər.

Bağışlayınız, cənab şeyx, bu sözləri sizdən soruşmaq bədəblikdir; amma siz məktəbə faytonda gedəndə mən elə bildim ki, siz gedirsiniz məktəbin rəisi ilə dava-mərəkə edəsiniz ki, niyə müsəlman qızlarına müsəlman dərsi oxutmurlar; amma indi belə məlum olur ki, siz heç kəslə dava eləməyibsiniz və məhz qızlarla söhbət eləməyə buyurubsunuz.

... Cənab şeyx, məlum şeydir ki, sizin ayaqlarınız biləni bizim başımız bilməz; amma bunları adam fikir eləyəndə, lap adamın ağı-zadı çəşir” (1, s.175).

Əlbəttə, mollanəsrəddinçilərin dilində təhqiredici kəlmələrin işlənmədiyini söyləmək obyektivlikdən uzaq olar. Düşünürük ki, Cəlil Məmmədquluzadə və onun mübariz qələm dostları tənqid obyektlərinin əməllərinə müqabil söz seçimində əsl peşəkarlıq nümayiş etdirmiş, oxucu auditoriyasına xüsusi hörmət bəsləmiş, bu səbəbdən Azərbaycan jurnalistikasının qızıl fondunu təşkil edən əsərlər yaratmışlar. Ən kəskin məqamlarda da mollanəsrəddinçilərin etik normalara əməl etmələri müşahidə olunmaqdadır. Bu məqamda “Ad” felyetonundan söz açmamaq qeyri-mümkündür.

“Ad” felyetonu Cəlil Məmmədquluzadə tərəfindən qələmə alınıb və məcmuənin 22 oktyabr 1911-ci il tarixli sayında çap olunub. Mövzu isə Osmanlı-Trablis müharibəsində məğlub olan italyalıların törətdikləri vəhşiliklərdir. Mirzə Cəlil hələ 110 il bundan öncə Qərbin müharibələrə ikili standartlarla yanaşmasına münasibətini hətta özü yaratdığı təhqiredici ifadə ilə belə belə lənətləyirdi: “Osmanlı Trablisdə vuruşma vaxtı ittifaqın bir xaçpərəst övrətinin, ya uşağının qətlinə bais olanda Avropa qəzetləri səs-səsə verib çığırışırdılar:

- Ay vəhşi müsəlmanlar, ay qan tökən şərqlilər!

Bunun səbəbi budur ki, osmanlının adı osmanlıdır.

Amma indi italyanlar osmanlılara basıldıqdan sonra, özləri o qədər vəhşilik, o qədər yırtıcılıq göstərirlər ki, insan az qalır iyrensən.

Bəs axır bunlar deyirlər, biz tərbiyəli millətlik, biz mədəniyik, biz italyanıq, nə bilim biz it yalayanıq?!

Bəs bu qədər namərdlik, bu qədər günahsız ərəb əhalisinin qanını sormağ hara, avropalılıq hara?!” (1, s.499).

Böyük Cəlil Məmmədquluzadə mətbuat səhifələrində kiminsə haqsız tənqid olunmasını daim pisləmiş, qəti şəkildə bu mövqedə olmuşdur ki, mətbuat şəxsi münasibətlərdəki hər hansı qarşıdurmadan uzaq saxlanılmalıdır. “Molla Nəsrəddin” səhifələrində subyektiv yanaşma səbəbindən kiminsə satira atəşinə məruz qalması Mirzə Cəlil tərəfindən pislənilmiş və hər dəfə məcmuənin obyektiv mövqeyi nəzər nöqtəsinə çəkilmişdir. Məsələn, “Molla Nəsrəddin”-in 15 mart 1913-cü il tarixli 9-cu sayında “Çomaq” başlığı ilə 4 misralıq aşağıdakı şeir verilmişdir?

Səhnədir məktəbi-ali, bütün əfradi-bəşər

Çalışır, səhnəsi gündən-günə abad olsun.

Bilmirəm sirri nədir ki, bizim İmran Qasımov

Əlləşir, səy eləyir səhnəsi bərabad olsun?! (5, s.521)

Maraqlıdır ki, “Çomaq” başlıklı bu satirik şeir o zamankı ədəbi ictimaiyyət tərəfindən birmənalı qarşılanmamış, “Kaspi” qəzetində “Nicat” xeyriyyə cəmiyyəti teatr bölməsinin sədri İmran Qasımovun haqsız yerə tənqid olunduğu bildirilmişdir. Tamamilə təbiidir ki, “Molla Nəsrəddin” jurnalında bu məsələ yenidən gündəmə gətirilmiş, məcmuənin 19 aprel 1913-cü il tarixli 13-cü sayında İmran Qasımovun mövqeyi belə müdafiə olunmuşdur: “İdarədən – 9-cu nömrəmizdə İmran Qasımov barəsində yazılan “Bir çomaq” öz həmkarı və bədxahı tərəfindən bir əsəri-şərərat imiş.

Allah mətbuatımızı qərəz səhnəsi şəklinə qoyanlara Kərbəla qismət eləsin” (5, s.553).

Düşünürük ki, Azərbaycan elmsünaslığında dönə-dönə müxtəlif istiqamətlərdən öyrənilən “Molla Nəsrəddin” jurnalı jurnalist etikasına baxımından da küll halında araşdırılmalıdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Məmmədquluzadə C. Əsərləri. 4 cildə, II cild. Bakı: Öndər, 2004.
2. Məmmədquluzadə C. Əsərləri. 4 cildə, IV cild. Bakı: Öndər, 2004.
3. Mirzə Ələkbər Sabir. Həphəpnəmə. 2 cildə, I cild. Bakı: Şərq-Qərb, 2004.
4. Molla Nəsrəddin. 12 cildə, I cild. Bakı: Elm, 1988.
5. Molla Nəsrəddin. 8 cildə, IV cild. Bakı: Çinar-Çap, 2008.
6. <https://presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>

ŞƏHLA ŞİRƏLİYEVƏ
Naxçıvan Dövlət Universiteti
shshahla36@gmail.com

BEYNƏLXALQ MEDIA SİSTEMİNDƏ DİFFAMASIYA ANLAYIŞI

Diffamasiya-böhtan, qarayaxma kifayət qədər mürəkkəb mövzu sayılır. Müasir cəmiyyətdə jurnalistlər, xüsusilə media işçiləri diffamasiya mövzusunə hüquqşünaslar qədər bələd olmalıdırlar. Əvvəlki illərə nisbətən hazırki dövrdə media-vətəndaş münasibətləri mürəkkəb və çoxşaxəlidir. Məlumdur ki, kütləvi informasiya vasitələri cəmiyyətdə informasiya zənginliyi yaratmaqla, ictimai rəy formalaşdırmaqla yanaşı, bəzən insanların özəl maraqlarına müdaxilə edir, onların cəmiyyətdəki nüfuzuna da ziyan vurur. Bu gün ölkələrin əksəriyyətində dövlət öz vətəndaşlarını kütləvi informasiya vasitələrinin haqsız hücumlarından qorumağa çalışır, onların şərəf və ləyaqətinin alçaldılmasına, işgüzar nüfuzuna xələl gətirilməsinə imkan vermir. Şəxsin şərəf və ləyaqətinə, işgüzar nüfuzuna xələl gətirən qeyri-dəqiq informasiyaların yayılması, şərləmə, böhtan xarakterli məlumatların KİV ilə və internet vasitəsilə yayılması diffamasiya sayılır. Şifahi böhtandan fərqli olaraq, yazılı böhtan və ya teleradiodan səslənən böhtan da var. Yazılı böhtan çap mediasında çıxış edə bilər, şəhərin görməli yerində divara, hasara və s. yazıla, eləcə də başqa qrafik formalarda əks etdirilə bilər. Belə böhtan dəqiq sənədli cizgilərin saxlanması ilə foto-montaj, rəsm, karikatura, kollaj biçimlərində də auditoriyanın diqqətinə yetirilə bilər. Zərərçəkənin şəxsiyyətini-heysiyyətini-mənliyini ətrafdakı insanların- cəmiyyət üzvlərinin gözündə alçaltmaq, təhqir etmək diffamasiyanın əsas göstəricilərindəndir.

Diffamasiya qeyri-etik mübarizə formasıdır, digər sivil mübarizə üsul və metodları tükəndikdə məhz diffamasiya vasitəsindən istifadə edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, insanların şəxsi həyatını qanunlar vasitəsilə dövlət qoruyur, böhtan məlumatın yayılması isə ağır məsuliyyətə səbəb olur. Eyni zamanda, dövlətin Ali hakimiyyət orqanlarının, Ali vəzifəli şəxslərin (o cümlədən: Prezidentin, Deputatın, Məhkəmə Hakiminin) şərəf və ləyaqəti xüsusi qanunla qorunur.

Diffamasiya - beynəlxalq hüquqi termdir. “Defamatio” sözündən yaranıb və “ləkələmək” deməkdir. Bu termin latın mənşəlidir. Diffamasiya anlayışının Qədim Romada yarandığına dair fikirlər olsa da bu terminə Roma hüququ dərslərlərində rast gəlinmir.

“Diffamasiya” anlayışı bir çox ölkələrin qanunvericiliyində var.

Beynəlxalq standartlara görə, hər hansı məlumatın diffamasiya kimi qiymətləndirilməsi üçün o, yalan olmalı; mülahizə deyil, faktiki mahiyyət daşımalı; real zərər vurmali və aid olduğu şəxsin nüfuzuna qarşı yönəlməlidir, yəni kütləvi nümayiş etdirilməli, yayılmalıdır (1).

KİV-də diffamasiya hüquq pozuntusudur və mediaya qarşı şikayətlərin, məhkəmə iddialarının əksəriyyəti məhz belə hallarla əlaqədardır. Bununla belə, hökumətlərin diffamasiya haqqında qanunlar əsasında tənqidçi jurnalistləri ağır cəzalandırmaq cəhdlərinin qarşısını almaq üçün beynəlxalq təşkilatlar (BMT, Avropa İttifaqı, Avropa Şurası və s.) bütün dövlətləri onu dekriminallaşdırmağa çağırır. Beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən diffamasiya qanunvericiliyinə dair bir sıra standartlar işlənilib hazırlanmışdır. Həmin normativ-hüquqi aktlara uyğun olaraq, söz və mətbuat azadlığına heç bir xələl gətirmədən şərəf və ləyaqətin yetərincə qorunmasına nail olmaq olur. Artıq bir çox ölkələrin qanunvericiliyində diffamasiya cinayət əməli deyil, mülki və ya inzibati pozuntu hesab edilir.

Diffamasiya ilə bağlı mühüm nəzəri və praktiki araşdırmalar aparan media üzrə beynəlxalq qurum - “19-cu Maddə” (Article 19) təşkilatının mövqeyinə görə ən yaxşı diffamasiya qanunları o qanunlar hesab edilir ki, onlar fərdin reputasiyası (şərəf, ləyaqət və nüfuz) ilə fikri ifadə azadlığı arasında müvafiq balans yaratma funksiyasını yerinə yetirmiş olsun. Yəni, bu qanunların əsas məqsədi insanları onların reputasiyasına zərər vuran yalan fikirlərdən müdafiə etməkdir (1).

Yayılma formasından asılı olaraq, bəzi ölkələrin qanunvericiliklərində iki cür: şifahi (şaiyə, şər, dedi-qodu, qeybət) və yazılı (böhtan və təhqir) diffamasiya fərqləndirilir. Beynəlxalq Jurnalistlər

Federasiyasının mənbələrindəki araşdırmalarda da diffamasiya iki növdə: böhtan (libel), yəni, yazılı və digər formada ifadə olunan bəyanat, şər (slander) isə şifahi və ya jest formasında ifadə olunan bəyanat kimi qeyd olunmuşdur. Qeyd edək ki, belə bölgü şərti xarakter daşıyır və işin konkret halından asılı olaraq əməl, məsələn, böhtan həm yazılı, həm də şifahi formada özünü biruzə verə bilər (1).

BMT, Avropa Şurası, ATƏT və başqa beynəlxalq təşkilatlar Cinayət Məcəlləsində diffamasiyaya görə məsuliyyətə cəlb olunma maddələrinin mövcudluğunun təhlükəli olduğunu dəfələrlə vurğulamış və belə qanunların ləğvinə çağırışlar. ATƏT-in Parlament Assambleyası rəsmi şəxslərin, dövlətin və hakimiyyət orqanlarının diffamasiyasına yol verən jurnalistlərin cinayət məsuliyyətinə cəlb edilməsini yolverilməz hesab edir. Bəzi ölkələrdə məhkəmə orqanlarının yüksək cərimə məbləği tətbiq etməsi informasiyanın sərbəst yayımına mənfi təsir göstərir. Əslində başqa və “az üzücü”, amma kifayət qədər təsirli üsullardan, o cümlədən məhkəmə qərarı əsasında təkzib verilməsindən, üzrxahlıq edilməsindən istifadə edilə bilər.

Diffamasiya haqqında ilk qanun XVII əsrdə İngiltərədə meydana gəlmişdir. Sonra isə diffamasiya, xüsusilə böhtanla bağlı ABŞ-da 1735-ci ildə Jon Piter Zengerin məhkəmə işində New York Weekly jurnalında dərc olunmuş məqalədə Nyu Yorkun qubernatoru ilə bağlı yazılmış faktlar həqiqəti əks etdirdiyindən Zenger diffamasiyaya görə təqsirli bilinməmişdir (1).

ABŞ-da diffamasiya haqqında qanunun kökləri ingilis hüququna dayanır. 1964-cü ilə qədər ABŞ və Böyük Britaniyada diffamasiya qanunu çox oxşar idi. ABŞ qanunvericiliyinə görə dövlət məmurları və ictimai xadimlər ünvanlarına deyilən tənqidi qeydlərə və iradlara dözümlə yanaşmalıdırlar. Hətta mülki iddialar üzrə sadə vətəndaşlar vəzifəli şəxslərlə müqayisədə bir sıra üstünlüklərə malikdir. Böhtanla bağlı iş üzrə, əgər iş ictimai məsələlərə aiddirsə, sübut etmə vəzifəsi iddiaçının üzərinə düşür. ABŞ Ali Məhkəməsi qərar çıxarmışdır ki, böhtan yalnız iki halda cinayət əməli hesab oluna bilər: həmin fikir cinayət məzmununu daşdığı halda və yüksək ehtimalla, asayişin pozulacağı təhlükəsi yarandığı halda.

Almaniyada "diffamasiya" termini birbaşa qanunda yoxdur. Doktrinada rast gəlmək olar ki, Almaniyada diffamasiya həm də həqiqətə uyğun böhtan xarakterli məlumatların yayılması, hətta təhqir də adlanır. Almaniyada təhqirin tərkibi ayrıdır. Burada şəxs haqqında onun reputasiyasını ləkələyən, bilə-bilə yalan məlumatların yayılmasına görə məsuliyyət nəzərdə tutulur. Eyni zamanda, Cinayət Məcəlləsində fərqli bir tərkib var - 186-cı maddə, zərərli dedi-qodu deməkdir. Bu tərkib şəxsin nüfuzuna xələl gətirən faktın yayılması halında, bu faktın doğruluğu sübuta yetirilmədikdə, cəza nəzərdə tutur. Aydın ki, bu iki cinayət arasındakı fərq bir şəxs haqqında yalan faktlar yaymaq üçün bəd niyyətin olub-olmamasındadır. Almaniya qanunvericiliyində diffamasiya daha çox tanınmış doktrinal termdir.

Fransa qanunvericiliyində diffamasiya fiziki və ya hüquqi şəxsin şərəf və ya reputasiyasını ləkələyən hər hansı bəyanat və ya fakt ifadəsidir. Diffamasiya Cinayət Məcəlləsində də var. Faktların şəxsin şəxsi həyatına aid olduğu hallar istisna olmaqla, yayılan məlumatın doğruluğu təqsirləndirilən şəxs tərəfindən cəzadan yayınmaq üçün sübuta yetirilə bilər. Diffamasiya, doktrinal mənbələrə görə, həm cinayət, həm də mülki hüquq pozuntusudur. Beləliklə, Fransa qanunvericiliyinin həqiqətə uyğun böhtana görə məsuliyyət nəzərdə tutduğunu iddia etmək olar, lakin hazırda (Qanundakı dəyişikliklərə görə) belə hallar yalnız şəxsin şəxsi həyatına müdaxilə ilə bağlı cinayətlər və ya hüquq pozuntuları ilə məhdudlaşır. Bu isə bir çox hüquq sistemlərində diffamasiya ilə bağlı olmayan ayrıca cinayət kimi tanınır.

Azərbaycanda isə “Diffamasiya haqqında” qanun layihələri bir təşəbbüs kimi 2005, 2011 və 2013-cü illərdə hazırlanıb, onların ətrafında geniş ictimai müzakirələr təşkil olunub. Qanun layihəsinin müzakirəsi 15 ildən artıqdır davam etsə də, bu günə qədər yekun nəticə əldə edilməyib, yəni diffamasiya haqqında qanun layihəsi qəbul olunmayıb. Buna əsas səbəb Azərbaycan qanunvericiliyində bəzi maddələrin əks olunmasıdır. Belə ki, beynəlxalq təşkilatların, o cümlədən Avropa Şurasının media mütəxəssislərinin qənaətinə görə, təhqirə və böhtana görə cinayət məsuliyyətini nəzərdə tutan 147-ci (böhtan) və 148-ci (təhqir) maddələr Azərbaycan Respublikasının Cinayət Məcəlləsindən çıxarılmalıdır. Ancaq Azərbaycan tərəfi bu təkliflərlə razılaşmır. Qeyd olunur

ki, hər kəsin hüquqları konstitusion şəkildə qorunur və Cinayət Məcəlləsindəki həmin maddələrin çıxarılmasına da ehtiyac yoxdur (1). Çünki jurnalistləri indiki halda ayrıca kateqoriya kimi götürüb təhqirə və böhtana görə cinayət məsuliyyətini aradan qaldırmaq bir sıra sui-istifadə hallarına yol açır, digər kateqoriya insanların hüquqlarının pozulmasına gətirib çıxara bilər. Məsələn, kimlərsə peşəsindən sui-istifadə edərək, insanları təhqir edib, hansısa cərimə ilə canlarını qurtara biləcəklərini düşünə bilərlər.

Avropalı mütəxəssislər isə belə bir fikir irəli sürürlər ki, "Diffamasiya haqqında" qanun qəbul olunmalı, jurnalist yazdığına görə məsuliyyət daşımamalı, lakin həbs olunmalı deyil. Bundan başqa, Avropa Şurası yalnız diffamasiyaya görə cinayət cəzasının ləğvinin tərəfdarı deyil, həm də mülki qanunvericilik çərçivəsində məqbul cəzaların müəyyən edilməsinə tərəfdardır. Məhz bu və sair kimi arqumentlərin ortaya çıxması uzun zamandır Azərbaycanda "Diffamasiya haqqında" qanunun qəbulunu ləngidir.

Bir sıra mütəxəssislər isə diffamasiya qanunlarının istisna hallarda tətbiq edilməli olduğunu söyləyirlər. Onların fikrincə "Yüksək vəzifəli şəxslər tənqiddə daha dözümlü olmalıdırlar. Açıq siyasi məsələlərin müzakirəsinə heç bir məhdudiyyət qoyulmamalıdır. Jurnalistlər və media isə insanların hüquq və reputasiyalarına münasibətdə hədləri keçməməli, jurnalistikanın etik qaydalarına riayət etməlidirlər. Hər bir media və KİV sahəsi öz-özünü senzurdan keçirməli və xəbəri düzgün işıqlandıraraq diffamasiya hallarına şərait yaratmamalıdır.

Dünyanın heç bir yerində internet qanunla məhdudlaşdırılmır, yəni qanuni şəkildə internet istifadəsinə senzura qoyulmur. Tənzimləmə var, məsələn, etik tənzimləmə mümkündür. Hər bir internet istifadəçisinin etik öhdəlikləri olmalıdır. Yəni, böhtan atmaq olmaz, təhqir olmaz, dövlət hakimiyyətini zorla yıxmağa çağırış olmaz və sair. Qanunla qadağan olunan bir çox şeylər var ki, onlara əməl edilməlidir. Sosial şəbəkələrdə hər an, hər zaman tənqid var. Ola bilər ki, dəqiqləşdirilməmiş məlumatlar da var. Peşəkar media ondan ötrüdür ki, o məlumatları cəmiyyətə faydalı şəkildə çatdırarsın.

Azərbaycanda diffamasiyanın dekriminallaşdırılması ilə bağlı əsas məsələlərdən biri media peşəkarlığının, media savadlılığının zəif olmasıdır. Biz cəmiyyəti savadlandırmalıyıq. Media savadlılığı, media təhsili olmalıdır ki, insanlar adi saxta xəbərlə, gerçək xəbəri bir-birindən ayırsın.

Ümumiyyətlə, diffamasiya problemi xarici ölkələrdə də kifayət qədər qarışıq problemdir. Amma bu getdikcə sistemləşir, nizama düşür. Dünyanın bir sıra qabaqcıl ölkələrində mövcud prosedur uğurla tətbiq olunur və müsbət təsirini göstərir. Cəmiyyət senzurasız mətbuata uyğunlaşdığı kimi diffamasiyanın dekriminallaşdırılmasına da adaptasiya olunur.

ƏDƏBİYYAT

1. Səyyad Məcidli. Beynəlxalq hüquq və Azərbaycan Respublikasının media qanunvericiliyi. Bakı: 2015, 147 s.
2. Defining Defamation, Principles on Freedom of Expression and Protection of Reputation, ARTICLE 19, London 2000, <http://www.article19.org>
3. <https://azport.info/14876/diffamasiya-ndir>
4. <http://asiapacific.ifj.org>
5. <https://kaspi.az/az/diffamasiya-haqqinda-qanunun-qebulu-qapadilmis-mesele-deyil>

НАЗИРА ТАШПУЛАТОВА
ЎзЖОКУ, медиа назарияси ва амалиёти
кафедраси мудири, ф.ф.н. профессор

ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ ЖУРНАЛИСТИКАСИНING ҚОНУНЧИЛИК ТИЗИМИ

Ҳар қандай соҳани ташкил этишнинг қонуниятлари, тартиб-қоидалари унинг фаолиятини белгилаб беради. Журналистика соҳаси пайдо бўлгандан то ҳозирга қадар жуда катта ривожланиш йўлини босиб ўтди. Шу жараёнда унинг соҳа сифатидаги белгилари, асосий вазифалари амал қилиш лозим бўлган муҳим принциплари шаклланди. XX асрга келиб ахборот узатишнинг овоз, тасвир ва бошқа кўринишлари пайдо бўлгандан кейин журналистикани соҳанинг анъана ва тажрибалари асосида бошқариш анча мураккаблашди. Чунки ахборот етказиш бир турдаги фаолият бўлмай қолди. Фақат ёзадиган, матбуотда ишлайдиган журналистгина эмас бевосита ахборот тайёрлаш жараёнида (айниқса аудиовизуал ахборот тайёрловчилар) иштирок этадиган кишилар ҳам бу жараёнга дахлдор бўла бошлади.

Журналистика жамиятнинг турли соҳалар билан муносабатда бўлар экан уларнинг табиати, қонуниятлари билан тўқнаш келади. Бундай шароитда журналистиканинг фаолият тартиби қандай кечиши, журналистнинг ахборот билан ишлашда қайси мезонларга амал қилиши, соҳа фаолиятининг тартибга солиниши ахборот самарадорлигига қандай таъсир кўрсатиши, умуман дунё журналистлари қандай мезонлар асосида ишлаши лозимлиги билан боғлиқ қатор масалаларга ойдинлик киритиш заруратини туғдиради. Қолаверса, XXI аср келиб ахборот узатиш турлари ва воситаларининг кўпайиши, улар ўртасидаги муайян ҳуқуқий муносабатларни юзага келтирдик, уларни қонуний тартибга солиш, амал қилиш лозим бўлган муайян мезонларни белгилаб беришни даврнинг ўзи тақозо этди.

ОАВнинг ҳуқуқий асослари деганда, ахборот тушунчаси, турлари, вазифалари, ахборот билан ишлаш тартиби, журналистнинг ҳуқуқлари, қонунларга амал қилиши ва касбий бурчи, унинг қонун, жамият ва халқ олдидаги мажбуриятлари нимадан иборат эканлиги, ОАВда муаллифлик ҳуқуқи, турли жараёнларни ёритишга нисбатан қўйиладиган талаблар ва чекловлар, мамлакат ва хорижда ишлайдиган журналистнинг фаолияти тартиби, аккредитация масалалари тушунилади. Шунингдек, ОАВ билан боғлиқ низолар, фавқулодда ҳодисаларни ёритишда журналистлар масъулияти, суд жараёнларини ёритишда айбсизлик презиумпциясига амал қилишнинг муҳимлиги, ахборот хавфсизлигини таъминлашда журналистларнинг масъулиги каби масалалар медиа ҳуқуқ доирасида ўрганилади.

Жамиятда содир бўлаётган воқеа-ҳодисаларнинг тури кўп. Айтиқса ҳозирги шароитда, улар кўп бўлиши билан бирга жуда тез алмашяпти ва жараёнларни мураккаблаштиряпти. Бу аввало, жамиятда, кундалик ҳаётда ахборотга бўлган талабнинг даврга мос тарзда ортиши билан белгиланади. Содир бўлаётган минглаб воқеа-ҳодисалар ичидан оммага, жамоатчиликка тааллуқли, қизиқарли, фойдали воқеалар ҳақидаги ахборотни холис, ҳаққоний ва тезкор етказиш ОАВнинг бирламчи вазифасидир. Бу вазифани бажариш жараёнида иштирок этувчи ОАВ турлари (газета ва журнал, радио, телевидение, интернет) омма билан ҳокимият ўртасида ўзига хос алоқа воситачиси, ошкоралик кўзгуси, ҳақиқат жарчиси вазифасини ўтайди.

Ўзбекистонда ОАВ ва уларда фаолият кўрсатаётган ижодкорларнинг эркин, кенг қамровли, ошқора фаолият кўрсатишлари учун миллий қонунчилик базаси шаклланди. Қабул қилинган қонунлар ва қонуности ҳужжатлар соҳадаги муносабатларни тартибга солишни мақсад қилади.

Ўзбекистонда оммавий ахборот воситалари фаолиятини тартибга солувчи ҳуқуқий базани шартли равишда учга бўлиш мумкин:

1. Халқаро меъёрлар

2. Конституциявий меъёрлар

3. Қонунлар ва қонуности ҳужжатлар меъёрлари.

Қонунлар қонуности ҳужжатларидан устувордир, яъни қонуности меъёрий ҳужжатлар қонун асосида чиқарилиши керак ҳамда қонуннинг мазмун ва моҳиятидан келиб чиқиши, унинг самарали амалга оширилишига хизмат қилиши лозим.

Конституция қонунлардан устундир, яъни: "Бирорта ҳам қонун ёки бошқа норматив-ҳуқуқий ҳужжат Конституция нормалари ва қоидаларига зид келиши мумкин эмас" (Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, 16-модда).

Ўз навбатида Ўзбекистон Республикаси ўз қонунчилиги устидан халқаро ҳуқуқ меъёрларининг устуворлигини тан олади. Зеро, Ўзбекистон Республикасида демократия инсон, унинг ҳаёти, эрки, ор-номуси, кадр-қиммати ва бошқа ажралмас ҳуқуқларини олий кадрият ҳисоблайдиган умуминсоний тамойилларга асосланади (Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, 13-модда).

Муайян бир давлатнинг қонун чиқарувчилик фаолияти ҳуқуқий меъёрларда халқнинг турли анъаналар ва диний ақидалар, урф-одатларида ижтимоий ривожланишининг ифодаланиши орқали акс этади. Шу маънода журналистлар, қонунчилик меъёрларини, касбий фаолияти давомида амал қилиши лозим бўлган ҳуқуқ ва мажбуриятларини яхши билишлари зарур. Бунинг учун, албатта **халқаро ва миллий қонунчиликни нима эканлигини** фарқлаб олишлари керак.

Халқаро меъёрлар деганда, икки ва ундан ортиқ мамлакатлар миқёсида қабул қилинган ҳужжатларга халқаро доирада амал қилиш (Декларациялар, Протоколлар, шартномалар ва ҳоказолар) назарда тутилади. Оммавий ахборот воситалари фаолиятига доир миллий қонунчилик биринчи навбатда ушбу халқаро меъёрлар асосида тартибга солинади. Бироқ бир мамлакатда қайсидир халқаро меъёрга амал қилиниши учун ушбу ҳужжат давлат томонидан ратификация (тан олиш) қилинган бўлиши шарт. Ратификация қилинмаган ҳужжатлар асосида ОАВ фаолиятини тартибга солинишига йўл қўйилмайди.

Журналистнинг ҳуқуқ ва эркинликларининг асосида, энг аввало халқаро ҳуқуқ меъёрлари ётади. Ана шу меъёрларни ахборот ҳуқуқи, оммавий ахборот эркинлиги нуқтаи назаридан кўриб чиқадиган бўлсак, унинг энг аввалида Инсон ҳуқуқлари Умумжаҳон Декларацияси қайд этилади.

Инсон ҳуқуқлари Умумжаҳон Декларацияси

ОАВ фаолиятига алоқадор халқаро меъёрий ҳужжатларнинг энг асосини Инсон ҳуқуқлари Умумжаҳон Декларацияси ташкил этади. У мустақил Ўзбекистон эътироф этган дастлабки халқаро ҳужжатдир.

Мазкур ҳужжатдаги бир қатор меъёрлар бевосита ОАВ фаолиятига тегишлидир.

Жумладан:

Инсон ҳуқуқлари Умумжаҳон Декларациясининг 19-моддасида: *“Хар бир инсон эътиқод эркинлиги ва уни эркин ифода қилиш ҳуқуқига эга; бу ҳуқуқ ҳеч бир тўсиқсиз ўз эътиқодига амал қилиш эркинлигини ҳамда ахборот ва гояларни ҳар қандай восита билан давлат чегараларидан қатъи назар излаш, олиш ва тарқатиш эркинлигини ўз ичига олади”* дейилади. Ушбу меъёр журналистларнинг ўз фикрини эркин ифода этиши, ҳеч қандай тўсиқларсиз ахборотларни олиши, уларни қайта ишлаши ва монеликсиз тарқатишини таъминлайди.

Бундан ташқари “Фуқаролик ва сиёсий ҳуқуқлар тўғрисидаги Халқаро Пакт”да, “Инсон ҳуқуқлари ва асосий эркинликлар тўғрисида Европа Конвенцияси”, “Матбуот эркинлиги Хартияси”, “Женева конвенцияси”, “Адабий ва бадий асарларни ҳимоя қилиш тўғрисида Берн конвенцияси” ва Ўзбекистон Республикасининг БМТ, ЕХХК, МДХ ва бошқа халқаро ташкилот ва альянслар олдидagi мажбуриятлари, Ўзбекистон Республикасининг бошқа давлатлар билан ахборот сиёсатида доир тузган битим ва шартномалари ҳам ОАВ воситалари фаолиятининг тартибга солувчи халқаро ҳужжатлар саналади.

Фуқаролик ва сиёсий ҳуқуқлар тўғрисидаги Халқаро Пакти

Халқаро Пактнинг 19-моддаси бевосита сўз эркинлиги ва оммавий ахборот воситалари фаолиятига боғлиқ.

Жумладан 19-модданинг 1-бандида *“Ҳар бир инсон ҳеч бир тўсиқсиз ўз фикрига эга бўлиш ҳуқуқига эга”*, дейилган бўлса, 2-бандида *“Ҳар бир инсон ўз фикрини эркин ифода этиш ҳуқуқига эга; бу ҳуқуқ ҳар қандай ахборот ва гояларни давлат чегараларидан қатъи назар ихтиёрий равишда оғзаки, ёзма ёки матбуот орқали, ёки бадий шаклларда, ёки ўз хоҳишига қараб бошқа воситалар йўли билан излаш, олиш ва тарқатиш эркинлигини ўз ичига олади”*, дейилган. Шу билан бирга, ушбу модданинг 3-бандида, *“юқорида иккинчи бандда назарда тутилган ҳуқуқлардан фойдаланиш алоҳида мажбуриятлар ва масъулият юклайди. Бу тарзда фойдаланиш айрим чеклашлар билан боғлиқ, лекин бу чеклашлар қонун билан белгиланиши ва қуйидагилар учун зарур бўлиши лозим:*

а) бошқа шахсларнинг ҳуқуқлари ва обрў-эътиборини ҳурмат қилиш учун;

б) давлат хавфсизлигини, жамоат тартибини, аҳоли саломатлигини ёки ахлоқини муҳофаза этиш учун”, деб қайд этилган.

Инсон ҳуқуқлари ва асосий эркинликлари тўғрисидаги Европа Конвенцияси

XX асрнинг иккинчи ярмида Европа Кенгаши ОАВ ва журналистлар эркинлигига оид бир қатор ҳуқуқий мезонлар ва ҳужжатлар қабул қилди. Шулардан энг муҳими 1950 йил 4 ноябрь куни қабул қилинган “Инсон ҳуқуқлари ва асосий эркинликлари тўғрисида”ги Европа Конвенциясидир. Ушбу ҳужжатнинг (ИХЕК) 10-моддасида сўз ва фикрни эркин ифода этиш ҳақида сўз боради. Унга мувофиқ *“ҳар бир инсон ўз фикрини ифодалаш эркинлигига эга”* экан ҳамда *“бу давлат органлари томонидан аралашувларсиз ва давлат чегараларидан қатъий назар излаш, олиш ва тарқатиш эркинлигини ўз ичига олиши”* таъкидланган.

Оммавий ахборот воситалари фаолиятига доир қонунларнинг деярли барчасида халқаро ҳуқуқ нормаларининг устуворлиги таъкидлади.

Худди шундай қоида Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 29-моддасида ҳам келтирилади. Инсоннинг эътиқод эркинлиги ва уни эркин ифода қилиш ҳуқуқи инсонга туғилганиданок тегишли бўлган ҳуқуқи ҳисобланади. Шунинг учун модда: *«Ҳар бир инсон...»* деган жумладан бошланади. Зеро, табиий-шахсий ҳуқуқ ва эркинликлар инсоннинг ажралмас ҳуқуқидир.

Эътиқод эркинлиги – умумжаҳон ҳамжамияти эътироф этган халқаро ҳуқуқ меъёри бўлиб, миллий тафаккуримизга, диний-тарихий анъаналаримизга, маънавий меросимизга ҳам мосдир. Инсоннинг ўзи шундай эътиқод, фикр ва сўз эркинлиги барқарор бўлган ҳаётгагина муносибдир, дунёга сиқилиб-биқиниб яшашга келмаган. (Карим Баҳриев)

Эътиқод эркинлиги эса кўпроқ билишни, кўпроқ ахборот олишни тақозо этади. Ахборотни излаш, олиш ва тарқатиш кенг кўламли, ўзаро боғлиқ жараёнлардир. Худди ана шу ўринда оммавий ахборот воситалари муҳим аҳамиятга эга. Зеро, инсонлар бир-бирлари билан ахборот алмашишлари лозим. Ахборот алмашиш воситаси эса оммавий ахборот воситаларидир.

Оммавий ахборот воситалари – жамиятнинг барча аъзоларини холис ва ҳаққоний ахборот билан таъминловчи асосий воситадир.

Ўзбекистон Республикаси оммавий ахборот воситаларининг қонунчилиги деганда Ўзбекистон Республикаси Конституцияси асосида қабул қилинган қонунларни ва давлат ҳокимияти ваколатли органларининг қонунларни амалга ошириш мақсадида қабул қилган ҳамда қонунларга мос келиши шарт бўлган меъёрий актларини тушуниш лозим.

Оммавий ахборот воситалари фаолиятига бевосита ва билвосита тааллуқли бўлган қонунлар қуйидагилардир:

«Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»;

«Ахборот эркинлиги тамойиллари ва кафолатлари тўғрисида»;

«Ноширлик фаолияти тўғрисида»;

- «Журналистик фаолиятини ҳимоя қилиш тўғрисида»;
- «Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида»;
- «Давлат сирларини сақлаш тўғрисида»;
- «Ахборотлаштириш тўғрисида»;
- «Реклама тўғрисида»;
- «Архивлар тўғрисида»;
- «Фуқароларнинг мурожаатлари тўғрисида»;
- «Телекоммуникациялар тўғрисида»;
- «Алоқа тўғрисида»;
- «Фаолиятнинг айрим турларини лицензиялаш тўғрисида».
- “Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида”
- “Давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятининг очиклиги тўғрисида”
- “Болаларни уларнинг соғлиғига зарар етказувчи ахборотдан ҳимоя қилиш тўғрисида”
- “Жамоатчилик назорати тўғрисида”

Оммавий ахборот воситалари ўз фаолиятини юритар экан, Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик, Фуқаролик-процессуал, Жиноят, Жиноят-процессуал, Жиноят-ижроия, Хўжалик-процессуал кодекслари, Махмурий жавобгарлик тўғрисидаги кодекс меъёрларига кўра иш юритишига ҳам тўғри келади. Шу қаторда, оммавий ахборот воситалари, юридик шахс ўлароқ, давлатга солиқ тўлайди, унинг ходимлари солиқ тўлайдилар, қарабсизки, Ўзбекистон Республикасининг Солиқ кодекси, бошқа солиқларга доир қонунчилик меъёрларига ҳам дуч келинади. Оммавий ахборот воситалари ўз ҳамкорлари, рақобатчилари ҳамда ўз ходимлари билан муносабатида фуқаролик ҳуқуқи меъёрларини, айниқса, меҳнат қонунчилиги меъёрларини қўллашига тўғри келади.

ОАВ соҳасига тааллуқли бўлган қонунларда сўз ва матбуот эркинлигини таъминловчи асосий меъёрлар ўз аксини топган. Жумладан, “Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”, “Журналистик фаолиятни ҳимоя қилиш тўғрисида”, “Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида”ги, “Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”, “Ахборот олиш кафолатлари ва эркинлиги тўғрисида” каби қонунлар мамлакатда оммавий ахборот воситаларининг эркин фаолият юритишини таъминловчи асосий ҳужжатлар ҳисобланади.

“Оммавий ахборот воситалари тўғрисида”ги Қонуннинг 5-моддасида:
“Ўзбекистон Республикасида оммавий ахборот воситалари эркиндир. Ҳар ким, агар қонунда бошқача қоида назарда тутилмаган бўлса, оммавий ахборот воситаларида чиқиш, ўз фикри ва эътиқодини ошқора баён этиш ҳуқуқига эгадир. Давлат оммавий ахборот воситаларининг фаолияти ва ахборотдан фойдаланиш эркинлигини, мулк ҳуқуқини, давлат органларининг гайриқонуний қарорларидан, улар мансабдор шахсларининг гайриқонуний ҳаракатларидан (ҳаракатсизлигидан) ҳимоя қилинишини кафолатлайди. Оммавий ахборот воситаларининг фаолиятига тўсқинлик қилиш ёки аралаштириш тақиқланади. Оммавий ахборот воситалари қонун ҳужжатларига мувофиқ ахборотни излаш, олиш, тадқиқ этиш, тарқатиш, ундан фойдаланиш, уни сақлаш ҳуқуқига эга ҳамда тарқатилаётган ахборотнинг ҳолислиги ва ишончлилиги учун белгиланган тартибда жавобгар бўлади”, дейилади.

“Журналистик фаолиятни ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуннинг 4-моддасида эса
“Ўзбекистон Республикасида оммавий ахборот воситаларининг цензура қилинишига йўл қўйилмайди. Ҳеч ким журналистдан эълон қилинаётган хабарлар ёки материаллар олдиндан келишиб олинишини, шунингдек уларнинг матни ўзгартирилишини ёхуд уларнинг наирдан бутунлай олиб ташланишини (эфирга берилмаслигини) талаб қилиш ҳуқуқига эга эмас.” дейилган. Шунинг мазкур қонуннинг 8-моддаси меъёр орқали журналистикнинг дахлсизлиги ҳам ҳимоя қилинишини белгилаб қўйган. Жумладан, унда шундай дейилган: *“Журналист журналистик фаолиятини амалга ошириш чоғида шахс дахлсизлиги кафолатидан фойдаланади. Танқидий материаллар эълон қилганлиги учун журналистни таъқиб қилишига йўл қўйилмайди.”* Бу каби меъёрларни мамлакатда қабул қилинган яна бир қатор қонун,

жумладан, "Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида"ги, "Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида"ги қонунларда ва қонуности ҳужжатларда ҳам учратиш мумкин.

Сир эмас, амалиёт фаолият олиб бораётган журналистлар орасида касбий ҳуқуқ деганда фақат ахборот олиш ва узатишни тушуниш билан кифояланувчилар талайгина. Хўш, журналист касбининг мазмуни нимадан иборат? Журналистлар ўз ҳуқуқларини бугун қай даражада билади? Умуман, журналист касбини амалга оширишнинг қонуний тартиби, ҳуқуқий ҳимояси борми?

Журналист ҳақида гап кетганда биринчи айтиладигани унинг ижодий касб эканлигидир. Дарҳақиқат, журналистика ижодий соҳа, журналистлик ижодий касб. Унинг асосини табиат ва жамиятда содир бўлган воқеаларни ёритиш ётади. Журналистлик бевосита ОАВнинг бирор турида ишлаш, унга материаллар тайёрлаш, нашрлар ва ахборот воситаларини чиқариш ва тарқатишда бевосита иштирок этиш, фаолият олиб бориш демакдир. Унинг энг асосий ҳуқуқи ахборот олиш, қайта ишлаш ва узатишдир. Демак, ахборот журналистика учун ҳаётий зарурат. Аммо уни осонликча қўлга киритиб бўлмайди. Журналист бирор бир объектга ахборот олиш учун мурожаат қилса, ундан фуқаролик шахсини тасдиқловчи ҳужжат – паспортдан ҳам олдин, журналистлигини тасдиқловчи ҳужжат-гувоҳнома талаб қилинади. Ушбу ҳужжат журналистнинг ҳуқуқий мақомини белгилайди. Ахборот олишлари учун журналист биринчи навбатда ҳуқуқий мақомга эга бўлиши керак.

Ўзбекистон Республикасининг “Журналистик фаолиятни ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонуннинг 3- моддасида ушбу ҳуқуқ белгилаб берилган. Унга кўра, **“Журналист меҳнатга оид ёки бошқа шартномавий муносабатлар асосида оммавий ахборот воситалари учун хабарлар ва материалларни тўплаш, таҳлил этиш, таҳрир қилиш, тайёрлаш ҳамда тарқатишга доир фаолиятни амалга оширувчи шахсдир”** (1) дейилган. Агар журналист қонуннинг ушбу моддасига мувофиқ ОАВнинг бирор бир турида расмий равишда штатда ёки шартнома асосида ишлайдиган бўлса, унинг ушбу ОАВдаги фаолиятини ифода этувчи ҳужжат – гувоҳнома берилади. Ушбу гувоҳнома журналистнинг касбий фаолиятни амалга оширишга расман рухсат берувчи қонуний асос ҳисобланади.

Сўнгги йилларда “Журналистик фаолиятни ҳимоя қилиш тўғрисида” ги қонуннинг ушбу 3-моддаси қизгин мунозараларга сабаб бўлмоқда. Чунки ахборот технологияларнинг ривожланиши, айниқса интернетнинг ҳамма учун очиклиги туфайли фуқаролар нафақат ахборот оляпти, балки ахборот узатиш билан ҳам шуғулланаёпти. Хусусан, интернет тизимида ўз шахсий блоги, саҳифаси ва профилига эга бўлган ҳамда ахборот тарқатиш билан шуғулланувчилар фаоллашган. Буларнинг ичида, айниқса блогер фаолияти мазмун-моҳиятан журналист касбига (айрим ўринларда айнан) жуда яқин. Қолаверса, Ўзбекистон Республикаси “ОАВ тўғрисида” (4-модда), “Ахборотлаштириш тўғрисида” (3-модда), “Журналистик фаолиятни ҳимоя қилиш тўғрисида” (3-модда) сингари қонунларда интернетнинг ОАВ тури сифатида эътироф этилиши, блогерлар фаолиятини қайсидир маънода ҳуқуқий жиҳатдан кафолатлайди. Жумладан, Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида” ги қонуннинг (2014 йил 4 сентябрдаги ЎРҚ-373-сонли Қонунига асосан хатбоши билан тўлдирилган — ЎР ҚХТ, 2014 й., 36-сон, 452-модда) 3-моддасида блогер тушунчасига аниқлик киритилган. Унга кўра, **блогер** — Интернет жаҳон ахборот тармоғидаги ўз веб-сайтига ва (ёки) веб-сайт саҳифасига ҳамма эркин фойдаланиши мумкин бўлган, ижтимоий-сиёсий, ижтимоий-иқтисодий ва бошқа хусусиятга эга ахборотни жойлаштирувчи, шу жумладан ахборотдан фойдаланувчилар томонидан ушбу ахборотни муҳокама қилиш учун жойлаштирувчи жисмоний шахс” (2) лиги белгилаб қўйилган. Шу маънода, жамиятдаги турли ижтимоий-сиёсий, иқтисодий, ҳуқуқий маънавий-ахлоқий мавзуларни ёритишда айрим блогерлар маҳоратли журналистлардан ҳеч қолишмаса ҳам қонуний нуқтаи назардан уларни журналист ҳисоблаб бўлмайди. Чунки уларнинг мақоми журналист мақоми билан тенглаштирилмаган. Бундан ташқари, ушбу масалада қонунга аниқлик киритишни тақозо

этади.

Журналистнинг мақоми мамлакатдаги оммавий ахборот воситаларининг мақоми билан муштарак тарзда боғлангандир. Оммавий ахборот воситасининг бош вазифаси аудиторияси учун қизиқарли бўлган мамлакатда ва жаҳонда кечаётган воқеа-ходисалар ҳақида энг янги, энг аниқ ва энг тўла ахборотни тезкор равишда етказиб беришдир. Журналистнинг вазифалари ҳам шундан келиб чиқади. Унинг бош вазифаси - огоҳлик, яъни ахборотни излаш, олиш ва халққа етказишдир. Журналист ўта муҳим ижтимоий вазифани бажаришини эҳтибордан соқит қилиб бўлмайди.

Албатта, дунёнинг тараққий қилган мамлакатларининг аксариятида (масалан, АҚШда ҳам, Олмонияда ҳам, Буюк Британияда ҳам, Фарангистонда ҳам) журналистнинг алоҳида ҳуқуқларини ҳимоя қилувчи махсус қонунлар йўқ, аммо бу мамлакатларда журналистлар учун сўз эркинлиги барқарордир. Мадомики, Ўзбекистонда журналистларнинг касб фаолиятини ҳимоя қилиш ҳақида қонунлар яратилган экан, демак, бундай ҳимояга эҳтиёж бор. Ахборот олиш қонуний кафолатланаётган экан, демак, ахборотни олиш ва, айниқса, тарқатиш бизда ҳали муаммодир. "

Сўз эркинлигининг амалга ошиши, журналистларнинг эркин фаолият юритиши, мустақил оммавий ахборот воситаларининг жамиятни ва ҳукуматни ҳушёр тортирувчи ҳаққоний сўзи охир-оқибатда иллатларни йўқотиш, ҳукумат ҳаракатларини шаффофлаштириш, халққа кўриниб турадиган қилиш, одамлар иродасини ифода қилиши керак бўлган давлатни халққа ҳисоб бериб туришга мажбур этиш, демократик тузумнинг асоси бўлган халқ ҳокимиятни сўз эркинлиги орқали рўёбга чиқариш йўли билан жамият учун барқарорлаштирувчи таъсирга эгадир.

Жамиятдаги сўз эркинлигининг тақдири учун муҳим бир жиҳат борки, бу журналист шахсининг ўзига боғлиқ. Яъни, гап журналистнинг ҳуқуқий маданияти ва ахлоқий онги билан боғлиқ жиҳатлар хусусида боради. Журналистлар жамиятда юз бераётган ҳодисалардан, хавфли ҳолатлардан огоҳлиги учун, матбуотда ижтимоий уйғоқ фикрни шакллантириш учун ўз ўринларини билган ҳолда имкон қадар беҳато ишлашлари лозим. Чунки, ОАВда тарқатилган нотўғри, асосланмаган, уйдирма материаллар, шаҳват, ҳирс ва навс важоҳатларини илоҳийлаштириш, пул учун енгил-елпи ишларни қилиш, маддоҳлик йўлини тутиш, нафақат муайян журналистга нисбатан, балки бутун ОАВга нисбатан берилган баҳо.

Журналист касбининг икки муҳим жиҳати бор. Бу ҳаққоний ахборот бериш ва холис таҳлил қилишдир. Улар бир-бири билан чамбарчас боғлиқ ва бир-бирини тўлдирувчи жиҳатлардир. Яъни журналист имкон қадар тўғри ахборотни бериш керак, уни таҳлил қилаётганда эса томонларга ён босмасдан холис туриши керак. Журналист ҳақиқатпарвар деганда қонунни ҳимоя қилиниши назарда тутилмайди, у ҳуқуқшунос ёки ислоҳотчи ҳам эмас, у халқ вакили. Халқ учун ОАВ бир томондан мунозаралар юритиладиган минбар, иккинчи томондан фуқаролар учун ахборотлар манбаидирки, халқ у ёки бу қарорга келиши учун ўз қувваи ҳофизаси билан бирга ана шу хабарларга ҳам асосланади. Журналист тўғри ахборот бериши, ҳақиқатни ёзиши керак, бунинг учун эса етти ўлчаб бир кесиш, Шарққа хос бўлган одоб-ахлоқ категориясининг асосий мезонлари, хотиржамлик, ўзгалар шаънини ҳурмат қилиш, мулоҳазакорликка амал қилиш демакдир.

Мутахассисларнинг фикрича, ХХI аср маънавий-мафкуравий ахборот омилларининг таъсир кучи моддий ва молиявий ресурсларга нисбатан кўпроқ аҳамиятга эга. Одамларда ахборотга танлаб ёндашувдан кўра, кўр-кўрона ишонил хисси устувор (2). Шу нуқтаи назардан глобал ахборот тизимининг шаклланиши, жаҳон миқёсида ахборот жуда тез тарқалиши, умуман ОАВ ва айниқса, ҳар бир журналистдан масъулиятни ҳар қачонгидан кўра ошириш лозимлигини тақозо этади. Чунки бу жараёнда журналистларга бўлган талаб ҳам, эҳтиёж ҳам ортиб бормоқда.

ТАВСИЯ ЭТИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. - Т.: Ўзбекистон, 2002.
2. Ўзбекистон Республикасининг “ОАВ тўғрисида”ги Қонуни. Lex.uz
3. Ўзбекистон Республикасининг “Журналистик фаолиятни ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Қонуни Lex.uz
4. Ўзбекистон Республикасининг “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги Қонуни. Lex.uz
5. Дўстмуҳаммадов Х. Журналистнинг касб одоби муаммолари. – Тошкент. Янги аср авлоди. 2007
6. Бахриев К.Х. Оммавий ахборот воситаларининг ҳуқуқий асослари. Тошкент, 2004.
7. Бахриев К.Х., Ҳамидов И., Турсунова М., «ОАВ соҳасида 100 та савол» ОАВ, журналистлар ва блогерлар учун юридик маълумотнома. Тошкент, 2020
8. Бахриев К.Х. Ўзбекистон ОАВ қонунчилиги саволлар ва жавобларда. Тошкент, 2021
9. Саидов. Ҳ. Матбуот – миллий манфаатлар ҳимоячиси. – Тошкент. 2009.
10. Законы и практики Средства Массовой Информации в странах Европы, Америки. - М.: Издательство “Галерия”, 1999.
11. Мирносиров М. Глобал таъсир воситаси // “Тафаккур”. 2004, 2-сон. – Б .82-83.
12. Қаршибой М. Қалб бунёдкорлиги. // “Тафаккур”. 2001. 2-сон.- Б. 4-12.
13. Тошбоев О. Келажак қайғуси ёхуд глобаллашув жараёни // “Тафаккур” 2007. 1-сон. – Б.19.
14. Законы и практика Средства Массовой Информации в странах СНГ и Балтии. М.: Издательство “Галерия”, 1999
15. Тошпўлатова Н. Журналистиканинг халқаро ҳуқуқий асослари. Т.: 2012.
16. Қурбон Назира, Саидов Ф. Журналистиканинг ҳуқуқий асослари. Дарслик. –Тошкент. 2019. 280б.
17. Султонова Б. Бизга бугун қандай журналистика керак? // Kun.uz

KÖNÜL NİFTƏLİYEVƏ

Bakı Dövlət Universiteti
kenul.nifteliyeva@gmail.com

QLOBALİZMİN MEDIA ÜZƏRİNDƏKİ TƏSİRLƏRİ: QLOBAL MEDIADA ETİK PROBLEMLƏR

1990-cı illərdən etibarən geniş şəkildə istifadə edilməyə başlayan qlobalizm anlayışı təkə kommersiya və maliyyə əlaqələrinin qlobal səviyyədə gerçəkləşməsi ilə deyil, eyni zamanda mədəniyyətlərin bir-birinə qarışması, məkan və onun dərk edilməsi formasının dəyişməsi, beynəlxalq normaların ortaya çıxması, informasiya və kommunikasiya sahəsində yaşanan inkişaf, milli və suveren sərhədlərin aşınması və bütün bunlarla yanaşı insanların hərəkətlilik qazanması (1, s.6) ilə xarakterizə edilir. Qlobalizmə vahid bir tərifin verilməsi mümkünsüz kimi görünür. Çünki mütəxəssislər tərəfindən siyasi, iqtisadi, mədəni və ideoloji ölçüləri ilə fərqli şəkildə dəyərləndirilən qlobalizm dərəcəsi, səbəbləri, xronologiyası, təsiri, izlədiyi yol və nəticələri (6, 32) etibarlı ilə də fikir ayrılığının yaranmasına gətirib çıxarıb. Bu baxımdan çox vaxt hiperqlobalistlər, skeptiklər və dönüşümcülər olaraq üç qrupa ayrılan nəzəriyyəçilər müxtəlif tezislər irəli sürürlər. Hiperqlobalistlərə görə qloballaşma hər sahədə hiss edilən və effektiv təsirləri olan vəziyyətə çevrilmişdir. Əvvəlki ilə müqayisədə kommersiya əlaqələrinin dünya miqyasında xeyli dərəcədə çoxalması ölkələri öz iqtisadiyyatlarını sərbəst şəkildə nəzarətdən məhrum etmiş, yeni beynəlxalq investisiya sahiblərinin və şirkətlərin qoyduğu qaydalar dövlət siyasətinin yerini tutmağa başlamışdır. Ancaq bu fikirlərə qarşı çıxan skeptiklər, yəni şübhəçilər, əslində qloballaşma anlayışının şişirildiyini və onun yeni olmadığını müdafiə edirlər. Onlara görə kommersiya əlaqələrində fərqliləşən tək şey dövlətlər arasındakı qarşılıqlı əlaqələrin sıxlaşmasıdır. Eyni zamanda, milli dövlətlər mövcud güclərini qoruyaraq qloballaşmada önəmli rol oynayırlar. Bu iki qrupun arasında qalan dönüşümcülər isə qlobal düzənin dəyişməkdə olduğunu vurğulayırlar. Dönüşümcülərə görə qloballaşma ilə birlikdə bir çox sərhədlər ortadan qalxmışdır. Qlobal köç, media və inkişaf edən kommunikasiya texnologiyaları mədəni təsirlərin yayılmasını təmin etmiş və hər şey kimi dövlətlərin və hökumətlərin də strukturu dəyişmişdir (4, s.128-129).

Necə ifadə edilməsindən və qiymətləndirilməsindən asılı olmayaraq qloballaşmanın iqtisadi strukturun içində yer alan bütün sektorları təsiri altına aldığı danılmaz faktır. Bu sahələrdən biri də sözsüz ki, mediadır. Əslində medianın günümüzdəki vəziyyətinin qloballaşmanın səbəbimi, yoxsa nəticəsi olduğu müzakirə obyektidir. Səbəb-nəticə əlaqəsinin hansı formada olmasından asılı olmayaraq medianın insanlar üzərində effektiv təsirə sahib olduğu artıq inkaredilməz reallıqdır (2, s.80). Media sahib olduğu özəlliklər sayəsində iqtisadi, ictimai, siyasi və mədəni sahədə bir çox problemin işıqlandırılmasında, gündəmə gətirilərək həll olunmasında xüsusi önəm kəsb edir. Media, eyni zamanda maarifləndirmə, məlumatlandırma kimi funksiyaları ilə ictimai rəyin formalaşmasında və gündəmin müəyyən edilməsində güclü vasitələrdən biri olaraq qarşımıza çıxır. Lakin medianın sahib olduğu bu güc də qloballaşma ilə birlikdə dəyişikliklərə məruz qalmış və bəzi etik problemləri də bərabərində gətirmişdir.

İnsan münasibətlərini, bu münasibətlərdəki kodeks və qaydaları əxlaqa əsaslanaraq öyrənən, fəlsəfə elminin bir qolu olan etika media kontekstində, media işçilərinin, ya da jurnalistlərin peşə fəaliyyətlərini icra edərkən əməl etmək məcburiyyətində olduqları qanun və qaydaları ifadə edir. Mediadakı etik kodlar hər bir ölkənin həssaslıq göstərdiyi adət-ənənələr və normalar baxımdan fərqlilik göstərsə də, qəbul edilən bütün bildirişlər, nizamnamələr və ya kodekslər -ictimai fayda, tərəfsizlik, fərdin vətəndaşlıq haqlarına və şəxsi həyatına hörmət, dürüstlük kimi əsas nöqtələrdə birləşir (5, s.3446-3450). Bəzi media tənqidçilərinin fikrincə bütün bunlar reallıqda heç də öz təsdiqini tapa bilmir. Məsələn, məşhur nəzəriyyəçilərdən Noam Chomsky irəli sürdüyü Propaqanda modelində medianın iş prinsipinə diqqət çəkərək, əslində jurnalistikanın dürüstlük, tərəfsizlik, obyektivlik, balanslılıq və vicdanlılıq olaraq bilinən əsas etik prinsipləri yerinə yetirə bilməsinin

önündəki maneələri vurğulayır. Chomskyə görə, hər hansı bir xəbər hazırlanarkən beş süzgecdən keçir ki, bu da onun reallığı deyil, reallığın təmsilini əks etdirməsinə səbəb olur. Chomsky birinci süzgeci mülkiyyət (böyük media şirkətlərinin çoxu mənfəət məqsədi güdən bir neçə qlobal şirkətin əlindədir), ikincisini investisiya (media şirkətlərinin əsas gəlir qaynaqlarını reklamlar təşkil etdiyindən bir növ onlardan asılı vəziyyətdədirlər), üçüncüsünü qaynaqlar (media qurumlarının bir çoxu iqtisadi çətinliklərə görə daha çox rəsmi quruluşların və ya mənfəət məqsədi güdən şirkətlərin verdikləri məlumatlarla yetinmək məcburiyyətində qalırlar), dördüncüsünü reaksiya (müəyyən vəzifəli və ya güc sahibi olanların təzyiqi) və sonuncusunu isə anti-kommunizm (kapitalizm cəmiyyətində bütün qeyri-ideologiyalara qarşı çıxmaq kimi dəyərləndirilə bilər) olaraq ifadə edir (7, s.35-36). Bu da haqlı olaraq özü ilə bərabər insanların ağılında jurnalistikanın etik prinsiplərinin hansı çərçivədə gerçəkləşə biləcəyi sualını doğurur.

Hər şeydən öncə jurnalistikanın, cəmiyyətin ehtiyacı olan məlumatları etibarlı, doğru və tərəfsiz bir şəkildə ala bilməsini təmin edən, insanlıq tərəfindən inkişaf etdirilmiş bir sistem (3, s.12) olduğunu vurğulamaq labüddür. Ancaq qloballaşma ilə meydana gələn struktur dəyişikliyi və investisiyanın təsirinin mediada yer alan mesajların effektivliyini azaltması, medianın imperializmin vasitəsi olaraq istifadəsi onun əvvəlki etibarını zədələmişdir. Bəzi mütəxəssislərin fikrincə media qloballaşma mərhələsində ictimaiyyətin tərəfsiz, qaneedici və doğru məlumatlandırılması yerinə, iqtisadi, siyasi və ideoloji gücləri əllərində cəmləşdirən insanların mövqeyini möhkəmləndirməsinə xidmət etməyə başlamışdır. Monopoliya, holdinqləşmə və neo-liberal siyasət medianın strukturunda önəmli dəyişikliklərə səbəb olaraq qlobal və kommersiya məqsədli media şəbəkəsini ortaya çıxarmışdır. Mənfəət əlaqələri çərçivəsində manipulyasiya xarakterli, etik prinsiplərin riyət olunmadığı informasiyaların dövriyyəsi çoxalmışdır.

Qloballaşma ilə birlikdə mediada yaşanan dəyişikliklər son dövrlərdə artıq qlobal media etikası ilə bağlı müzakirələri də gündəmə gətirmişdir. Bu fikir kommunikasiya texnologiyaları sahəsindəki bərabərsizliyi ortadan qaldırmaq və inkişaf etmiş ölkələrlə digər ölkələr arasındakı informasiya axını tarazlamaq istiqamətindəki cəhdlərdən doğmuşdur. Qlobal jurnalistika etikası jurnalistlərin “auditoriyasını” dünya vətəndaşları olaraq görən və tərəfsizlik, balanslılıq, obyektivlik, vicdanlılıq kimi prinsipləri kosmopolit bir şəkildə dəyərləndirən bir kodeks olaraq dəyərləndirilir.

ƏDƏBİYYAT

1. Adadağ Özgür, Yıldızcan Cemil (2011). Küreselleşme ve demokrasi. Ankara: Dipnot Yayınları.
2. Güven Seren (2016). Küreselleşme sürecinde medyanın rolü ve önemi. İstanbul: Yayınlanmamış YTL
3. Kovach Bill və Rosenstiel Tom (2007). Gazeteciliğin Esasları. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
4. Orhon Nezi, Yılmaz Ayhan (2015). Küreselleşme ve kültürlerarası iletişim. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
5. Örs Ferlül (2010). Küresel medya ortamında yaşanan etik sorunlar ve uluslararası düzenlemeler. Yaşar Üniversitesi Dergisi, 20 (5), 3443-3452.
6. Steger B. Manfred (2013). Küreselleşme. Tər.: Abdullah Ersoy. Ankara: Dost Yayınları.
7. Şahin Abdurrahman (2011). Eleştirel medya okuryazarlığı. Ankara: Anı Yayıncılık

**GİZLİ AUDIO VƏ YA VİZUAL MƏLUMATLAR VƏ ŞƏXSİ HƏYATIN
TOXUNULMAZLIĞI PROBLEMİ**

Dünya elə bir inkişaf mərhələsinə gəlib çıxmışdır ki, artıq yeni elektron texnologiyalarsız, internetsiz, “ağıllı” telefonlarsız, elektron xidmətlərsiz, sosial şəbəkələr olmadan bütövlükdə sosial həyatın mövcudluğundan danışmaq çətindir. Müasir dövrün sürətlə inkişaf edən bu yeni texnologiyaları və onların müxtəlif təsədüfləri həyatımıza çox sürətlə daxil olaraq onun ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Yeni texnologiyalar insanların həyatını əslində daha da asanlaşdırmış, bir çox problemlərin həllini daha əlçatan etmiş və praktiki olaraq virtual məkanla bağlı olmayan problemlərin həlli üçün daha çox vaxtın qalmasına imkan yaratmışdır. Artıq İntellektual Zəka (IQ – intelligence quotient) və Emosional Zəka (EQ – emotional quotient) ilə yanaşı indi həm də Rəqəmsal Zəka (DQ – digital quotient) insanların cəmiyyətdə və iqtisadi həyatda iştirakında mühüm rol oynamağa doğru gedir. Bu baxımdan artıq çox geniş spektri əhatə edən rəqəmsal həyatın real həyatla sərhədləri itməkdədir. Belə ki, qloballaşmanı sürətləndirən İKT sahəsindəki sürətli dəyişmə və çevrilmə, bir sıra sosial həyat vərdişlərini elektron və rəqəmli mühitə daşımışdır. Bunu reallaşdıran elm və texnologiyanın öz aralarında meydana gətirdikləri sinergetika özü ilə “e-poçt”, “e-ticarət”, “e-demokratiya”, “e-idarəetmə”, “e-hökumət” kimi anlayış və fenomenləri meydana çıxarmışdır.

“Ağıllı” telefonlardan tutmuş “elektron hökumət”ədək, kompüter və planşetlərdən tutmuş “ağıllı kənd” və “ağıllı şəhər”ərədək geniş diapazonu əhatə edən rəqəmsal texnologiya və layihələr son dərəcə faydalı olmaqla, öz təyinatı üzrə gözlənen ümidləri doğrultmuşdur. Məsələn, “elektron hökumət” layihəsində hədəf vətəndaşlara ən yaxşı xidmət göstərilməsi olsa da, 1995-1996-cı illərdə dünyada ilk “elektron hökumət”i yaratmış ABŞ-da (ilk dəfə bu ölkədə 1960-cı illərdə internet yaradılmış və o dövrdən etibarən istifadə olunur) aparılan tədqiqatlar göstərir ki, bu yolla dövlətin iş yükü 40% azalmış, əməliyyatlara və kadrlara bir çox sahədə qənaət olunmuşdur. Bundan başqa, ABŞ-da vergi xidməti portalının yaradılması vergi ödəyicilərindən daxil olan informasiyanın işlənilməsinə sərf olunan vaxtın 8 aydan 20-30 dəqiqəyə qədər azaldılmasına imkan vermişdir.

Azərbaycanda isə 1993-cü ildən internetdən istifadə olunmağa başlanmış, bir il sonra AMEA-da ilk sayt yaradılmış, 1997-ci ildə isə ilk dövlət orqanı kimi Azərbaycan Respublikası Prezidentinin saytı yaradılmışdır. Lakin ölkəmizdə genişzolaqlı internet xidmətlərinin göstərilməsinə 2006-cı ildən başlanılmışdır. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Heydər Əliyevin 17 fevral 2003-cü il tarixli Sərəncamı ilə “Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiya (2003-2012-ci illər)” təsdiq edilmişdi. Strategiyada və onun əsasında hazırlanmış proqramlarda “elektron hökumət” layihəsinin reallaşdırılması nəzərdə tutulmuşdu. Nəticədə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 13 iyul 2012-ci il tarixli Fərmanı ilə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi yaradılmışdır. Fərmanla yaradılan “ASAN xidmət” mərkəzləri dövlət orqanları tərəfindən göstərilən xidmətlərin vahid və əlaqələndirilmiş formada həyata keçirilməsini təmin edən qurumlardır. “ASAN xidmət” mərkəzləri dövlət qulluqçularının fəaliyyətində əhaliyə münasibətdə vətəndaş məmnunluğunun təmin edilməsi istiqamətində yeni yanaşmanın formalaşdırılmasına, ölkədə dövlət qulluqçusu-vətəndaş münasibətlərinin keyfiyyətə yeni müstəviyə keçməsinə xidmət edir. Mərkəzlərin fəaliyyəti operativlik, şəffaflıq, nəzakətlik, məsuliyyət və rahatlıq prinsipləri əsasında qurulur (<https://asan.gov.az/>). Fəaliyyət göstərdiyi 10 ilə yaxın dövr ərzində xidmət mərkəzlərinə 8 milyon 206 min vətəndaşın 57,5 milyon müraciəti daxil olmuşdur. Bu müddət ərzində artıq bütün dünyada Azərbaycanın brendi olaraq tanınan və vahid məkan prinsipi əsasında dövlət xidmətlərini göstərən “ASAN xidmət” mərkəzlərinin fəaliyyətindən vətəndaş məmnunluğu davamlı olaraq 98 faizdən yuxarı olmuşdur.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli fərmanı ilə “Azərbaycan Respublikasında telekommunikasiya və informasiya texnologiyalarının inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”nin Tədbirlər Planı” təsdiq edilmişdir. Ölkə Prezidentinin 14 mart 2018-ci il tarixli 1885 nömrəli “Elektron hökumətin inkişafı və rəqəmsal hökumətə keçid ilə bağlı tədbirlər haqqında” Fərmanına əsasən Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin tabeliyində “Elektron Hökumətin İnkişafı Mərkəzi” publik hüquqi şəxs yaradılmışdır (4). 3 iyun 2019-cu ildə isə “Hökumət buludu”nun (G-cloud) yaradılması və “bulud” xidmətlərinin göstərilməsi sahəsində tədbirlər haqqında Fərman dərc olundu (7). Hazırda ölkədə “Elektron hökumət” portalı fəaliyyətdədir və onun fəaliyyəti ardıcıl şəkildə genişlənir. Bu günədək 40-a yaxın mərkəzi icra hakimiyyəti orqanı bu portala qoşulub və bu qurumlar tərəfindən vətəndaşlara təqribən 435 elektron xidmət göstərilir.

Bütün bu müsbət cəhətləri ilə yanaşı, rəqəmsal texnologiyaların həyatımıza sürətlə daxil olması kibercısnama, rəqəmsal iz, saxta xəbərlər, rəqəmsal məxfilik kimi müxtəlif fenomenləri əhatə edən informasiya təhlükəsizliyi adlandırdığımız problemi də sürətlə aktuallaşdırmışdır. Buna müvafiq olaraq, təbii ki, qanunvericilik də yeni xarakter və məzmun kəsb etmişdir. İnnovasiya təhlükəsizliyinin təmin edilməsi müasir dövrdə hər bir dövlətin ən prioritet vəzifələrindən birinə çevrilmişdir. Elmi-texniki tərəqqinin inkişafı artdıqca şəxsiyyətin, cəmiyyətin, dövlətin informasiya təhlükəsizliyi riski artmaqdadır və onun təhlükəsizliyi dövlət siyasətində müvafiq yeri tutmalıdır. Qeyd edək ki, informasiya təhlükəsizliyinin təmin edilməsi sahəsində Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2 aprel 2014-cü il tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya” ölkənin informasiya məkanının təhlükəsizliyinin təmin olunması, bu sahəni tənzimləyən normativ hüquqi bazanın inkişaf etdirilməsi, bu istiqamətin əsas məqsədləri kimi müəyyən edilmiş və müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

Rəqəmsal texnologiyaların ən geniş yayılmış nümunələrindən olan “ağıllı” telefonların həyatımıza daxil olması ilk bu tip mobil telefon olan “Nokia 9000 Communicator” ilə 1996-cı ildə başlamışdır. Günümüzdə artıq bu cihazların əslində rabitə funksiyasından başqa bir çox işləri gördüyü danılmazdır. Məsələn, bu telefonlar hər bir insan üçün səyyar foto və videoalbom, kalkulyator, saat rolunu oynamaqda, dünyanın bir çox ölkəsində yazılı mətbuatın tirajının sürətlə azalmasına səbəb olmaqla, həm həmin mətbuatı, həm də sosial medianı əvəz etməkdə, ətrafımızda olan bütün insanlarla operativ ünsiyyət vasitəsi funksiyasını yerinə yetirməkdədir. Gecələr və ya qaranlıq məkanlarda rahatlıqla əl fənəri funksiyasını “öz üzərinə götürən” bu mobil cihazlar turist səfərləri zamanı bundan 10-15 il əvvələdək bir çox insanın istifadə etdiyi foto və videokameraları da əvəzləmişdir. Hətta radio və televizor aparatlarını da arxa plana atan “ağıllı” telefonlar insanların qol saatlarına (hər nə qədər “ağıllı” saatlar meydana çıxsada) və əvvəllər ciblərdə gəzdirilən və ya evlərdə, ofislərdə divardan asılan təqvimlərə olan marağının da azalmasına səbəb olmuşdur. Ən nəhayət, insanlar artıq bir çox ödəmələri mobil tətbiqlər vasitəsilə həyata keçirməklə, əslində “ağıllı” telefonlardan pul kisəsi kimi də istifadə edirlər. Hazırda mobil telefonlar kompüterlərin ciddi rəqibinə çevrilmişdir.

Lakin müasir dövrdə yeni texnologiyaların və rəqəmsal həyatın reallıqları şəraitində bütövlükdə cəmiyyət həyatı və ayrı-ayrı insanların şəxsi həyatı ilə bağlı müəyyən məsələlər vardır ki, fikrimizcə, özünün tam və qəti hüquqi həllini tapmamışdır. Bizim diqqət yetirmək istədiyimiz məsələ qlobal xarakter almış elektron informasiya məkanındakı təhlükələrlə yox, “ağıllı” cihazlar vasitəsilə insanların şəxsi həyatlarına qanunsuz müdaxilə ilə bağlıdır. Bu bir faktdır ki, rəqəmsal həyata keçid həm cəmiyyətin kiçik modeli olan ailənin, həm də bütövlükdə cəmiyyətin qapalılığının pozulmasına gətirib çıxarmış, bir çox faydalı informasiyanın operativ şəkildə əldə edilməsinə səbəb olduğu kimi, zərərli, manipulyativ, hətta cinayət mahiyyətli informasiyaların da asanlıqla əlçatanlığına səbəb olmuşdur.

Başqa sözlə, müraciət etdiyimiz elmi problem “ağıllı” telefonlar vasitəsilə insanların şəxsi həyatına dair audio və vizual materialların qanunsuz əldə edilməsi və yayılması ilə bağlıdır. Səsyazma və videoçəkiliş funksiyalarını yüksək səviyyədə yerinə yetirən “ağıllı” telefonlardan kütləvi istifadə

problemin geniş yayılmasına səbəb olmuşdur. İndi bəsit şəkildə istifadə etsək, hər bir kəs bir başqasının hər hansı konkret şəraitdə və öz məqsədlərinə uyğun, əvvəlcədən planlaşdırılmış şəkildə səsini dinləyə, yazsa, video və ya foto şəkildə vizual görüntülərini, ünsiyyət zamanı dialoqun fotoskan edilmiş surətini əldə edə və yaya bilər. Bu zaman başqa bir problem həm də ondan ibarətdir ki, mövcud rəqəmsal texnologiyalar bu qəbildən olan “dəlil-sübut”ların əslindən fərqlənməyəcək dərəcədə saxta variantlarını yaratmaq imkanlarını da ehtiva edir. Bu hallarla bağlı faktların sayı artıq saya-hesaba gəlməyəcək qədərdir.

Xüsusən 2012-ci ildə artıq fəaliyyəti dayandırılmış ABU-nun keçmiş rektoru Elşad Abdullayev 2012-ci ildə deputat Gülər Əhmədovanın ondan 2 milyon dollar rüşvət almasına dair özünün əvvəlcədən planlaşdıraraq çəkdiyi videogörüntünü yayımlamaqla, böyük bir qalmaqalın əsasını qoymuş, nəticədə G.Əhmədova məhkəmə tərəfindən 3 il müddətinə həbs olunmuşdu. Bu hadisənin ardınca müxtəlif şəxslərin, o cümlədən, vəzifəli şəxslərin, ictimai xadimlərin və sadə insanların məqsədli audio və videoyazıları, sosial şəbəkə və messengerlərdə yazışma zamanı dialoqun əldə edilmiş foto surətləri sürətlə yayılmağa və müvafiq olaraq şantaj vasitəsinə çevrilməyə başladı. Təəssüf ki, bu bir tərəfdən istifadəçilərinin sayı sürətlə artan sosial şəbəkələrdə adi insanlar tərəfindən baş verir, digər tərəfdən, müxtəlif elektron media vasitələrində, xəbər saytlarında jurnalistlər tərəfindən çox həvəslə həyata keçirilir, bir çox hallarda isə şantaj vasitəsi kimi istifadə olunur. Bütün hallarda bu qəbildən olan insanlar şəxsi toxunulmazlıq hüququnun mövcudluğunu və onun yalnız qanunvericiliklə deyil, hər şeydən əvvəl, ölkə Konstitusiyası səviyyəsində qorunan hüquq olduğunu xatırlamaq, öyrənmək və ya qəbul etmək haqqında azacıq belə düşüncülər.

2020-ci ilin əvvəllərindən başlayan pandemiya dövrü bu problemi bir qədər də aktuallaşdırdı. Belə ki, pandemiya dövrünün sərtləşdirilmiş qapanma şəraitində müəyyən edilmiş qaydaları pozan şəxslərin foto və videogörüntüləri bir sıra hallarda asayiş qoruyucularının iştirakı ilə baş verir və kütləvi informasiya vasitələrində, televiziya və elektron mediada həvəslə yayılırdı. Adətən, belə kadrların yayılması koronavirusa qarşı mübarizədə ictimai qınağın formalaşdırılması niyyəti ilə əlaqələndirilir, kadrlarda hətta bəzi hallarda hüquqi-etik prinsiplər gözlənilmədən simaları aşkar şəkildə göstərilən şəxslər isə əməllərindən peşman olduqlarını və bir daha qanun pozuntusuna yol verməyəcəklərini deyirdilər. Həm asayiş keşikçiləri, həm də jurnalistlər və media orqanları “saxlanılan şəxslərin foto və videolarının çəkilməsinin, nümayiş etdirilməsinin özlərinin razılığı ilə aparıldığı”nı bəhanə edərək, vətəndaşların görüntülərinin bu şəkildə yayılmasının şəxsi həyata müdaxilə olduğu və cinayət məsuliyyəti yaratdığı həqiqətini əhəmiyyətsizləşdirmək istəyirdilər. Əvəzində isə yalnız indiyədək ilk dəfə bütün bəşəriyyətin birlikdə yaşamağı olduğu konkret pandemiya şərtlərini bilərəkdən və ya bilməyərəkdən pozmaqla inzibati xəta törədən həmin şəxslərin cəmiyyətin yaddaşında “qanun pozucusu” kimi mənfi obrazı yaradılmış olurdu.

Bütün hallarda məsələnin yalnız hüquqi yox, eyni zamanda, şəxsi toxunulmazlıq hüququndan heç də az əhəmiyyəti olmayan mənəvi-etik tərəfləri də vardır. Belə ki, bütün analoji hallarda mənəvi-etik prinsiplər, şəxsi icazəsi olmadan görüntüləri yayılan həmin şəxslərin ləyaqətinə, ictimai nüfuzuna, ailə üzvlərinin heysiyyətinə, işlədikləri, oxuduqları kollektivlərdə tutduqları mövqelərə, iş və ya peşə fəaliyyətinə zərbə vurulduğu şübhəsizdir.

Digər tərəfdən, ənənəvi və ya elektron KİV-də yayılan bilavasitə audio və ya video məlumatların peşəkar jurnalist fəaliyyəti ilə bağlı olmadığı da aydındır. Belə ki, bir çox hallarda bu qəbildən olan məlumatlar yalnız fəaliyyəti ictimai maraqla doğuran vəzifəli şəxslərə yox, adi insanlara da aid olur və məqsədli şəkildə, müvafiq şəxsin icazəsi alınmadan, heç bir mövqə öyrənilmədən, müvafiq ekspertiza aparılmadan dərhal yayımlanır. Son illərdə analoji hadisələrlə bağlı bəzi elektron media vasitələrinin rəhbərlərinə və ya jurnalistlərinə qarşı açılan cinayət işləri də bunun sübutudur.

Ən nəhayət, bu hallar artıq yeni texnologiyaların, elektron vasitələrin, demək olar ki, hamı üçün əlçatan olduğu cəmiyyətdə heç də xoş olmayan presedent yaratmaqdadır ki, bu da gələcəkdə qarşısını alınmaz prosesə çevrilə, sözün əsl mənasında bu sahədə xaotik vəziyyət yarada və xoşagəlməz nəticələrə səbəb ola bilər. 2021-ci ilin dekabrında Azərbaycan Respublikası Dövlət Təhlükəsizliyi Xidmətinin yüksək peşəkarlıqla keçirdiyi əməliyyat nəticəsində Azərbaycan vətəndaşlarını sosial

şəbəkələr vasitəsilə əldə etdikləri rüsvayedicı audio və video məlumatlarla şantaj edən çoxsaylı üzvlərdən ibarət beynəlxalq cinayətkar şəbəkənin ifşa edilərək cinayət məsuliyyətinə cəlb edilməsi (9) məsələnin artıq kifayət ciddi və qlobal xarakter aldığını sübut edir.

Buna görə, zənnimizcə, şəxsi həyatın toxunulmazlığı kimi konstitusion hüquq heç bir halda hansısa qanunsuz əldə edilmiş audio və video məlumatlara münasibətdə mübahisə predmetinə çevrilməməlidir. İnsan və vətəndaşın ən mühüm hüquq və azadlıqları sırasına daxil olan bu hüquq bir çox digər hüquq və azadlıqlar kimi konstitusion səviyyədə qorunur, qorunmasına dövlət təminatı verilir. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 32-ci maddəsində (“Şəxsi toxunulmazlıq hüququ”) deyilir:

I. Hər kəsin şəxsi toxunulmazlıq hüququ vardır.

II. Hər kəsin şəxsi və ailə həyatının sirrini saxlamaq hüququ vardır. Qanunla nəzərdə tutulan hallardan başqa, şəxsi və ailə həyatına müdaxilə etmək qadağandır. Hər kəsin şəxsi və ailə həyatına qanunsuz müdaxilədən müdafiə hüququ vardır.

III. Öz razılığı olmadan kimsənin şəxsi həyatı haqqında məlumatın toplanılmasına, saxlanılmasına, istifadəsinə və yayılmasına yol verilmir. Qanunla müəyyən edilmiş hallar istisna olmaqla, heç kəs onun xəbəri olmadan və ya etirazına baxmadan izlənilə bilməz, video və foto çəkilişinə, səs yazısına və digər bu cür hərəkətlərə məruz qoyula bilməz.

IV. Hər kəsin yazışma, telefon danışqları, poçt, teleqraf və digər rabitə vasitələri ilə ötürülən məlumatın sirrini saxlamaq hüququna dövlət təminat verir. Bu hüquq qanunla nəzərdə tutulmuş qaydada cinayətin qarşısını almaqdan və ya cinayət işinin istintaqı zamanı həqiqəti üzə çıxarmaqdan ötrü məhdudlaşdırıla bilər.

V. Qanunla müəyyən edilmiş hallar istisna olmaqla, hər kəs onun haqqında toplanmış məlumatlarla tanış ola bilər. Hər kəsin onun barəsində toplanmış və həqiqətə uyğun olmayan, tam olmayan, habelə qanunun tələbləri pozulmaqla əldə edilmiş məlumatların düzəldilməsini və ya çıxarılmasını (ləğv edilməsini) tələb etmək hüququ vardır.

VI. Qanunla müəyyən edilmiş hallar istisna olmaqla, üçüncü şəxslər haqqında məlumat almaq məqsədi ilə elektron formada və ya kağız üzərində aparılan informasiya ehtiyatlarına daxil olmaq qadağandır.

VII. Məlumatın aid olduğu şəxsin buna razılığını aşkar ifadə etdiyi hallar, ayrı-seçkiliyə yol verməmək şərti ilə anonim xarakterli statistik məlumatların emalı və qanunun yol verdiyi digər hallar istisna olmaqla, informasiya texnologiyalarından şəxsi həyata, o cümlədən əqidəyə, dini və etnik mənsubiyyətə dair məlumatların açıqlanması üçün istifadə edilə bilməz.

VIII. Fərdi məlumatların dairəsi, habelə onların emalı, toplanması, ötürülməsi, istifadəsi və mühafizəsi şərtləri qanunla müəyyən edilir” (3).

Göründüyü kimi, şəxsi toxunulmazlıq hüququ, şəxsi həyatın toxunulmazlığı konstitusion səviyyədə bəyan edilir, qanunla nəzərdə tutulmuş hallar istisna olmaqla, insanların öz razılığı olmadan onların şəxsi həyatı haqqında məlumatın toplanılması, saxlanılması, istifadəsi və yayılması qadağan olunur. Konstitusiyanın şəxsi toxunulmazlıq hüququ haqqında müddəaları qanunvericiliklə daha da möhkəmləndirilmişdir. Təsadüfi deyil ki, “Şəxsi həyatın toxunulmazlığını pozma” maddəsi (m. 156) Azərbaycan Respublikası Cinayət Məcəlləsinin (1999, 30 dekabr) Xüsusi hissəsinin VIII fəslinin (“Şəxsiyyət əleyhinə olan cinayətlər”) “İnsan və vətəndaşın konstitusiyaya hüquq və azadlıqları əleyhinə olan cinayətlər” adlanan bölməsinə daxil edilmişdir. Cinayət Məcəlləsində deyilir: “Şəxsi və ailə həyatının sirri olan məlumatların, belə məlumatları əks etdirən sənədlərin, video və foto çəkilişi materiallarının, səs yazılarının yayılması, habelə satılması və ya başqasına verilməsi 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”. Eyni əməllər vəzifəli şəxslər tərəfindən öz qulluq mövqeyindən istifadə etməklə törədildikdə və ya məsafədən idarə edilən pilotsuz uçan aparatlardan istifadə etməklə törədildikdə üç ilədək müddətə müəyyən vəzifə tutma və ya müəyyən fəaliyyətlə məşğul olma hüququndan məhrum edilməklə və ya edilməməklə iki ilədək müddətə azadlığın məhdudlaşdırılması və ya iki ilədək müddətə azadlıqdan

məhrum etmə ilə cəzalandırılır (1).

Buradan aydın olur ki, bu cinayət formal tərkibli, yəni şəxsi və ailə həyatının sirri olan məlumatlar, belə məlumatları əks etdirən sənədlər, video və foto çəkiliş materialları, səs yazılarının yayılması, satılması və ya başqasına verilməsi, nəticəsindən asılı olmayaraq, qanunsuz toplandığı andan başa çatmış hesab olunur. Başqa sözlə, nəticə şərh olunan cinayət tərkibindən kənar qalır. Şəxsi və ailə həyatının sirri olan məlumatlar, belə məlumatları əks etdirən sənədlər, video və foto çəkiliş materialları, səs yazıları təşkil edir. Bu qəbildən olan məlumatların yayılması, satılması, başqasına verilməsi və qanunsuz toplanması cinayət məsuliyyəti yaradır.

Pandemiya dövründə tətbiq olunmuş qaydaları pozarkən foto və ya video çəkilişi aparılmış şəxslərin müvafiq görüntülərinin yayılmasına gəldikdə, Azərbaycan Respublikası İnzibati Xətalər Məcəlləsinin (2015, 29 dekabr) 51.2 maddəsində qeyd olunur ki, “İnzibati xəta haqqında iş üzrə icraat zamanı foto və ya video çəkiliş, yaxud səs yazma aparılıbsa, barəsində inzibati icraat aparılan şəxsin və zərər çəkmiş şəxsin razılığı olmadan həmin foto və ya video çəkiliş, yaxud səs yazma materialları kütləvi informasiya vasitələrində yayımlana bilməz”. Bundan başqa, “İnzibati xəta haqqında iş üzrə məlumatlar yalnız icraatında inzibati xəta haqqında iş olan hakimin, səlahiyyətli orqanın (vəzifəli şəxsin), belə məlumatlar zərər çəkmiş şəxsin şəxsi maraqlarına toxunduqda isə, habelə zərər çəkmiş şəxsin icazəsi ilə və onların mümkün hesab etdiyi həcmdə elan oluna bilər” (m. 51.1) (2).

İnzibati Xətalər Məcəlləsinin 376-cı maddəsi inzibati xəta haqqında iş üzrə icraat zamanı aparılmış foto və ya video çəkiliş, yaxud səs yazma materiallarının qanunsuz yayılmasına görə cəzanı müəyyən edir: “İnzibati xəta haqqında iş üzrə icraat zamanı foto və ya video çəkiliş, yaxud səs yazma aparılıbsa, barəsində inzibati icraat aparılan şəxsin və zərər çəkmiş şəxsin razılığı olmadan həmin foto və ya video çəkiliş, yaxud səs yazma materiallarının kütləvi informasiya vasitələrində yayılmasına görə -vəzifəli şəxslər min manatdan min beş yüz manatadək məbləğdə cərimə edilir”.

Belə materialların media orqanları və ya jurnalistlər tərəfindən olduğu kimi tirajlanması, həmçinin, jurnalist etikasına və ölkənin media qanunvericiliyinə də ziddir. Bundan başqa, şəxslərin özlərinin icazəsi olmadan görüntülərini sosial şəbəkələrdə yaymaq da insan hüquqlarını pozmaqdır. Təəssüf ki, vətəndaşlar arasında hüquqi savadlılığın zəif olması çox vaxt bu kimi xoşagəlməz hallara zəmin yaradır. Belə hallar üçün İnzibati Xətalər Məcəlləsinin 388-ci maddəsində (“Kütləvi informasiya azadlığından və jurnalist hüququndan sui-istifadə etmə”) məsuliyyətin növü müəyyənləşdirilmişdir. Məcəlləyə görə, açıqlanması qanunla qadağan edilən məlumatları açıqlamaqla (m. 388.0.1), sui-istifadə etməyə görə KİV-in redaksiyası (məsul redaktoru) və jurnalistlər (müəlliflər) tərəfindən kütləvi informasiya azadlığından və jurnalist hüququndan sui-istifadə etməyə görə fiziki şəxslər iki yüz manatdan üç yüz manatadək məbləğdə, vəzifəli şəxslər beş yüz manatdan yeddi yüz manatadək məbləğdə, hüquqi şəxslər iki min manatdan üç min beş yüz manatadək məbləğdə cərimə edilir.

Media haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanununun (2021, 30 dekabr) 21-ci maddəsi də gizli audio və vizual məlumatlardan istifadəni iki halda mümkün sayır: “- barəsində gizli audio və ya video yazısı, foto çəkilişi aparılmış şəxsin bu materiallardan istifadəyə və ya onların yayılmasına yazılı razılığı varsa, habelə digər şəxsin (şəxslərin) Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası ilə müəyyən edilmiş hüquq və azadlıqlarının qorunması üçün zəruri tədbirlər görülmüşdürsə; - məhkəmənin qərarı ilə nümayiş etdirilirsə”. Digər hallarda gizli audio-video yazılardan, film və foto çəkilişlərdən istifadə olunması qanunun tələblərinin pozulması hesab edilir və onların yayılması qadağandır (8).

Əməliyyat-axtarış fəaliyyəti haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanununda da (1999, 28 oktyabr) hər hansı şəxsin razılığı olmadan onun şəxsi həyatının toxunulmazlığına, o cümlədən, şəxsi və ailə həyatının sirtinə, habelə onun şərəf və ləyaqətinə dair əldə edilmiş məlumatları yaymaq qadağan edilir (m. 4.I). Qanunla əməliyyat-axtarış fəaliyyətinin insan həyatını, sağlamlığını, hüquq və azadlıqlarını, hüquqi şəxslərin qanuni mənafələrini, dövlət sirtini, habelə milli təhlükəsizliyi cinayətkar qəsdlərdən müdafiə etmək məqsədi ilə həyata keçiriləyi müəyyənləşdirilmişdir (m. 1). Bu

baxımdan Qanunun 4.II-ci maddəsində müvafiq fəaliyyətin həyata keçirilməsi zamanı insan və vətəndaşın konstitusion hüquq və azadlıqlarının pozulması qadağan olunur. İnsan və vətəndaş hüquq və azadlıqlarının müvəqqəti məhdudlaşdırılmasına yalnız Qanunla müəyyən edilmiş qaydada cinayətlərin qarşısının alınması, onların açılması, məhkəmə, istintaq və ya təhqiqat orqanlarından gizlənən, cəza çəkməkdən boyun qaçıran şəxslərin, itkin düşənlərin axtarışı zamanı yol verilə bilər. Qanun əməliyyat-axtarış fəaliyyəti zamanı hüquq və azadlıqları pozulmuş hər bir şəxsin həmin əməliyyat-axtarış fəaliyyəti subyektinin tabe olduğu yuxarı orqanının rəhbərinə, prokurora və ya məhkəməyə şikayət etmək hüququnu tanıyır (m. 4.IV) (6).

Bundan başqa, Əməliyyat-axtarış fəaliyyəti haqqında Qanun insan və vətəndaş hüquq və azadlıqlarının, fiziki və hüquqi şəxslərin qanunla müdafiə olunan mənafelərinin, ictimai və dövlət təhlükəsizliyinin qorunması üçün öz səlahiyyətləri daxilində bütün qanuni tədbirləri görməyi əməliyyat-axtarış fəaliyyəti subyektlərinin vəzifələri sırasına daxil edir (m. 6). Qanun yalnız əməliyyat-axtarış fəaliyyəti subyektlərinə, əməliyyat-axtarış tədbiri olaraq, məhkəmə qərarı ilə və ya məhkəmə qərarı olmadan ayrı-ayrı şəxslərə aid məxfi sənədlərə, informasiya və məlumatlara, əşyalara, yaşayış yerlərinə, tikinti obyektlərinə və qurğulara daxil olmaq hüququnu tanıyır (m. 10).

Beləliklə, ölkə qanunvericiliyinə uyğun olaraq, əməliyyat-axtarış fəaliyyəti subyektlərindən başqa, hər hansı digər orqanın, şəxsin və KİV nümayəndələrinin insanların şəxsi həyatına dair məlumatları qanunsuz və gizli yolla, məlumatların aid olduğu şəxs və ya şəxslərin razılığı olmadan, əldə edilməsi, ötürülməsi və ya yayılması qanunsuzdur və məsuliyyət doğurur. Başqa sözlə, şəxsin foto və video çəkilişi şəxsin konstitusion hüququ olan şəxsi toxunulmazlıq hüququnu pozmadan aparıla bilər. Şəxsi toxunulmazlıq hüququnu pozmayan hallara qanunla müəyyən edilmiş hallar, şəxsin razılığı olduğu və ya şəxsin xəbəri olduğu və çəkilişə etiraz etmədiyi hallar aiddir.

Qeyd edək ki, müasir dövrün sürətlə dəyişən tələbləri, inkişaf dinamikası qarşımıza müntəzəm olaraq bir sıra yeni məqamlar da çıxarmaqdadır. Məsələn, əhalinin sıx toplaşdığı yerlərdə (park, meydan, restoran, stadion, konfrans zalı, təhsil və səhiyyə müəssisələri və s.) müntəzəm çəkilişin aparılması artıq adi hala çevrilmişdir. “Əhalinin sıx toplaşdığı yerlərdə və obyektlərdə videonəzarət sistemlərinin yaradılması barədə” Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 6 iyul 2010-cu il tarixli 131№-li qərarı ilə videonəzarət sistemləri əhalinin təhlükəsizliyinin, dövlətin, fiziki və hüquqi şəxslərin qanuni mənafelərinin hüquqazidd əməllərdən qorunması, hüquq qaydasına riayət edilməsi vəziyyətinin fasiləsiz və canlı izlənməsi, qanunazidd hərəkətlərə, fəvqəladə hallara çevik reaksiya verilməsi məqsədi daşıyır. Qərarla Azərbaycan Respublikası Daxili İşlər Nazirliyinin videonəzarət sistemlərinin aşağıdakı yerlərdə və obyektlərdə quraşdırılması qərara alınmışdır:

- əhalinin sıx toplaşdığı yerlərdə, o cümlədən: parklarda, xiyabanlarda, meydanlarda, küçə və prospektlərdə, yeraltı keçidlərdə; stadionlarda və idman arenalarında; internet klublarının, sahəsi 100 kvadratmetr və daha çox olan iaşə müəssisələrinin, ticarət və əyləncə obyektlərinin, mehmanxanaların və digər qeyri-yaşayış binalarının, sahələrinin və obyektlərinin yaxınlığında; məscidlərin, kilsələrin, sinaqoqların, ziyarətgahların və digər kütləvi ibadət yerlərinin bilavasitə yaxınlığında;

- obyektlərdə, o cümlədən: nəqliyyat infrastrukturalarında: yerli və respublika əhəmiyyətli yollarda və avtomagistrallarda; yol ötürücülərində və körpülərdə; avtomobil və dəmir yolu vağzallarında, hava və dəniz limanlarında; dəmir yolu və metro stansiyalarında, platformalarında; avtomobil, habelə sənişin daşıyan nəqliyyat vasitələrinin park və dayanacaqlarında; sənişin daşımalarında istifadə edilən nəqliyyat vasitələrində; yanacaq doldurma məntəqələrində;

- Azərbaycan Respublikasının icra, qanunvericilik və məhkəmə hakimiyyəti orqanlarının inzibati binalarının ətrafında;

- mövcud və tikilməkdə olan (mərtəbələrin sayı dörd və ya daha çox, iki və ya daha çox girişi olan) yaşayış binalarının yaxınlığında;

- həyat təminatlı mühüm və strateji əhəmiyyətli dövlət obyektlərinin yaxınlığında;

- mülkiyyət növündən asılı olmayaraq, bankların mərkəzi idarələrinin, filiallarının (şöbələrinin) və bank olmayan kredit təşkilatlarının ətrafında;

- Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən xarici ölkələrin diplomatik

nümayəndəliklərinin və konsulluqlarının, beynəlxalq təşkilatların nümayəndəliklərinin binalarının ətrafında;

- təhsil və tibb müəssisələrinin yaxınlığında;
- bütün taksofon aparatlarının bilavasitə yaxınlığında (5).

Qərardan göründüyü kimi, göstərilən obyekt və ərazilərdə kameraların quraşdırılması insan hüquq və azadlıqlarının məhdudlaşdırılması anlamına gəlmir, əksinə, insan hüquq və azadlıqlarının qorunmasına xidmət edir. Hazırda dünyanın, demək olar ki, bütün ölkələrində bu təcrübədən istifadə edilir. Evlərdə, idarə və müəssisələrdə, küçələrdə, park və xiyabanlarda baş verən cinayətlər, qanun pozuntularını qeydə almaq üçün bu qəbildən olan nəzarət kameraları müstəsna rol oynayır. Rəqəmsal texnologiyaların yaratdığı bu mütərəqqi üsul yalnız neqativ halların aşkarlanmasına və ictimai təhlükəsizliyin qorunmasına deyil, həm də cəmiyyətin inkişafına, dövlət və ictimai nəzarətin, idarəçiliyin daha səmərəli təşkilinə xidmət edir. “Təhlükəsiz şəhər” layihəsi əsasında həyata keçirilən bu nəzarət sistemi şəhərlərdə hüquq qaydasının operativ izlənilməsi və asayişin daha effektiv şəkildə qorunması üçün tətbiq edilir.

Bundan başqa, 2020-ci ilin əvvəllərindən Covid-19 koronavirusunun yayılması ilə elan olunan pandemiya şəraiti onlayn idarəetmə, iclas, elmi konfrans və yığıncaqları həyatımızın reallığına çevirmişdir.

Beləliklə, mütəmadi videoçəkilişlər artıq mehmanxanalardan tutmuş nəhəng istirahət mərkəzlərində, şəxsi mənzillərdən tutmuş yaradıcılıq emalatxanalarında, balaca məhəllə mağazalarından tutmuş böyük ticarət mərkəzlərində, strateji obyektlərdən tutmuş bütöv şəhərlərdə hər yerdə istifadə olunmaqdadır. Buna görə də ölkə hökumətinin yuxarıda qeyd etdiyimiz qərarında videonəzarət kameralarının quraşdırılmasının nəzərdə tutulduğu yerlər şəxsi həyatla bağlı hər hansı gizli çəkilişin olduğu yerlər kimi qəbul edilməməlidir. İlk növbədə ona görə ki, artıq Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin qərarı mövcuddur, yəni bu çəkilişlər qanunidir, şəxsi həyata müdaxilə məqsədi və xarakteri daşmır və ictimai yerləri əhatə edir.

Lakin bir daha qeyd edirik ki, şəxsi toxunulmazlığa, şəxsi həyata müdaxilə sayılan bütün audio və video çəkilişlər, məlumatlar birmənalı şəkildə konstitusiya pozuntusudur və məsuliyyət yaradır. Bu halların getdikcə artdığını və cəmiyyətdə xoşagəlməz tendensiyaya çevrildiyini müşahidə etməkdəyik. Bunun qarşısının alınması üçün, əlbəttə, hüquqi vasitələr, qanunvericilik bazası mövcuddur. Lakin həmin mənfə meylin tendensiyaya çevrilməsinin qarşısını daha effektiv şəkildə almaq üçün təklif edirik:

1. Hüquq-mühafizə orqanları öz ənənəvi və elektron mətbu orqanlarında, o cümlədən, sosial şəbəkələrdəki hesablarında qanunsuz yollarla əldə edilmiş audio və video məlumatların şəxsi toxunulmazlıq hüququna və şəxsi həyata müdaxilə olduğu və bunun cinayət məsuliyyəti yaratdığı ilə bağlı mütəmadi profilaktiki maarifləndirici informasiya yaymalıdır.

2. Hüquq-mühafizə orqanları, dünya təcrübəsini nəzərə almaqla, qanunsuz yollarla əldə edilmiş audio və video məlumatları istintaq və ya məhkəmə baxışı predmeti kimi qəbul etməkdən birmənalı şəkildə imtina etməlidir. Belə ki, bir çox ölkələrin (məsələn, Türkiyə, Rusiya və s.) qanunvericiliyində bu qəbildən olan məlumatlar qanunsuz yolla əldə edilmiş dəlil kimi rədd edilir və bu barədə həmin ölkələrin qanunvericiliyində konkret müddəalar vardır.

3. Şəxsi toxunulmazlıq hüququna, şəxsi həyata qanunsuz müdaxilə ilə bağlı, xüsusən qanunsuz yolla əldə edilmiş audio və video məlumatlarla əlaqədar mövcud cəzalar sərtləşdirilməlidir.

4. Hazırda qanunvericilikdə konkret şəkildə tənzimlənməsə də, bütün məkanlarda (bir sıra istisnalar olmaqla, məsələn, şəhərin küçələrində bu mümkün deyil və buna heç ehtiyac da yoxdur), xüsusilə qapalı obyektlərdə şəxsi toxunulmazlıq hüququnun pozulmaması üçün, insanların çəkiliş barədə əvvəlcədən xəbərdar edilməsi üçün həmin məkanların girişində müntəzəm videonəzarət sisteminin olduğunu və ya çəkiliş aparıldığını göstərən xəbərdarlığın qoyulması yaxşı olardı. Ayrıca bununla bağlı qanunvericiliyə və ya ən azı Nazirlər Kabinetinin müvafiq qərarına əlavə və ya düzəlişin edilməsi də məqsədemüvafiq olardı ki, hüquqi boşluq yaranmasın.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının Cinayət Məcəlləsi, 30 dekabr 1999-cu il, <https://www.e-qanun.az/framework/46947>
2. Azərbaycan Respublikasının İnzibati Xətalər Məcəlləsi, 29 dekabr 2015-ci il, <https://e-qanun.az/framework/46960>
3. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, 12 noyabr 1995-ci il, <https://www.e-qanun.az/framework/897>
4. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin tabeliyində “Elektron Hökumətin İnkişafı Mərkəzi” publik hüquqi şəxsin rəsmi saytı, <https://www.digital.gov.az/>
5. “Əhalinin sıx toplaşdığı yerlərdə və obyektlərdə videonəzarət sistemlərinin yaradılması barədə” Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı, 6 iyul 2010-cu il, <https://e-qanun.az/framework/35079>
6. “Əməliyyat-axtarış fəaliyyəti” haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 28 oktyabr 1999-cu il, <https://www.e-qanun.az/framework/2938>
7. “Hökumət buludu”nun (G-cloud) yaradılması və “bulud” xidmətlərinin göstərilməsi sahəsində tədbirlər haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 03 iyun 2019-cu il, <https://president.az/az/articles/view/33423>
8. Media haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 30 dekabr 2021-ci il, <https://president.az/az/articles/view/55399>
9. Ölkə vətəndaşlarını intim videogörüntüləri ilə şantaj edən mütəşəkkil dəstə ifşa edildi, 23 dekabr 2021-ci il, <https://www.dtx.gov.az/az/news/1672.html>

İnternet saytları

<https://asan.gov.az/> – Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin rəsmi saytı

<https://president.az> – Azərbaycan Respublikası Prezidentinin rəsmi saytı

<http://vxside.gov.az/statistics/> – “ASAN xidmət”in fəaliyyəti ilə bağlı Data Portal

<https://www.e-qanun.az> – Azərbaycan Respublikasının Ədliyyə Nazirliyi Hüquqi aktların vahid elektron bazası,

**SOSIAL MEDIA XƏBƏRÇİLİYİNDƏ MÖVCUD NÖQSANLAR, ƏDƏBİ DİL
NORMALARININ POZULMASI**

Jurnalistika sahəsində çalışanların fəaliyyəti ictimaiyyət tərəfindən daim diqqət mərkəzində olduğu üçün bu peşənin sahibləri öz mövqelərini daim artırmalı, kütləvi informasiya vasitələri haqqında mövcud qanunda göstəriləyi kimi dövlət sirlərini yaymaq, sosial ədavəti təbliğ etmək, yalan və qərəzli yazılar çap etmək, böhtan atmaq kimi hallara yol verilməməlidir.

Yaşadığımız çağdaş dövrdə qeyri-peşəkar jurnalistlərin dövrü mətbuatda, xüsusən də sosial şəbəkələrdə yalan və qərəzli yazıları, hazırladıqları dezinformasiya xarakterli xəbərlər ictimaiyyətdə çaşqınlıqlar yaradır.

Danılmaz faktıdır ki, azad mətbuat və söz azadlığı demokratiyanın sütununu təşkil edir. Azad və müstəqil medianın fəaliyyəti haqq-ədalətin, düzgünlüyün göstəriciləri sırasındadır. Təbii ki, azad mətbuat, müstəqil media, söz azadlığı adı altında yuxarıda qeyd olunan nöqsanlara yol verən qeyri-peşəkar, jurnalistikaya təsadüfi gəlmiş “qələm sahibləri” haqqında müəyyən cəza növünün müəyyənəşdirilməsi günün aktual məsələlərindən olmalıdır. Çünki vətəndaş cəmiyyəti məsuliyyətli cəmiyyətdir. Burada hər kəs, xüsusi ilə də jurnalistlər daha məsuliyyətli olmalıdır. Ona görə ki, jurnalistika hadisələri insanların müzakirəsinə çıxarmaq, ictimai rəy formalaşdırmaq gücünə malikdir.

Ölkəmizdə söz və mətbuat azadlığına yaradılan şərait sözün məsuliyyəti və çəkisinin artmasına, cəmiyyətə düzgün informasiyaların ötürülməsinə xidmət edir. Amma bəzən bu məsuliyyət unudulur, sensasiya xətrinə insanların informasiya tələbatını yalan, qərəzli, mənbəyi məlum olmayan, ümumi sözcüklükdən ibarət məlumatlarla ödəməyə çalışan “jurnalist”lərin sayı artmaqdadır.

Azad söz abunəçisi olan, paylaştığı xəbərin və ya qələmə aldığı yazının zərərini anlamayan bəzi jurnalistlər cəmiyyət qarşısında məsuliyyətini tam dərk etsələr bir çox problemlər öz həllini tapmış olar. Jurnalist üçün məsuliyyət hissi onun fəaliyyətinin əsasıdır.

Çox təəssüflər olsun ki, sosial mediada jurnalistlər sosial məsuliyyətə çox zaman əməl etmirlər. Yayımlanan xəbərlərdə ədalətlik prinsipi pozulur, informasiya verildikən balans pozulur, qeyri-etik söz və ifadələr işlədilir ki, bu da xoşagəlməz nəticəyə gətirib çıxarır.

Azərbaycan ədəbi dilinin normalarının pozulmasının əsas səbəblərindən biri ayrı-ayrı şəxslərin bir çoxunda özünü büruzə verən düşüncə və təfəkkür mədəniyyətinin aşağı olması, çıxış edənlərin söylədiyi söz və ifadənin kasıb dil vasitələri ilə çatdırmağa çalışması ədəbi dilimizin korlanması ilə nəticələnir.

Bəzən verilən informasiyanın qərəzli çatdırılmasında pərdə arxası marağın dayandığını məlumat dinlənilən zaman hiss etmək olur. Bu cür məlumatları yayan jurnalistlər dərk etməlidir ki, onun vəzifəsi həqiqətə xidmət etməkdir. O, həqiqətə işıq salmaqdan qürur duymalı və məsuliyyət hiss etməlidir.

Müxtəlif çap və elektron kütləvi informasiya vasitələrində, xüsusi ilə sayt və portallarda yalnız linqvistik qaydalara yox, ümumiyyətlə “Dövlət dili haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunun müxtəlif maddələrinin pozulması halları ilə tez-tez üzləşirik. Onu qeyd etmək lazımdır ki, media fəaliyyət etibarını dil hadisəsidir. Və burada dilin daha yüksək peşəkarlıqla işlədilməsi tələb olunur. Radio və televiziya verlişlərində dil normalarının pozulması daha çox orfoepik qaydaların nəzərə alınmaması zamanı, çap və digər elektron kütləvi informasiya vasitələrində isə orfoqrafik qaydalara əməl olunmamasında özünü büruzə verir. Reklam vasitələrinin hazırlanmasında əsassız olaraq xarici dillərə üstünlük verilir. Teleradio məkanında ədəbi dil normaları bütün səviyyələr üzrə -istər leksik, istər qrammatik, istərsə də üslubi səviyyədə pozulur.

Çağdaş dövrdə Azərbaycan məkanında müstəqil saytların, youtub kanallarının və özəl kanalların sayının artması və texnoloji proseslərin güclənməsi nəticəsində informasiya şəbəkəsinin

genişlənməsi xarici dillərdən alınma sözlərin sürətlə dilimizə gəlməsinə səbəb olub. Mahiyyətə bunu təbii proses hesab etsək də alınmalardan bir çox hallarda yerli–yersiz istifadə olunur. Alınma sözlərlə bağlı ən ciddi problemlərdən biri də xəbər proqramlarında vurğuların yalnız deyilməsi və alınmaların tələffüzü ilə bağlıdır. Bu da aparıcıların qeyri–peşəkarlığı və dil bilgisi səviyyəsinin yetərli olmaması ilə bağlıdır.

Deyilənlərdən belə anlaşılmamalıdır ki, ümumiyyətlə, alınma sözlərdən istifadə olunmamalıdır. Əksinə, beynəlxalq leksikanın elə vahidləri var ki, mənanın dolğunluğu baxımından vacibdir. Məsələn, analoq, debat, fenomen, gender, kreativ, kulis, lobbi, sammit və s. Bu cür terminlərdən istifadə dil təfəkkürünü müasirləşdirir, beynəlmiləşdirir.

Sosial şəbəkədə çıxış edənlər bir şeyi unutmamalıdırlar ki, dövlətin dillə bağlı qəbul etdiyi bütün rəsmi sənədlərdən irəli gələn müdəallər, xüsusən də “Azərbaycan dilinin saflığının qorunması və dövlət dilindən istifadənin daha da təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər haqqında” mövcud sərəncamın bütün tələblərinin gözlənilməsi zəruridir. Unutmaq lazım deyil ki, Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında dövlət dilinin işlənməsi, qorunması və inkişafı fəslində göstərilir ki: Mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, Azərbaycan ərazisində təsis edilən və fəaliyyət göstərən, dövlət dilində yayımlanan bütün televiziya və radio kanallarının aparıcıları dövlət dilini mükəmməl bilməli və səlis danışmaq dilinə malik olmalıdır. Televiziya və radio kanallarında verilən verişlər dövlətin müəyyən etdiyi dil normalarına uyğun olmalıdır.

Məzmun, forma və janrıdan asılı olmayaraq hər bir veriş və xəbərdə ədəbi tələffüz məsələsi diqqətdə saxlanılmalıdır. İstər jurnalist, istər alim, istər həkim və digər peşə sahiblərinin hamısı danışqlarını müasir ədəbi tələffüzün tələbləri əsasında qurmalı və nitq mədəniyyəti qaydalarına əməl etməlidirlər. Nitq mədəniyyəti deyəndə şifahi nitqlə yazılı nitq birgə götürülür. Ayrılıqda nitq mədəniyyəti anlayışı isə şifahi nitqə aiddir.

Dinləyici çıxış edənlərin təkə bilyinə, davranış mədəniyyətinə görə deyil, danışığın məzmununa və nitq mədəniyyətinin səviyyəsinə görə qiymətləndirir.

Ana dili hər bir xalqın mənəvi sərvəti, mənəviyyatının güzgüsüdür. Ona görə də ana dilinə ehtiramla yanaşmaq, onun saflığını qorumaq, bu dilin qaydalarına əməl etmək, ana dilinin mötəbər daşıyıcısı və təəssübkeşi olmaq hər kəsin borcudur.

Hesab edirik ki, dil normalarını pozanlar üçün də cəza növü müəyyənləssə bu nöqsanlar aradan qalxmaqla bərabər, dilin nüfuzuna da xələl gəlməz.

ƏLİ QƏDİMOV

Naxçıvan Dövlət Universiteti
qedimov@yahoo.com

SOSIAL MEDIA İSTİFADƏÇİLƏRİNİN İFADƏ AZADLIĞI İLƏ ŞƏXSİ TOXUNULMAZLIQ HÜQUQLARININ QARŞILIQLI TƏMİNATI

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) sürətli inkişafı fərdlərə sosial media və digər kommunikasiya platformaları vasitəsilə məlumat paylaşmaq və fikirlərini bildirmək üçün bir çox imkanlar açıb. Eyni zamanda, İKT-nin insan hüquqlarının pozulmasına səbəb olması potensialı da mövcuddur. Belə ki, İKT, son dövrlərdə populyar ifadə olan “informasiyanın demokratikləşməsi”nə səbəb olması ilə yanaşı, həm də texnologiya sənayesinin istifadəçilərinin məlumatlarının kommersiyalaşdırılması, bununla da fundamental demokratik təsisatları sarsıda biləcəyi ilə bağlı narahatlıqlar da vardır. Dini, etnik və digər bu kimi mövzuların canlı yayımları, texnologiya şirkətlərinin demokratik proseslərə təsir göstərmək və ya zorakılığı təbliğ və təhrik etmək üçün kanallar kimi xidmət etmək qabiliyyəti bu narahatlıqları artırır. Bu fəaliyyətlər həm də fundamental insan hüquqlarının, o cümlədən yaşamaq, ifadə və din azadlığı kimi hüquqlarının pozulmasına səbəb ola bilər.

Digər tərəfdən süni intellekt (AI) də insanın məxfilik (şəxsi toxunulmazlıq) hüququna potensial zərərli təsirlər etmək imkanlarına malikdir. Müasir dövrdə hər bir insanın həyatının mühüm elementi olan sosial medianın da məxfiliyə əhəmiyyətli təsirləri ola bilər. Belə ki, hər kəsin dəfələrlə şahid olduğu hadisələr göstərir ki, sosial media platformaları insanların məxfiliyini pozan şəkildə intim vəziyyətlərinin fotolarını və videolarını dərc etməyə imkan verir.

Bu problemlərin global əhatə dairəsi və miqyası fonunda Biznes və İnsan Hüquqları (BHR) rejimi zərərin qarşısını alınması üçün mühüm perspektivlər vəd edir. BHR rejimi üç “sütun” üzərində qurulub: insan hüquqlarını qorumaq üçün dövlət öhdəliyi (bizneslə bağlı insan hüquqlarının pozulmasına qarşı), insan hüquqlarına hörmət edilməsi ilə əlaqədar korporativ məsuliyyət və bizneslə bağlı insan hüquqlarının pozulmasından zərər çəkmiş şəxslərin müdafiə vasitələrinə çıxış imkanlarının artırılması. BMT-nin “Hörmət, Qoruma və Müdafiə vasitələri” Çərçivə Sənədi (BMT Çərçivəsinə) (1) və Birləşmiş Millətlər Təşkilatının “Biznes və İnsan Haqları üzrə Rəhbər Prinsiplərinə (UNGP) əsasən, BHR rejimi transmillidir, çünki harada olmasından asılı olmayaraq bütün biznes müəssisələrinə tətbiq edilir.

BMT-nin İnsan Hüquqları Şurası (HRC) tərəfindən müvafiq olaraq 2008 və 2011-ci illərdə qəbul edilmiş, BMT-nin Çərçivə Sənədi və Rəhbər Prinsipləri (UNGP) yeni insan hüquqları müəyyən etmir. Onlar dövlətlər və biznes müəssisələri üçün mövcud insan hüquqlarının baza məsələlərini Ümumdünya İnsan Hüquqları Bəyannaməsi və əmək hüquqlarının fundamental məsələləri əsasında şərh edirlər. Təvsiyəedici olmasına baxmayaraq, BHR rejimi həm milli, həm də regional qanunvericiliklər üzərində kifayət qədər təsirli olmuşdur. Məsələn, Avstraliyanın “Müasir Kələlik Aktı” (2), eləcə də Birləşmiş Krallığın “Müasir Kələlik Aktı”, Fransanın “Zəruri diqqət” haqqında (“loi vigilance”) qanunvericiliyi, Avropa İttifaqının “Konflikt-minerallar Reqlamenti” (4), İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının “Çoxmillətli Müəssisələr üçün Təlimatlarına” 2011-ci ildə edilmiş dəyişikliklər (5) və s.

Ümumiyyətlə məxfilik (şəxsi toxunulmazlıq) hüququ Ümumdünya İnsan Hüquqları Bəyannaməsində, eləcə də regional insan hüquqları müqavilələrində təsbit edilmiş hüququdur (7). Bu hüququn məhdudlaşdırılması çox mürəkkəbdir, ən azı, iddia edilən pozuntular xüsusi şəxslərin hüquqları ilə bağlı olduqda. Fotoşəkillərin dərc edilməsi və ya paylaşılması ilə bağlı Avropa İnsan Hüquqları Məhkəməsinin (AİHM) presedent hüququ şəxsi toxunulmazlıq hüququnun pozulmasını təşkil edən fotoşəkillərdən istifadə və bunun motivləri ilə bağlı mühüm açıqlamalar verib. Məhkəmə, şəxsin imicinin qorunması hüququnu Avropa İnsan Hüquqları Konvensiyasının şəxsi və ailə həyatı hüququna dair müddəasında təsbit olunmuş şəxsi toxunulmazlıq hüququnun bir aspekti kimi tanıyır.

AİHM hesab edir ki, fərd və ya onun ailəsi haqqında çox şəxsi və ya hətta intim məlumatların olduğu fotosəkillər bu hüquqa daxildir. Qərara gəlinir ki, fotosəkillərdəki məlumatlar şəxsi və intim xarakter daşdığı üçün və bunların ictimailəşdirilməsinin heç bir ictimai maraqla bağlı olmadığı üçün fotosəkilləri dərc edən şəxsin ifadə azadlığı əhəmiyyətsiz hesab olunur. Bundan başqa, məhkəmə qərara alıb ki, qan gölündə olan cansız bir insanın cəsədini əks etdirən fotosəkillərin dərc edilməsi zərərçəkmiş şəxsin yaxın qohumlarının keçirdiyi travmanı artırma bilər ki, bu da qohumların şəxsi həyatına hörmət hüququnun pozuntusunun olduğu arqumentinə haqq qazandırır. Adi insanların şəxsi toxunulmazlığı hüquqları məşhurlarınkı qədərdir, hətta daha yüksəkdir. Vacib məqam, fotosəkillərdə olan intim və ya başqa çox şəxsi hesab olunan vəziyyətlərin insan hüquqları ilə qorunan şəxsi sferaya aid olduğunun tanınmasıdır.

Sosial media şirkətlərinin fotosəkilləri silmək barədə qərarı da müvafiq şəxsin istək və ya anlayışına zidd ola bilər. Vyetnam müharibəsi zamanı çəkilmiş bir qız şəklinin çılpaq olmasına görə silinməsi barədə Facebook tərəfindən 2016-cı ildə verilmiş qərar buna bariz nümunədir. Facebook norveçli jurnalistin 1972-ci il press-fotosunu daşıyan paylaşımını silmiş və bunu belə əsaslandırmışdı ki, foto şirkətin “dünya birliyi standartları” çərçivəsində uşaqların çılpaqlığını qadağan edən qaydalarına ziddir. Facebookun bu qərarı sadəcə “uşaqların çılpaqlığı” faktına əsaslanırdı. Qərar, bu görüntünün Vyetnam müharibəsi zamanı napalm bombalaması nəticəsində çəkilən iztirablarla bağlı məlumatlandırma məqsədi ilə ictimaiyyətlə paylaşılması faktını nəzərə almamışdı. Şəkillərdəki şəxslərin yandırılan və dərisini ciddi şəkildə zədələyən napalm yanğınına düşdüyü üçün çılpaq idi. Qərar, foto ilə bağlı çoxsaylı müzakirələrə səbəb oldu və bu müzakirələr ilk növbədə çılpaq məsələsinə yönəldiyi üçün fotoqrafın qızın və digər napalm qurbanlarının iztirablarını ifşa etmək məqsədini pozdu. Şəkillərdəki şəxsin müharibə ilə bağlı iztirab mesajının fotoda paylaşılmasına dair açıq və ya dolayısı ilə razılıq verib-vermədiyi məsələsi də nəzərə alınmamışdı. Facebook tarixi əhəmiyyətinə görə ictimai sahəyə aid hesab edilən bir fotosəkilli sildiği üçün tənqidlərə məruz qalmışdı. Tənqidlər gücləndikcə sonralar Facebook həmin fotosəkilli istifadəçi səhifələrində yenidən yerləşdirdi.

Bu nümunələr göstərir ki, İKT şirkətləri tərəfindən təqdim olunan sosial media platformaları şəkillərin yerləşdirilməsinə imkan verdiyinə görə və konteksti nəzərə almadan yerləşdirmə və ya təkrar yerləşdirmə qərarları səbəbindən fərdlərin şəxsi toxunulmazlıq hüququna ciddi ziyan dəyə bilər. Belə vəziyyətlər BMT-nin Rəhbər Prinsiplərinin (UNGP) profilaktik əhəmiyyətini bir daha aktuallaşdırır, belə ki, bu halda sosial media platformasını təmin edən şirkətlər də zərər görmür.

Sosial media provayderlərinin insan hüquqları ilə bağlı riskləri müəyyən etməsi və zərər nəticələrinin qarşısının alınmasının əhəmiyyəti qismən öz fəaliyyətlərinin miqyasından asılıdır. Hələ 2013-cü ildə hər dəqiqədə Google-da təxminən 2 milyon axtarış, Facebook-da 1,8 milyon “like” edildiyi və Instagram-da 216.000-ə qədər fotosəkillin paylaşıldığı bildirilmişdi. 2016-cı ildə hər dəqiqə onlayn olaraq 3,5 milyon fotosəkillin paylaşıldığı təxmin edilirdi. Şəkillərin bütün dünyanı millisaniyələrlə gəzdirdiyi bir dünyada onların zərərli nəticələri də eyni sürətlə və geniş yayıla bilər. UNICEF-in məlumatına görə, qlobal miqyasda hər üç internet istifadəçisindən biri uşaq və ya yeniyetmədir. Uşaqlar və yeniyetmələr xüsusilə uzunmüddətli təsir riski altındadır. Xüsusilə zorakılığı təbliğ edən şəkillərinin yerləşdirilməsi öz-özlüyündə rəqəmsal olaraq şəxsi toxunulmazlıq hüququnun pozulmasının bir formasıdır. Eyni risklər ənənəvi mediada da mövcuddur, sadəcə sosial media ilə ənənəvi medianın fərqi ondan ibarətdir ki, sosial media şirkətləri öz məzmunlarını dərc etmirlər, başqaları tərəfindən yaradılan və yerləşdirilən məzmunu dərc edir və kurasiya edirlər. Bu baxımdan sosial media məzmunlarının insan hüquqlarını pozma ehtimalı daha yüksəkdir, çünki məzmunun yaradıcıları və yükləyiciləri (ümumiyyətlə) peşkar jurnalist və ya yazıçı deyillər və bir qrup olaraq hər hansı ənənə və ya etik davranış gözləntiləri yoxdur. Buna görə də, sosial media paylaşımının məxfilik səbəbi ilə qoyulan qadağalara məhəl qoymamaq, məhkəmə prosesində təqsirləndirilən şəxslər haqqında qərəzli təfərrüatları “açmaq” və ya nifrət yazıları dərc etmək ehtimalı daha yüksəkdir. Müvafiq hesab anonim olduqda bu ehtimal daha yüksək olur. Ayrı-ayrı sosial media yazılarının insan hüquqlarını pozma ehtimalı daha yüksək olsa da, bir çox əsas media nəşrlərindən

fərqli olaraq, onlara inamsızlıq ehtimalı da daha yüksəkdir. Digər tərəfdən sosial media yazılarından gələn “zərər” onların məzmunları əsas media orqanları tərəfindən dərc edildikdə daha ciddi olur.

Qeyd olunanlar göstərir ki, İKT sektorunun insan hüquqlarına təsirləri və ya bu təsirlərin asanlaşdırılmasında onların rolu daha ciddi şəkildə nəzərdən keçirilməlidir. Media şirkətlərinin insan hüquqları ilə bağlı öhdəlikləri və fəaliyyəti BMT-nin Rəhbər Prinsiplərində olduğu kimi həm də insan hüquqları pozuntularına diqqət yetirməkdən ibarət olmalıdır. Maliyyə kompensasiyası itirilmiş məxfiliyi bərpa edə bilməz. Bu baxımdan, müvafiq sosial media platformalarını təmin edən İKT şirkətlərinin riskə əsaslanan lazımi araşdırma prosesinə uyğun olaraq qabaqlayıcı addımlar atmağa və insan hüquqlarının pozulmasının adekvat şəkildə qarşısını almaq üçün “işgüzar münasibətləri” necə təşkil etmələrinə daha çox diqqət yetirmələrinə ehtiyac var.

ƏDƏBİYYAT

1. Avropa İnsan Hüquqları Konvensiyası, 8-ci maddə.
2. Modern Slavery Act 2015 (United Kingdom).
3. LOI n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre 2017 (France)
4. Regulation (EU) 2017/821 of the European Parliament and of the Council of 17 May 2017
5. OECD Guidelines for Multinational
6. Enterprises, 2011 edition.
7. Ümumdünya İnsan Hüquqları Bəyannaməsi, 12-ci maddə; Mülki və Siyasi Hüquqlar haqqında Beynəlxalq Pakt, 17-ci maddə
8. Von Hannover v. Germany (1). 2004. European Court of Human Rights, application 59320/00; Von Hannover v. Germany (2). 2012. European Court of Human Rights, application 40660/08.
9. Mosley v. the United Kingdom. 2011. European Court of Human Rights, application 48009/08. Chamber judgment of 10 May 2011.
10. Hachette Filipacchi Associés v. France. 2007. European Court of Human Rights, application 71111/01. Chamber judgment of 14 June 2007.
11. Gurgenidze v. Georgia. 2006. European Court of Human rights, application 71678/01. Chamber judgment of 17 October 2006; Société de Conception de Presse et d'Édition v. France. 2016. European Court of Human Rights, application no. 4683/11. Chamber judgment of 25 February 2016.
12. Chong, Denise. 2001. The girl in the picture: the story of Kim Phuc, the photograph, and the Vietnam war. London: Penguin Books.
13. Woolaston, V. 2013. “Revealed what happens in just one minute on the internet.” Daily Mail 30 July, accessed 10 March 2020
14. Eloitte. 2016. 3.5 million photos shared every minute in 2016. Accessed 10 March 2020
15. Unicef. 2018. The state of the world's children 2017: Children in a digital world. Accessed 10 March 2020

ATILLA ÖZTÜRK

Naxçıvan Dövlət Universiteti

atillahakan593@gmail.com

ƏKBƏR RƏŞİDOV

NDU magistrant

ALMAZ KAZIMOVA

NDU magistrant

ALQI-SATQI MÜQAVİLƏSİNİN SOSIAL ŞƏBƏKƏLƏRDƏ TƏNZİMLƏNMƏSİ İLƏ BAĞLI ETİK PROBLEMLƏR

Giriş

XXI əsrin üçüncü onilliyində texnoloji yenilik bütün sahələrdə köklü dəyişikliklərə səbəb oldu. Bu dəyişikliklər əlbəttə hüquq sistemindən də yan keçə bilməzdi. Koronavirus pandemiyası yeni qaydaların tətbiqini sürətləndirən əsas amil oldu. Müqavilələr hüququ da texnoloji dəyişikliklərdən öz nəsibini aldı. Renta, lizinq, podrat və s. müqavilələrlə yanaşı alqı-satqı müqaviləsi yeganə mühüm şərtinin predmet haqqında razılaşma olması, yəni müqavilənin konsensual təbiəti bu müqavilənin bağlanması üçün təşviqedicə zəmin yaratdı və nəticədə alqı-satqı müqaviləsi şifahi və ya yazılı bağlanma formasından asılı olmayaraq digər zamanlarla müqayisədə misli görünməmiş say üstünlüyü əldə etdi. Real vaxt rejimli alqı-satqı müqavilələri alqı-satqı müqaviləsini eyni zamanda ən çox bağlanmış beynəlxalq müqavilə səviyyəsinə yüksəltdi. Belə ki, dünyanın istənilən nöqtəsində internet əlaqəsi əldə edən hər bir şəxs istənilən ölkənin internet resurslarına yerləşdirilmiş əmtəə barədə (predmet barədə) razılığa gələrək alqı-satqı müqaviləsini bağlamış oldu. Müqavilə ənənəvi xüsusiyyətlərdən kənara çıxdıqca və sərhədləri aşdıqca bir sıra hüquqi və etik problemlər ortaya çıxmaya bilməzdi. Məqaləmizin dispoziyasında etik problemlərin ortaya çıxma forma və xüsusiyyətləri barədə fikir mübadiləsi yürüdəcəyik.

Dispoziya

A) Alqı-satqı müqaviləsinin beynəlxalq hüquqi tənzimlənməsi.

Alqı-satqı müqaviləsi beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə, ölkənin xarici ticarət əlaqələrində əhəmiyyətli rol oynayır. Bu müqavilə münasibətlərinin tənzimlənməsi üçün bir sıra beynəlxalq saziş və konvensiyalar qəbul olunmuşdur ki, onların arasında əsas yeri BMT-nin "Əmtələrin beynəlxalq alqı-satqısı müqavilələri haqqında" Konvensiyası tutur. Bu Konvensiya 1980-ci ildə BMT-nin xüsusi konfransında işlənib hazırlanmışdır. Konfrans Vyana şəhərində keçirildiyi üçün Vyana Konfransı adlandırılmışdır. Səbiq SSRİ həmin Konvensiyaya SSRİ Ali Sovetinin qərarı ilə 1990-cı ildə qoşulmuşdur.

Qeyd olunan Konvensiya dünya miqyasında alqı-satqı proseslərinin unifikasiya olunmuş (vahid şəkllə salınmış) qaydalarını nəzərdə tutur. Bu qaydalar müxtəlif ictimai, iqtisadi və hüquqi sistemlərə malik olan bir çox ölkələr üçün münasib olmaqla beynəlxalq ticarətdə hüquqi maneələri aradan götürə bilər.

Vyana Konvensiyasının məqsədi beynəlxalq alqı-satqını tənzim edən milli qanunvericiliyin unifikasiyasına (vahid şəkllə salınmasına) kömək göstərməkdir. Konvensiya əsasən aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- mallar üzrə beynəlxalq alqı-satqı müqavilələrinin bağlanması və istifadə edilməsini eyni formada tənzimləyir.

Konvensiya həm də universal xarakter daşıyırdı. Belə ki, o, həm iştirakçı dövlətlərə, həm də beynəlxalq müqavilə ilə bağlı olan, lakin Konvensiyada iştirak etməyən dövlətlərə tətbiq edilir.

Alqı-satqı müqaviləsinə tətbiq olunan hüquq Haaqa Konvensiyasına uyğun surətdə, aşağıdakıları tənzimləyir: müqavilənin şərhini; tərəflərin hüquq və vəzifələrini və müqavilənin icrasını; alıcının mallardan götürəcəyi nəticə və gəlirlərin ilkin şərtlərini; mallara görə alıcı riskinin ilkin şərtlərini;

mülkiyyətçilik hüququnun saxlanılmasına dair düzəlişin tərəflər üçün həqiqiliyi və nəticələrini; müqavilənin yerinə yetirilməməsinin hüquqi nəticələrini; zərərin ödənilməsi üsullarını; iddia müddəti və müqavilənin öz qüvvəsini itirməsi müddətini və i.a. (1)

B) Alqı-satqı müqaviləsinin etik problemləri və onların ortaya çıxma səbəbləri.

Onu da qeyd etmək yerinə düşər ki, alq-satqı müqaviləsinin hüquqi tərəfləri Beynəlxalq Konvensiyalarla qismən tənzimlənsə də müqavilənin tənzimlənməsi ilə bağlı etik problemlərə toxunulmamışdır.

“Aliexpress”, “Alibaba”, “Amozon”, “Trendyol” kimi beynəlxalq və “Lalafo”, “Modamız biz” kimi yerli real vaxt rejimli ticarət saytları və portalları və onların satıcıları müştəri cəlb etmək üçün bir sıra məsələlərdə etik normları ya gözdən keçirdi ya da satıcıları tərəfindən gözdən keçirilməməsi üçün effektiv norma yarada bilmədi və ya yaratmaq fəaliyyətində maraqlı olmadı.

Fikrimizcə sosial şəbəkə və internet resurslarında etik problemləri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- Predmetin xarici görünüşü ilə bağlı (predmet barədə texnoloji avadanlıqların köməyi ilə reallıqdan uzaq effektlər verilmiş foto və videoların reklam çarxına yerləşdirilməsi);

- Predmetin keyfiyyəti ilə bağlı (daha keyfiyyətli əmtəənin keyfiyyət və görünüşü ilə bağlı xüsusiyyətlərin qiyməti daha aşağı olan əmtəyə aid edilməsi cəhdləri);

- Predmetin reallıqda olmaması (bir çox hallarda əmtəənin fotosunun çəkilərək real vaxt rejimli sayt və portala yerləşdirilməsi ilə alıcılarda düşüncə yanıması yaradaraq satıcı tərəfindən predmetin alınması barədə ödəniş edilərək predmeti aldığı düşünərək onun şəklinin alınması. Bir çox şəxs bu halın predmet haqqında razılaşmaya zidd olduğunu qeyd etsə də, satıcılar isə belə olmadığını onlar predmet haqqında məlumatlarda **“bu sadəcə bir şəkildir, predmetin özü deyildir”** yazdıqlarını və alıcıların isə qaydalarla tanış olduqlarını bildirərək predmet haqqında razılaşmanın olduğunu iddia edirlər.

- Predmetin qiyməti ilə bağlı (daha yüksək qiymətli və keyfiyyətli predmeti xarici görünüş olaraq keyfiyyətsiz malla eyni görkəmdə hazırlayaraq daha aşağı qiymətə satmaq);

- Müddət ilə bağlı problemlər (predmetin məlumatlar hissəsində göstərilən vaxtdan daha gec müddətdə alıcıya çatdırılması);

- Subyekt ilə bağlı problemlər (subyektlərin real olmaması və ya başqa satıcıyı təqlid etməsi).

Yuxarıda qeyd etdiyimiz hallar sadəcə etik problemlərin bir qismidir və bu siyahını artırmaq mümkündür.

Qeyd edilən etik problemlər sadəcə alqı-satqı müqaviləsi üçün xarakterik deyil, eyni zamanda digər bir çox sahədə də aktualdır. Məsələn 17 faizlə kredit verən bankla 13 faizlə kredit verən bankın son ödəniş zamanı müştəridən eyni məbləğdə ödəniş alması (Məsələn, 17 faizlə kredit verən A bankı 10 min manat üçün 3 ilə 14 min manat kredit borcunun qaytarılması şərti ilə müqavilə bağlayır, eyni şərtlə müqavilə bağlayan B bankı yenədə nəticədə müştəridən 14 min manat kredit borcu alır. Bu zaman müştəri cəlb ediciliyini artırmaq üçün faiz rəqəmini endirməklə hesablaşma qaydası dəyişdirilir. Məsələn, yuxarıdakı misaldakı kimi 10 min manatın aylar üzrə hesablanması zamanı A bankı ödənişdən sonra hər ay yerdə qalan rəqəmə faiz hesabladığı halda, B bankı hər ay ilkin rəqəmə, yəni 10 min manata faiz hesablayır).

Etik problemlərlə yanaşı etik “xoşməram”lara da rast gəlmək mümkündür. Satılan predmetin yanında kiçik ilhamlandırıcı hədiyyələr də göndərilmə halları vardır. Məsələn, predmetin yanında kiçik heyvanlarına dəstək üçün heyvan yemləri və s. göndərilmə halları da var.

Nəticə

Yuxarıda qeyd edilənləri ümumiləşdirərək belə nəticəyə gəlmək mümkündür ki, Alqı-satqı müqaviləsinin lokal və beynəlxalq tənzimlənməsi formaları qismən mövcud olsa da etik problemləri həll edəcək normativ hüquqi akt demək olar ki, yoxdur. Yuxarıda qeyd etdiyimiz hallarla bağlı milli və beynəlxalq hüquqi aktın qəbul edilməsi zəruri tələb səviyyəsindədir. Bir sıra problemlərin aradan qalxmasına, real vaxt rejimli müqavilələrin sayının daha da artmasına və ənənəvi müqavilə formalarından imtinaya kömək edə biləcəyi qənatındayık ki, bu iqtisadi canlanmaya da töhfə verə

bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. Rüşət Göyüşov- Mülki hüquq (xüsusi hissə). Bakı: Qanun, 2012.

BULQEYİS NAĞIYEVA
Naxçıvan Müəllimlər İnstitutu
bulqeyis5@gmail.com

İNTERNET ETİKASI PROBLEMLƏR VƏ PERSPEKTİVLƏR

İnternet insanların qarşılıqlı ünsiyyət saxladığı qlobal informasiya və kommunikasiya şəbəkəsidir. Buna görə də hüquq normalarından başqa orada cəmiyyətin digər tənzimləyici qaydaları-etik və əxlaqi normalar da fəaliyyətdə olacaq. İstənilən ictimai münasibət meydana gələn zaman onun tənzimlənmə missiyasını sosial toplumun özünün müəyyənləşdirdiyi qayda-qanunlar həyata keçirir. Daha sonra bu münasibətlərə dövlət rəsmi qaydada müdaxilə etməyə başlayır və ya rəsmi status verir. İnternetdə xüsusi etiket normaları formalaşır ki, bunlar da bu və digər qruplar tərəfindən qəbul edilən və şəbəkədə davranışın xüsusiyyətlərini müəyyən edən qaydalardır. İnternet etikasının da müəyyən prinsipləri və fəaliyyət sferası mövcuddur.

İnternet etikasının prinsiplərinə əsasən şəxsi həyat sirri qorunmalı, azad olmalı, öz öhdəliklərinə münasibətdə vicdanlı olmalı və sosial məsuliyyət hiss etməlidir. Sosial şəbəkələrdə informasiyaya sahiblik hüquqlarına və müəlliflik haqlarına əməl edilməlidir. Hər kəs istənilən zamanda və istənilən məkanda informasiya əldə etmək imkanına malikdir.

İnternet etikasının fəaliyyət sferasına-elektron poçt vasitəsilə ünsiyyət, çatda ünsiyyət, telekonfranslarda ünsiyyət aiddir. Bu sferadan olan elektron poçt vasitəsilə yazışmalar həyata keçirən zaman müəyyən qaydaların gözlənilməsi vacibdir. Lazım olan məlumat haqqında qısa izah vermək, savadlı yazmaq, nəzakətli olmaq mütləqdir.

Son illər İnternet və web texnologiyaları sahəsində yaranan yeniliklərdən biri də sosial şəbəkələrlə bağlıdır. Hal-hazırda sosial şəbəkələr çox kütləviləşib və geniş tədqiqat obyektinə çevrilib. Sosial şəbəkələrdən istifadə sahələri sürətlə genişlənərək artıq biznes, təbabət, təhsil və s. sferaları əhatə edir. Sosial şəbəkələrin müasir insan həyatında rolu və faydaları inkaredilməzdir. Bu gün dünyanın istənilən nöqtəsinin ən qaynar xəbərlərini izləmək, canlı əlaqə saxlamaq, hər hansı bir yazını və fikiri başqalarına çatdırmaq və s. onun bizə yetirdiyi faydalardandır. Lakin şəbəkədən düzgün istifadə edilməməsi, orada mövcud olan etik və əxlaq qaydalarına riayət olunmaması nəticəsində problemlər də az deyildir. Hətta bu etik problemlər dövlətdaxili və beynəlxalq məhkəmə çəkişmələrinə qədər böyüyə bilmişdir. Mütəxəssislər hesab edirlər ki, son illərdə İnternetin inkişafında əsas hadisə sosial şəbəkə saytlarının populyarlığının sürətlə artmasıdır. Sosial şəbəkə saytlarının populyarlığı axtarış sistemlərindən, portallardan, e-poçt və proqram təminatı saytlarından iki dəfə sürətlə artır və onlar saytların reyting cədvəllərində böyük üstünlüklə birinci yeri tuturlar (1, s.125-126).

Sosial şəbəkələrin analizi haliyədə iqtisadiyyatda, idarəetmədə, tibbdə, kriminalistikada və b. sahələrdə daha geniş istifadə olunur. İlk sosial şəbəkə saytı olan www.classmates.com 1995-ci ildə meydana gəlmişdir. Bu sosial şəbəkənin veb-saytı Classmates Online Inc. şirkətinin sahibi R.Konrad tərəfindən yaradılmışdır. Bu sayt qeydiyyatdan keçən istifadəçilərə dostlarını və tanışlarını axtarıb tapmağa və onlarla əlaqə qurmağa imkan yaradırdı. Bu şəbəkələr inkişaf edərək daha qlobal maraqlara və siyasi məqsədlərə doğru irəliləməkdədir. Belə ki, bütün dünyada internet siyasi baxımdan seçki texnologiyalarının tətbiq olunduğu geniş seçici auditoriyası, iqtisadi prizmadan isə əsas reklam bazarı kimi uğur qazanmaqdadır. Sosial şəbəkələr insanlararası münasibətlərdə unikal informasiya-kommunikasiya mühiti olduğuna görə hazırda burada hüquq normalarından daha çox özünəməxsus sosial davranış qaydaları üstünlük təşkil edir. Sosial şəbəkələrin özünəməxsus yazılmamış etik davranış prinsipləri mövcuddur ki, orda olan hər bir insan bu qaydalara könüllü şəkildə əməl etməlidir. Burada cəmiyyət qınağı əsas tənzimləyici rolunda iştirak edir. İnternet müstəqil inkişaf edir və özü-özünü tənzimləyir. Bunun üçün də etik məsələlərin meydana gəlməsi təbiidir.

- Sosial şəbəkədə öz profilində başqasının şəklini icazəsi olmadan yerləşdirmək olmaz.

- Heç bir halda dostlarınızın sizə açıq, başqa insanlar üçün qapalı olan profilindən informasiya və şəkilləri digər şəxslərə ünvanlamaq olmaz.
 - Digərlərinin şəxsi məlumatlarına əsasən qeydiyyatdan keçmək olmaz. Əgər adın gizliliyini saxlamaq istəyirsinizsə, şərti adlardan istifadə edin və ya o bölməni boş saxlayın.
 - Sizi öz dostluğuna qəbul etməyən insanları normal qarşılayın. Dostluq təklifinin iki dəfə rədd edilməsi öz şəxsi informasiyasının sizin üçün açıq olmasını istəmir deməkdir.
 - Şərti adlardan istifadə edərkən dostlarınıza qəsdən yalan məlumat ünvanlamayın.
- İnternet hamının azad olduğu məkandır, ona görə də burada heç kim azad ola bilmir. Çünki, hamı eyni zamanda azad ola bilməz, yalnız ruhu, fikri və təxəyyülü azad olanlar azaddır.

ƏDƏBİYYAT

1. Məcidi Səyyad.T. İnternet hüququ və etikası, Dərs vəsaiti. Bakı: 2015, 222 s.

MEDIA ETİKASI YENİ MÜSTƏVIDƏ

Giriş

İnformasiya məkanında yeni media etikasını rəqəmsal xəbər mediasının müxtəlif etik problemləri, təcrübələri və normaları ilə məşğul olur. Onlayn jurnalistika, bloggerlik, rəqəmsal fotojurnalistika, vətəndaş jurnalistikası, sosial medianı əhatə edən rəqəmsal xəbər mediası media ekologiyasında sürətli inkişafa və xaoslu mənşərəyə səbəb olub. Belə ki, media inqilabı jurnalistikanın təbiətini və etikasını əsaslı və geriyyədonüşü olmayan şəkildə dəyişib. İnformasiya vasitələri artıq vətəndaşların əlindədir, çünki İnternet interaktiv və ani olan jurnalistikanın yeni formalarını təşviq etməkdədir. Peşəkar jurnalistlər informasiya məkanını bloggerlər, vətəndaş jurnalistləri və sosial media istifadəçiləri ilə bölüşürlər.

Tarix göstərir ki, baş verən hər inqilab köhnə qaydaları və təcrübələri silməyir və yeni imkanlar üçün şərait yaradır. Auditoriyanın böyük hissəsi onlayn mediaya miqrasiya etdiyi üçün peşəkar jurnalistika iqtisadiyyatı mübarizə aparmaqdadır. Bir tərəfdən, redaksiyaların kiçilməsi jurnalistikanın gələcəyi ilə bağlı narahatlıqlar yaradarkən, digər tərəfdən, qeyri-kommersiya tipli tədqiqatçı jurnalistika mərkəzləri formalaşır.

Media etikasını: rasionallıq və dəyərlər

Media etikasını tənzimləyən mövcud prinsiplər həvəskarları və peşəkar jurnalistləri birləşdirən, ani və interaktiv xəbər mediasını tam əhatə etmir. Müasir jurnalistikanın tarixi 400 il əvvələ gedib çıxsada, peşə kimi bir çox mənada əhəmiyyət qazanması 1900-cü illərə təsadüf edir. Bəzi beynəlxalq prinsiplər var ki, bunlar XIX əsrin sonlarında kütləvi ticarət sənədləri üçün peşəkar, obyektiv etikanın yaradılmasına olan tələbdən irəli gələrək hazırlanmışdı.

Mediada etik kodeks "Hutchins" Komissiyasının təklifi ilə 1947-ci ildə yaradılıb (5). "Jurnalistlərin Peşə Kodeksi" adlandırılan sənəddə "Dəqiqlik, Müstəqillik, Qərəzsizlik, Obyektivlik, Zərərin minimuma endirilməsi, İctimaiyyətə açıqlıq, Cavabdehlik" kimi yeddi prinsip əsas götürülüb. Bir sıra jurnalist etikasını kodekslərində, xüsusən də Avropa ölkələrində qəbul olunmuş prinsiplərdə irqi, dini, cinsi oriyentasiya, o cümlədən, fiziki və əqli qüsurulara əsaslanan xəbərlərdə ayrı-seçkilik halları ilə bağlı narahatlıqlar yer almaqdadır. 1993-cü ildə Avropa Şurası Parlament Assambleyası tərəfindən təsdiqlənən Jurnalist Etikasına dair 1003 sayılı Qətnamədə jurnalistlərə bəzi hallarda, xüsusilə, hələ araşdırılmamış məsələlərdə təqsirsizlik prezumpsiyasına hörmətlə yanaşmaq tövsiyə edilib (4).

Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası 2008-ci ildə peşəkar təşkilatlarda bu məsələyə qarşı həssaslığı artırmaq məqsədilə qlobal jurnalist etikasını təşəbbüsünü irəli sürüb. 2013-cü ildə Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyasının keçmiş baş katibi Aidan White tərəfindən Etik Jurnalistika Şəbəkəsi təsis edilib. Mövcud təlimatlar iki əsas ideya ətrafında qurulub. Birinci qayda budur ki, "peşəkar jurnalist kimi xüsusi azadlıq ölçüsü olan hər bir şəxs cəmiyyət qarşısında öz azadlığını və səlahiyyətlərini məsuliyyətlə həyata keçirməyə borcludur". Bu bələdçi ona görə faydalıdır ki, müəyyən statusa malik insanlar vəzifədən sui-istifadə hallarına yol verdikdə məsuliyyətə cəlb olunsunlar. Müəyyən edilmiş ikinci ideyada isə bildirilir ki, "cəmiyyətin rifahı hər şeydən üstündür, fərdi karyeradan və hətta fərdi hüquqlardan daha vacibdir". Bu, insanları şəxsi davranışlarına görə məsuliyyət daşımağa sövq edən və insanların pis davranışlardan təsirlənmə ehtimalının əsas götürülməsinə şərait yaradır.

Belə standartların yaradılması və qəbul olunmasına ABŞ və Avropa ölkələrində adətən jurnalistlər və ya xəbər hazırlayan təşkilatlar rəhbərlik edirdi. Yazılı təlimatlar və praktiki standartlar ölkədən ölkəyə və təşkilatdan təşkilata bir qədər fərqlənsə də, mahiyyət etibarilə üst-üstə düşür.

2003-cü il martın 15-də Azərbaycan jurnalistlərinin birinci qurultayında qəbul olunmuş "Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışı qaydaları" (1) (indiki adı ilə "Azərbaycan Jurnalistlərinin

Etik Davranış Qaydaları”) Həqiqətə xidmət, dəqiqlik və obyektivlik, İnformasiya mənbələrinə saygılı yanaşma, Şərəf və ləyaqətin qorunması, Şəxsi həyatın toxunulmazlığı, Gender bərabərliyi və ayrır-seçkiliyə yol verilməməsi prinsipinin müdafiəsi, Jurnalistin özünün və çalışdığı orqanın reputasiyasının qorunması adlı beş prinsip əsasında hazırlanıb (2).

Sənəd 2003-cü il martın 15-də Azərbaycan Jurnalistlərinin I Qurultayında qəbul edilib, ATƏT və Azərbaycan Mətbuat Şurasının birgə layihəsi əsasında təkmilləşdirilib. 2018-ci ildə Avropa Şurası və Azərbaycan Mətbuat Şurasının təşəbbüsü ilə ona yeni prinsiplər əlavə edilib. 2022-ci il sentyabrın 24-də Azərbaycan Jurnalistlərinin VIII Qurultayında bütün yenilik və dəyişikliklər təsdiq olunaraq qüvvəyə minib.

Bundan başqa, 2021-ci ildə qəbul olunmuş “Media haqqında” Qanun informasiyaya verilən tələblərlə müəyyən etik çərçivə yaradaraq, jurnalistin fəaliyyətini tənzimləmə və cəmiyyətin rifahını qoruma mexanizmi formalaşdırıb. Qanunda rəqəmsal media qismən, “Onlayn media” olaraq yer alsada vətəndaş jurnalistikası, bloggerlik və sosial media anlayışları öz həqiqi ifadəsini tapmır. Əslində, bu anlayışların qlobal mənada tənzimlənməsi olduqca çətin və ya mümkün olmayan informasiya sferasıdır. Texniki baxımdan müəyyən ölkələr daxilində müdaxilələr müşahidə edilsə də, məzmun baxımından idarə olunması birbaşa söz və ifadə azadlığını məhdudlaşdırdığı üçün hələ ki, azad məkan olaraq qalmaqdadır. Və bu məkan informasiya mübadiləsinə təsir edən ən mühüm amillərdən birinə çevrilib. Məlumdur ki, Azərbaycan ən nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlara üzvdür və qoşulduğu beynəlxalq sənədlərlə üzərinə bir sıra öhdəliklər götürüb. Belə ki, ölkəmizdə informasiya irqi, dini, cinsi, etnik ayrır-seçkiliyə çağırış əks etdirmədiyi və terrorçuluq, dini ekstremizm və zorakılığı təbliğ etmədiyi müddətcə, azad yayıla bilər.

Bu gün biz qarışıq xəbər mediasına doğru irəliləyirik: bir çox media platformasında xəbər mediası vətəndaş və peşəkar jurnalistikani birləşdirir. Bu yeni və mürəkkəb xəbər mediası müvafiq olaraq yeni qarışıq media etikasının yaradılmasını tələb edir. Media etikas keçmiş üçün deyil, bugünkü media üçün yenidən düşünülməli və yenidən formalaşdırılmalıdır. Yeni texnologiyanın zəruri etdiyi dəyişikliklər mövcud media etikasını əsaslı şəkildə qüvvədən salır. Medianın müasir problemləri “obyektivlik” kimi bu və ya digər prinsiplərlə bağlı arqumentlərdən çox daha dərinə getməkdədir. Hazırkı çətinliklər xəbər redaksiyalarının, jurnalistlərin məzmununun yoxlanılması kimi konkret məsələlərdən daha böyükdür. Media inqilabı jurnalistlərdən fərziyyələri yenidən düşünməyi tələb edir. Bu gün internetə çatımı olan hər kəs özünü yayımçı hesab edirsə, ani xəbərlər və təhlillər təqdim etməli olan bir peşə üçün etika nə deməkdir?

Media inqilabı jurnalistika sahəsində müxtəlif səpkili kəsişmələrə səbəb olub. İlk növbədə, ənənəvi jurnalistika ilə onlayn jurnalistika arasında gərginlik müşahidə olunur. Dəqiqlik, faktın yayımdan əvvəl yoxlanması, balanslılıq, qərəzsizlik və müəyyən hüdudlara malik ənənəvi jurnalist mədəniyyəti aniliyi, şəffaflığı, qərəzsizliyi, şəbəkəliliyi, interaktivliyi və yayımdan sonra da virtual məkanda fəaliyyət imkanlarına malik jurnalistləri əhatə edən onlayn jurnalistika mədəniyyəti ilə toqquşur. Digər tərəfdən isə paraksial, yəni dar çərçivəli jurnalistika ilə qlobal jurnalistika arasında uyğunsuzluq var.

Jurnalistikanın qlobal təsiri varsa, onun qlobal məsuliyyəti də dərk olunmalıdır. Media etikas, əhatə dairəsi və təsiri baxımından, hazırda qlobal olan jurnalistikani istiqamətləndirmək üçün öz məqsəd və normalarını yenidən formalaşdırılmalıdır. Bu zaman belə bir sualla qarşılaşırıq: Multimedia dünyasında, qlobal jurnalistikada etika haradadır? Media etikas bu gərginliklərə diqqəti çəkməklə yanaşı, nəzəri cəhətdən, dəyərlər arasındakı ziddiyyətləri həll etməlidir. Hansı prinsiplərin qorunub saxlanmalı və ya yenisinin icad edilməli olduğuna qərar verilməlidir. Praktiki olaraq onlayn və ya ənənəvi jurnalistikaya rəhbərlik etmək üçün yeni standartlar formalaşmalıdır.

Formalaşmalı olan yeni etik prinsiplər çox təbəqəli jurnalistikani xarakterizə edən inteqrasiya olunmuş xəbər mediasının etikas olaraq nəzərdə tutulur. Təbəqəli jurnalistika vətəndaş jurnalistikası və interaktiv söhbətlərlə birləşən peşəkar xəbər və təhlillərin multimedia təqdimatını hazırlamaq üçün müxtəlif jurnalistika formalarını və müxtəlif növ jurnalistləri eyni məcrada birləşdirir.

Tədqiqatlar proqnoz verir ki, yeni media xəbər otaqları şaquli və üfüqi təbəqələrə malik

olacaq. Şaquli olaraq, redaksiya mövqeləri diversifikasiya olunacaq. Xəbər otaqları və ya redaksiya ilə sıx əlaqədə olan vətəndaş jurnalistləri və bloggerlər fəaliyyət göstərəcəklər. Bundan əlavə, müxtəlif istiqamətli redaktorlar tələb olunacaq ki, bunların bir qismi yeni jurnalistlərlə işləyəcək, digərləri isə vətəndaşların elektron poçt, internet saytları və sosial media vasitəsilə göndərdiyi arzuolunmaz şəkillər və mətnlərlə məşğul olacaq. Mediadan istifadə edərək vətəndaşların xəbərlərini hazırlamaq üçün ərazilərə getmək öhdəliyi daşıyan yeni redaktorlar yaradılacaq. Üfüqi olaraq, gələcəyin xəbər mediası çap və yayım departamentlərindən tutmuş onlayn istehsal mərkəzlərinə qədər istehsal etdiyi xəbər növlərinə görə təbəqələşəcəkdir (6, s.834).

Ənənəvi redaksiyalarda da şaquli və üfüqi təbəqələr mövcud idi. Məsələn, qəzet redaksiyaları yuxarıdakı baş redaktordan, aşağıdakı kiçik müxbirə qədər şaquli fəaliyyət mexanizmi ilə yerləşdirilmişdi. Üfüqi şəkildə isə, əsas xəbər otaqları həm çap, həm də vizual olaraq müxtəlif jurnalistika mətnləri istehsal etməkdə idi. Bununla belə, gələcək redaksiyaların əlavə və fərqli təbəqələrinin olacağı gözlənilir. Ola bilər ki, bəzi xəbər saytları bloggerlik kimi yalnız bir formata həsr olunaraq bir neçə şəxs tərəfindən idarə olunmağa davam edəcək, lakin yeni, əsas axının əhəmiyyətli hissəsi bu mürəkkəb, təbəqəli təşkilatlardan ibarət olacaq.

Gələcək təbəqəli jurnalistika iki cür problemlə üzləşə bilər. Birincisi, peşəkar redaktorlardan tutmuş könüllü çalışan jurnalistlərə kimi xəbər otağının müxtəlif təbəqələrinin məsuliyyətli jurnalistika işini ortaya qoymaq məqsədilə qarşılıqlı fəaliyyəti zamanı etik problemlər yarana bilər. Məsələn, peşəkar redaktorlar vətəndaş jurnalistlərin fəaliyyətini hansı standartlarla qiymətləndirəcəklər? Və ya müxtəlif redaksiya bölmələri üçün normalar haqqında suallar ola bilər.

Rəqəmsal medianın ortaya çıxardığı ən mühüm suallardan biri jurnalist “kimliyi” ilə bağlı məsələdir. Medianın “demokratikləşməsi” –vətəndaşlara jurnalistika və müxtəlif növ yayımla məşğul olma imkanı verən texnologiya – jurnalistlərin kimliyi və jurnalistikanın nədən ibarət olması barədə müzakirələrə səbəb olub. Ənənəvi medianın hökmran olduğu dövrlərdə jurnalistlər aydın şəkildə müəyyən edilmiş bir peşə qrupu kimi, əksəriyyəti qəzetlər və nəşriyyatlar üçün çalışan peşəkarlardan ibarət idi. İctimaiyyət media mənsublarını müəyyən etməkdə çox da çətinlik çəkmirdi. Bu gün jurnalistika təhsili almamış və ənənəvi mediada işləməyən vətəndaşlar özlərini jurnalist adlandırır və ya müntəzəm olaraq auditoriya üçün ictimai mövzularda yazılar hazırlayırlar. “Jurnalist” termininin hüdudları həmişə aydın olmur. Məsələn, Facebook sosial şəbəkəsində fikirlərini bildiren şəxs jurnalistdirmi? Əslində, jurnalist kimliyi ilə bağlı mübahisəli yanaşmalar jurnalistika peşəsinə də şamil olunur və “Jurnalistika nədir?” sualı yaranır.

Tədqiqatlarda bu suala üç əsas yanaşma ilə qarşılaşırıq: skeptik, empirik və normativ yanaşma (9, s.5). Birinci yanaşmanın tərəfdarları qoyulan sualı əhəmiyyətsiz hesab edib, məsələyə şübhə ilə yanaşaraq rədd edirlər. Məsələn, iddia olunur ki, hər kəs jurnalist ola bilər və kimin özünü jurnalist adlandırma biləcəyi mövzusu müzakirə olunmalı deyil. Bir sözlə, jurnalistikanı müəyyən etmə cəhdlərinə şübhə ilə yanaşılır.

Empirik olaraq suala daha sistemli və diqqətli yanaşma mövcuddur. Jurnalistika tarixinin bariz nümunələrinə baxaraq, jurnalistlərin məşğul olduqları fəaliyyət növləri qeyd oluna bilər. Məsələn, məlumat toplamaq, xəbəri hazırlamaq və redaktə etmək, ideyaları dərc etmək və s. Bu xüsusiyyətlərdən yola çıxaraq jurnalistikanı roman yazmaq, hekayə danışmaq və ya rəsmi məlumat bazası üçün informasiyaların təşkili işindən fərqləndirərək jurnalistikanın tərifi verilir.

Normativ yanaşma isə təkid edir ki, xəbər yazarları təhsil və ya formal təlim yolu ilə əldə edilmiş yüksək bilik və qabaqcıl bacarıqlara malik olmadıqda və müəyyən etik normalara riayət etmədikcə, onları jurnalist adlandırmaq olmaz. Bacarıqlara araşdırma qabiliyyəti, tədqiqat bacarıqları, media texnologiyası ilə təchizat, institutların necə işlədiyinə dair biliklər və yüksək səviyyəli ünsiyyət bacarıqları, o cümlədən, etik normalar, dəqiqlik, yoxlama, həqiqət və s. öhdəlikləri daxil edə bilər.

Normativ yanaşma jurnalistikanın ictimaiyyəti dəqiq və məsuliyyətlə məlumatlandırmaq olduğu ideal baxışa əsaslanır. Jurnalistika peşəsi ən yaxşı jurnalistika nümunələri və ən yaxşı jurnalistlərin təcrübələri nəzərə alınmaqla müəyyən edilir. Yalnız bu bacarıqlara və etik öhdəliklərə

malik şəxslər yaxşı peşəkar olaraq işlənmiş, dəqiq araşdırılmış və etik cəhətdən məsuliyyətli jurnalistika ilə məşğul ola bilər. Bu normativ tələblərə cavab verməyən şəxslər özlərini jurnalist adlandırsa da, normativ baxımdan jurnalist deyillər. Onlar çox zaman məsuliyyətsiz, ikinci dərəcəli və ya səriştəsiz, bəzən isə jurnalist olmağa cəhd edən və ya özünü jurnalist kimi göstərməyə çalışan “yazarlar” olurlar.

Yeni mediada anonimlik məsələsi

Hələ tarixən, qəzet redaksiyalarına göndərilən məktublar, daha sonralar isə televiziya studiyalarına edilən telefon zəngləri bəzən anonim xarakter daşıyırdı. Lakin bu, o demək deyildi ki, bu məktublar və ya zənglər (canlı yayımlar istisna olmaqla) redaktor baxışı olmadan yayımlana bilərdi. İstənilən halda, etik çərçivələr və peşəkarlıq amilləri nəzərə alınır.

Bu gün anonimlik əsas xəbər mediasından daha çox onlayn formada qəbul edilir. Qəzetlər tez-tez redaktora məktub yazanlardan özlərini təqdim etmələrini xahiş edirlər. Əsas medianın etik kodeksi jurnalistlərə anonim mənbələrdən qənaətlə və yalnız müəyyən qaydalara əməl olunma şərti ilə istifadə etmələri barədə xəbərdarlıq edir. Kodekslər jurnalistləri məlumatlandırır ki, insanlar anonimlikdən istifadə edərək öz mənfəətləri üçün başqa insanlara qarşı ədalətsiz və ya həqiqətə uyğun olmayan hucumlar edə bilərlər.

Onlayn bir çox rəylər və "çat" bölmələri anonimliyə icazə vermir. Bununla belə, internet istifadəçiləri veb-saytlarda və bloqlarda qeydiyyatdan keçmək və özlərini tanımaq tələblərinə müqavimət göstərirlər. Anonimlik söz azadlığına imkan verdiyinə və bəzən yanlış hərəkətlərin ifşasına kömək etdiyinə görə, ümumi mənada dəstəklənir. Tənqidçilər isə bunun məsuliyyətsiz və zərərli şərhləri təşviq etdiyini irəli sürürlər. Ənənəvi media onlayn anonimliyə icazə verdiyi halda, qəzetlərdə və yayım proqramlarında anonimliyi rədd etdiyi zaman özlüyündə ziddiyyət yaradır. O zaman sual yaranır: nə vaxt etik cəhətdən anonimliyə icazə verilir və medianın müxtəlif media platformaları üçün anonimliklə bağlı fərqli qaydalarının tətbiqi tələb olunurmu?

Mətnlər, şəkillər və videolar sosial şəbəkələr, bloggerlər, mobil telefonlar və elektron poçt vasitəsilə inanılmaz sürətlə dünyanı gəzir. Sürət anlayışı xəbərlərin mənbəyinin və iddia edilən faktların etibarlılığının adekvat şəkildə yoxlanılmadan dərc olunmasına təsir göstərir. Böyük xəbər təşkilatları çox vaxt şayiələri onlayn qəbul edirlər. Bəzən hansısa bir şayiənin internetdə yerləşdirilməsinin təsiri dünyanı o qədər də sarsıtmır. Lakin elə yalan xəbərlər də var ki, onlar sürətli şəkildə kütlələrə çatdıqda panikaya, qəzalara səbəb ola və hərbi müdaxiləni sürətləndirə bilər.

Yeni media insanları öz fikirlərini açıq bildirməyə və fikirlərini səmimi şəkildə bölüşməyə sövq edir. Obyektiv şəkildə xəbər verməli olan müxbirdən fərqli olaraq bir çox bloggerlər öz şəxsi fikirlərini söyləməkdən böyük məmnunluq duyur, özlərini “partizan” və ya “fəal” kimi görür və obyektiv və ya qərəzsiz təhlil ideyasını rədd edirlər (7, s.319). Beləliklə, 1900-cü illərin əvvəllərində peşəkar jurnalistikanın yüksəlişindən əvvəl populyarlıq qazanmış fikir (rəy) və ya partizan jurnalistikasının yenidən canlandığını (və ya geri qayıtdığını) müşahidə edirik. İstər fikir, istərsə də partizan jurnalistikası jurnalistika tarixində qədim köklərə malikdir. Bununla belə, onların onlayn dünyada yenidən dirçəlişi hazırki media etikası üçün ciddi etik problem yaradır.

İqtisadi baxımdan neytrallıq kimi ənənəvi prinsipləri qəbul edən əsas xəbər agentlikləri zaman-zaman xəbərlərə və şərhlərə daha tərəfkeş yanaşmağa məcbur olurlar. Belə iddia olunur ki, neytral olmaq auditoriya üçün darıxdırıcıdır. Yalnız güclü ideyalar və ziddiyyətli fikirlər izləyicini cəlb edə bilər. Hətta redaksiyaların qərəzsizlik qaydalarını tətbiq etdiyi anlarda və şərhə görə jurnalistin fəaliyyəti dayandırıldıqda, onlar tam ictimai dəstəyi itirə bilərlər.

Yeni jurnalistika növlərinin yarandığı və fundamental prinsiplərin şübhə altına salındığı bir dövrdə, ictimai maraqlara uyğun müstəqil jurnalistikanın mahiyyətini yenidən müəyyənləşdirmək, etik problemlərin həllini tələb edir.

İnsanlar internetə miqrasiya etdikcə oxucu kütləsinin və ənənəvi media gəlirlərinin azalması redaksiya işçilərinin sayına da təsir edib. Bir çox media işçiləri reklam və nəşrin satışına əsaslanan köhnə kütləvi informasiya vasitələri modelinin iqtisadi davamlılığına şübhə ilə yanaşır. Bununla belə, bəzi jurnalistlər fondlar və vətəndaş ianələri vasitəsilə qeyri-kommersiya məqsədli redaksiyalar,

xəbər portalları və araşdırma jurnalistika mərkəzləri yaradırlar. Hətta beynəlxalq təcrübədə internet vasitəsilə vətəndaşlardan reportaj üçün pul göndərmələrini xahiş edən jurnalistlərlə qarşılaşmaq mümkündür. Onlara görə, bu tendensiya “sahibkar jurnalistikası”, belə jurnalistlər isə yeni təşəbbüsləri üçün vəsait toplamağa çalışan “sahibkarlar” hesab olunur. Məhdud sayda maliyyəçinin vəsaitindən asılı olan belə redaksiyalar nə dərəcədə müstəqil ola bilər, müzakirəlidir. Redaksiya əsas təsisçilərdən biri haqqında tənqidi məlumat vermək istədikdə, buna şərait olmayacaq. Əks halda redaksiyanı kim maliyyələşdirəcək? Bütün bu çətinliklər medianın yeni sahələri üçün etik prinsiplərin müəyyənləşdirilməsini zərurətə çevirir.

Bir çox xəbər təşkilatları bloq və sosial şəbəkələrdə profil hesabları yaradaraq öz müxbirlərini informasiya toplamaq və “brend” yaratmaq məqsədilə sosial mediadan istifadəyə təşviq edirlər. Bununla belə, onlayn rəy bildirmək jurnalistləri, xüsusən də, müxbirləri redaktor və ya rəy bildirdikləri insanlarla problemə sövq edə bilər. Bu zaman müxbirlər üçün yeni media məkanını araşdırmaq məqsədilə sosial mediadan istifadə qaydalarının hazırlanması məsələləri də etik problemlər müstəvisinə daxil olur.

Peşəkar fəaliyyətdə vətəndaş xəbərindən istifadə

Yuxarıda qeyd olunan çətin “üfüqi” məsələlərdən biri redaksiyaların müxtəlif media resurslarında çalışan jurnalistlərə eyni redaksiya standartlarına uyğun fəaliyyət mexanizmi tətbiq etməsidir. Məsələn, vətəndaş jurnalistlərindən balanslı və qərəzsiz olmaq tələb edilməlidir? Yaxud qəzet redaksiyasının veb-saytını idarə edən jurnalistlər hələ qəzetdə nəşr olunmamış xəbər haqqında reportaj hazırlaya bilərmi? Digər tərəfdən, ənənəvi media subyektlərinin sayı azaldıqca və onlayn xəbərlərin populyarlığı artdıqca, müxtəlif təşkilatlar fəlakətlər, qəzalar və ya digər səpkili eksklüziv və ya qaynar xəbərlər barədə məlumat verilməsində vətəndaşlarla əməkdaşlıq etməyə daha maraqlıdırlar. Hadisələri mobil telefon vasitəsilə qeydə alan vətəndaşlar mətn və şəkilləri xəbər mərkəzlərinə daha tez ötürmə imkanına malikdirlər. Lakin bu prosesdə saxta xəbər və ya qərəzli vətəndaş mövqeyi ilə qarşılaşma ehtimalı da yüksəkdir.

Tədqiqatçıları ən çox düşündürən sual ondan ibarətdir ki, normaları bütün media platformalarında ardıcıl olaraq tətbiq edilə bilən media etikasını yaratmaq mümkündürmü? Yoxsa müxtəlif media platformaları üçün fərqli normaların olması daha adekvat variantdır?

Fotojurnalistin yeni imkanları

Yeni ekran texnologiyasının inkişafından irəli gələn yeni etik problemlər yaranmaqdadır. Vətəndaşlar və peşəkar jurnalistlər müasir texnologiya vasitəsilə (məsələn, internetə qoşulmuş mobil telefonlar) şəkilləri çəkmək və ötürmək üçün yeni və asan üsullara yiyələniblər. Kadrları qeydə alma, köçürmə və manipulyasiya imkanları zamanı əldə olunan bu asanlıq qeyri-rəqəmsal çəkiliş üçün nəzərdə tutulmuş fotojurnalistikanın ənənəvi prinsiplərini şübhə altına salır.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, əsas məsələ redaksiyaların sosial media istifadəçilərinin və vətəndaş jurnalistlərinin vasitəçiliyi ilə asanlıqla əldə edilən görüntülərə etibar etməsi reallığıdır. Bu məqamda göndərən kimdir və bu şəklin həqiqətən sözügedən hadisəyə aid olub-olmadığı çox zaman araşdırılmır. Digər bir məsələ isə, manipulyasiya məqsədilə fotolara edilən dəyişikliklərlə bağlıdır. Manipulyasiya bəzən o qədər cazibədar olur ki, ən irəli media şirkətinin fotojurnalistini də özünə çəke bilər. Təsədüfi deyil ki, son on ildə xəbər agentlikləri saxtakarlığın qarşısını almaq məqsədilə bir sıra fotojurnalistləri işdən çıxarıblar. Fotojurnalistlər tərəfindən fotosəkin “texniki” aspektlərinin (rənginin, tonunun və s.) dəyişdirilməsi də auditoriyanı çaşdıracaq amil kimi qeyri-etik hadisə hesab olunur.

“Texnologiyanın Sosial Quruluş” nəzəriyyəsinin banisi W.E.Bijker və T.Pinch “Texnologiya insan hərəkətini deyil, ehtimal ki, texnologiyayı təşkil edən insanın hərəkətlərini müəyyən edir” fikrini irəli sürüblər (3, s.2). Beləliklə, texnologiyanın sosial kontekstdə necə yerləşdirildiyi başa düşülməsə, ondan istifadə üsulları da aydın olmayacaq.

Nəticə

Qeyd olunan müzakirələrin həllini tapması media etikasını nizamsızlığının aradan qaldırılmasında olduqca lazımlıdır. Xüsusilə, cəmiyyət üçün əhəmiyyət daşıyan informasiyanı yaxud

faciəvi xarakterli xəbərləri işıqlandırarkən jurnalistlərin peşəkarlıq nümayiş etdirməsi həm redaksiyanın etik prinsiplərə sadıqlığından, həm də jurnalistin insani keyfiyyətlərinin və intellektual səviyyəsinin ölçüsündən asılıdır. İstənilən məlumatla bağlı faktlar diqqətlə araşdırılmalı və onun səbəb ola biləcəyi sosial təsirlər düzgün qiymətləndirilməlidir. Bir çox hallarda narahatlığa səbəb ola bilən xəbərlərlə bağlı müəyyən tədbirlərin alınması vəziyyəti yumşalda bilər. Məsələn, gərginlik yaradacaq video və şəkillərdən öncə xəbərlənmələr auditoriyaya psixoloji olaraq vəziyyətə hazırlamağa xidmət edir. Yaxud, hadisə qurbanlarının məxfiliyinin qorunması auditoriyaya bir qədər daraltsa da, insan həyatının üstünlüyünə xidmət edəcəkdir. Son dövrlərdə yeni avadanlıqlar vasitəsilə əldə olunan qətl, cinayət, intihar görüntülərinin beynəlxalq təcrübədə animasiya texnologiyasından istifadə edərək canlandırılması və real görüntülərin yayımlanmaması halları insan həyatına duyulan həssaslığın nəticəsini nümayiş etdirir. Eyni zamanda, mənfi təsir doğuracaq xəbərlərin problemin həlli istiqamətində məlumatlarla (məsələn, müalicə planları və ya kömək üçün nəzərdə tutulan resurslar və s.) dəstəklənməsi cəmiyyətdə müsbət əhval-ruhiyyənin davamlılığına şərait yarada bilər. O da qeyd olunmalıdır ki, obyektiv və rəşional təhlillər yerinə, emosional məzmunu genişləndirərək spekulyasiya yaratmaq da, peşəkarlığa kölgə salır.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Jurnalstlərinin Peşə Davranışı Qaydaları. 2003. 4 s. <https://www.osce.org/files/f/documents/a/c/105937.pdf>
2. Azərbaycan Jurnalstlərinin Etik Davranış Qaydaları. 2022. Azərbaycan Mətuat Şurası. <https://presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
3. AG. Eka Wenats Wuryanta. 2019. New Media Ethics. University Multimedia Nusantara. Endonezya, p.5. https://www.researchgate.net/publication/332030116_New_Media_Ethics
4. Council of Europe's Assembly. 1993. Ethics of journalism. Resolution 1003. <https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16414>
5. David Shedden. 2015. Today in Media History: In 1947, the press reported on the Hutchins Commission report. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2015/today-in-media-history-in-1947-the-press-reported-on-the-hutchins-commission-report/>
6. Yuhan Wen. 2021. How to use new media technology to avoid media ethics anomie. University of Electronic Science and Technology of China (UESTC), Chengdu Sichuan, China, pp. 833-836.
7. Mila Nadrljanski, Đorđe Nadrljanski, Zita Buzasi. 2011. New media – Ethical issues. Alfa University Belgrade, Serbia, pp. 317-326.
9. Ward, Stephen J. A. 2021. Digital media ethics. Center for Journalism Ethics, School of Journalism and mass communication. University Ave, USA. p.8.

TƏQSİRSİZLİK PREZUMPSİYASI VƏ MƏLUMAT AZADLIĞI

Təcrübədə təqsirsizlik prezumpsiyası ilə məlumat azadlığının üst-üstə düşmədiyi anlar olur. Belə ki, məhkəmənin yekun qərarı olmadığı üçün təqsiri sübuta yetirilməyən günahsız insanlar haqqında mediada və dövrü mətbu nəşrlərdə yayımlanan kütləvi informasiyalarda onların təqsirli olmasının bəyan edilməsi özü-özlüyündə təqsirsizlik prezumpsiyasını pozur.

Mediada və dövrü mətbu nəşrlərdə günahsız insanların təqsirkar kimi təqdim edilməsi onları cəmiyyətin gözündə məhkum edir, müəyyən hallarda isə ədalət mühakiməsinin gedişinə mənfi təsir göstərir (7, s.52; 9, s.773; 4, s.180).

İstənilən məlumatı qanuni yolla axtarmaq, əldə etmək, ötürmək, hazırlamaq və yaymaq azadlığı ilə təqsirsizlik prezumpsiyasından qaynaqlanan şərəf və ləyaqəti qorumaq hüququ arasında incə bir cizgi vardır. Bu baxımdan media və dövrü mətbu nəşrlərdə cinayət xəbərləri yayımlayaraq ictimaiyyəti məlumatlandırma vəzifəsinin yerinə yetirilməsi zamanı şübhəli və təqsirləndirilən şəxsin müxtəlif aspektlərdən mühafizəsi ehtiyacı meydana çıxır: onun şəxsi toxunulmazlıq hüququnun qorunması, adı və görüntüsünün anonimliyinin saxlanması, təqsirsizlik prezumpsiyasının pozulmaması, son nəticədə ədalətli məhkəmə araşdırması hüququnun təmin olunması (5, s.230).

Mediada və dövrü mətbu nəşrlərdə təqsirsizlik prezumpsiyasının pozulması halları

Gün keçdikcə texnologiyanın inkişaf etməsi və informasiyalı cəmiyyətin formalaşması insanların daha asanlıqla təsirə salınmasına və onların istənilən istiqamətə yönləndirilməsinə səbəb olmaqdadır. Artıq heç kimə sirr deyil ki, texnoloji avadanlıqlara sahib olan, mediaya və dövrü mətbu nəşrlərə təsir gücünə malik şəxslər və qruplar təbliğat yolu ilə ictimaiyyəti öz maraqlarına uyğun formada təsir dairəsinə sala bilirlər. Bu gün media və dövrü mətbu nəşrlər insanları istənilən istiqamətə yönləndirə biləcək atmosfer formalaşdırmaq gücünə malikdir. Təəssüflər olsun ki, hazırda dünyada media və dövrü mətbu nəşrlərdən sui-istifadə edərək öz mənafevləri üçün hiss edilməyən üsul və vasitələrlə müəyyən dairələr tərəfindən fərdlərin (görməli şəxsiyyətlər, nüfuzlu insanlar və s.) cəmiyyətə təqsirli şəxs kimi tanıtılması, onların şərəf və ləyaqətinin ləkələnməsi, nəticədə təqsirsizlik prezumpsiyasının kobud şəkildə pozulması halları geniş vüsət almışdır. Halbuki təqsirsizlik prezumpsiyası məhkəmələrdən başqa heç kim, o cümlədən media və dövrü mətbu nəşrlər tərəfindən təqsirləndirilən şəxsin təqsirli olması qənaətinə gəlinə bilməyi qətiyyətlə qadağan edir.

Təcrübəyə nəzər salsaq görərik ki, mediada və dövrü mətbu nəşrlərdə təqsirsizlik prezumpsiyasının pozulması halları iki yolla meydana çıxır:

1. Jurnalistlərin birbaşa özlərinin cinayətlərlə bağlı hazırladıqları xəbər və proqramlar vasitəsilə.

Ölkəmizdə media və dövrü mətbu nəşrlərdə xüsusilə cinayət hadisələrinə dair xəbərlər, proqramlar efirə buraxılarkən və ya mətbuatda xəbər materialları dərc edilərkən təqsirsizlik prezumpsiyasının pozulması hallarına rast gəlinir.

Məlum olduğu kimi ictimaiyyətin cinayətlə bağlı xəbərlərə maraq göstərməsi media və dövrü mətbu nəşrləri həmin mövzuya dair xəbərlər hazırlamağa təşviq edir. Lakin təəssüflər olsun ki, bəzən media bu tip xəbərləri sensasiya yaratmaq və reyting toplamaq məqsədilə elə formada təqdim edir ki, təqsirləndirilən şəxs barəsində qanuni qüvvəyə minmiş ittiham hökmü olmadan həmin şəxs cinayətkar kimi təqdim olunur. Bu isə ictimaiyyət qarşısında məhkəmədən kənar “məhkum etmə” vəziyyətini meydana çıxarır ki, bununla da təqsirsizlik prezumpsiyası pozulmuş olur. Bəzən isə təcrübədə cinayət hadisəsinə ictimai marağı bəhanə edərək intiqam almaq, maddi mənfəət qazanmaq, hətta siyasi dividend əldə etmək məqsədilə sözügedən hüququn pozulması halları baş verir. Təəssüflər olsun ki, ölkəmizdə bəzən televiziya və radio proqramlarının xəbərlər bülletenində, qəzet və jurnallarda, informasiya agentliklərinin xəbər materiallarında, eləcə də internet səhifələrində obyektiv

və subyektiv səbəblərə görə diqqətsizlik və ya yanlışlıqla, bəzən isə qəsdən düzgün olmayan terminlərə müraciət edilərək günahsız insanların təqsirkar kimi ictimaiyyətə təqdim edilməsi halları müşahidə olunmaqdadır.

Təqsirsizlik prezumpsiyasının pozulması hallarının hüquqi savadsızlıqdan və hüquq düşüncəsinin aşağı olmasından qaynaqlanan səbəbləri sırasında əsas yeri bəzi jurnalistlərin xəbər təqdim edərkən yol verdikləri terminoloji yanlışlıqlar tutur. Bu cür yanlışlıqlara misal olaraq *“şübhəli şəxs”* və *“təqsirləndirilən şəxs”* əvəzinə *“cinayətkar”*, *“məhkum”*, *“vətən xaini”*, *“quldur”*, *“qatil”*, *“fırıldaqçı”*; *“cinayət törətməkdə ittiham olunur”* əvəzinə *“cinayət törətmiş”*; *“oğruluq cinayətini törətməkdə təqsirli bilinən şəxsin barəsində həbs qətimkan tədbiri seçildi”* əvəzinə *“oğrunun barəsində həbs cəzası verildi”*, *“Ölü olaraq ələ keçirilən şəxsin cəsədinin məhkəmə tibb ekspertizası keçirildi”* əvəzinə *“Silahlı qarşıdurmada ölənin cinayətkarın cəsədi üzərində məhkəmə tibb ekspertizası keçirildi”*, *“istintaq təcrüdəsinə göndərildi”* əvəzinə *“cəzaçəkmə müəssisəsinə göndərildi”* ifadələrinin işlədilməsini misal göstərə bilərik. Məhkəmənin qanuni qüvvəyə minmiş ittiham hökmü olmadan şəxsin təqsirli şəxs kimi təqdim edilməsinə rəvac verən bu cür terminoloji səhvlilər son nəticədə təqsirsizlik prezumpsiyasına riayət olunmamasına səbəb olur.

Bəzən media və dövrü mətbu nəşrlərdə hər hansı vətəndaşın şübhəli şəxs kimi həbs olunması, yaxud məsuliyyətə cəlb olunması barədə məlumat verilsə də, sonradan həmin vətəndaşın günahsızlığının sübuta yetməsinə və məhkəmə tərəfindən barəsində bəraət hökmü çıxarılmasına baxmayaraq, həmin informasiya orqanı ictimaiyyəti bu barədə məlumatlandırmır. Bəzən isə bəraət hökmü barədə xəbər təqdim olunsaydı, bu cür xəbərlər cinayət törətməkdə ittiham olunduğu vaxt şəxslə bağlı təqdim olunan xəbərlərin çoxluğu və güclü təsirinə adekvat səviyyədə olmur. Nəticədə isə onu tanıyan insanların nəzərində günahsız şəxsin təqsirli olması barədə həqiqəti əks etdirməyən fikir formalaşır. Halbuki Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışı qaydaları da əsas verir ki, əgər kütləvi informasiya vasitəsi hər hansı vətəndaşın şübhəli şəxs kimi həbs olunması, yaxud istintaqa cəlb edilməsi barədə məlumat yaymışsa və sonradan vətəndaşın günahsızlığı sübuta yetmişə, həmin informasiya orqanı bu barədə mütləq xəbər verməlidir”.

2. Rəsmi və digər orqan və qurumların (polis, məhkəmə, hüquq-mühafizə orqanları, bələdiyyələr və s.) nümayəndələrinin mediada və dövrü mətbu nəşrlərə verdiyi açıqlamalar vasitəsilə.

İbtidai istintaq orqanının səlahiyyətli nümayəndəsi tərəfindən şəxsin özünün razılığı ilə onun konkret cinayət əməlini törətməsinin etiraf edilməsinin media və mətbuata açıqlanması təqsirsizlik prezumpsiyasını pozmur. Lakin dövlət orqanının əməkdaşı tərəfindən ictimaiyyətə təhqiqat və istintaq, eləcə də məhkəmə prosesinin gedişatı barədə məlumat verildikdə şəxsin təqsirkar və ya cinayətkar olduğu bəyan edilərsə, bu özlüyündə təqsirsizlik prezumpsiyasını pozmuş olur. Məhkəmənin qanuni qüvvəyə minmiş ittiham hökmü olmadan qabaqcadan şəxsin təqsirkar olması qənaətinə gəlməyə əsas verən belə mövqə eyni zamanda ictimaiyyətin də şəxsin cinayətkar olduğuna inanmasına təhrik edir.

Qeyd edək ki, təqsirsizlik prezumpsiyasının pozulmasına səbəb olan həqiqətə uyğun olmayan məlumatın yayılmasına redaksiya (məsul redaktor), eləcə də jurnalistin məsuliyyətini müəyyən hallarda istisna edə bilər. Belə ki, “Media haqqında” AR qanununun 77-ci maddəsində aydın olur ki, mediada yayılmış həqiqətə uyğun olmayan məlumata görə redaksiya, eləcə də jurnalist aşağıdakı hallarda məsuliyyət daşımır:

- həmin məlumat dövlət orqanlarının (qurumlarının) vəzifəli şəxsləri və ya onların mətbuat xidmətləri tərəfindən rəsmi yayılmışdırsa;
- həmin məlumat informasiya agentliklərindən və ya idarə, müəssisə, təşkilat, siyasi partiya və qeyri-hökumət təşkilatlarının mətbuat xidmətləri tərəfindən yayılmışdırsa;
- həmin məlumat Azərbaycan Respublikası Milli Məclisinin deputatlarının, dövlət orqanlarının (qurumlarının), bələdiyyələrin, idarə, müəssisə, təşkilat və qeyri-hökumət təşkilatlarının nümayəndələrinin, habelə vəzifəli şəxslərin rəsmi çıxışlarında olduğu kimi təkrar edilmişdirsə;
- həmin məlumat canlı yayımla efirə gedən çıxışlarda səsləndirilmişdirsə.

Mediada və və dövri mətbu nəşrlərdə təqsirsizlik prezumpsiyasının pozulması zamanı hüquqi müdafiənin qanunvericilik əsasları.

Mediada və dövri mətbu nəşrlərdə təqsirsizlik prezumpsiyasının pozulması şəxsin şərəf və ləyaqətinə, onun işgüzar nüfuzuna ciddi şəkildə xələl gətirir. Bu baxımdan AR Konstitusiyasının 50-ci maddəsinin III hissəsinə əsasən “Hər kəsin kütləvi informasiya vasitələrində dərc edilən və onun hüquqlarını pozan və ya mənafeələrinə xələl gətirən məlumatı təkzib etmək və ya ona cavab vermək hüququna təminat verilir”.

“Media haqqında” AR qanununun 18-ci maddəsinə əsasən “Media subyekti tərəfindən fiziki şəxsin şərəf və ləyaqətini, fiziki və hüquqi şəxsin işgüzar nüfuzunu ləkələyən, böhtan və təhqir xarakterli məlumatlar yayıldıqda, fikirlər təhrif olunduqda fiziki şəxsin özünün və ya nümayəndəsinin, hüquqi şəxsin rəhbərinin, yaxud səlahiyyətli nümayəndəsinin həmin media subyektində 1 (bir) ay müddətində cavab vermək, habelə media subyektindən həqiqətə uyğun olmayan məlumatın təkzib olunmasını, düzəliş verilməsini, üzr istənilməsini tələb etmək, yaxud birbaşa məhkəməyə müraciət etmək hüququ vardır” (*birinci hissə*).

“Bu Qanunun 18.1-ci maddəsində nəzərdə tutulmuş tələblə müraciət edilən zaman, yaxud məhkəmə qərar çıxaran zaman media subyektinin fəaliyyəti (yayımı) müvəqqəti dayandırılmışsa və ya o yenidən təşkil olunmuşsa təkzib, cavab və ya düzəliş həmin media subyektinin və ya onun hüquqi varisinin vəsaiti hesabına iddiaçının istədiyi media subyektlərinin birində dərc oluna (yayımlana) bilər” (*ikinci hissə*).

“Media subyekti tərəfindən cinayət işləri üzrə icraatın mahiyyəti və nəticələri barədə həqiqətə uyğun olmayan və ya təhrif edilmiş məlumatlar verildikdə cinayət prosesini aparən orqan məlumatın təkzib olunması və ya düzəliş verilməsi tələbi ilə həmin media subyektinə müraciət etmək hüququna malikdir” (*üçüncü hissə*).

Təkzib, cavab və düzəliş verilməsi qaydası ilə bağlı münasibətlər sözügedən qanunun 19-cu maddəsi ilə tənzimlənir.

Media və mətbuatda cinayət hadisələri ilə bağlı hazırlanan kütləvi informasiyanın hüquqauyğunluq meyarları.

AR Konstitusiyasının 50-ci maddəsində deyilir: “Hər kəsin istədiyi məlumatı **qanuni yolla** axtarmaq, əldə etmək, ötürmək, hazırlamaq və yaymaq azadlığı vardır” (*birinci hissə*). “Kütləvi informasiyanın azadlığına təminat verilir. Kütləvi informasiya vasitələrində, o cümlədən mətbuatda **dövlət senzurası qadağandır**” (*ikinci hissə*). “Hər kəsin kütləvi informasiya vasitələrində dərc edilən və onun hüquqlarını pozan və ya mənafeələrinə xələl gətirən məlumatı təkzib etmək və ya ona cavab vermək hüququna təminat verilir” (*üçüncü hissə*).

Göründüyü kimi AR Konstitusiyası məlumat azadlığına mane olan dövlət senzurasını qadağan etməklə istənilən informasiyanın qanuni yolla axtarmaq, əldə etmək, ötürmək, hazırlamaq və yaymaq azadlığına təminat verir.

Ölkəmizdə məlumat azadlığı ilə bağlı kifayət qədər geniş qanunvericilik bazası vardır. Sözügedən sahəyə dair “İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında” 3 aprel 1998-ci il tarixli, “Məlumat azadlığı haqqında” 19 iyun 1998-ci il tarixli qanunu və digər Azərbaycan Respublikası qanunlarını misal göstərmək olar.

Ləkələnməmə hüququ, şəxsiyyətə dair məlumatın və görüntünün yayımlanmasının təqsirsizlik prezumpsiyası ilə əlaqəsi.

Hər bir şəxsin təqsirləndirildiyinin ictimaiyyət tərəfindən öyrənilməsini istəməmə, başqa sözlə, “sosiallaşmaq” istəməmə haqqı vardır. Bu baxımdan şübhəli və ya təqsirləndirilən şəxsin ictimaiyyətin gözündə ləkələnməməsi, onun şərəf və ləyaqətinin alçaldılmaması üçün ibtidai istintaq orqanları və məhkəmələr imkan daxilində məqsəddən kənar proseduraları (şübhəli və təqsirləndirilən şəxsin mediada işıqlandırılması və s. kimi) tətbiq etməkdən çəkinməlidir (7, s.948).

Əvvəllər ölkəmizdə fəaliyyət göstərən bəzi televiziya kanallarında və ya qəzetlərdə yayımlanan cinayət işlərinə dair proqramlar və xəbər materiallarında hələ ibtidai istintaq mərhələsində olarkən şübhəli və ya təqsirləndirilən şəxslərin kimlikləri, fotosəkilləri və video görüntüləri ictimaiyyətə təqdim

olunurdu. Sözügedən məsələnin, xüsusən də ibtidai istintaq mərhələsində şübhəli və ya təqsirləndirilən şəxsin kimliyinin və görüntüsünün açıqlanmasının hüququayğunluğunu mübahisələndirmək təqsirsizlik prezumpsiyası baxımından əhəmiyyətə malikdir. Qeyd edək ki, ictimaiyyətdə cinayət hadisəsi ilə bağlı adı açıqlanan tutulmuş və ya həbs olunmuş şəxsləri təqsirkar olaraq görmək tendensiyası vardır. Fikrimizcə, bunun qarşısının alınması üçün şübhəli və ya təqsirləndirilən şəxsin şəxsiyyətinin və görüntüsünün bir neçə istisna xaricində yayınlanmasının qadağan edilməsi zərurətdən qaynaqlanır. Fikrimizi əsaslandırmaq üçün bir neçə Avropa dövlətinin qanunvericiliyinə nəzər salaq. Məsələn, İngiltərədə şübhəli və ya təqsirləndirilən şəxsin fotosəkillərinin çəkilməsinin qarşısını almaq üçün onun başı göstərilir. İsveçdə isə qəzetdə dərc olunan xəbər materialında hökm çıxarılanadək şübhəli şəxsin adını çəkmək qadağandır.

AR qanunvericiliyinə gəlincə, qeyd edək ki, “Media haqqında” AR qanununun 15-ci maddəsindən aydın olur ki, media subyekti və jurnalist tərəfindən aşağıdakılara yol verilmir:

- Şəxsin gizli saxlanmaq şərti ilə verdiyi informasiyanın proqram və materiallarda yayılmasına;
- Məlumat vermiş şəxsin razılığı olmadan onun şəxsiyyətinin açıqlanmasına;
- Təhqiqatçının, müstəntiqin, ibtidai araşdırmaya prosessual rəhbərliyi həyata keçirən prokurorun və ya məhkəmənin icazəsi olmadan ibtidai araşdırma məlumatlarının yayılmasına;
- Azərbaycan Respublikasının Cinayət-Prosessual Məcəlləsində nəzərdə tutulmuş qaydada tərtib edilən və “İnformasiya əldə etmək haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa uyğun olaraq sənədləşdirilmiş informasiya hesab edilən cinayət təqibi üzrə icraat materiallarının surətlərinin olduğu kimi yayılmasına;
- Yetkinlik yaşına çatmayan şübhəli, təqsirləndirilən və ya zərər çəkmiş şəxslərin şəxsiyyəti barədə hər hansı məlumatların həmin şəxslərin və onların qanuni nümayəndələrinin razılığı olmadan yayılmasına;
- “Dini ekstremizmə qarşı mübarizə haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun 9.3-cü maddəsində nəzərdə tutulmuş məlumatların yayılmasına;
- Azərbaycan Respublikası İnzibati Xətalər Məcəlləsinin 388-ci maddəsində nəzərdə tutulmuş sui-istifadə hallarına.

Şəxsiyyətə dair məlumatların və görüntünün yayınlanması ilə bağlı maraqlı məsələ gizli lent yazılarından istifadə ilə bağlıdır. Yəni jurnalist hər hansı bir hadisəni (məsələn, rüşvət alma faktını və s.) işıqlandırmaq üçün gizli şəkildə çəkilmiş audio və video yazıları, habelə fotosəkilləri yayımlayır ki, qanunla nəzərdə tutulmuş hallar istisna olmaqla bu hal da təqsirsizlik prezumpsiyasına xələl gətirir. “Media haqqında” AR qanununun 21-ci maddəsinə görə gizli audio və video yazılardan, foto çəkilişlərindən istifadə etməyə və ya onları yaymağa yalnız aşağıdakı hallarda yol verilir:

- Barəsində gizli audio və ya video yazısı, foto çəkilişi aparılmış şəxsin bu materiallardan istifadəyə və ya onların yayılmasına yazılı razılığı varsa, habelə digər şəxsin (şəxslərin) Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası ilə müəyyən edilmiş hüquq və azadlıqlarının qorunması üçün zəruri tədbirlər görülmüşdürsə;
- Məhkəmənin qərarı ilə nümayiş etdirilirsə.

Sözügedən qanunun həmin maddəsinin tələblərini pozaraq gizli audio-video yazılardan, film və foto çəkilişlərindən istifadə olunması və onların yayılması qadağandır.

Ümumiyyətlə, gizli audio-video yazılardan, kino-foto çəkilişindən istifadə olunması və onun yayılması Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə görə məsuliyyətə səbəb olur. Bu isə Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 32-ci maddəsində nəzərdə tutulan şəxsi toxunulmazlıq hüququndan irəli gəlir. Belə ki, həmin maddəyə görə “Hər kəsin şəxsi toxunulmazlıq hüququ vardır” (*birinci hissə*); “Hər kəsin şəxsi və ailə həyatının sirrini saxlamaq hüququ vardır. Qanunla nəzərdə tutulan hallardan başqa, şəxsi və ailə həyatına müdaxilə etmək qadağandır. Hər kəsin şəxsi və ailə həyatına qanunsuz müdaxilədən müdafiə hüququ vardır” (*ikinci hissə*); “Öz razılığı olmadan kimsənin şəxsi həyatı haqqında məlumatın toplanılmasına, saxlanılmasına, istifadəsinə və yayılmasına yol verilmir. Qanunla müəyyən edilmiş hallar istisna olmaqla, heç kəs onun xəbəri olmadan və ya etirazına baxmadan izlənilə bilməz, **video və foto çəkilişinə, səs yazısına** və digər bu cür hərəkətlərə məruz

qoyula bilməz” (üçüncü hissə); “Hər kəsin yazışma, telefon danışıqları, poçt, teleqraf və digər rabitə vasitələri ilə ötürülən məlumatın sirrini saxlamaq hüququna dövlət təminat verir. Bu hüquq qanunla nəzərdə tutulmuş qaydada cinayətin qarşısını almaqdan və ya cinayət işinin istintaqı zamanı həqiqəti üzə çıxarmaqdan ötrü məhdudlaşdırıla bilər” (dördüncü hissə); “Qanunla müəyyən edilmiş hallar istisna olmaqla, hər kəs onun haqqında toplanmış məlumatlarla tanış ola bilər. Hər kəsin onun barəsində toplanmış və həqiqətə uyğun olmayan, tam olmayan, habelə qanunun tələbləri pozulmaqla əldə edilmiş məlumatların düzəldilməsini və ya çıxarılmasını (ləğv edilməsini) tələb etmək hüququ vardır” (beşinci hissə); Qanunla müəyyən edilmiş hallar istisna olmaqla, üçüncü şəxslər haqqında məlumat almaq məqsədi ilə elektron formada və ya kağız üzərində aparılan informasiya ehtiyatlarına daxil olmaq qadağandır (altıncı hissə); Məlumatın aid olduğu şəxsin buna razılığını aşkar ifadə etdiyi hallar, ayrışikliyə yol verməmək şərti ilə anonim xarakterli statistik məlumatların emalı və qanunun yol verdiyi digər hallar istisna olmaqla, informasiya texnologiyalarından şəxsi həyata, o cümlədən əqidəyə, dini və etnik mənsubiyyətə dair məlumatların açıqlanması üçün istifadə edilə bilməz (yeddiinci hissə); Fərdi məlumatların dairəsi, habelə onların emalı, toplanması, ötürülməsi, istifadəsi və mühafizəsi şərtləri qanunla müəyyən edilir (səkkizinci hissə).

Media və dövrü mətbu nəşrlərin təqsirsizlik prezumpsiyasına riayət etməməsinin ədalət mühakiməsinin obyektivliyini və qərəzsizliyini kölgələyə salma təhlükəsi.

Media və dövrü mətbu nəşrlərin təqsirsizlik prezumpsiyasına riayət etməməsi ədalət mühakiməsinin obyektivliyinə və qərəzsizliyinə mənfi təsir göstərir.

Məlum olduğu kimi hakimlər məhkəmə prosesində irəli sürülən sübutlara görə qərar verirlər. Başqa sözlə, hökm çıxarılanda məhkəmə prosesində təqdim olunmayan dəlillərə istinad oluna bilməz. Lakin media və dövrü mətbu nəşrlərin konkret bir cinayət hadisəsi haqqında dəlil əldə etməsi və bu dəlilin hələ məhkəmə istintaqında qiymətləndirilmədən ictimaiyyət qarşısında müzakirə olunması təbii ki, hakimlərin obyektivliyinə və tərəfsizliyinə mənfi təsir edir.

Bundan başqa, məhkəmənin iclas zalında video kameralar və mikrofonlardan da təsirə məruz qalmaq mümkündür. Jurnalistlərin həyəcanlı hisləri və onların jestlərini, xüsusilə də hakimlərin hər sözünün və hərəkətinin yaxından maraqla izləndiyini nəzərə aslaq, bu psixoloji təzyiğin altında hakimlərin dəlilləri nə dərəcədə sərbəst və obyektiv şəkildə qiymətləndirməsini mübahisələndirmək olar. Proses iştirakçılarının, xüsusilə də təqsirləndirilən şəxs və şahidlərin ifadələrinin, onların görüntülərinin media və dövrü mətbu nəşrlərdə yayımlanması və onlara dair şərhlərin və müzakirələrin edilməsi istər-istəməz ədalət mühakiməsinin gedişatına mənfi təsir etməkdən yan keçməyəcəkdir. Təəssüflər olsun ki, media və dövrü mətbu nəşrlərdə birtərəfli yayımlar, eləcə də qeyri-dəqiq və yarımçıq jurnalist araşdırmalarının hakimlərə xoşagəlməz təsirləri bir çox hallarda təqsirsizlik prezumpsiyasının təqsirlilik prezumpsiyasına çevrilməsinə gətirib çıxarır. Çünki hakim hökm çıxararkən qanunlara əsaslanmaqla yanaşı, media və dövrü mətbu nəşrlərdən topladığı məlumatlar sayəsində formalaşan öz hüquq düşüncəsini və vicdani qənaətini də rəhbər tutur. Bu baxımdan medianın birtərəfli yayımı, jurnalistlərin qeyri-dəqiq və yarımçıq araşdırması hakimin obyektivliyinə və tərəfsizliyinə nüfuz edir. Amerikada sözügedən məsələyə dair keçirilmiş sınaq təcrübəsi də dediklərimizi təsdiq edir. Belə ki, bu ölkədə səhnələşdirilmiş məhkəmə prosesi təşkil edilərək andlı iclasçıların bir qisminə mühakimə edilən şəxs və cinayət hadisəsi barədə onun təqsirli olmasını əks etdirən birtərəfli, yarımçıq və qeyri-dəqiq məlumatlar, digər andlı iclasçılara isə obyektiv, qərəzsiz və düzgün məlumatlar verilmişdir. Prosesin sonunda andlı iclasçılar arasında edilmiş səsvermədə birtərəfli məlumatlara malik olan andlı iclasçıların digərlərinə münasibətdə şəxsin təqsirli olmasını qəbul etməyə daha yaxın olduqları müşahidə olunmuşdur (3, s.59; 8, s.59).

Beləliklə, dediklərimizi yekunlaşdırsaq, o qənaətə gələ bilərik ki, məlumat azadlığı ilə təqsirsizlik prezumpsiyasından qaynaqlanan şərafət və ləyaqət qorumaq hüququ arasında incə bir cizgi vardır və bu məsələyə dair qanunvericiliyin tələblərinə riayət edilməsi məlumat azadlığından istifadə edərkən təqsirsizlik prezumpsiyasına riayət edilməsinə gətirib çıxarar.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı: Hüquq Yayın Evi, 2022.
2. “Media haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı: 2022, Hüquq Yayın Evi.
3. Centel N. “Dürüst Yargılama və Medya Bakımından Demokrasi Kültürü”. AÜSBFD, İL, 3-4 (Haziran-Aralık 1994), s. 59; D.Yarsuvat. Kitle İletişim Araçlarının Ceza Adaletine Etkisi. 1998, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ, İstanbul.
4. Güneş S. Teori ve Uygulamada Kişi Özgürlüğü ve Güvencesi. İstanbul: Kazancı Hukuk Yayınları, 1998.
5. Neuling Christian-Alexander. Ceza Adaleti ve Medya-Hazırlık Soruşturmasında Medya Aleniliği Mi Yoksa “Adli Susma Yükümlüğü Mü?” (Çev. Yener Ünver), in: Özel Yaşam Medya ve Ceza Hukuku, Karşılaştırmalı Güncel Ceza Hukuku Serisi 7, 2007, Seçkin Yayınevi, Ankara
6. Üzülmöz İ. “Suçsuzluk Karinesi ve Basın Özgürlüğü”. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş. MÜ, 2003.
7. Üzülmöz İ. Türk hukukunda Suçsuzluk karinesi ve Sonuçları. Türkiye Barolar Birliği Dergisi. Yıl 18. 58 (Mayıs-Haziran 2005).
8. Yarsuvat D. Kitle İletişim Araçlarının Ceza Adaletine Etkisi. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ, 1998.
9. Zafer H. “Medya Özgürlüğü ve Adil Haberlerin Verilişi”, İstanbul: Marmara Hukuk Fakültesi, 1999.

MEDİADA NİTQ ETİKASI

Media müsir dövrdə gündəlik həyatımızın demək olar ki, bütün sahələrində xüsusi yerə və rola malikdir. Hər bir insan gün ərzində müxtəlif media resurslarından öz məqsədlərinə uyğun şəkildə faydalanır. Geniş ictimai kütləyə müraciət etdiyindən hər bir media nümayəndəsi və ya qurumu paylaştığı xəbər və məlumatların səhihliyi ilə yanaşı, oradakı ədəbi dil normalarımızın gözlənilməsi, nitq etiketlərindən düzgün faydalanması məsələsini daim diqqət mərkəzində saxlamalıdır.

Ona görə ki, əksər hallarda media aparıcı müstəqil ictimai institut kimi nəzərdən keçirilir və kommunikativ funksiyası ilə xatırlanır. Ancaq media obyektivlik, operativlik, tərəfsizlik və s. kimi prinsiplərə sadıq qalmaqla yalnız ünsiyyət, dialoq, xəbər ötürmə vasitəsi deyil, həm də bir mədəniyyət vasitəsidir. Ona görə də, biz media mədəniyyətindən danışanda jurnalist mədəniyyəti, jurnalist etikası məsələlərinin üzərinə gəlmiş oluruq. Başqa sözlə desək, bu gün dünyada informasiya qarşılıqlı təsirinin yeni modeli kimi meydana çıxan yeni media vasitələri cəmiyyətin informasiya tələbatını ödəməklə məşğuldur. Buraya televiziya kanalları, informasiya agentlikləri, radio, qəzet və jurnallar, internetdə fəaliyyət göstərən xəbər saytları, sosial şəbəkələr, bloqlar və s. aiddir. Bu informasiya axını arasında hansı xəbərin doğru, hansı xəbərin yanlış olduğunu seçmək müasir jurnalistikanın əsas problemlərindəndir. Çünki, Kütləvi İnformasiya Vasitələri cəmiyyətdə böyük təsiredici funksiyaya malikdir (5).

Jurnalistin peşə mədəniyyətini formalaşdıran üç əsas komponent isə nitq mədəniyyəti, yazı mədəniyyəti və etik mədəniyyətdir. Biz buna jurnalist etikası da deyirik. Bunların üçü birlikdə mənəvi, yaxud ruhi mədəniyyətin xüsusi formasını təşkil edir. Bu üçlük birlikdə elə mənəvi keyfiyyət təşkil edir ki, birinin yoxluğu digərinin natamamlığına səbəb olur. Təbii ki, hər bir milli medianın mədəni keyfiyyətinin formalaşmasına təsir göstərən əsas komponentlərdən biri də medianın dili və üslubudur. Dil özü ayrıca bir mədəniyyətdir. Dil nə qədər zəngindir, həmin dildə ifadə olunan çap materialları da o qədər zəngin olur. Azərbaycan mediasının mədəniyyət keyfiyyətlərinin, göstəricilərinin əsas vasitələrindən biri də Azərbaycan dilidir. Dilimiz dünyanın ən zəngin dillərindən biridir. Bu səbəbdən də Ulu öndərimiz Heydər Əliyevin 2001-ci ildə imzaladığı “Dövlət dilinin təkmilləşdirilməsi” haqqında Fərmanda göstərilirdi ki, “Azərbaycan dili bu gün dərin fikirləri ən incə çalarlarınadək olduqca aydın bir şəkildə ifadə etmək qüdrətinə malik dillərdəndir” (3).

Hesab edirik ki, bu, Azərbaycan dilinə verilən çox böyük qiymətdir. Amma gəlin görək bugünkü media dili, üslubu, mədəniyyəti yuxarıda səsləndirdiyimiz məzmunla uzlaşa, ayaqlaşa bilirmi? “Yox” deməyə adamın dili gəlmir, amma çox hallarda bu suala ürəyimizdə hamımız elə “yox” cavabı veririk. Ona görə də biz indiki mərhələdə Azərbaycan jurnalistikasının mədəni keyfiyyətlərindən danışanda mütləq şəkildə bu məsələyə də diqqət yetirməliyik.

Qeyd etdik ki, media özü-özlüyündə ictimai institut olmaqla bərabər, həm də xüsusi funksional vahiddir. Deməli, medianın keyfiyyəti onu öz yaradıcılıq nümunələri ilə təmin edən ayrı-ayrı fərdlərin, jurnalistlərin dil, nitq və etik mədəniyyətinin keyfiyyətinin səviyyəsindən asılıdır. Jurnalistlərin dil, nitq və mədəni intellektual səviyyəsi nə qədər yüksək olarsa, medianın da səviyyəsi bir o qədər yüksək olacaq. İfadə olunan bu və ya digər fikir nitq mədəniyyətinin tələbləri baxımından düzgün, aydın, məntiqi, yığcam, səlis, zəngin, canlı, ahəngdar, sadə, dəqiq və anlaşılıq olmalıdır. Dilin ifadə imkanları o qədər zəngin və o qədər rəngarəngdir ki, söz və söz formalarının hansı sintaktik birləşmədə, hansı mətnə necə işlənməsi haqqında konkret resept vermək mümkün deyil. Buna görə də eyni dildə danışan hər fərdin öz danışığı tərzini, öz ifadə üslubu var. Lakin dilin müqəddəsliyini qorumaq, onun ədəbi dil kimi daha da püxtələşməsi və səlisləşməsi naminə yazıda və nitq prosesində heç kəs ədəbi dilin müəyyən edilmiş normalarından kənara çıxmamalıdır və bu normalara əməl etmək hamının şərəfli vəzifəsidir. Adamlar onları əhatə edənlərlə ünsiyyətdə müxtəlif məqsədlərlə əksəriyyətin işlətdiyi bir sıra ifadələrdən istifadə edirlər ki, onların böyük bir qismini mədəni

danışığın etiketləri təşkil edir. Vaxtilə saraylarda, diplomatik dairələrdə və s. davranış qaydaları “etiket” adlanırdı. Hazırda hər hansı bir cəmiyyətdə qəbul edilmiş davranış və nəzakət formalarına da “etiket” deyilir. Xalqımızın milli təfəkkürünə, etnoqrafiyasına, ənənələrinə uyğun işlənən bu ifadələr, hazır nitq modelləri bütün hallarda adamları razı salır, onlarda xoş ovqat yaradır, müsahibin fəaliyyətini istiqamətləndirir, qarşılıqlı anlaşmanı təmin edir. Dilimiz belə ifadələrlə zəngindir. Adamların gündəlik nitq fəaliyyətində onların dünyagörüşü, savad dərəcəsi, dilə şüurlu münasibətindən irəli gələn rəngarəng ifadələr tez-tez işlədilir.

Kütləvi informasiya vasitələrində dünya tarixi və mədəniyyəti məsələlərini araşdıran tanınmış alim Konrad qeyd edir ki, “... bizim zamanımızda bəşəriyyətin xeyli hissəsi, hər halda qabaqcıl hissəsi ümumi dilə malikdir. Bu halda dilin ümumiliyi müxtəlif ifadə formalarına baxmayaraq semantik sistemin eyniliyindədir”. Həqiqətən də, müşahidə etdiyimiz zaman görürük ki, müasir mediada işlədilən söz və ifadələrin bir çox dillərin öz xarakterik termin və ifadələri ilə əksini tapsa da, hadisələrə yanaşma baxımından daşdığı ümumi məzmun və mahiyyət etibarilə əsasən oxşarlıq təşkil etməkdədir. Ona görə də, fikrimizcə, media sahəsində çalışan hər bir mütəxəssis irqindən, dinindən və milliyətindən asılı olmayaraq ümumi etik dəyərləri daim diqqət mərkəzində saxlamağa çalışmalıdır.

Söz yox ki, XX əsrdə televiziya və radionun ortaya çıxması və geniş dairədə yayılması informasiya zənginliyinə, həmçinin belə demək mümkünsə, medianın o dövrlük inkişafına da təkan vermişdir. Məlumdur ki, televiziya və radio tək-cə kütləvi informasiya sistemində deyil, bütövlükdə dil sistemində özünəməxsus yer tutur. Bu məsələyə münasibət bildirən Nizami Xudiyev yazır: “İndi elektron qurğuların yaratdığı nitq, musiqi və müxtəlif səs siqnalları kütləvi informasiyanın xüsusi sahəsinə çevrilmişdir. Nitq, musiqi və siqnallar onları müşayiət edən jestlər, mimika və digər alovlu ünsiyyət vasitələri verilişlərin hazırlanması prosesində incə diferensasiya, ifadə vasitələrinin daha intensiv təkmilləşməsi istiqamətində inkişaf etməkdədir” (4, s.8).

İlk əvvəl qeyd etmək lazımdır ki, internetin geniş yayılması ilə informasiya əldə etmək sahəsində ciddi dəyişiklər baş verib. Onlayn media, bloq və sosial şəbəkələr klassik Kütləvi İnformasiya Vasitələri və onun etik prinsipləri haqqında anlayışları dəyişdirib. İnternet dənizində seçilmək, oxucu qazanmaq və onu əldə saxlamaq onlayn media üçün vacib amildir. Odur ki, xəbər əldə etmək üçün onlayn jurnalistika özünün “qardaş”ları ilə-bloq və sosial şəbəkələrlə sıx işləməyə məcburdur. Bu isə artıq çap mediası üçün vacib hesab edilən peşə etikası qaydalarının ciddi deformasiyası ilə müşayiət olunur. Portallarda yoxlanılmayan məlumatlar, bloq xəbərlərindən istifadə, sosial şəbəkələrdəki şayiə və mənbəyi bilinməyən xəbərlər baş alıb gedir. İnternetlə bağlı ilk etik kodeks “RFC1855” («Request for Comments) 1995-ci ildə Beynəlxalq “İnternet Society” təşkilatı tərəfindən dərc olunub. Bu kodeks şəbəkə istifadəçiləri arasında bir sıra situasiyaları dəyərləndirmək, şəxsiyyət əleyhinə təhqirlə qarşı, yalan informasiya, plagiat və reklama qarşı mübarzəni özündə ehtiva edirdi. Məlumdur ki, bloqerin yazdığı yazıya görə məsuliyyəti jurnalistdən tam fərqlidir. Bu onların cəmiyyət qarşısında sosial məsuliyyətindəki fərqi göstərir. 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 huququnu 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 demək olar. 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 “kopi-past” edilərək qarşısıalınmaz formada yayılıbsa, bunu necə hüquqi tənzimləmək mümkündür? Bu məsələ hər bir fərdi düşündürməlidir.

Onun üçün də düşünürük ki, media sahəsi ilə məşğul olan hər bir şəxs dilimizin nitq etikası, nitq etiketləri, ədəbi dil normaları, onun zəngin leksikasına yaxından bələd olmaqla yanaşı, məlumatların həqiqətə uyğunluğu, dəqiq və orijinal olmasını, reallığı əks etdirmə faktına diqqət göstərməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Abdullayev N.Ə. Nitq mədəniyyətinin əsasları. Bakı: 2013, 273 s.
2. Əhmədli N. Jurnalistin nitq mədəniyyəti. Bakı: Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2005, 164 s.
3. Əliyev V. Heydər Əliyevin dil siyasəti. Bakı: 2003, 167 s.
4. Xudiyev N.M. Ədəbi dilimiz efirdə və ekranda. Bakı: Təhsil, 2000, 162 s.
5. Ozyumenko V.I. Media Discourse in an Atmosphere of Information Warfare: From Manipulation to Agression // Russian Journal of Linguistics, 2017, pp. 203–220.
6. Jurnalistika. Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi Bakı Dövlət Universitetinin elmi-nəzəri və təcrübi metodik jurnalı. Bakı: Elm və Təhsil, 2019, № 1(11), 219 s.
7. İnformasiya cəmiyyəti problemləri jurnalı. AMEA İnformasiya Texnologiyaları İnstitutunun elmi jurnalı. Bakı, 2021, № 1, s.111-120

SƏMİNƏ RÜSTƏMOVA

Naxçıvan Dövlət Universiteti

samina_rustamova@mail.ru

İNTERNETDƏ YENİYETMƏLƏRİN ÜNSİYYƏT ETİKASININ FORMALAŞDIRILMASI MƏSƏLƏLƏRİ

İnternet insanların müxtəlif səpkidə informasiya əldə etdiyi, qarşılıqlı ünsiyyət saxladığı qlobal informasiya və kommunikasiya şəbəkəsi olduğu üçün, hüquq normalarından başqa orada cəmiyyətin digər tənzimləyici qaydaları -etik və əxlaqi normalar da fəaliyyətdədir. Əslində burada bir məqamı xüsusi vurğulamaq lazımdır ki, istənilən ictimai münasibət meydana gələn zaman onun tənzimlənmə missiyasını ilk növbədə sosial toplumun özünün müəyyən etdiyi qaydalar həyata keçirir. Daha sonra bu münasibətlərə dövlət rəsmi olaraq öz münasibətini bildirir və ya rəsmi status verir.

İnternetdə xüsusi etiket normalar formalaşmış ki, bunlar da bu və ya digər qruplar tərəfindən qəbul edilən və şəbəkədə davranışın xüsusiyyətlərini müəyyən edən qaydalardır. Bəzən ədəbiyyatlarda bunlar setiket və ya netiket adlandırılır.

İnternet insana lazımi informasiyanı axtarmaq üçün sonsuz imkanlar verir. İnsan fəaliyyətinin bütün sferalarına təsir edən İnternet tədrisən mənəvi, hüquqi, etik və fizioloji xarakterli bir sıra problemlərin yaranmasına səbəb olur ki, bu da adekvat pedaqoji reaksiyanın işlənilməsini zəruri edir. İnternet istifadəçilərinin əhəmiyyətli bir hissəsini yeniyetmələr təşkil edir. Yeniyetməlik dövrü şəxsiyyətin formalaşması baxımından mühüm dövr olduğunu nəzərə alaraq şagirdlərin müzakirəyə cəlb edilməsinə, internetdə ünsiyyətin mənəvi əsaslarının aydınlaşdırılmasına və dərk edilməsinə diqqət yetirmək vacibdir.

İnternetdə yeniyetmələrin ünsiyyət etikasının formalaşmasına ilk didaktik yanaşma, yeniyetmələrdə dayanıqlı motivlərin inkişafına istiqamətlənmə, İnternetdə ünsiyyətin etik standartlarına münasibət və gələcək özünü-tənzimləmə prosesi üçün əsas faktor kimi özünü əks etdirmək bacarığıdır.

Təəssüf ki, İnternet çoxlu sayda qeyri-etik ünsiyyət nümunələri ilə doludur və yeniyetmələr onları davranış nümunələri kimi qəbul edirlər. Həmyaşlıları arasında fərqlənmək, mükəmməl görünmək istəyi, ona gətirib çıxarır ki, yeniyetmə bu cür “modelləri” kopyalayır, bəzən hətta etikadan kənara çıxmaq dərəcəsinə baxmayaraq onları üstələyir.

İnternetdə müəyyən istiqamətdə cəzanın olmaması yeniyetmələri əxlaqdan uzaq olan müxtəlif ünsiyyət üslublarını sınağa təşviq edir.

Sosial şəbəkələr insanlararası münasibətlərdə unikal informasiya-kommunikasiya mühiti olduğuna görə hazırda burada hüquq normalarından daha çox özünəməxsus sosial davranış qaydaları üstünlük təşkil edir. Daha doğrusu, dövlət və özəl təşkilatlar bu şəbəkəyə total müdaxilə etmədən proseslərə fərdlər və sosial qruplarla bərabər hüquqlu şəxslər və ya subyektlər kimi qatılırlar.

Sosial şəbəkələrin özünəxas yazılmamış etik davranış prinsipləri mövcuddur ki, oraya qatılan hər kəs bu qaydalara könüllü surətdə əməl etmək məcburiyyətində qalır. Burada ictimai qınaq əsas tənzimləyici rolda çıxış edir. Xüsusilə, qeyd edildiyi kimi sosial şəbəkə servisləri istifadəçilərin davranışını da ciddi şəkildə dəyişmək gücündədir. Bu servislərin kontent, xidmətlər, əlyetərlik, əhatə etdiyi auditoriya və ərəzi baxımından inkişafı cəmiyyətə təsirin yeni üsul və vasitələrinin meydana çıxmasına səbəb olur. Onlar insanların, təşkilatların və dövlətin qarşılıqlı əlaqəsi üçün yeni imkanlar yaradır.

Qeyd edək ki, hazırda İnternet istifadəçilərinin 50 faizindən çoxunu 8-15 yaşlarında uşaq və yeniyetmələr təşkil edir. Məhz buna görə də müasir dövrdə uşaq problemlərinin həlli baxımından vacib məsələlərdən biri də uşaqların virtual məkanda hüquqlarının qorunmasıdır.

Uşaq və yeniyetmələr virtual məkandan istifadə zamanı öz dünyagörüşünə, mənəviyyətinə zidd olan informasiyalarla qarşılaşır, nəticədə mənəvi-psixoloji sarsıntılara məruz qalırlar. Hazırda bu problem bütün dünya dövlətlərini düşündürdüündən, uşaq hüquqlarının virtual

məkanda qorunması ilə bağlı müxtəlif təkliflər, ideyalar irəli sürülür. 2008-ci il noyabrın 12-13-də BMT-nin Beynəlxalq Telekommunikasiya İttifaqı tərəfindən Qlobal informasiya təhlükəsizliyi üzrə xüsusi proqramın qəbulu da bu baxımdan mühüm əhəmiyyətə malikdir. Proqramın məqsədi dünya ictimaiyyətinin diqqətini informasiya təhlükəsizliyinə cəlb etməkdir. Proqram çərçivəsində uşaqların və yeniyetmələrin virtual məkanda mühafizəsini gücləndirmək üçün mühüm müddəalar öz əksini tapmışdır.

Müasir İnternet təkcə sosial şəbəkələrdə ünsiyyət deyil, həmçinin təhsil, iş, istirahətdir. İnternetin imkanlarının sürətli inkişafı istifadəçilər üçün bizneslə məşğul olmaq üçün yeni yollar açır, virtual məkanda işgüzar münasibətləri saxlamaq üçün görünməmiş imkanlar yaradır, distant təlimlərdə bilik, lazımı informasiyalar, kompüter savadlılığı sahəsində isə çoxlu bacarıq və faydalı vərdişlər qazandırır.

Müəllim şagirdin onlayn ünsiyyət təcrübəsinə müraciət etməli və onun bu təcrübəni tənqidi şəkildə yenidən düşünməsinə şərait yaratmalıdır. Şagirdlər başa düşməlidirlər ki, onların İnternetdə ünsiyyət tərzini onların imicini yaradır və bu obrazı dəyişdirmək olduqca çətinidir. Yeniyetmənin şəbəkədə işləmə təcrübəsinin çox olması onun İnternetdə ünsiyyət etikasının praktiki əhəmiyyətini daha yaxşı başa düşməsinə kömək edir. İnternetdə yeniyetmələrin etik ünsiyyətinin formalaşmasının effektivliyi üçün onlara İnternetdə ünsiyyətin real vəziyyətlərini tənqidi təhlil etmək və obyektiv qiymətləndirmək imkanı vermək daha məqsədəuyğundur. Bu məqsədlə birbaşa şəbəkədən götürülmüş fraqmentlərin nümayişindən istifadə etmək lazımdır. Belə bir təhlil şagirdlərə istifadəçinin şəbəkədəki təqdimatının bu və ya digər versiyasının kənardan necə göründüyünü, hərf dizaynının hansı təəssürat yaratdığını, bu və ya digər ifadəyə hansı mənanın əlavə oluna biləcəyini və digər əməliyyatları dərk etməyə imkan verir.

İnternetdə ünsiyyət etikasını formalaşdırmaq üçün aşağıdakı yanaşmanı -İnternetdə ünsiyyət etikasının kollektiv müzakirəsi üçün şəraitin yaradılmasını nəzərə almaq məqsədə uyğundur. Belə iş şəraitində sinifdəki bütün şagirdlər ənənəvi təhsildə nadir hallarda çıxış etmək, fikir mübadiləsi aparmaq və yalnız bundan sonra sinif qarşısında öz fikirlərini söyləmək imkanı əldə edirlər. Qrup işi ünsiyyət bacarıqlarının, nitq söyləmək, inandırmaq və müzakirəyə rəhbərlik etmək bacarığının inkişafına kömək edir. Elektron ünsiyyət bacarıqları onlayn dərslərdə, interaktiv mühitdə, sosial şəbəkələrdə formalaşır. İnternetdə ünsiyyət etikasının əsaslarının formalaşdırılması aktual pedaqoji problemdir və yeniyetmələrdə şəbəkədə davamlı etik davranış bacarıqlarının inkişafına diqqət yetirməyi və bu cür davranışlardan kənara çıxmaların qarşısının alınmasını tələb edir. Şəbəkələrdə ünsiyyət etikasının formalaşdırılması üsulları və metodları bəzi mürəkkəb problemlərin aradan qaldırılmasında, yeniyetmələrin virtual məkanda davranış qaydalarının təşkilində uğur qazanmağa kömək edəcəkdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Ağaliyev X., Məmmədli Ə. İnternet hüququ. Bakı: 2009.
2. İmamverdiyev Y.N. Sosial şəbəkələrin analizi: anlayışlar, modellər və tədqiqat problemləri. *İnformasiya cəmiyyəti problemləri*, №2, 2010
3. Əhmədova A.S. *İnformasiya cəmiyyəti şəraitində insan hüquqlarının reallaşma imkanları*. Bakı: "İnformasiya Texnologiyaları" nəşriyyatı, 2009.
4. Əliyev T.S. *Tədqiqatçıların sosial şəbəkələri əsasında elmi personalın idarə olunması problemləri*. Bakı: *İnformasiya cəmiyyəti problemləri*, №2(4), 2011.
5. Əliquliyev R. *Virtual məkanda uşaq hüquqlarının etibarlı müdafiəsi reallığın diktə etdiyi zərurətdir*. <http://www.ict.az>

SƏADƏT ƏLİYEVƏ

Naxçıvan Dövlət Universiteti

eliyevaseadet@gmail.com

SOSIAL MEDIA VƏ JURNALİST ETİKASI

Sosial media termini virtual şəbəkələr və icmalar vasitəsilə ideyaların, düşüncələrin və məlumatların mübadiləsini asanlaşdıran kompüter əsaslı texnologiyaya aiddir. Sosial media internetə əsaslanır və istifadəçilərə şəxsi məlumatlar, sənədlər, videolar və fotosəkillər kimi məzmunun sürətli elektron ünsiyyətini təmin edir. İstifadəçilər sosial media ilə kompüter, planşet və ya smartfon vasitəsilə veb-əsaslı proqram və ya proqramlar vasitəsilə məşğul olurlar. Sosial media Amerika və Avropada hər yerdə mövcud olsa da, İndoneziya kimi Asiya ölkələri sosial mediadan istifadə siyahısına başçılıq edir.

Bu günlərdə hansısa sosial media forması olmadan cəmiyyətin bir hissəsi olmaq çətindir. Şübhəsiz ki, bu, bizə uzaq ailə üzvləri və dünyanın yeni hissələri ilə əlaqə saxlamağa kömək etdi, amma nəyin bahasına? 2021-ci ilin oktyabr ayına olan məlumata görə, 4,5 milyarddan çox insan sosial mediadan istifadə edir. Ən böyük sosial media şəbəkələrinə Facebook, Instagram, Twitter, YouTube və TikTok daxildir. Sosial media adətən istifadəçi tərəfindən yaradılan məzmunu və fərdiləşdirilmiş profilləri təqdim edir.

Sosial medianı necə anlayırıq?

Sosial media dostlar və ailə ilə qarşılıqlı əlaqə vasitəsi kimi yarandı, lakin daha sonra müştərilərlə əlaqə saxlamaq üçün məşhur yeni ünsiyyət metodundan yararlanmaq istəyən müəssisələr tərəfindən qəbul edildi. Sosial medianın gücü Yer üzündəki hər kəslə və ya eyni vaxtda bir çox insanla əlaqə saxlamaq və məlumat paylaşmaq qabiliyyətidir.

Dünyada 3,8 milyarddan çox sosial media istifadəçisi var. Sosial media Facebook, YouTube, Twitter və Instagram kimi qurulmuş sosial şəbəkələrin sıralarına qoşulan TikTok və Clubhouse kimi yeni proqramlar ilə daim dəyişən və daim inkişaf edən bir sahədir. Pew Araşdırma Mərkəzinin məlumatına görə, sosial media istifadəçiləri daha gənclərdir. 18-29 yaş arası insanların təxminən 90%-i sosial medianın ən azı bir formasından istifadə edir. Bundan əlavə, bu istifadəçilər daha yaxşı təhsilli və nisbətən varlı olurlar və ya ildə 75.000 dollardan çox qazanırlar.

Sosial media növləri

Sosial media müxtəlif texnoloji aktiv fəaliyyətlər formasını ala bilər. Bu fəaliyyətlərə foto paylaşma, bloqçuluq, sosial oyun, sosial şəbəkələr, video paylaşma, biznes şəbəkələri, virtual dünyalar, rəylər və s. daxildir. Hətta hökumətlər və siyasətçilər sosial mediadan seçicilərlə əlaqə yaratmaq üçün istifadə edirlər.

Fərdi şəxslər üçün sosial media dostları və qohumları ilə əlaqə saxlamaq üçün istifadə olunur. Bəzi insanlar karyera imkanlarını şəbəkələşdirmək üçün müxtəlif sosial media proqramlarından istifadə edəcək, bütün dünyada həmfikir maraqları olan insanları tapacaq və öz düşüncələrini, hisslərini, anlayışlarını və emosiyalarını bölüşəcəklər. Bu fəaliyyətlərlə məşğul olanlar virtual sosial şəbəkənin bir hissəsidir.

Bizneslər üçün sosial media əvəzolunmaz bir vasitədir. Şirkətlər platformadan müştəriləri tapmaq və onlarla əlaqə qurmaq, reklam və tanıtım vasitəsilə satışları artırmaq, istehlakçı meyllərini ölçmək, müştəri xidməti və ya dəstək təklif etmək üçün istifadə edirlər.

Sosial medianın biznesə kömək etməkdə rolu böyükdür. Müştərilərlə ünsiyyəti asanlaşdırır, e-ticarət saytlarında sosial qarşılıqlı əlaqələri birləşdirməyə imkan verir. Onun məlumat toplamaq qabiliyyəti marketing söylərinə və bazar araşdırmalarına diqqət yetirməyə kömək edir. O, məhsul və xidmətlərin təşviqinə kömək edir. Çünki, o, hədəflənmiş, vaxtında və eksklüziv satış və kuponların potensial müştərilərə paylanması təmin edir. Bundan əlavə, sosial media bu media növü ilə əlaqəli loyallıq proqramları vasitəsilə müştəri əlaqələrinin qurulmasına kömək edə bilər.

Dünya üzrə internet istifadəçilərinin orta gündəlik sosial media istifadəsi 145 dəqiqə təşkil

edir.

Sosial Medianın Faydaları

Sosial media bizim hamımızın bir-birimizlə onlayn ünsiyyət tərzimizi dəyişdi. Bu, bizə real vaxt rejimində dünyada baş verənləri kəşf etmək, bir-birimizlə əlaqə saxlamaq və uzaq məsafəli dostlarla əlaqə saxlamaq, sonsuz sayda məlumatı bir göz qırpımında əldə etmək imkanı verir. Bir çox mənada sosial media bir çox fərdlərə başqaları ilə onlayn dil tapmağa kömək edərək dünyanı daha əlçatan edir.

Pew Araşdırma Mərkəzinin sorğusuna əsasən, sosial mediadan istifadə xüsusilə inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda daha çox dost və daha müxtəlif şəxsi şəbəkələrə malik olmaq ilə əlaqələndirilir.

Bir çox yeniyetmələr üçün dostluqlar virtual olaraq başlaya bilər, yeniyetmələrin 57%-i onlayn olaraq dostu ilə görüşür.

Sosial media nümunələri

Sosial medianın müsbət tərəfi olsa da, bir çoxları platformaya işarə edir və onun həddindən artıq istifadəsini asılılığa bənzədən mənfi cəhətləri səsləndirirlər. Bəzi yarışmalar diqqətsizliyə, stressə və qısqanclığa səbəb olur. Sosial mediadan çox istifadəni depressiya ilə əlaqələndirirlər.

Facebook dünyanın ən böyük sosial media platformasıdır, digər sosial media üzərində açıq üstünlüyə malikdir, baxmayaraq ki, Twitter və Instagram kimi digərlərinə oxşar auditoriyaya malikdir. 2021-ci ilin yanvar ayına olan ən populyar sosial media saytlarının rəqəmləri aşağıdakı kimidir:

- Facebook (2,74 milyard istifadəçi)
 - YouTube (2,29 milyard istifadəçi)
 - WhatsApp (2 milyard istifadəçi)
 - Facebook Messenger (1,3 milyard istifadəçi)
 - Instagram (1,22 milyard istifadəçi)
 - WeChat (1,21 milyard istifadəçi)
 - TikTok (689 milyon istifadəçi)
 - QQ (617 milyon istifadəçi)
 - Douyin (600 milyon istifadəçi)
 - Sino Weibo (511 milyon istifadəçi)
- Ən populyar sosial media saytı Facebook-dur.

Media etikasası - jurnalist peşəkarlığının əsas prinsipi olmalıdır, jurnalist peşəsinə sadıq olmalı, təqdim etdiyi faktlar təhrif edilməməlidir.

Ənənəvi medianın bir sıra prinsipləri yeni mediada işləmir: “Bu proses bütün dünyada gedir. Son 20 ildə bütün dünyada media qanunvericiliyi sahəsinin təkmilləşdirilməsinə ehtiyac duyulur. Media qanunvericiliyi medianın hüquqi, iqtisadi və təşkilati əsaslarını müəyyən edir. Ənənəvi media peşəkar olmasına baxmayaraq, daha az operativliyi ilə yeni mediaya bir az udur. Onlayn mediada isə peşəkarlıq müəyyən qədər yerini kəmiyyətə verir ki, bu da keyfiyyətin azalmasına səbəb olur. Kəmiyyət keyfiyyəti keçəndə feyk xəbər, nifrət nitqi kimi neqativ hallar ortaya çıxır. Bu səbəbdən aparıcı dövlətlərdə belə media sahəsinin tənzimlənməsinin nə qədər vacib olduğu ortaya çıxır.

Yeni media jurnalistikası mühiti yeni suallar doğurur: peşəkar jurnalistika yeni mediadan vətəndaşların yaydığı foto və videoalardan nə cür yararlanmalıdır; sosial mediada cərəyan edən məlumatları necə dəqiqləşdirməli; virtual qaynaqları necə seçməli və s. Bu gün dünyaca tanınan, peşəkar jurnalistlər öz materiallarını Twitter, Facebook, bloq platformaları və ən nəhayət, vətəndaş jurnalistləri ilə paylaşır. Bu yeni auditoriyanın tələbləri də yenidir və bu tələblər jurnalist etikasına təsirsiz ötürür. Demək mövcud standartlar da dəyişməli və yeni İnternet məkanına uyğunlaşdırılmalıdır. Bu günün insanı daha sürətli xəbər istəyir və bu sürət dalınca qaçan jurnalistlər nə dərəcədə standartlara əməl edə bilirlər? Mövcud etik və hüquqi standartlar, kodekslər, normalar bu günün reallığına nə qədər cavab verir? Anındalığ, interaktivlik, mobillik kimi tələblərin var olduğu yeni media mühitində əsrlər öncə yazılmış qaydalarla necə irəliləyə bilərik? Jurnalistikanın sahələri

bir-birinə qarışdıqca yeni, bəlkə də, bir az qarışıq etika bələdçisinə ehtiyac var. Stephen J.A. Ward öz məqaləsində qeyd edir ki, mediadakı inqilab iki səviyyədə etik problemlər üzə çıxardı. Birincisi, ənənəvi və onlayn jurnalistika arasındakı gərginlikdir. Müəllif hesab edir ki, bu gərginliyə səbəb jurnalistikanın dəqiqlik, faktların yoxlanması, balanslılıq, qərəzsizlik kimi tələbləri ilə onlayn jurnalistikayla ayaqlaşma bilməməsidir. Onlayn jurnalistikada isə anındalıq, bəzən bundan doğan qərəzlilik, şəffafılıq və yayım sonrası düzəlişlərin edilmə imkanı qabardılır. Bu iki fərqli önceliklər ənənəvi və yeni media jurnalistləri arasında gərginlik yaradır, bəzən bu gərginlik uçuruma çevrilir. Yəni, həm sürətli olmalısən, həm də dəqiq və qərəzsiz! İkincisi, regional və qlobal jurnalistika arasında olan gərginlikdir. Müəllif məqalədə bu suallar ətrafında düşünməyi vacib bilir: əgər jurnalistikanın qlobal təsir etmə gücü varsa, o zaman onun qlobal öhdəlikləri hansılardır? Media etikas qlobal çatım imkanı və təsir gücü olduğu bir zamanda öz məqsəd və normalarını yenidən dəyişməlidirmi? Dəyişim qaçılmazdır, köhnə qaydalar heç də hər zaman işə yaramır. Bu gün xəbər otaqlarında vətəndaş jurnalistləri, bloqçular, təmənnəsiz əməkdaşlıq edənlərlə illərin peşəkar jurnalistləri bir arada çalışır. Konvergent xəbər otağı dediyimiz bu yerlərdə redaksiya anlayışı da dəyişir. Belə ki, qəzet redaktoru onlayn platforma üçün kontenti redaktə edə bilməz. Ona görə yeni media ilə ayaqlaşmağa çalışan ənənəvi media şirkətləri bu sahəni bilən yeni beyinlərlə bir arada çalışır, öz strategiyasını bu cür qurur. Sosial mediada cərəyan edən məlumatları izləmək və onları doğrulamaq kimi vəzifənin öhdəsindən gəlmək üçün bu yeni mühitə hakim olmalısən. Heç bir sosial şəbəkədə olmayan jurnalist, əlbəttə ki, sosial mediada yayılan hər məlumatı həqiqətmiş kimi qəbul edəcək və ya əksinə hamısının sayıe olduğunu sanacaq. Unutmayaq ki, məkanımız dəyişib. İndi kiberməkanın qaydalarına bələd olmalıyıq. Gündəlik həyatımızda, cəmiyyət içində etiket qaydalarını bilmək nə qədər vacibdirsə, NETİKET anlayışını da qavramaq o dərəcədə önəmlidir. Bəli, bəli başdakı “N” hərfi mexaniki səhv deyil, internetdə etik problemləri tənzimləyən Netiket terminini incələyəcəyik. “Netiket” iki sözün – “net” və “etiket” sözlərinin birləşməsindən yaranıb. “Net” anlaşıldığı kimi “şəbəkə” anlamını verir, “etiket” isə ümumiləşdirilmiş şəkildə davranış qaydaları toplusudur. Belə olduğu halda “netiket” şəbəkədə davranış qaydaları toplusu kimi anlaşılır. Elə “netiket”in rəsmi izahı da bu cür verilir: “Netiket, xəbər göndərişləri, bloqlar, forumlar və s. şəbəkələr üzərində ünsiyyət mədəniyyətini tənzimləyən ictimai razılışma toplusudur”. Yeni medianın ortaya qoyduğu etik problemlərlə Avropa hələ 90-cı illərdə üz-üzə qalıb. İnternetdə etik prinsiplərin qorunması və əməl olunması üçün müxtəlif “reseptlər” təklif olunsada, son nəticədə vahid fikrə gəlmək mümkün olmayıb. İnternetdə etik tənzimlənmə ilə bağlı ilk cəhdlər internetin “qədim” vaxtlarında mövcud olub. “Netiket” adlandırılan bu qaydalar toplusu 80-ci illərdə populyar olan “Fidonet” şəbəkəsinin üzvləri tərəfindən müəyyənənleşib. Sonralar şəbəkənin inkişafı nəticəsində bu qaydalar dəyişikliklərə uğrayıb. İnternetlə bağlı ilk etik kodeks “RFC1855” (Request for Comments) 1995-ci ildə Beynəlxalq “Internet Society” təşkilatı tərəfindən dərc olunub. Bu kodeks şəbəkə istifadəçiləri arasında bir sıra situasiyaları dəyərləndirmək, şəxsiyyət əleyhinə təhqirlə qarşı, yalan informasiya, plagiat və reklama qarşı mübarizəni özündə ehtiva edirdi. Netiket kiberaləmdə istər adi istifadəçi, istərsə də jurnalist kimi necə davranmalıyıq sualını qarşıya qoyur. Çox vaxt İnternet üzərindən mesajımızı yönləndirərkən qarşı tərəfin canlı olduğunu, insan olduğunu unuduruq. Sonrasını düşünmədən istədiyimizi kompüterin soyuq ekranına yazırıq. Virginia Shea (The Core Rules of Netiquette, albiion.com) “Netiketin əsas qaydaları” adlı kitabını özətləyərəkən aşağıdakılara diqqət yetirməyi vacib bilir:

• **İnsan amilini xatırla.** Yazdıqların, paylaşdıqların kompüter ekranına ötürülmür, onu insanlar oxuyur və bu mənada özümüze bu sualı verməliyik: Biz bunları həmin adamın üzünə deyə bilərikmi? Əgər sənin tərbiyənin buna yol vermirsə, o zaman İnternet vasitəsilə də yazdıqlarına diqqət etməlisən. Netiketin əsas qaydalarında da qeyd olunur ki, İnternet məkanında yazdığın hər cümlə arxivlənir, yəni o, nə vaxtsa sizin qarşınıza çıxma biləcək.

• **Real həyatda əməl etdiyiniz standartlara onlayn həyatda da əməl edin.** Əlbəttə, kiberməkanda ünsiyyət bir qədər fərqlidir, amma bu o demək deyil ki, burada davranış qaydaları hər zaman sərbəst olmalıdır. Düşünülənməmiş paylaşılan hər bir bilgi (yazıdan tutmuş, şəxsi foto və

videolara kimi) sizin əleyhinizə istifadə oluna bilər. Bir növ virtual dünyada baş verən qanunsuz və qeyri-leqal hərəkətləri buna nümunə çəkmək olar. İnternetin üstünlükləri olduğu kimi, onun həyatımıza gətirdiyi risklər də az deyil. Buna səbəb çox vaxt İnternet savadsızlığımız olur. Adına “Kiber dünya” dediyimiz bu dünyada sərhədlər aradan qalxmış, insanlar dünyanın istənilən nöqtəsi ilə əlaqə qura bilər və müxtəlif bilgi paylaşımındadırlar. Bu bilgi bəzən neqativ yüklü də ola bilər. Terror təşkilatları İnternet üzərindən təbliğat edirlər, təhlükəli maddələrin istehsal yolları belə bəzən onlayn olaraq yayılır. İnternetdə anonim gəzişmək imkanı bu kimi qanunsuz hərəkətlərə şərait yaradır.

• **Kiberməkanda harada olduğunuzu bilin.** Netiket qaydaları virtual məkana görə dəyişir (bloq, portal, sosial şəbəkə və.s.). Ona görə də kiber məkana daxil olduğunuzda öncəliklə bu məkanı tanımağa çalışın. Eləcə də hansısa sosial şəbəkədə fəaliyyətə başlamazdan öncə orada xeyli vaxtdır olan insanların paylaşımalarına baxın, beləcə şəbəkənin xarakterini təxmin etmiş olacaqsınız.

• **Kiberməkanda digər insanların vaxtına sayğı duyun.** İnternetdə hər hansı bir saytda və ya platformada kontent paylaşarkən insanların zamanına hörmətlə yanaşmaq lazımdır. Unutmaq olmaz ki, hər bir insan İnternetdə bir kontentə beş saniyədən artıq diqqət cəlb edə bilmir. Yəni, saniyələr yetir ki, bu yazını oxuyub-oxumayacağına qərar versin. Odur ki, uzun-uzadı yazmaq əvəzinə, paylaştığınız kontenti daha vizual və canlı, qısa və məzmunlu tutmağa çalışın.

• **Onlayn olarkən çalışın ki, yaxşı görünəsiniz.** Burada söhbət imicdən gedir. Kiber aləmdə olmaq o demək deyil ki, istədiyini kimi hərəkət etməlisən. Burada da sən imicini yaradırsan və bu səninin real iş və sosial həyatına təsirsiz ötürülmür. Bu gün gənclər işə LinkedIn sosial platforması üzərindən götürülür. Bu məkanda insanlar öz peşəkar fəaliyyətlərini, maraqlarını, iş və təhsil təcrübələrini paylaşır. Əhatələrini genişləndirir və yeni iş imkanları ilə tanış olurlar.

• **Ekspert rəyindən faydalanın. İnternet məkanı öncəliklə paylaşım üçün idealdır.** Siz öz bilginizi başqası ilə paylaştığınız kimi digərlərindən də faydalanırsınız. Odur ki, soruşmaq və bilgili insanlardan öyrənmək lazımdır. Bu mənada istifadəçilərin yaratdığı, redaktə edilən və idarə edilən sual-cavab saytları faydalıdır. Bunlardan Quora-nı nümunə vermək olar.

• **Gücünüzdən, statusunuzdan sui-istifadə etməyin.** Əgər siz kollektiv bir bloqun yaradıcısı, admini olsanız, diqqətli olun. Siz sayta ümumi nəzarət edə bilərsiniz. Amma bu, o demək deyil ki, müəlliflərin xəbəri və razılığı olmadan onların yazılarını dəyişib bilərsiniz. Yaxşı olar ki, qabaqcadan saytdan istifadə qaydalarını hazırlayıb bloqda yerləşdirəsiniz ki, sonradan anlaşılmazlıq olmasın.

- İnternet məkanında emosiyalarınızı nəzarətdə saxlamağı bacarın.
- Digər insanların özəl həyatına hörmətlə yanaşın.
- İnsanların səhvlərini bağışlamağı bacarın.

NƏTİCƏ

Unutmaq olmaz ki, həm də professional jurnalist etikasını prinsiplərinə əməl etməklə Azərbaycan jurnalistikası dünya səviyyəsinə qalxa, beynəlxalq standartlara cavab verə bilər. Yalnız bu yolla ölkə jurnalistləri xalqımızın hörmətini və rəğbətini qazana, öz qələmi ilə yorulmaz və dönməz müdafiəçisinə çevrilə bilər. Etik jurnalist istənilən halda dəyişməz öhdəliklər daşıyır. İlk növbədə auditoriya qarşısında yaydığı materialın yalan olmadığına əmin olmaq lazımdır. İstənilən norma, standart, qayda həqiqətə, ədalətə, şəffaflığa xidmət etməlidir. Çox vaxt onlayn mediada çalışan jurnalistlər özlərini siyasi fəalları içində görürlər, hadisənin içində olub onu xəbərləməklə iştirakçılardan biri olmağı qarışıq salırlar. Son illər Facebook üzərindən təşkil olunan aksiyalara nəzər salanda bəzən jurnalistlər də təşkilatçılara dəstək olduqlarını, bunu sosial şəbəkədə açıq ifadə etdiklərini görmək mümkündür. Bu da əlbəttə ki, jurnalistin hazırlayacağı materiala nə qədər tərəfsiz yanaşdığını şübhə altına alır. Jurnalist sosial şəbəkədən iş prosesində bir vasitə olaraq istifadə etmək əvəzinə, şəxsi fikirlərini, şərhlərini paylaşmış olur. Bu mənada jurnalistlər sosial şəbəkələrdə daha diqqətli olmalıdırlar.

Media özünü tənziqləməli, yaşatmalı və inkişaf etdirməlidir, cəmiyyət qarşısında məsuliyyət

daşıyan jurnalist işinə hörmətlə yanaşmalı, təmsil etdiyi orqanı təhlükə qarşısında qoymamalı, etik normaları gözləməlidir. Cəmiyyətdə nüfuzu olan ciddi jurnalist jurnalistikanın etik kodeksində yazılanlara söz kimi baxmır, buna gündəlik fəaliyyətində əməl edir. Media əxlaqından kənarında olan jurnalistika deyil, kobud propaqandadır. Biz öz prinsiplərimizə sadıq qalaraq fəaliyyət göstərmək deyəndə etik kodeksə əməl etməyi nəzərdə tuturuq. Jurnalist buna əməl etməyəndə ciddi medianın narazılığına da tuş gələ bilər. Bu zaman o, həm həmkarlarını, həm də ictimai dəstəyi itirə bilər. İstənilən media üçün ən vacib məsələ inamdır, bizim yazdığımızıza cəmiyyət inanmalıdır, səsimizi cəmiyyət eşitməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Aynur Bəşirli, Xanım Cavadova, Səbinə İzzətli. Avropa Şurası. 2017.
2. Beynəlxalq jurnalistikada etik normalar və Azərbaycan mətbuatı. Bakı: Nurlan”, 2006.
3. Andrus, D. Calvin. "The Wiki and the Blog: Toward a Complex Adaptive Intelligence Community." *Studies in Intelligence*, 2005, 49 (3, September).
4. Argyris, C. and D. Schoen. *Organizational learning II: Theory method, and practice*. Reading, 1996, MA: Addison-Wesley.
5. Boulos, M.N.K., I. Maramba, and S. Wheeler. "Wikis, blogs and podcasts: a new generation of Web-based tools for virtual collaborative clinical practice and
<http://www.time.com/time/printout/0,8816,1704691,00.html>
<http://isc.temple.edu/sdrury/survey2006/timeline.html>
http://news.yahoo.com/s/ap/20080316/ap_on_hi_te/online_video_ads;_ylt=AosHfIzUjeG0iXPZzDDkOwmKfD8C
<http://online.wsj.com/public/article/SB115412710465720901.html>

BEYNƏLXALQ HÜQUQ VƏ ÖLKƏLƏRİN MEDIA QANUNVERİCİLİYİ

Ümumi hüquq nəzəriyyəsindən bizə məlumdur ki, hər bir cəmiyyətin mövcud olması və normal fəaliyyəti üçün hüququn, hüquqi nizamlaşmanın olması obyektiv, zəruri bir haldır. Yəni başqa sözlə, cəmiyyət olan yerdə hüquq da olmalıdır. Əgər dünyada olan dövlətləri bir cəmiyyət kimi, belə demək mümkündürsə, dünya dövlətlərinin ailəsi kimi təsəvvür etsək, onda belə bir məntiqi nəticəyə gələ bilərik ki, bu cəmiyyətin özündə də hüquqa obyektiv ehtiyac vardır. Bu hüquq beynəlxalq hüquq adlanır. Beynəlxalq hüquq ayrı-ayrı dövlətlərin milli hüquq sistemlərindən fərqli olan və onlardan asılı olmayaraq mövcud olan hüquqi normalar sistemidir. O, məhz dövlətlər arasındakı müxtəlif xarakterli münasibətləri hüquqi çərçivəyə salmaq üçün yaranmışdır. Beynəlxalq hüquq normaları dövlətlərarası münasibətlər sisteminin, demək olar ki, hər bir aspektini əhatə edir. Bu normalar vasitəsilə dənizdən, hava məkanından və kosmik fəzadan istifadə olunması, beynəlxalq telekommunikasiyalar, poçt xidmətləri, mal və sərnişinlərin hava vasitəsilə daşınması və pul köçürülməsi nizama salınır; beynəlxalq ticarət həyata keçirilir; ətraf mühitin mühafizəsi, insan hüquqlarının beynəlxalq müdafiəsi, cinayətkarların verilməsi və s. kimi dövlətlərin ümumi mənafeyində olan məsələlər həll olunur. Bununla əlaqədar demək lazımdır ki, beynəlxalq hüquq diplomatiya və xarici siyasətlə üzvi surətdə bağlıdır. Xarici siyasətin həyata keçirilməsi və diplomatik təcrübə beynəlxalq hüquqa uyğun olmalıdır. Digər tərəfdən, diplomatiya beynəlxalq hüquq normalarının yaradılmasının ən mühüm vasitəsi kimi çıxış edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, “beynəlxalq hüquq” termini onun ifadə etdiyi anlamın təbiətini heç də düzgün əks etdirmir. Öz mənşəyini hələ Roma hüququnda təşəkkül tapmış “jus gentium” (xalqların hüququ) ifadəsindən götürdüyünə görə bu termin dünyanın əksər dillərində də məhz “xalqlar arasındakı hüquq” mənasında işlədilir (məsələn, ingilis dilində-international law, fransız dilində-droit international, ispan dilində-derecho international, alman dilində-Völkerrecht, türk dilində-milletlərarası hukuk, rus dilində-mejdunarodnoe pravo və s.). Əslində isə beynəlxalq hüquq anlamı məhz dövlətlərarası hüquq kimi başa düşülməlidir. Çünki, beynəlxalq hüquq bilavasitə xalqlar tərəfindən yaradılmır və xalqlar üçün deyil, mahiyyət etibarilə dövlətlər üçün, dövlətlərarası əlaqələrin tənzimlənməsi üçündür. Doğrudur, mövcud beynəlxalq hüquq normalarına görə, xalqlar bilavasitə beynəlxalq hüquqdan irəli gələn bəzi hüquqlara malikdirlər: məsələn, öz müqəddəratını təyin etmək hüququ, inkişaf hüququ, sülh hüququ və s. Digər tərəfdən, beynəlxalq hüquq dövlətlərin müvafiq razılaşmasından sonra digər subyektlər, məsələn, beynəlxalq təşkilatlar, transmilli korporasiyalar, fərdlər üçün də beynəlxalq hüquq və vəzifələr nəzərdə tuta bilər. Bununla belə, öz təbiətinə görə, beynəlxalq hüquq dövlətlər tərəfindən yaradılan, əsas, dövlətlərə yönəlmiş və yerinə yetirilməsi dövlətlərin özü tərəfindən təmin edilən hüquq sistemi olaraq qalır.

Beynəlxalq hüquqa onun təbiətini əks etdirən belə bir qısaca tərif vermək olar: Beynəlxalq hüquq dövlətlər arasındakı münasibətləri nizama salmaq üçün onların qarşılıqlı razılığı əsasında yaradılan hüquqi normalar sistemidir.

Media təsisatı modern cəmiyyətlərdə başlıca məlumat mübadiləsi vasitəsi səciyyəsi daşıyır. Müasir dövrün qanunauyğunluqlarına və reallıqlarına müvafiq surətdə kütləvi informasiya vasitələri yerinə yetirdiyi funksiyalar etibarilə ictimai rəyi formalaşdıran, istiqamətləndirən, milli münasibətlər zəminində ideoloji substratların təşəkkül tapmasını təmin edən və mənəvi-ideoloji müstəvidə dinamikliyi şərtləndirən təsisat kimi səciyələndirilir. Məhz buna görə də, politoloji leksikonda kütləvi informasiya vasitələri hakimiyyətin dördüncü qolu adlandırılır. Bu baxımdan, kommunikasiya vasitəsi kimi media təsisatından səmərəli surətdə istifadə edilməsi strateji önəm kəsb edən fundamental vəzifə qismində dəyərləndirilir. Amma müasir dövrdə dialektik, bir o qədər də ahəngdar və ziddiyətli proseslərin fonunda media təsisatından yararlanmaqla informasiya resurslarından

dinamik maraqlara müvafiq surətdə istifadə edilir.

Ötən əsrin 90-cı illərində Azərbaycan Respublikasında dövlət müstəqilliyi bərpa edildikdən sonra müasir medianın formalaşması və inkişafı üçün geniş imkanlar yaranmışdır. Həyata keçirilmiş köklü islahatlar nəticəsində ölkədə senzura, söz və məlumat azadlığını məhdudlaşdıran digər süni maneələr aradan qaldırılmış, medianın fəaliyyətini tənzimləyən mütərəqqi qanunvericilik bazası formalaşdırılmış, redaksiyaların davamlı inkişafı, onların iqtisadi müstəqilliyinin gücləndirilməsi, jurnalistlərin sərbəst fəaliyyətinin təmin edilməsi məqsədilə ardıcıl tədbirlər görülmüşdür.

Ötən dövr ərzində Azərbaycan mediası özünəməxsus inkişaf yolu keçmiş, ölkəmizdə və dünyada baş verən hadisələrlə bağlı cəmiyyətin məlumatlandırılması, xalqımızın haqq səsinin dünya ictimaiyyətinə çatdırılması istiqamətində məqsədyönlü fəaliyyət göstərmişdir. Bununla yanaşı, Azərbaycanda cəmiyyət həyatının hər bir sahəsini əhatə edən köklü islahatların həyata keçirildiyi, habelə bütün dünyanı əhatə edən vahid informasiya məkanında yeniliklərin intensiv xarakter aldığı, kommunikasiya vasitələrinin sürətlə inkişaf etdiyi, mütərəqqi texnologiyaların, iş metodlarının tətbiq olunduğu müasir dövrdə media sahəsində keyfiyyət dəyişikliklərinə ehtiyac vardır.

Qlobal informasiya mühitinin müəyyənləşdirdiyi fəaliyyət prinsiplərinə uyğun olaraq modernləşmə, rasionallıq, qabaqcıl texnologiyaların geniş tətbiqi, aparıcı trendlərin izlənməsi və digər mühüm şərtləri özündə birləşdirən innovativ təkamülün yaratdığı imkanlardan Azərbaycan mediasının daha çox bəhrələnməsi, onun şəffaflıq və vətəndaş məmnunluğu prinsiplərinə əsaslanan, cəmiyyətin obyektiv və peşəkar şəkildə məlumatlandırılmasına xidmət edən fəaliyyətinin stimullaşdırılması üçün bu sahədə əsaslı islahatlar aparılmasına zərurət yaranmışdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 12 yanvar 2021-ci il tarixli, 1249 nömrəli Fərmanı.

LEYLA MƏMMƏDOVA

Bakı Dövlət Universiteti
leylarashidn@gmail.com

JURNALİSTİKADA DRONLARDAN İSTİFADƏ VƏ ETİK PROBLEMLƏR

Giriş

Bir çox məkan məhdudiyətlərinin və çətinliklərin öhdəsindən gəlməyə imkan verməklə yanaşı, dronlar xəbərin ifadəsi və təqdimat texnikasının inkişafı və zənginləşdirilməsinə də töhfələr verən yeni texnologiyadır. Dronlar incəsənət, kənd təsərrüfatı, xəritəçəkmə, vəhşi təbiətin müşahidəsi, o cümlədən diqqət mərkəzində olan jurnalistika sahəsi, humanitar yardım, insan hüquqlarına nəzarət, ictimai hərəkətlər və etirazlar, ictimai təhlükəsizlik və mülki sahələrdə istifadə olunur.

Dronların xüsusiyyətləri və bu xüsusiyyətlərin müsbət və mənfi nəticələri səbəbiylə demokratik cəmiyyətdə mətbuatın rolu, informasiya hüququ, milli təhlükəsizlik, ictimai təhlükəsizlik və şəxsi həyatın qorunması kimi məsələləri ehtiva etdiyini söyləmək mümkündür. Məsələn, bu istiqamətdə öz prinsip və vəzifələrini müəyyən edən Dron Jurnalistlər adı altında mütəşəkkil strukturlar yaradılıb. (məsələn, <http://www.dronejournalism>. orqan/). Eyni zamanda, dronlar jurnalistikada istifadə olunan sadə köməkçi texnologiyadır.

Dronlar BBC News və ABC TV də daxil olmaqla bir çox böyük media qrupları tərəfindən istifadə olunur. Dronları mülki şəxslərin dinc məqsədlər üçün istifadəsi böyük media orqanları tərəfindən həyata keçirilir. Jurnalistikada pilotsuz təyyarələrdən istifadə 2011-ci ildə Fukusima nüvə qəzası zamanı qeydə alınıb (1). Nüvə partlayışının baş verdiyi əraziyə daxil olmaq həyat təhlükəsizliyini təhdid etdiyi üçün ərazidən pilotsuz uçuş aparatları ilə görüntülər çəkilib və bu görüntülərlə xəbərlər təqdim edilib. Peşəkar jurnalistikada dron görüntülərinin ilk nümunələri 2013-cü ilin noyabrında Filippində baş verən və ölkədə milli fəlakət elan edilməsinə səbəb olan Haiyan tayfunu ilə bağlı CNN-də yayımlanan xəbərdir (2). BBC News-un Filippindəki daşqınla bağlı videosu (3), Osventsim həbs düşərgəsinin bu günü ilə bağlı video xəbər (4) ilk nümunələr arasındadır.

Dronları digər informasiyanı qeyd edən və görüntüləyən texnologiyalardan fərqli və üstün edən xüsusiyyətlər həm də bu vasitələrin istifadəsi ilə bağlı qeyd-şərtlərə səbəb olur. Bu səbəbdən dronların istifadəsində məhdudlaşdırıcı hüquqi tənzimləmələr tətbiq edilir. Hava məkanının təhlükəsizliyi, şəxsi həyatın, insan və cəmiyyətin qorunması, sağlamlıq və təhlükəsizlik kimi daha çox təhlükəsizliyə əsaslanan narahatlıqlara görə media qurumlarına pilotsuz uçan aparatlardan istifadə icazəsi vermək asan deyil. Məsələn, ABŞ-da dronların istifadəsi FAA Aviasiya Təşkilatının (Federal Aviasiya Administrasiyası) nəzarəti altında həyata keçirilir. Fransada bəzi ərazilərdə dron istifadə etmək olmaz. İsviçdə isə dron istifadə etmək üçün xüsusi icazə alınmalıdır. Türkiyədə ölkənin bəzi bölgələrində dron qadağan edilib. Pilotsuz uçan aparatları idarə edən jurnalistlərdən təlim keçməsi və sığorta tələb olunur.

Azərbaycanda fiziki və hüquqi şəxslərin dronlardan istifadə üçün Mülki dövriyyənin müəyyən iştirakçılara mənsub ola bilən və dövriyyədə olmasına xüsusi icazə əsasında yol verilən (mülki dövriyyəsi məhdudlaşdırılmış) əşyaların siyahısı haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanununda dəyişiklik edilməsi barədə qanuna və Cinayət Məcəlləsinə edilən dəyişikliklərə əsasən Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin Dövlət Mülki Aviasiya Agentliyindən xüsusi icazə almadırlar. Bundan sonrakı prosesdə dronun qeydiyyatı üçün müraciət olunur. Xüsusi icazənin verilməsi Azərbaycan Respublikasının Dövlət Mülki Aviasiya Administrasiyasının səlahiyyətindədir. Qanunvericiliyə görə, xüsusi icazə almış şəxs, dronu yalnız özü istifadə edərək başqa şəxsə verə bilməz.

Cinayət Məcəlləsinin 156-cı maddəsinə edilən əlavələrə əsasən, pilotsuz uçan aparatlarla şəxsi və ailə həyatının sirri olan məlumatların əldə edilməsinə, yayılmasına, satılmasına və qanunsuz toplanmasına yol vermiş şəxs 2 ilədək müddətə azadlıqdan məhrum etmə cəzasına məhkum edilə

bilər (5). Pilotsuz uçan aparatların gömrük sərhəddindən keçirilməsinə, ölkəyə idxalına və ixracına Nazirlər Kabineti icazə verir.

Tramsmilli media CNN ABŞ hava məkanında xəbərlər yaymaq məqsədilə dronlarını idarə etmək üçün icazə alan ilk qurumdur. CNN, FAA çoxlu rəddlərə baxmayaraq, uzun və qətiyyətli bir müraciət prosesindən keçdi, müəyyən qaydalara riayət etmək şərti ilə öz dronlarını idarə etmək üçün icazə aldı. Dronlar tərəfindən toplanan məzmun yeni istehlakçı təcrübəsi təqdim edir. Türkiyədə İhlas Xəbər Agentliyi, Anadolu Agentliyi və Doğan Media Qrup da dronlardan istifadə edir. Reuters, CNN, BBC, AP, AFP, İtar-Tass, XinHua, Getty Images, The New York Times, The Washington Post və USA Today xəbərlərində dron görüntülərindən istifadəni artırır.

Sorğu, müsahibə, müqayisəli təhlil metodları ilə apardığımız araşdırmalardan məlum oldu ki, Azərbaycanda pilotsuz uçan aparatlardan fərqli məqsədlər üçün istifadə olunur. Kənd təsərrüfatında tətbiq edilən dronlar əkin sahələrinin müxtəlif istiqamətləri üzrə monitoring aparmağa, xəritəçəkməyə, məlumatları sistemləşdirməyə imkan verir. Respublikamızda keçirilən mütəbər idman yarışlarının, Avropa Oyunlarının, tanıtım çarxlarının çəkilişində də dronlardan istifadə edilib. 2018-ci ildən Xəzər və ARB televiziya reklam və sosial çarxların çəkilişində bu texnologiyadan faydalanıb. Ölkəmizdə peşəkar jurnalistika səviyyədə dronların tətbiqi ilk dəfə Azərbaycan Televiziyasında (AzTV) reallaşmış. 2020-ci ildə Xəbərlər informasiya proqramında yayımlanan Kürdəmirdən hazırlanan süjet Azərbaycanda dron jurnalistikasının ilk nümunəsidir. Hazırda ölkəmizin media sektorunda xəbərlərin, sənədli filmlərin, tanıtım və sosial çarxların, kütləvi tədbirlərin, konsert proqramlarının çəkilişində pilotsuz uçan aparatlardan aktiv şəkildə istifadə edilir. II Qarabağ Zəfərindən sonra Şuşada keçirilən və televiziya kanallarında nümayiş olunan bir sıra tədbirlərin çəkilişləri fikrimizi əsaslandırır.

Dronların jurnalistikada istifadəsi

Apardığımız elmi və praktik tədqiqatlara, nəzəri yanaşmalara əsasən, jurnalistikada pilotsuz uçan aparatların imkanlarını dörd başlıq altında qruplaşdırma bilirik: xəbər toplama təcrübəsini asanlaşdırmaq və gücləndirmək; xəbər məzmununu və informasiyanın nəqlini gücləndirmək; alternativ media və jurnalistika təcrübələri üçün yeni kanalları təmin etmək, iqtisadi imkanlar.

İnformasiya toplama təcrübəsini asanlaşdırmaq və gücləndirmək. Ənənəvi jurnalistikada istifadə olunan təsvir texnologiyalarında məhdudiyyətlərin çoxunu geridə qoyan pilotsuz uçuş aparatları havadan çəkilişlərin çəkilməsində xüsusilə faydalıdır. Verdiyi üstünlüklər sayəsində əvvəllər mümkün olmayan görüntüləri əldə etmək mümkündür. Dronlar nəinki xəbər otağının görünən sahəsini genişləndirir, fəaliyyət qabiliyyəti ilə xəbərlərə daxil olmaq üçün sürət və praktiklik gətirir. Bu texnologiya baxış həcminin ölçüsü, hadisələrin daha dolğun vizuallaşdırılmasına imkan verir. Hadisə yerinə və ya xəbər hadisəsinə manevr etməkdə, həm də çoxlu və müxtəlif bucaqlardan şəkillər çəkmək imkanı təqdim edir. Kiçik mini ölçüləri sayəsində yerə 2-5 metr yaxınlaşıb daha sonra sürətlə qalxa bilir. Çox qısa müddətdə yüzlərlə metr yüksəkliyə çatır. Bu xüsusiyyətləri sayəsində girişin mümkün olmadığı və ya çox təhlükəli olduğu nüvə elektrik stansiyası qəzaları, meşə yangınları, sel, sunami və zəlzələ kimi fəlakətlərin yaşandığı bölgələrdən görüntü və məlumatların təqdim edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

İnformasiya məzmununun və nəqlinin gücləndirilməsinin üstünlükləri. Fotoqrafiya və video texnologiyalarla müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə üstünlükləri ilə yanaşı, dronlar xəbərlər istehsalını və məzmununu təkmilləşdirir bilir. Dronlara kameralarla yanaşı, temperatura və ya hərəkətə həssas olan müxtəlif ölçü cihazları asanlıqla quraşdırıla bilər. Dronlar sayəsində rəqəmsal xəritələmə, analitik məlumatlar və panoramik görüntülər əldə etmək mümkündür. Cəmi bir neçə saniyəlik video və bir neçə fotosəkil, kvadrat kadrlar insanların nə baş verdiyini anlamaları üçün kifayətdir.

Alternativ Media və Jurnalistika Təcrübələrinə Yeni Kanalların Təklif edilməsi. “Dronlar alternativ media və vətəndaş jurnalistikası üçün əhəmiyyətli üstünlüklər təqdim edir” (6). Doğrudan da, bugünkü və ya fərdi peşəkar jurnalistika fəaliyyətindən başqa, qlobal arenada vətəndaş jurnalistikasında dronlardan istifadə olunur. Dronların bu funksiyası həm də cəmiyyətdəki güc və

təmsilçilik münasibətlərində əks əməliyyata imkan verir. Bu cür ilk nümunələrdən biri “2011-ci ilin noyabrında Moskvanın Bolotnaya meydanında seçki səbəbilə keçirilən etiraz nümayişlərinin görüntüləridir” (7).

Dronlardan istifadənin iqtisadi aspektləri. Dronlar informasiya, məlumatların toplanması və effektiv fotoqrafiya kimi jurnalistika üçün böyük imkanlarına baxmayaraq əvvəlki təsvir texnologiyaları ilə müqayisədə iqtisadi cəhətdən əlverişli vasitədir. Bəzi dronların qiyməti hətta bir smartfon və ya rəqəmsal cihazdır. Bu alətlərə sahib olmaq üçün böyük büdcə tələb olunmur. Bu, alternativ media və jurnalistika təcrübələri, eləcə də peşəkar media institutları baxımından onun təklif etdiyi ən mühüm üstünlüklərdən biridir.

Dronlardan istifadənin limitləri və narahatlıqları. Pilotsuz uçan aparatlardan istifadənin jurnalistika peşəsinə, təcrübəsinə və funksiyasına müsbət töhfələri, eləcə də müzakirəni tələb edən mənfi kimi qiymətləndirilə bilən təsirlərin olub-olmaması subyektlərindən birini təşkil edir. Dronlar görüntüləri havadan həyata keçirdiyi üçün baxış sahəsinin ölçüsü və giriş qabiliyyəti, milli təhlükəsizlik, ictimai sağlamlıq, təhlükəsizlik, məxfiliyin qorunması baxımından onlardan istifadənin məhdudlaşdırılması kimi problemlər tənzimləmənin zəruriliyini göstərir.

Dronların jurnalistikada istifadəsi zamanı yaranan problemlər

1. Şəxsi həyatın gizliliyinin mühafizəsi. Bu gün dronlardan istifadə ilə bağlı ən çox müzakirə olunan mövzulardan biri jurnalistikada etik qaydaların pozulması, şəxsi həyatın toxunulmazlığının qorunması ilə bağlıdır. Dronlar evlər, bağlar və tarlalar kimi şəxsi mülkləri aşkar edərək sakinlərin hərəkətlərini, eləcə də çimərliklər və ya parklar kimi ictimai yerlərdə asanlıqla casusluq edə bilirlər. Bu səbəblə təsadüfi dron istifadəsi şəxsi həyat üçün böyük risklər yaradır. Dronların ictimai və özəl məkan arasındakı sərhədləri alt-üst etməsi mühüm məqamdır. Kameraların istifadəsi ilə bağlı qanuni tənzimləmələr olsa da, dronların istifadəsi ilə bağlı qanuni boşluqlar bu sahədə yeni qanuni sərhədlərin müəyyənləşməsinə tələb edir.

Pilotsuz təyyarələrin geniş yayılması ilə jurnalistika etik komitələri mövzu ilə bağlı təkliflər veriblər. Məsələn, ABŞ-da Professional Journalistlər Birliyinin (SPJ) Etika Komitəsinin sədri Endryu Siman pilotsuz uçan aparatlarından “*ictimai maraq və yalnız jurnalist məqsədləri üçün*” istifadəni qeyd edir (10, s.166)

2. İctimai Təhlükəsizlik və sağlamlığın mühafizəsi. Pilotsuz təyyarələrdən istifadə ilə bağlı başqa bir müzakirə mövzusu dronlardan istifadənin ictimai təhlükəsizliyi və sağlamlıq üçün potensial riskləridir. Dronlardan düzgün və diqqətli istifadə olunmazsa, asanlıqla can və ya mal itkisinə səbəb ola bilər. ABŞ-da yerləşən Peşəkar Dron Jurnalistlərinin Assosiasiyası (PSDJ) tərəfindən müəyyən edilən beş maddəlik etik qaydalar kriteriyaları əhəmiyyət sırasına görə, xəbərin dəyəri; təhlükəsizlik; qanunun və ictimai sahənin müqəddəsliyi; şəxsi həyatı mühafizə; ənənəvi jurnalistika etika kodeksi yerləşdirilib. Assosiasiyanın dron jurnalistikasındakı etik kodeksində deyilir: “*əgər pilotsuz təyyarədən istifadə etməklə əldə edilməsi arzu olunan məlumat başqa, daha təhlükəsiz yollarla toplana bilərsə, drondan istifadə edilməməlidir*” (8). Göründüyü kimi, burada xəbərin dəyərindən sonra təhlükəsizlik tələblərinə (dron təlim keçmiş pilot tərəfindən idarə olunur, cihazın düzgün işləməsi, hava şəraitinin pilotsuz uçuş üçün uyğun olması və s.), hüquqi qaydalara, ictimai yerlərin qorunmasına, şəxsi həyatın toxunulmazlığına və ənənəvi jurnalist etikasına uyğunluq gəlir. Burada insan təhlükəsizliyinin, insanların sağlamlığı maddəsinin xüsusi qeyd olunmaması etik kodeksin natamamlığı kimi qiymətləndiririk.

3. Xəbərlərdə kontekst dəyişikliyi. Jurnalistikada pilotsuz təyyarələrdən istifadə ilə bağlı sual doğuran məsələlərdən biri də xəbərlərin hazırlanmasında dronların istifadəsidir. Dronlar digər təsvir texnologiyaları ilə, xüsusən də xüsusi tədbirlərdə istifadə oluna bilər. Xəbərin istehsalında yalnız dronlardan istifadə natamam, yalnız məlumatlandırılmış ictimai rəyə səbəb ola bilər.

4. Əldə edilmiş informasiyanın paylaşılması və Təhlükəsizliyi. Jurnalistlərin əldə etdiyi məlumatların dron vasitəsilə yayımlanmasından başqa hansı məqsədlər üçün və hansı səviyyədə istifadə olunması aktual məsələlərdən biridir. Jurnalistika etikasının ən mühüm prinsiplərindən biri maraqlar toqquşmasından qaçaraq xəbərləri saxlamaqdır. Xəbəri mənbə və təsirindən asılı olmayaraq

hazırlamaqdır. Bu məqamda vacib məsələ dövlətin, xüsusən də hüquq-mühafizə orqanlarının nəzarətidir. Media ilə insan hüquq və azadlıqlarının müdafiəsi arasında sərhədi müəyyənləşdirmək və ya tarazlaşdırmaq müzakirələrin davam etdiyi məsələdir. Əks halda, xəbər mediası müstəqilliyini itirməklə, hüquq-mühafizə orqanlarının və ya insan hüquqlarının bir hissəsinə çevrilməklə üzləşə bilər. Qanun pozuntusuna çevrilə biləcək hallarda onun özündən alət kimi istifadə edilə bilər. *“Əgər təhlükəsizlik qurumunun hər hansı bir yeri izləmək üçün qanuni icazəsi yoxdursa, o yerdən alınan görüntülər qanuni öhdəlik olmadığı halda bu təhlükəsizlik qurumu ilə paylaşılmamalıdır”* (9, s.280). Jurnalistikada dronlardan əlbəttə ki, yalnız jurnalist fəaliyyəti üçün istifadə edilməlidir. Bundan əlavə, dronlarla əldə edilən görüntülərin qorunması təşkilatların başqa bir məsuliyyət sahəsidir. Bununla fiziki və ya rəqəmsal oğurluğa qarşı tədbirlər görmək də vacibdir.

Dronların jurnalistikada istifadəsi həm də bu istiqamətdə akademik strukturların formalaşmasına səbəb oldu. 2011-ci ilin sonundan ABŞ-ın bəzi universitetlərində, o cümlədən Nebraska-Linkoln Universiteti, Missuri Universiteti, Virciniya Tech və Corciya Texnologiya İnstitutu Dron jurnalistikası proqramları əsasında tədris həyata keçirir. Bu universitetlərdə pilot təlimlərinin keçirildiyi və dron jurnalistikasının inkişafı üçün araşdırmaların aparıldığı özəl laboratoriyalar var. Amerika Milli Mətbuat Fotoqrafları Assosiasiyası (UBFD) və Poynter İnstitutu dron jurnalistikası üzrə təlimlər keçirir. Dron Jurnalistlər (məsələn, www.dronejournalism.org) adı altında yeni peşəkar təşkilatlar da yaranmağa başlayır. Bu təşkilatlar lazımi hüquqi və etik qaydalara zəmin yaradacaq peşəkar həmrəylik yaratmaqla yanaşı, dron jurnalistikasında çalışan jurnalistlər arasında məlumat mübadiləsinə təmin etməyi hədəfləyir.

Nəticə

Jurnalistikada yeni texnologiya olaraq havadan quş baxışı və hərəkət görüntüsünü təmin edən pilotsuz uçan aparatlar fiziki və məkan sərhədlərinin daha sürətli və asan keçməsinə imkan verir, media texnikasının inkişafına və zənginləşməsinə töhfə verir. Apardığımız tədqiqatlara əsasən bu nəticəyə gəlirik ki, dronların imkanları və dron jurnalistikası kontekstində gətirdiyi yeniliklər qaydalara, fəaliyyətə və əhatəyə malik yeni tipli jurnalistikanın formalaşması mümkün görünür. Pilotsuz uçan aparatlar vətəndaş jurnalistikası üçün yeni kanallar açan köməkçi texnologiyalar kimi məqsədəuyğundur. Dronların təmin etdiyi "alternativ gözlər" müxtəliflik və rəngarəngliyə malik demokratik mətbuat mühitinin yaradılmasında dəyərlidir. Eyni zamanda bu vəziyyət media təşkilatlarının həddən artıq kommersiyyalaşmış və qazanclı nəhənglərə çevrilməsinə səbəb olur.

Tədqiqat işində müxtəlif elmi-nəzəri fikirlərin və dron praktikasının təhlili göstərir ki, jurnalistika pilotsuz uçan aparatların istifadəsi ilə bağlı narahatlıq doğuran məqam müşahidə üçün çox uyğun bir texnologiya deyil. Bu istiqamətdə müzakirələr milli təhlükəsizlik, hava məkanının təhlükəsizliyi, məxfiliyin qorunması, insan və ictimai sağlamlıq, hüquq və azadlıqlar kimi təhlükəsizlik əsaslı narahatlıqları əhatə edir. Hər bir ölkədə dronların istifadəsini məhdudlaşdıran qanuni tənzimləmələr mövcud olduğundan onların redaksiya məqsədləri üçün istifadəsinə icazə almaq asan deyil. Dronların kommersiya məqsədli istifadəsinə qoyulan məhdudiyyətlər bəzi dairələr tərəfindən mətbuat azadlığına məhdudlaşdırıcı müdaxilə kimi qiymətləndirilsə də, məxfiliyin qorunması və təhlükəsizlik məsələlərinin bu tənzimləmələri zəruri etdiyini düşünürük. Çünki, dron reportyorlarının girişinə nəzarət yoxdur, dron jurnalistikası üçün press kartları və oxşar proqramlar hələ hazırlanmayıb. Digər diqqət çəkən müzakirə isə jurnalistlərin dronlarla əldə etdikləri görüntüləri jurnalistikadan başqa məqsədlər üçün istifadə edə biləcəyi və hər hansı üçüncü tərəflə paylaşa bilməsidir. Bu aspektdən yanaşı biz hesab edirik ki, xəbər təşkilatlarının dron görüntülərinin istifadəsi və paylaşılması üçün prinsiplər hazırlaması vacibdir. Jurnalistika məqsədləri üçün pilotsuz təyyarələrdən istifadəyə dair hüquqi tənzimləmələri rəsmi orqanlarla media təşkilatları arasında mübarizəni əhatə edən kommunikasiya prosesində proqnozlaşdırmaq mümkündür.

Dronların yaxın gələcəkdə bir çox media qurumlarının avadanlıqları arasında olacağını proqnozlaşdırmaq olar. Dronlarla canlı yayım etmək, təbii fəlakət və insan həyatı üçün təhlükəli yerlərdə istifadə etmək texnologiyaya üstünlük verən xüsusiyyətdir. Bununla belə, dronların istifadəsi

təbii ki, ənənəvi jurnalistikada kamera və ya video qədər asan deyil. Dronların istifadəsi üçün də müəyyən səviyyəli pilotluq bilikləri tələb olunur.

Son olaraq gəldiyimiz nəticə budur ki, həm fərdi, həm də korporativ dron istifadəsində etik qaydalar olmadan, təhlükəsizlik və azadlıqlar arasında incə tarazlıqlar quran hüquqi tənzimləmələri gözləmədən faydalı və təsirli dron jurnalistikasıdan danışmaq mümkün görünür. Bununla belə, müxtəlif ölkələrin kütləvi informasiya vasitələrinin süni intellekti jurnalistikada fəal şəkildə tətbiq etməyə başlaması bu sahədə gələcək tədqiqatların aktuallığını və vacibliyini göstərir.

ƏDƏBİYYAT

1. Japan: See drone footage of no-go zone around Fukushima nuclear plant:[Electronic resource] / YouTube, 2011.–URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-7K5tmtAik0>,
2. A Bird's Eye View of Haiyan Devastation: [Electronic resource] / CNN. –Atlanta,2013.– URL:<http://edition.cnn.com/videos/world/2013/11/18/philippines-drone-camera-penhaul.cnn>
3. Auschwitz: Drone Video of Nazi Concentration: [Electronic resource] /BBC News, – London, 2015–URL: www.youtube.com/watch?v=449ZOWbUkf0
4. BBC News (2011). Philippines Storm Kills Hundreds in Mindanao Floods:[Electronic resource] /BBC News. – London, 2011– URL: <http://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-16229394>
5. Azərbaycan Respublikasının Qanunvericilik Topplusu:[Elektron resurs] / “Azərbaycan” qəzeti, 9 noyabr 2017-ci il, № 247,URL:<http://e-qanun.az/framework/46947>
6. Chamberlain, P.Drones and Journalism / P.Chamberlain.–New York: Routledge, –2017. – 118p.
7. Corcoran, M. Drone Journalism: Newsgathering Applications of Unmanned Aerial Vehicles (UAVs) in Covering Conflict, Civil Unrest and Disaster: [Electronic resource]/Cryptome, 2014. –URL: <https://cryptome.org/2014/03/drone-journalism.pdf>
8. Professional Society of Drone Journalists. A Code Of Ethics for Drone Journalists:[Electronic resource] /dronejournalism.org. 2017. – URL: <http://www.dronejournalism.org/code-of-ethics/?rq=%20guide>
9. Harvard, J. Journalism from Above: Drones, the Media, and the Transformation of Journalistic Practice/ J.Harvard,H. Mats,H.Wadbring //–Media and Communication,– 2020.Vol 8, No 3, –p. 266-284
10. Kavaklı, N. Drone'ların Gazetecilikte Kullanımı: Drone Haberciliğinin Olanakları, Zorlukları ve Sınırları // Kayseri: Erciyes İletişim Dergisi.– 2018. 5(3), –s.160-172

САЙЁРА ҲАЛИМОВА
ЎзЖОКУ

ЖАДИД ПУБЛИЦИСТИКАСИДА ҲУҚУҚИЙ МАДАНИЯТ МАСАЛАЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ЎЗБЕКИСТОН ТАРАҚҚИЁТИДАГИ АҲАМИЯТИ

Давлат ва жамият тараққиётида фуқаролар ижтимоий-сиёсий жараёнда фаол ва ислохотларга нисбатан дахлдорлик туйғуси билан ўз ҳақ-ҳуқуқларини англаб, мақсад сари интилсалар мамлакат равнақ топади. Бугун биз янги Ўзбекистон деб аталмиш тарихий бир тараққиётга қадам ташладик. Президентимизнинг 2019 йил 9 январдаги “Жамиятда ҳуқуқий онг ва ҳуқуқий маданиятни юксалтириш тизимини тубдан такомиллаштириш тўғрисида”ги Фармони кенг жамоатчиликнинг ҳуқуқий онги, ҳуқуқий маданияти, ҳуқуқий саводхонлик даражаси юксалишида муҳим амалий аҳамият касб этди. Бу жамиятимизда кечаётган демократик ислохотлар, суд ва ҳуқуқ идоралари фаолиятида, матбуот ва сўз эркинлигининг амалдаги янги имижиди яратишда ҳам ўз ифодасини топмоқда. Шу жиҳатдан олганда, Туркистон ижтимоий-сиёсий ҳаётида юксак мақсадлар учун курашган жадид намояндаларининг халқни маърифатли қилиш, сиёсий фаоллик, ҳуқуқий маданият масалаларига доир илғор ғоялари мустақил мамлакатимиз тараққиёти учун дастуриамалдир. Айниқса, тараққийпарвар жадидларнинг ўз даврида суд-ҳуқуқ масалалари ҳақида, қозилар, уларнинг жамиятда тутган ўрни, ҳуқуқ ва мажбуриятлари тўғрисида ғоялари жуда аҳамиятлидир. Хусусан, жадидчилик ҳаракатининг асосчиси, улўғ маърифатпарвар Маҳмудхўжа Бехбудий ўзининг “Қози ва бийлар ҳақида лойиҳа”, “Туркистон маданий мухторияти лойиҳаси”, “Ҳақ олинур, берилмас” каби мақолаларида Туркистонда ҳуқуқ соҳасидаги жиддий муаммолар, уларни бартараф этиш йўллари тўғрисида илғор ғояларни илғари сурган. Хусусан, муаллиф “Мамлакатда муҳим ҳуқуқий масалаларни кўриб чиқиш ва ҳал қилиш қозилар, элликбоши-ю юзбошилар ва бошқа мансабдор шахслар ихтиёрига батамом топшириб кўйилганлиги, улар фаолияти устидан қатъий ва қонуний назорат олиб борилмаётганлигини кўрсатиб берган. У айрим қозиларни диний, шаръий ва ҳаттоки маиший масалаларни ҳам порахўрлик асосида кўриб чиқаётганликларига қаттиқ норозилик билдиради”.

Коррупцияга - порахўрликка қарши кураш жадидчилик ҳаракати даврида ҳам қаттиқ қораланган. Улар қозилик судлари фаолиятига танқидий ёндашганлар. Қозиларнинг шариатга таяниб, уни суистеъмол қилишлари мавжуд суд тизимини давлат ва жамият манфаатлари нуқтаи назаридан ислоҳ этиш борасида ўз тавсияларини тақдим этганлар. Шунингдек, М.Бехбудий чор ҳукуматининг Туркистонда олиб бораётган сиёсати ва ўрнатган қонун-қоидалари маҳаллий аҳолининг турмуш тарзига мутлақо зид эканлигини тушунтириб беради. Буюк маърифатпарвар “қозилик судлари тизимини ўзгартириш ва ислоҳ қилиш зарур, қозшшк судлари ўрнига Туркистондаги бешта вилоятнинг ҳар бирида апелляция комиссияси ташкил этилган давлат судларини тузиш лозим, дейди.

Муаллифнинг “Туркистон маданий мухторияти лойиҳаси”да эса Русия мустамлакаси шароитида “Туркистон маданий мухторияти лойиҳаси”ни ишлаб чиқиб, уни 1907 йилда Русия 3-Давлат Думасида кўриб чиқиш учун Дума қошидаги Мусулмон фракциясига топширади. “Лойиҳа”нинг 5- моддасида “Русия адлия маҳкамалари сайловига ва ундаги мансабларга сайланишга мусулмонларнинг ҳақли бўлишлари”, 6-моддасида “Туркистоннинг турмуш тарзидан беҳабар юристларни Туркистон адлия маҳкамаларига раҳбар этиб тайинламаслик”, 8- моддасида “Қози ва судьялар жазо тайинламагунча, ҳеч кимнинг ҳибсга олинмаслиги”, 9-моддасида “Туркистон қозилари олишсотиш юзасидан васиқасиз 300 сўмдан ортигини кўриб чиқмаслиги тўғрисидаги қонуннинг бекор қилиниши”, 11 -моддасида “Қозилар чиқарадиган ҳукм прокурор назоратидан чиқарилиб, диний ва ички ишлар Идораси тасарруфига топширилиши” ва 12-моддасида эса “Қозихона хатлари учун олинмаган марка низомининг

бекор қилиниши” алоҳида қайд этилган.

Маълумки, чор Россияси Туркистонни босиб олгач барча ерлар подшоҳлик мулки деб эълон қилинган ва бу қонун билан мустақамланган эди. Бу тўғрисида 1917 йил июлда Қозонда ўтган Бутунроссия мусулмонлари Қурултойида яна бир жаҳид маърифатпарвари Убайдулла Асадуллаҳўжаев шундай деган эди: "Шу кунгача Туркистон рус капиталистлари учун говмиш сигир бўлиб келмоқда. Бугун Туркистон Россияга пахта етказувчидир. Туркистонда йилига 10-12 миллион пуд пахта етиштирилса, у ҳолда бизнинг пахтакорлар томонидан ишлаб топилган 100 млн. сўм ҳар йили рус капиталистлари чўнтагига тушмоқда". Мана шу қонунга қарши исён руҳи У.Асадуллаҳўжаевнинг "Бизга ёлғуз гадолик ёки ўғирлик қолур" сарлавҳали мақоласида ҳам акс этган. Бутун Туркистон иқтисодини эгаллаб борадиган текинхўр буржуа сармоядорларининг қудрати нимада деган саволга муаллиф "айб ўзимизда" деб жавоб беради. Улар бор имкониятларини ишга солишмоқда. Бу хўрликдан қандай қутулиш, мумкин? У Асадуллаҳўжаев қатъият билан: "Ўқимак ва ўрганмак билангина бу азоблардан қутулиш мумкин", дейди. Акс ҳолда, "биз учун икки касб қолур. Ўғурлик ва гадоликдур". Бу сўзлар битилганига бир асрдан зиёд вақт ўтди. Аммо ўз мустақиллигини мустақамлаш йўлида одимлаб бораётган Ўзбекистон ёшлари учун ҳам аждодларимиз илгари сурган бу илғор ғоялар ҳамон ўз моҳиятини йўқотгани йўқ. Янги Ўзбекистон тараққиёти учун илмли, ҳар томонлама баркамол ёшлар зарур. Айни пайтда жаҳидларимиз ҳуқуқий маданият масаласига ҳам алоҳида эътибор қаратишган. "Садои Туркистон"да босилган "Бизда шаҳар солиқлари" мақоласида эса ўша пайтдаги солиқ тизими ҳақида тўлиқ маълумот берилган. "Мол ва мулкларимизни ҳеч битмайдурғон деб билуб кўп ишондук ва алдандук... Мазкур қутуришлардан қутулмак учун биз ҳаётнинг, замон ва маданиятнинг қучоғига отилуб, онинг талабларини бажо келтурмакга мажбурмиз". Шунинг учун ҳам У. Асадуллаҳўжаев 1914 йил 26 ноябрда шаҳар думасининг учинчи йиғилишида сўзга чиқиб ер ва ҳовлиларга солинадиган шаҳар солиғини оширмасликни, баъзи рус полиция маъмурлари бу борада қонунга хилоф ҳаракатлар билан мусулмонларга айбсиз жабр қилаётганликларини айтади. Унинг ташаббуси билан дума қошида етти кишидан иборат ҳуқуқ комиссияси тузилади. Етти аъзодан биргина У.Асадуллаҳўжаев маҳаллий аҳоли вакили эди. Бу ҳақдаги батафсил маълумотлар газетанинг 1915 йил 3 декабр сонидида чоп этилган. Маълумки, Россиядаги 1905-1907 йиллар инқилобий чиқишлар самараси ўлароқ илк бор парламент – Давлат думаси ташкил топганди. Давлат думасига Туркистондан нойиблар сайлаш борасида ҳам адолатсизлик юз берди. 1905 йил 11 декабрдаги сайлов қонунига кўра, барча маҳаллий хотин-қизлар, икки миллион ишчи, ҳарбий хизматчи, ўқувчи, умуман 25 ёшга етмаган аҳоли сайлов ҳуқуқидан маҳрум қилинди.

"Туркистондаги сайлов қоидалари лойиҳаси" мулкдор табақалар ва маҳаллий маъмурият манфаатларини ўзида мужассам этган эди. Маърифатпарварлар бу масалани кўтаришда матбуотдан фойдаланишга ҳаракат қилганлар. Таҳририят томонидан тайёрланган "Шаҳар сайлови ва мусулмонлар" сарлавҳали мақолада: "Мусулмонлар нуфузи жиҳатига бир неча ҳисса кўп бўлғонлари ҳолда, руслардан йигирма саккиз, мусулмонлардан йигирма иккигина ғласний сайланур. Бу жиҳатдан қараганда бизни камситув киби кўринса ҳам, ҳозирги аҳволга қараганда қонун ва қонидани бир тарафга қўйиб туриб фақат ўзимиздангина шикоят қилмакка мажбурмиз" деб ёзади. "Мажбурмиз" сўзига эътибор беринг. Бугунги ёшлар мустақиллик буюк неъмат эканлигини чуқур ҳис этишлари зарур. Ота-боболаримиз Русиянинг мустамлақачилик зулмида ҳам миллат равнақи учун бир ёруғлик истаяптилавр. Уни қуллик занжиридан озод этиш учун "ўзлигингни англа, ҳуқуқингни бил, жаҳолапт ва ғафлат уйқусидан уйғон" дея надомат чекишмоқда. "Энди кўзимизни очиб ғласнойликка чин миллат ходимларини ва манфаат умумиядан хабардор холис кишиларни топиб сайламоғимиз керак" дея таъкидлайди газета. Худди шундай фикр мусулмон руҳония идораларини ташкил этиш борасида ҳам кўтарилади. "Садои Туркистон" ёзади: "Тўй ва иморатлардан бўшамаётган бойлардан, чопон кийишдан чарчамаётган уламо ва машойихлардан куюниб бошга болта ҳам келуб етди. Онда биргина ўлсун Туркистон мусулмонларининг аҳвол ва орзуларидан хабардор

вакил йўқки, бизим тарафимиздан мудофаада бўлса". Газета таҳририятига жам бўлган зиёлилар улуғ аждодларимиз олдида ўзларини бурчли деб биладилар. "Жаҳолат меваси" сарлавҳали мақолада ўтган аждодларимиз номларини ёд этиб: "Аларнинг руҳларини шод этмак ва ўзимизни ислоҳга ғайрат қилмак энг биринчи вазифамиздур", - дея ёзилади. Ибн Сино, Улуғбек, Форобийлардан ибрат олишга, миллат номини такрор дунёга танитмакка даъват этади. Шунинг учун ҳам "Садои Туркистон"нинг ҳар сатри юрт ишқи, Ватан муҳаббати билан абадиятга доҳил бўлди. Бу газета теварагига жипслашган жадидлар чор ҳукуматининг ер, солиқ сиёсатига, сайлов тизимига қарши очикдан- очик фикр билдирдилар. Жадид маърифатпарвари Мунавварқор Абдурашидхонов миллатдошларига хитобан: "Сизларга охирги сўзим шул: мактабларнинг тараққий ва ривожига чолушингиз... Бизнинг истиқболимиз шул мактаб масаласи билан боғлуқдир"- дея таълим ва тарбиянинг, ҳуқуқий саводхонликнинг асл илдизи мактаб масаласига боғлиқ эканлигини оммага англатиш учун тинимсиз ғайрат қилди. Тарихни англаш – ўзликни англаш демакдир. Хулоса ўрнида айтиш жоизки, атоқли мутафаккирлар Маҳмудхўжа Беҳбудий, Убайдулла Асадуллахўжаевнинг суд ҳокимияти, фуқароларнинг ҳақ-ҳуқуқларини ҳимоя қилишга доир илғор ғоялари Ўзбекистон тараққиётида, аҳолининг ҳуқуқий маданиятини юксалтириш, суд ислохотларини амалда мустаҳкамлашда муҳим аҳамият касб этади.

АДАБИЁТ

1. Ш. Мирзиёев. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистонни биргаликда барпо этамиз. Т. Ўзбекистон. 2016.
2. Ўзбекистоннинг янги тарихи, 1 том. Т.: Шарқ, 2000.
3. Ҳалимова С.А. Убайдулла Асадуллахўжаев ва “Садои Туркистон”. Монография. Т.: Университет. 2021.
4. М. Беҳбудий меросининг миллий ғоя тарғиботидаги аҳамияти. Илмий мақолалар тўплами. Тошкент 2014. www.ziyouz.com kutubxonasi
5. Маҳмудхўжа Беҳбудий. Танланган асарлар. Т: Маънавият. 2006.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ ИШОНЧЛИ АХБОРОТ МАНБАИ БЎЛА ОЛАДИМИ?

Телевидение аудиторияни маълумот билан таъминловчи асосий ахборот манбаси ҳисобланади. Бугун давлат ва нодавлат, кенг тармоқли ва ихтисослашган телеканаллар фаолияти йўлга қўйилган. Бироқ уларнинг сони ортгани аудиторияга ҳолис ахборот тарқатилаётганидан дарак бермайди. Хўш, бугунги телевидение ахборотни узатиш борасида қандай талабларни бажармоқда, қай ҳолларда жузий хатоликларга йўл қўймоқда? Буни аниқлашдан аввал телевидениенинг ахборот манбаи сифатидаги аҳамиятини ўрганиш мақсадга мувофиқ.

Инсон асосий ахборотни кўз орқали олишидан келиб чиқсак, телевидение инсонлар учун бирламчи ахборот манбаи экани маълум бўлади. Бироқ медиа бозорида ахборот маҳсулот хусусиятини олар экан, турли ОАВ ўртасида рақобат юзага келиши табиий. Бу омиллар аудиторияни жалб қилиш учун ҳам етарлича сабаб бўла олади. Хусусан, тадқиқотчи Ҳ.Нуриддинова исталган давлатда аҳолининг етмиш фоизи ахборотни телевидениедан олади, деб келтиради. Гарчи Интернет ва ижтимоий тармоқларнинг юзага келиши телевидениенинг онлайн форматга ўтишига ундаган бўлса ҳам, мазкур кўрсаткичга салбий таъсир ўтказди. Мисол учун, Россияда ўтказилган тадқиқотда иштирок этган 42 фоиз, Ҳиндистонда ўтказилган тадқиқотда эса 48 фоиз сўровнома иштирокчилар телевидениени ишончли манба сифатида эътироф этган. Бундан келиб чиқадики, томошабинларнинг аксарият қисми телевидениени ахборот манбаси сифатида эътироф этади. Чунки ахборотнинг нафақат шов-шувли, балки долзарб ва ишончли бўлишига эътибор қаратилиши, сохта маълумотларнинг тарқалиш эҳтимоли кам эканлиги сабаб у йиллар давомида томошабин ишончини қозонди. Мазкур тенденция ўзбек телевидениесига ҳам тегишли. Мисол учун, давлат миқёсидаги воқеа содир бўлса, инсонлар ижтимоий тармоқларда тарқалувчи хабарларга эмас, телевидение ва газеталарнинг муносабатига қизиқади. Мисол учун, Ўзбекистон Биринчи Президенти И.Каримов вафот этгани ҳақида ижтимоий тармоқларда хабарлар тарқалгани билан аҳоли, шу билан бирга интернет сайтлари ҳам телевидение орқали расмий муносабатни кутди. Хусусан, “Kun.uz” бу ҳақдаги хабарда қуйидагича келтиради: *“Ўзбекистон халқи оғир жудоликка учради. Республиканинг биринчи президенти Ислоҳ Абдуғаниевич Каримов 78 ёшида вафот этди. Бу ҳақда бугун, 2 сентябрь куни “Ўзбекистон” телевидениеси орқали маълум қилинди”*.

Гарчи телевидение муҳим вазиятларда ишончли ахборот манбасига айланса ҳам, кундалик мавзуларни ёритишда ва таҳлил қилишда ноҳолиликка йўл қўйиш эҳтимоли ҳам мавжуд. Хусусан, журналист матн орқали мавзунини етарлича ўрганмай бирёқлама ёритиши, овоз орқали манипуляция қилиши мумкин. Бир сўз билан айтганда ахборотнинг ижобий ва салбий ҳолатда етказилиши журналист маҳоратига боғлиқ.

Миллий телеканаллар фаолиятини кузатар эканмиз, долзарб мавзуларни кўтариб чиқаётган кўрсатувларни ижобий баҳоладик. Мисол учун, “O’zbekiston” телеканали орқали “Муносабат”, “Mahalla” телеканалида “Минбар”, “Тошкент” телеканалида “Пойтахт йўллари” кўрсатувлари бунга мисол бўла олади. Бироқ ахборотни ҳолис етказиш борасида айрим телеканаллар ўз вазифасини сидқидилдан бажармаётгани ҳам кўзга ташланмоқда. Бу фақат ахборотни тўғри ёритиш билангина эмас, долзарб мавзуларни олиб чиқиш, танқидий кўрсатувларни эфирдан олиб ташламаслик, монтаж қилишда фикрнинг мазмунини сақлаб қолиш кабиларда ҳам кўринади. Акс ҳолда телевидение мавжуд сиёсатни олқишловчи, фақат мақтовларни кўрсатувчи лаганбардорлик воситасига айланади. Мисол учун, 2022 йилнинг 18 февраль куни Қашқадарё телеканали мухбири ҳамда тасвирчиси Президентнинг ПФ-6108-сон фармони ижросини бажарилиши юзасидан “Қашқадарё соҳили” санаторийсида дам олаётган халқ таълими бўлими мудирлари, методистлари ҳамда умумтаълим мактаби

директорларининг бепул дам олаётгани юзасидан лавҳа тайёрлаш бўйича топшириқ олади. Бироқ мухбир воқеа жойига борганида дам олиш ҳудудининг аянчли аҳволда эканини пайқайди, дам олувчилардан ҳам мавжуд камчиликлар ҳақида интервью олиб лавҳа тайёрлайди. Бироқ вилоят телевидениеси раҳбари кўрсатувни асосий мақсаддан оғишиб ёритилгани, Президент фармони ижроси бажарилмагани рўқач қилиб эфирдан олиб қолади. Бу борада журналистни аввал воқеани яхши ўрганмай, бир ёқлама ёритгани, сиҳаттоҳни дастлаб мақтаб, кейин камчиликлари хусусида гапириши кераклиги хусусида танқид қилади. Бизнингча, журналист фаолиятига тўсқинлик қилиш, у тайёрлаган лавҳани эфирдан олиб қолиш, мавзуни қандай тайёрлаш борасида бошидан охиригача кўрсатма бериш сўз эрикчилигига таъсир ўтказди. Тўғри, ҳар бир таҳририят ва телеканалнинг ўзига хос талаби мавжуд, яъни уларда қайси ахборотни эфирга бериш ва бермаслик борасида танлов имконияти мавжуд. Агар ижодий ишнинг қандай мазмунда бўлиши ижодкорга эмас муассис ва муҳаррирга бориб тақалса, ўша телеканал, ОАВ турига нисбатан эътибор сусаяди. Бу жараён эса бирданига эмас, секин асталик билан содир бўлади. Мисол учун, “Юксалиш” умуммиллий ҳаракати ташаббуси билан 6 минг нафардан ортиқ фуқаро иштирокида давлат ва хусусий телеканаллар томонидан эфирга узатилаётган теледастурларга нисбатан муносабати ўрганилди. Натижада, хусусий телеканалларнинг теледастурлари юқори натижаларни эгаллади. Шунингдек, иштирокчилардан телевизорни нима сабабдан камроқ кўришни бошлаганлари сўралганда респондентларнинг 24,7 фоизи телевизор кўришга вақти йўқлиги, 24,5 фоизи янгиликларни телефондан фойдаланишини, қолган иштирокчилар эса телевидениенинг қизиқ эмаслиги, ёлғон маълумот, тарғиботнинг ва рекламаларнинг кўплиги каби сабабларни билдирганлар.

Юқорида таъкидлаб ўтилганидек, режиссиёр ва муаллиф кўрсатувни қандай тайёрлаб, мавзуни қай услубда томошабинга етказмоқчи, мана шу йўлда аниқ бир мақсадга эришиш учун мўлжал олинмаса, мужмалликка йўл қўйилади. Бу борада ахборотни аудиторияга қачон ва қандай шаклда етказиш устида кўпроқ журналист бош қотириши лозим. Сабаби, бугун ОАВ бемалол рақобатга кириша оладиган жараёнда оммага тақдим этиладиган асар ўз ўқувчиси, тингловчиси ва томошабинини топа олиши муҳим. Гарчи журналистларнинг эркин ахборот олиши, сақлаши ва тарқатиши, ижод ва сўз эркинлиги қонун билан мустаҳкамланган, журналистлар учун танқид ва таҳлил учун имконият яратилгани бўлишига қарамай давлат телеканалларининг молиялаштириш манбаси давлат бюджети бўлгани сабаб аксарият журналистлар давлат сиёсати тугул, корхоналарини, мансабдор шахсларни танқид қилишдан чўчийди. Бу эса ахборотни бир ёқлама талқин қилишга сабаб бўлади. Бу борада мамлакат Президенти Ш.Мирзиёев ҳам давлат телеканалларининг фаолиятини қоралаб, хусусий телеканалларнинг эркин фикрли экани, мавзуларни очиқ таҳлил қилаётганини таъкидлайди.

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки, томошабин бугун ахборотни миллий телеканаллар билан бирга хориж манбалари орқали қабул қилмоқда. Бу борада давлат ва хусусий телеканалларнинг кўпайиши ҳам медиамаконда рақобат, истеъмолчи ўртасида танловни юзага келтирди. Бироқ ахборотларни ҳар бир телеканал ўзининг йўналиши, ички тартиби, журналистнинг ўзига хос ёндашуви асосида тарқатиши ҳисобга олинса, маълумотларни борица қабул қилмаслик кераклиги маълум бўлади. Ахборот хуружлари даврида томошабиннинг ахборот манбаларидан фойдаланиш кўникмасига эга медиасаводхон бўлиши талаб этилади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Нуритдинова Ҳ.А. Болалар тарбиясида телевидениенинг таъсири. “Жамиятнинг барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланиш йилларида замонавий шахс ривожланишининг психологик хусусиятлари”. Халқаро анжуман тўплами. – Тошкент,

- 2021 йил 24 ноябрь. – Б. 359. Источник: <https://cyberleninka.ru/article/n/bolalar-tarbiyasida-televideniyaning-tasiri>
2. <https://fom.ru/SMI-i-internet/14536>.
 3. <https://kun.uz/92770673>
 4. <https://daryo.uz/k/2022/03/15/lavha-bir-tomonlama-noxolis-bolgani-uchun-efirga-berilmagan-qashqadaryo-televideniyesi-rahbari-senzurasiga-izoh-berdi/>
 5. <https://yuz.uz/news/xalq-qaysi-telekanalni-sevib-tomosha-qilyapti>
 6. <https://kun.uz/12462907>

KƏMALƏ MƏMMƏDOVA

Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti

kalamammad@gmail.com

KİTABXANANIN MARKETİNQ FƏALİYYƏTİNDƏ SOSIAL MEDİANIN ROLU

Kitabxananın marketinq fəaliyyətinin əsasını PR tədbirləri təşkil edir. PR tədbirlərini isə sosial media olmadan təsəvvür etmək mümkün deyil. Sosial media minlərlə insan arasında texniki vasitələrlə həyata keçirilən informasiya əlaqəsi, müasir kitabxana üçün yeni kommunikasiya mühitidir. Sosial media vasitəsilə kitabxana istifadəçisi təkcə informasiyanı istehlak etmir, həm də kontakt yarada-hansısa bir mətni, audiovizual, izoqrafik informasiya resursunu, təqdimatı, vebinarı, ustad dərslərini, seminarı, treninqi və s. informasiya ilə tamamlamaq imkanı əldə edir.

Sosial media tərəfdaşlıq və dialoq vasitəsidir. O kitabxana xidmətləri haqqında fikir toplamağın, real və potensial istifadəçilərlə kommunikasiyalar qurmaqla müsbət imic formalaşdırmağın ən qənaətcil və səmərəli metodudur (2, s.32-33).

Sosial media insanların bir-biri ilə ünsiyyət qurmasına imkan verən onlayn texnologiyalar dəsti kimi müxtəlif formalar tətbiq edə bilər: məsələn, fikir, təcrübə və bilik və xəbər mübadiləsi apara, bir-biri ilə qarşılıqlı tərəfdaşlıq və dostluq əlaqələrinin qurulmasını təmin edə bilər.

Ümumiyyətlə, kitabxana informasiya resurslarının sosial mediaya uyğun gələn 4 əsas funksiyası mövcuddur:

- 1) Yeni istifadəçilərin kitabxanaya cəlb edilməsi və mütaliyəyə həvəsləndirilməsi;
- 2) İnformasiya tələbatçısı ilə qeyri-formal kommunikasiya və əks əlaqə mexanizmlərinin işlənilməsi;
- 3) Kitabxana istifadəçilərinin müntəzəm olaraq məlumatlandırılması və onların kitabxananın fəaliyyətindəki aktivliyinin təmin olunması;
- 4) Kitabxananın fəaliyyəti ilə bağlı təqdimatların həyata keçirilməsi.

Kitabxana sosial mediadan öz xidmətlərini təqdim etmə vasitəsi kimi istifadə etməklə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarına bir addım da yaxınlaşır. Bu isə istifadəçilərə ayrı-ayrı şəbəkələrdə ideyalarla, hadisələrlə, maraq dairələri ilə mübadilə aparmağa imkan verir (7, s.199).

Kitabxanalarda sosial medianın ən geniş yayılmış formaları bloqlar, Facebook və Instagram sosial şəbəkələri və You Tube videohostinqidir.

Bloq

Bloq informasiya tələbatçısı və kitabxanaçı üçün ən səmərəli və faydalı dialoq alətlərindən biri hesab edilir. Kitabxana bloqu ilk vaxtlar ünsiyyət aləti kimi tətbiq edilsə də hal-hazırda kitabxananın PR və reklam fəaliyyəti üçün əvəzəlməz element hesab edilir.

Bloq (ingilis dilində tərcümədə “blog”, “weblog”-xəbərlərin internet jurnalı, internet-gündəliyi) - əsas müntəzəm olaraq daxil edilən yazılardan təşkil edilmiş mətn, təsvir və multimediyadan ibarət veb saytdır. Onun mahiyyətini texniki baxımdan yuxarıda adları çəkilən qeydləri şəbəkədə ictimailəşdirmək və geniş oxucu dairəsi üçün əlçatan etmək olan proqram mexanizmi təşkil edir. Belə ki, o hal-hazırda minlərlə, hətta on minlərlə insana minimum məbləğ və az vaxt ərzində çıxışı təmin edən ən qənaətcil kommunikasiya kanalı hesab edilir.

Kitabxana mütəxəssisləri tərəfindən dərc edilən postlar və şərhlər istifadəçi üçün nümunə ola bilər. Burada həm də müxtəlif maarifləndirici mətnlər də yerləşdirmək olar (3, s.54).

Bloq kitabxana üçün aşağıdakı geniş imkanlardan istifadə etməyə imkan verir:

- Bloq kitabxananın rəsmi saytında deyil, bilavasitə bloqda loyallıq olan informasiya tələbatçısı üçün ən yaxşı meydança hesab edilir;

- Bloq vasitəsilə daimi olaraq məqsədli istifadəçi cəlb etmək və kitabxanaya olan diqqəti artırmaq üçün axtarış sistemləri ilə təchiz edilmiş mövzu kontentli korporativ resurslar yaratmaq

mümkündür;

- Bloq kitabxana əməkdaşlarına kitabxananın daxili həyatının şəxsi aspektlər vasitəsilə ötürülməsini təmin etməyə və istifadəçi ilə daimi qarşılıqlı əlaqə yaratmağa imkan verir;

- Bloq vasitəsilə kitabxana istifadəçi auditoriyasına qeyri-rəsmi formada kitabxananın mövqeyini çatdırmağa bilər;

- Bloq vasitəsilə kitabxanada yeni ideyaları sınaqdan çıxartmaq olar və s.

Sosial medianın bloqdan başqa daha universal və kitabxana istifadəçiləri tərəfindən tələb olunan digər növləri də vardır ki, bunlar sosial şəbəkələrdir. Sosial şəbəkə-məzmunu bilavasitə şəbəkə iştirakçıları hesabına təmin olunan interaktiv, çox istifadəçi auditoriyasına malik olan veb saytdır. Sosial şəbəkə səhifələri kitabxananın mediasıdır. Burada mütləq redaksiya siyasəti və redaksiya şurası, orijinal məzmun və özünəməxsus auditoriya olmalıdır.

Sosial şəbəkələrin kitabxanalar tərəfindən istifadəsi üçün vacib olan bir sıra faktorları mövcuddur ki, onları aşağıdakı şəkildə sıralamaq olar:

- Kitabxana istifadəçilərinin müstəqil şəkildə öz qeydlərini yerləşdirə bilmək imkanının olması;

- Məzmunu yaymağı və təkrar istifadə etməyi əlçatan edən açıq olma mədəniyyətinin olması;

- Müzakirənin məzmununu yaymağa və qeydlər aparmağa imkan verən etibarlılıq mədəniyyətinin olması;

- Təsvirləri, hekayə və şərhləri görməyə imkan verən sosial servis əməkdaşlığının mövcudluğu.

Kitabxanalar adətən sosial şəbəkə səhifələrini istifadəçiyə saytdan daha yaxın olan lokal informasiya resursu kimi istifadə edirlər. Onlar bir-birindən auditoriyasının tərkibinə və irəlilədilmə imkanlarına görə fərqlənirlər. Kitabxanalar bir neçə sosial şəbəkədə qeydiyyatdan keçsələr də əsasən birinə üstünlük verirlər.

Sosial şəbəkələrdə irəlilədilmə zamanı vacib olan məsələ məlumatı düzgün seçmək, kreativ həllərdən istifadə etmək və mətnləri hər bir məqsədli auditoriya üçün uyğunlaşdırmaqdır (1, s.2). Bu gün kitabxanalar tərəfindən ən çox tələb olunan sosial şəbəkələr “Facebook” və Instagramdır.

Kitabxanaların sosial şəbəkələrdəki səhifələri bloq və rəsmi saytdan fərqli olaraq bir sıra spesifik xüsusiyyətlərə malikdir. Sosial şəbəkələrdə istifadəçiləri cəlb etmək üçün qeyri-formal ünsiyyət stili və “trend”ə əməl etmə təklif edilir, bu da əlbəttə ki, informasiya mühitinin dəyişməsi ilə əlaqədardır.

Kitabxana sosial şəbəkələrdə öz səhifəsini və ya xəbər kanalını yaratmazdan əvvəl ilk növbədə öz məqsədini müəyyənləşdirməli və istifadəçisini hansı xəbərlərlə cəlb edəcəyini bilməlidir. Bu zaman aşağıdakı tövsiyələrə əməl edilməlidir:

1. Xəbər üslubu. Sosial şəbəkələrdə qəbul edilmiş ünsiyyət normaları “məişət üslubu”nda elementlərdən və həddindən artıq rəsmilikdən uzaq olmalıdır. Unutmaq olmaz ki, sosial şəbəkə istifadəçiləri rəsmi-işgüzar stili pis qavrayırlar. İnformasiya istiqamətli birliklərdə və əyləncə qruplarında daha çox publisistik, danışq stilinə xas elementləri özündə əks etdirən mətnlərə üstünlük verilir. Bu da istifadəçilərin sosial şəbəkələri həm də şəxsi mühit kimi dəyərləndirməsindən irəli gəlir.

2. Cəlbedici qrafika. Təsvir, animasiya, video əks etdirməyən xəbərlər cəlb etmə baxımından daha aşağı göstəricilərə malikdir və illüstrasiyalı, multimedia materiallı xəbərlərlə müqayisədə az reaksiya alır. Keyfiyyətli qrafika və ya peşəkar səviyyədə yerinə yetirilmiş hər hansı bir videofraqment sizin məlumatlarınızın əyanliliyini təmin edə və üzərinə böyük istifadəçi diqqəti çəke bilər.

3. İnformasiya azadlığı. Kitabxananın istifadəçi kontenti və ya brend akauntunu təkə bir təşkilat daxilində baş verən yeniliklərlə, xəbərlərlə məhdudlaşmamalıdır. Dünyada və ölkədə baş verən siyasi, sosial-iqtisadi yeniliklər, qanunvericilikdə olan dəyişiklik və s. amillər mütləq nəzərə alınmalıdır.

4. Planlaşdırma. Sosial şəbəkələrdə yer alacaq bütün xəbərlər təxmini təqvim planı əsasında yerləşdirilməlidir. Bu, işi sistemli şəkildə icra etməyə, eyni zamanda da yerləşdirilmiş xəbər

xronologiyasının ardıcılığını gözləməyə imkan verir.

Hər bir kitabxana öz profilinə, növünə, oxucu kateqoriyasına, məqsəd və vəsifələrinə, fəaliyyət istiqamətlərinə uyğun sosial şəbəkə kanalı seçməlidir. Bunun üçün kitabxananın müvafiq işçi qrupu tərəfindən marketing tədqiqatları aparılmalı, məqsədli auditoriya və onun informasiya tələbatı öyrənilməlidir. Marketing tədqiqatları aparılarkən bir sıra parametrlər-istifadəçilərin yaşı, cinsi, maraq dairəsi, təhsili, vəzifəsi və s. xüsusilə nəzərə alınmalıdır. Kitabxana unutmamalıdır ki, Facebook, YouTube, Instagram sosial şəbəkələrindən daha çox gənclərdən ibarət auditoriya istifadə edir.

Facebook

“Facebook”- 600 milyondan yuxarı auditoriyası olan və əsası Mark Zukerberq tərəfindən 2004-cü ilə Harvard tələbələri üçün sayt kimi qoyulan dünyanın ən iri sosial şəbəkəsidir. 2006-cı ildən bu resurs 13 yaşdan yuxarı email ünvanı olan açıq müstəqil qeydiyyat sisteminə malikdir.

Kitabxanalar öz Facebook səhifələrində aşağıdakı məlumatları paylaşa bilər:

- Kitabxananın fotolarını;
- Kitabxana haqqında videomaterialı və ya kitabxana üçün vacib olan videomaterialı;
- Kitabxananın xəbər xronologiyasını özündə əks etdirən təqvimini;
- Kitabxananın əlaqə koordinatlarını;
- Kitabxananın iş saatını;
- Kitabxana bələdçisini;
- Kitabxana-informasiya xidmətləri ilə bağlı onlayn-sorğunu;
- Kitabxanaya yeni daxil olan sənədlər haqqında informasiyanı;
- Ən populyar Məlumat Bazalarını, Verilənlər Bankını və digər kitabxanaların resurslarına keçidləri və s.

Facebookda ənənəvi mətni məzmun yaratmaqla yanaşı, multimedia məzmunlu informasiya yerləşdirmək üçün də alətlər mövcuddur.

Facebook əlavəsi kitabxanaçılara kitabxana kataloqunun məzmununu faktiki olaraq kitabxanaya getmədən əlyətər edə bilər (4, s.27).

Instagram

Bu sosial şəbəkədə istifadəçiləri daha çox qrafika, foto, qısa videofraqmentlər və tarixçə mübadiləsi edir ki, bu da şəbəkənin əsas prioritetlərindən biri hesab edilir. Çünki, bu cür materiallar olmadan şəbəkədəki aktivliyi qorumaq və kitabxananın profilini irəlilətmək mümkün deyil.

Kitabxana instaqram səhifəsində aşağıdakı mövzularda postlar paylaşa bilər. Məsələn:

1. Xidmət və metodiki məsləhətlər

- diskussiyalar, dil klubları (dərslərə yazılma şərtləri, müəllim haqqında məlumatların verilməsi, iştirakçıların sayı və s.);
- pullu ustad dərsləri (bədi əsərləri necə anlamalı, xarici dildə olan mətnləri necə mütaliə etməli və s.);
- kitab mübadiləsi (əlamətdar və tarixi günlərdə həyata keçirilən aksiyalar və ya daimi fəaliyyət göstərən kitab hədiyyə rəfləri və s.);
- hər hansı bir bölgə kitabxanasının tarixini öyrənmək üçün pullu ekskursiyaların təşkili (ayda iki dəfə olmaqla və xüsusi istifadəçi kateqoriyasına güzəşt tətbiq etməklə);

2. Aksiya və hədiyyələr

- kitabxananın tarixi ilə bağlı müxtəlif istiqamətli viktorinaların və müsabiqələrin təşkili (kitabxana haqqında ən yaxşı esse, hekayə, lətifə və s.);

3. Videokontent.

- kitabxana sərgisinin tam formatda nümayişi;
- kitabxana ilə video tanışlıq;

4. Oxucuların kitabxana ilə bağlı tarixçələri

- oxucuların kitabxanadan hazırladıqları videosüjetlər;
- kitabxanaçı ilə canlı yayım və s.

Bununla yanaşı, platformadan istifadə etmək üçün müəyyən texniki məhdudiyyətlər də mövcuddur.

You Tube

You Tube özündə video-hostinq simbiozunu əks etdirir. Bu videohostinq şəbəkədə videoarxivini, təqdimatlarını, tədbirlərini yerləşdirmək istəyən kitabxanalar üçün daha münasib hesab edilir. Platforma videomaterial yerləşdirmək üçün kanal açmağa, hətta hər hansı bir tədbirdən birbaşa canlı yayım açmağa imkan verir. *Bu gün kitabxanaların əksəriyyəti YOU Tube-dan tədbirlərdən, mühazirələrdən, xüsusi söhbətlərdən, kitabxanaya ekskursiyalardan videoçarx mübadiləsi aparmaq üçün istifadə edir* (5, s.11).

Kitabxanaların You Tube videohostinqində yerləşdirəcəyi informasiya aşağıdakı tələblərə cavab verməlidir:

1. You Tube videohostinqində yerləşdiriləcək videomaterialın keyfiyyəti yüksək olmalıdır. Fraqmentlərdən ibarət videomaterialların yerləşdirilməsi yolverilməzdir. İstifadəçi tədbirin təşkilatçıları, layihənin müəllifini, aparıcını aydın görməlidir;

2. You Tube videohostinqində yerləşdiriləcək videomaterialda səsləndirmə normativə uyğun olmalıdır. Səsin aşağı keyfiyyətdə olması, əlavə səs-küylərin mövcudluğu, aydın olmayan nitq və digər amillər videomateriallar haqqında neqativ fikir formalaşdırır. Belə videomaterialların irəlilədilməsində platforma özü də maraqlı deyil və bu baxımdan gələcəkdə onların irəlilədilməsi mümkün olmayacaq;

3. You Tube videohostinqində yerləşdiriləcək videomaterialın təsviri sərlövəyə uyğun gəlməli, təsadüfi sözlərdən yığılmış məndən və spamlardan ibarət olmamalıdır.

Sosial şəbəkələr göstərilən kitabxana xidmətlərini yaxşılaşdırmaq üçün vacibdir, çünki o resurslardan səmərəli istifadəni təmin edir (6, s.31).

Bundan başqa, sosial media informasiya sorgularını operativ şəkildə cavablandırmaqla informasiyanın yayılmasını və kommunikasiyaların möhkəmləndirilməsini təmin edir. Sosial media həm də, mövcud kitabxana-informasiya xidmət və məhsullarına marağı artırmaqla onun əlyətərliyini və istifadəsini asanlaşdırır.

ƏDƏBİYYAT

1. Дорошенко, Е. Г. (2020) Социальные сети как инструмент по продвижению книг и чтения: методическая консультация. Хабаровск, 2020. 11с.
<https://www.fessler.ru/docs-downloads/NMO/socialnye-seti-kak-instrument-po-prodvizheniyu-knig-i-chteniya.pdf>
2. Огнева, И.Н. (2012) Социальные медиа как среда для продвижения и развития библиотеки //Библиотечное дело. 2012. № 6. С. 32-33.
3. Свергунова. Н.М. (2016) Библиотеки в социальных сетях:необходимость или дань моде // Науч. и техн. б-ки. 2016. №5. С.54.
https://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2016/5/NTB5_2016_%d0%905_4.pdf
4. Farkas, M.G. (2007) Going where patrons are //American Libraries. - 2007. - Vol. 38, No 4. – pp. 27.
5. Hadagali G.S., Kenchakkanavar A.Y., Tadasad P.G. (2019) Social Media Platforms: Effective tools to provideinnovative library services in a university environment. - Library Philosophy and Practice (e-journal). - P.11.
<https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=6346&context=libphilprac>
6. Kirita F.F., Mwantimwa K. (2021) Use of Social Media in Marketing Library Resources and Services // University of Dar es Salaam Library Journal. - 2021. - Vol 16. - No 2. - pp 19-33.
7. Rekhraj S. (2018) Social media for effective library services // NCALUC. - 2018. - P.199.
https://www.academia.edu/41903511/SOCIAL_MEDIA_FOR_EFFECTIVE_LIBRARY_SERVICES

SEVDA AKHUNDOVA
Baku Slavic University
axundova449@mail.ru

RULES OF ETHICAL BEHAVIOR IN SOCIETY

One of the basic principles of life in a modern secular society is the maintenance of normal relations between people and the desire to avoid conflicts. In turn, respect and attention can be earned only with respect for courtesy and restraint. But in life you often have to deal with rudeness, harshness, disrespect for another person. The reason for this is that very often the basics of etiquette culture are ignored, which is part of the general secular culture, the foundations of which are attention and respect for others. Journalistic ethics - the ethics of those who use information media in their professional activities that affect a particular circle of the public; in a broad sense, editorial offices and publishing houses, together with technical centers that support the work of journalists or editorial offices, also belong to this area. Professional morality is a specification of general norms of morality in relation to the characteristics of a particular type of activity. Therefore, any professional ethics first of all studies the specific conditions for the implementation of general moral requirements, depending on the uniqueness of the social role of a representative of a particular profession (1, s.25).

As you know, professional morality regulates the behavior of an employee in the labor process. Despite the fact that the scope and content of his duties are changing along with the division of labor, the scientific and technological process and cardinal social changes, there are stable, enduring elements among them. Firstly, these are obligations in relation to the labor process itself, secondly, to its other participants, and thirdly, concerning interaction with society as a whole. Moral relations of this kind are present in any labor activity, no matter what professional form it takes and no matter what social conditions it takes place. They form the framework of what is commonly referred to as "labor morality". Breaking through the professional prism, the requirements of labor morality acquire a new status. The professional division of labor leads to their detailing. Thus, labor morality is concretized into professional morality (2, s.219).

There are few professions for which moral relations are included in the very flesh of labor activity. In professions of this kind, the moral choice becomes a constant companion for the specialist, and the main technological operations acquire the character of an act. And one of those professions is journalism. Its main principle of behavior is: truthfully and promptly inform the reader about current events.

Truthfulness and objectivity are a list of professional virtues in almost all journalistic codes. These principles also receive a more or less detailed decoding. The authors of codes make the truthfulness of the image dependent on the accuracy and completeness of information about reality. Professional morality obliges a journalist to state facts, preserving their true meaning, revealing the most important connections between events and not allowing distortion (3, s.43).

The "International Principles of Journalistic Ethics", adopted at the 4th consultative meeting of international and regional journalistic organizations, held in Paris and Prague in 1984, says: "The first task of a journalist is to ensure that people receive truthful and reliable information through an honest reflection of objective reality." Cases where a journalist deliberately distorts the truth are condemned by all professional codes in force in the world, regardless of the motives that the writer may use to explain distortions or omissions. However, such violations occur frequently. It is necessary to try to put the truth in the first place. Another way to mislead the reader is to print legitimate advertising and propaganda material. Although all professional codes adopted by PR employees require members of these associations not to convey deliberate falsehood or misrepresentation in any way, these rules are not always followed, since PR employees are primarily obliged to look after the benefit of their client. Based on this, the truth, distributed by the PR service, and the truth, as journalists understand it, are far from the same thing.

LITERATURE

1. Lazutina G.V. Professional ethics of a journalist. Textbook. Moscow: Aspect Press, 2000, 250 p.
2. Avraamov D.S. Professional ethics of a journalist. Textbook. M.: MGU Publishing House, 2003, 224 p.
3. Prokhorov E.P., Pshenichny G.M., Khrul V.M. Legal and ethical norms in journalism. M.: 2004, 180 p.

САДОҚАТ МАХСУМОВА
Özbəkistan Jurnalistika və Kütləvi Kommunikasiyalar Universiteti

ЎЗБЕКИСТОНДА ОММАВИЙ АХБОРОТ ВОСИТАЛАРИНИ РЎЙХАТДАН ЎТКАЗИШНИНГ ТАКОМИЛЛАШУВИ

Бугун жамиятда демократияга қандай амал қилаётгани ахборот ва сўз эркинлиги таъминлангани билан баҳоланади. Мамлакатимизда демократик янгилашнинг муҳим йўналишлардан бири сифатида ахборот эркинлигини таъминлаш масаласига алоҳида эътибор берилмоқда.

Дунёдаги барча мамлакатларда оммавий ахборот воситалари жамият ижтимоий-сиёсий ҳаётида муҳим роль ўйнайди. Жаҳон тажрибасида ОАВ фаолиятини ташкил этиш, юритиш, тугатиш, тизимдаги барча ҳатти-ҳаракатларни тартибга солувчи қонун ҳужжатлари мавжуд. Ўзбекистонда ҳам оммавий ахборот воситалари ишини ташкил қилиш, бошқариш қонун ҳужжатлари асосида тартибга солинади.

Мустақиллик йилларида мамлакатимизда оммавий ахборот воситалари, ноширлик ва матбаа фаолиятини ривожлантириш, сўз ва ахборот эркинлигини таъминлаш борасида 10 дан зиёд қонун ва 150 дан ортиқ қонуности ҳужжатлари қабул қилиниб, соҳада мустаҳкам ҳуқуқий база яратилди (1).

Ўзбекистонда 1991 йилга нисбатан оммавий ахборот воситалари қарийб 4 мартага, нашриётлар 13 қарра ва матбаа корхоналари 12 баробарга кўпайиб, уларнинг моддий-техник базаси, кадрлар салоҳияти сезиларли даражада яхшиланди.

Айни вақтда оммавий ахборот воситалари ва нашриётлар фаолиятини мувофиқлаштириш, бу тармоқда миқдор кўрсаткичларини сифат кўрсаткичларига айлантириш, мамлакатимиз миллий медиа майдонида соғлом рақобат муҳити, жойларда фаолият кўрсатаётган оммавий ахборот воситаларининг моддий-техника базаси ва кадрлар салоҳиятини яхшилаш масалалари долзарблигича қолмоқда. Бу ҳақда давлат раҳбарининг 2019 йил 6 августдаги “Матбуот ва ахборот соҳасида бошқарувни янада такомиллаштириш тўғрисида”ги Фармонида сўз юритилади (2).

Сўнгги йилларда матбуот ва ахборот соҳасида давлат сиёсатини амалга ошириш ва соҳага оид масалаларни ҳал этиш ваколати берилган тузлималар фаолиятида ҳам ўзгаришлар қилинди. Хусусан, бозор муносабатлари шароитида оммавий ахборот воситаларига услубий ёрдам кўрсатиш, уларнинг ишини принципаал жиҳатдан кузатиш, баҳолаш, таҳлил қилиб бориш, зарур ҳолларда қўллаб-қувватлаш ёки иқтисодий, ҳуқуқий чораларни қўллашда амалий механизмларни ишлаб чиқмагани учун Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги фаолияти қайтадан кўриб чиқилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ахборот соҳаси ва оммавий коммуникацияларни янада ривожлантиришга оид кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармони (3) асосида, Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги негизида Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги ташкил қилинди. Агентлик зиммасига оммавий ахборот воситалари фаолиятига доир қонунчилик ижросини таъминлаш, оммавий ахборот воситалари, ноширлик, матбаачилик ва ахборот-кутубхона фаолиятини ривожлантириш масалаларига алоҳида эътибор қаратилди. Оммавий ахборот воситалари, ноширлик, матбаачилик ва ахборот-кутубхона фаолиятида қонун ҳужжатлари, давлат ва тармоқ стандартларига риоя этилиши, сўз ва ахборот эркинлиги кафолатларига риоя этилиши борасида мониторинг ва назоратни амалга ошириш вазифалари юклатилди.

Ҳозирда агентлик расмий сайти орқали оммавий ахборот воситаларини рўйхатдан ўтказиш, лицензиялаш, матбаа корхоналарини рўйхатга олиш каби хизматлар кўрсатиб келинмоқда[4]. Эътиборлиси, турли қоғозбозликларнинг олдини олиш, фойдаланувчиларга қулайлик яратиш мақсадида хизматларни рақамлаштириш амалиёти бошланган. Хусусан,

Ўзбекистон республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Оммавий ахборот ва коммуникациялар соҳасида давлат хизматлари кўрсатишнинг айрим маъмурий регламентларини тасдиқлаш тўғрисида”ги қарори[5] билан оммавий ахборот воситаларини рўйхатдан ўтказишнинг янги тартиби жорий қилинди. Унда юридик ва жисмоний шахсларга ОАВни рўйхатдан ўтказиш бўйича давлат хизмати давлат хизматлари марказлари ёки Ягона интерактив давлат хизматлари портали орқали кўрсатилиши белгиланган. Маъмурий регламентга мувофиқ давлат рўйхатидан ўтказилиши лозим бўлган ОАВга қуйидагилар киради:

- даврий босма нашрлар (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар, альманахлар ва бошқалар);
- теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурлар, ахборот агентликлари;
- маҳсулотлари Интернет глобал тармоғи орқали тарқатиладиган ОАВ (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар, альманахлар, теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурлар);
- асосан болалар, ўсмирлар, ногиронлар учун мўлжалланган, шунингдек таълим ва маданий-маърифий йўналишдаги ОАВ (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар, альманахлар, теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурлар ва бошқалар);
- реклама хусусиятига эга бўлган ОАВ (реклама тарқатишга ихтисослашган газеталар, журналлар, буклетлар, теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурлар ва бошқалар);
- ОАВнинг бошқа турлари (электрон тарзда тарқатиладиган оммавий ахборот воситалари маҳсулотлари ва бошқалар).

Реклама хусусиятига эга бўлган ОАВ дейилганда даврий босма нашр алоҳида сони ҳажмининг 40 фоизидан, телерадиодастурларда эшиттириш ва кўрсатув ҳар бир соатининг 10 фоизидан кўпроғини реклама хабарлари ташкил қиладиган ОАВ тушунилади.

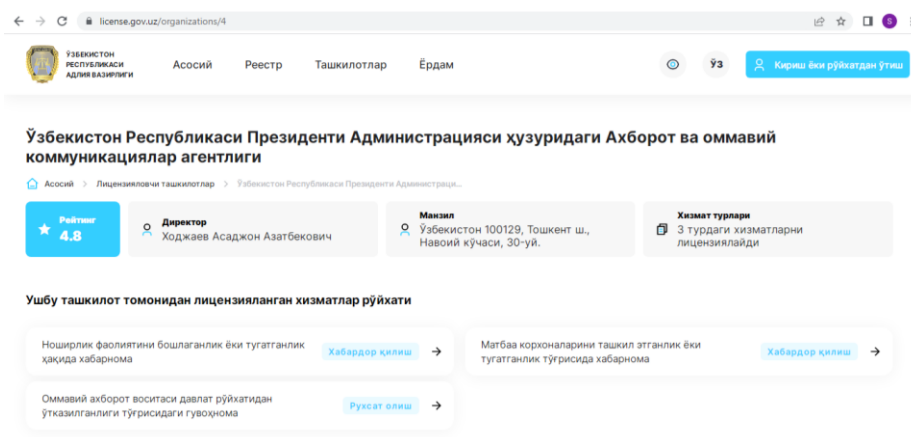
Қуйидагиларни давлат рўйхатидан ўтказиш талаб қилинмайди:

- давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари томонидан фақат уларнинг расмий хабарлари ва фаолияти билан боғлиқ бўлган бошқа материалларини эълон қилиш учун таъсис этиладиган ОАВ;
- корхона, муассаса, ташкилот (шу жумладан ўқув ва илмий муассаса)нинг ўз эҳтиёжларини қондириш учун тиражи юз нусхагача бўлган даврий босма нашрлар;
- тарқатилиши бир корхона, муассаса, ташкилот (шу жумладан ўқув ва илмий муассаса)нинг биноси ва (ёки) ҳудуди билан чекланган кабель тармоқлар орқали узатиладиган теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурлар, аудио-, аудиовизуал хабарлар ва материаллар.

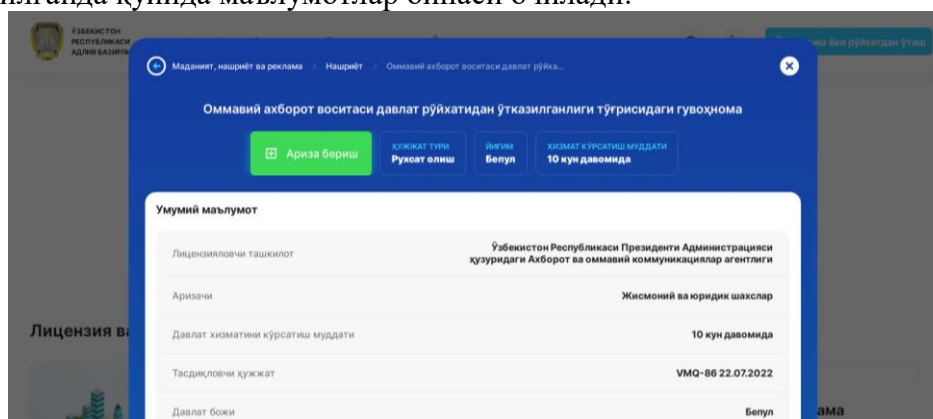
ОАВни давлат рўйхатидан ўтказиш бўйича давлат хизмати Давлат хизматлари марказлари ёки ЯИДХП орқали Президент Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги ва унинг ҳудудий бошқармалари томонидан кўрсатилади. Агентликнинг ҳудудий бошқармалари асосий қисми битта вилоят, Тошкент шаҳри ёки Қорақалпоғистон Республикаси ҳудудида тарқатиш учун мўлжалланган даврий босма нашрларни давлат рўйхатидан ўтказди.

Адлия вазирлигининг электрон лицензиялаш тизими[6] орқали эса оммавий ахборот воситасини рўйхатдан ўтганлиги тўғрисидаги гувоҳномани олиш хизмати йўлга қўйилган. Тизим орқали лицензияловчи ташкилотлар қаторидан Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги саҳифасига ўтилади. Агентлик 3 турдаги хизматларни лицензиялайди:

“Müasir dövrda media etikasi vә hüquq” MÖVZUSUNDA SİMPOZIUM



Ўзингизга керакли хизмат турини танлайсиз ҳамда хизматдан фойдаланасиз. Оммавий ахборот воситаси давлат рўйхатидан ўтказилгани тўғрисидаги гувоҳномани олиш учун тугмаси bosилганда қуйида маълумотлар ойнаси очилади:

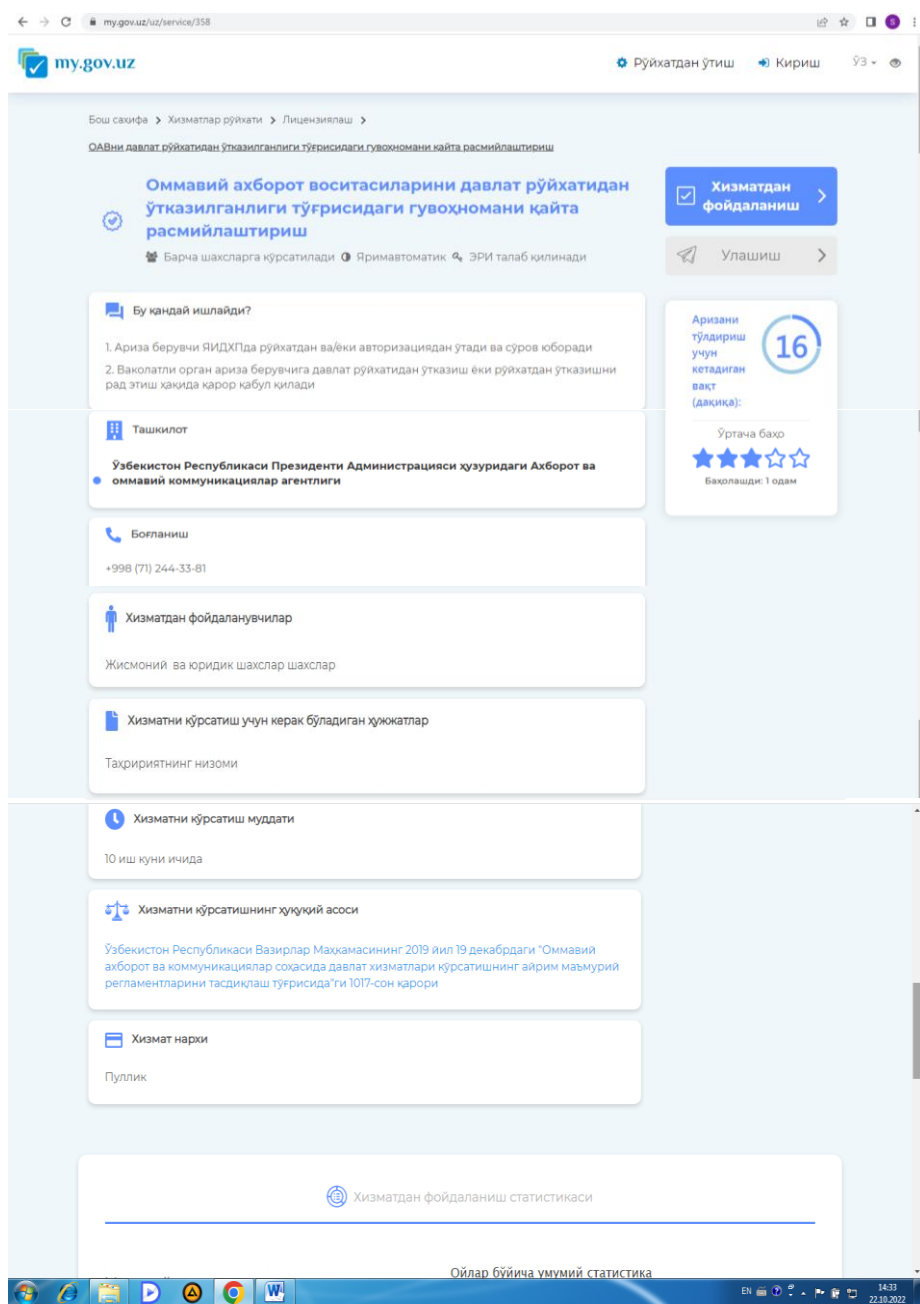


ОАВ қайта рўйхатдан ўтказилганлиги учун давлат рўйхатидан ўтказишда назарда тутилган давлат божи суммасининг 50 фоизи ундирилади. ЯИДХП орқали мурожаат этилганда давлат божи суммасининг 90 фоизи ундирилади.

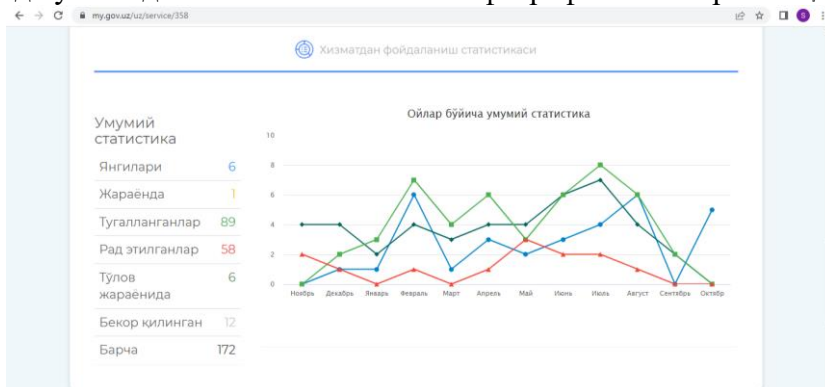
Ваколатли орган давлат реестрини юритади, унда қуйидаги маълумотлар кўрсатилади:

- нашрнинг номи, ташкилий-ҳуқуқий шакли, тили, чиқа бошлаган даври, даврийлиги;
- солиқ тўловчининг идентификация рақами;
- гувоҳноманинг берилган санаси ва тартиб рақами;
- ОАВнинг ихтисослашуви тўғрисидаги маълумотлар;
- гувоҳномани қайта расмийлаштириш, уни тўхтатиб туриш ва амал қилишини тўхтатишнинг асослари ва санаси.

ОАВ тўғрисидаги очик маълумотлар ваколатли органнинг расмий веб-сайтида юридик шахслар ва фуқароларнинг танишиши учун жойлаштирилади. Хизматдан фойдаланиш тартиби билан қуйида сайтдан олинган скриншот орқали танишиш мумкин[7]:



Платформада хизматдан фойдаланиш статистикаси ҳам мунтазам янгиланиб бормоқда. Қуйида унинг динамикаси акс этган инфографика келтирилмоқда (8):



Давлат раҳбарининг “Оммавий ахборот воситаларини қўллаб-қувватлаш ва журналистика соҳасини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорига (9) асосан, Янги

Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясини амалга ошириш, шунингдек, оммавий ахборот воситаларининг қонуний манфаатларини ҳимоя қилишни кучайтириш, улар фаолиятини ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш, кадрлар салоҳияти ва рақобатбардошлигини янада ошириш, журналистика соҳасини ривожлантириш мақсадида янги имтиёзлар жорий қилинди. Унга кўра, 2022 йил 1 июлдан бошлаб 2025 йил 1 июлга қадар оммавий ахборот воситалари фойда солиғини белгиланган солиқ ставкаларига нисбатан 50 фоиз камайтирилган солиқ ставкалари бўйича тўлайди, реклама хусусиятига эга бўлган оммавий ахборот воситалари бундан мустасно. Ўзбекистон Республикасида ишлаб чиқарилмайдиган, белгиланган тартибда шакллантириладиган рўйхат бўйича олиб кириладиган матбаа ускуналари, замонавий фото ва радиотелевизион ускуналар ҳамда қоғоз божхона божидан озод этилди. 2023 йилдан бошлаб тегишли давлат органлари ва ташкилотлари ҳамда бошқа муассасаларга 110 нусха даврий босма нашрлар ва 67 нусха китоб маҳсулотларининг мажбурий бепул нусхаларини юбориш амалиёти бекор қилиниб, улар томонидан босма маҳсулотларни харид қилиб олиш тартиби жорий қилинади (Алишер Навоий номидаги Ўзбекистон Миллий кутубхонаси бундан мустасно). Бунда, тегишли давлат органлари томонидан харид қилиб олиш учун Давлат бюджетидан маблағ ажратилади.

Жорий йил 1 октябрдан эса болалар учун мўлжалланган теле- ва радиомасхулотларни ишлаб чиқариш ва эфирга узатиш бўйича ҳар йили энг яхши 30 та лойиҳа учун ҳар бири базавий ҳисоблаш миқдорининг 300 бараваригача миқдорда бўлган танлов эълон қилинади. Бу борадаги харажатлар Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлигига қўшимча ажратиладиган Давлат бюджети маблағлари ҳисобидан қопланиши белгиланган. Шунингдек, барча давлат органлари ва ташкилотлари ўз муассислигидаги даврий босма нашрларнинг замонавий электрон шакли, шу жумладан, мобил иловалари тегишли давлат органлари ва ташкилотларига 2022–2024 йилда ажратилган Давлат бюджети ҳамда уларнинг бюджетдан ташқари маблағлари ва қонунчилик ҳужжатлари билан тақиқланмаган бошқа манбалар ҳисобидан яратилишини ташкил этади, кейинги йилларда уларни модернизация қилиш учун маблағ ажратиб борилиши кўзда тутилди. Даврий босма нашрлар, китоб ва бошқа матбаа маҳсулотларига масофадан туриб обуна бўлиш ва уларнинг буюртмачигача ўз вақтида етказиб берилишини кузатиб бориш имконини берадиган “Обуна” ягона электрон платформаси, шу жумладан, унинг мобил иловаси яратилади.

Таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, Ўзбекистонда оммавий ахборот воситаларини ташкил қилиш, давлат рўйхатдан ўтказиш тизими такомиллашиб бормоқда, берилаётган имтиёзлар кўлами эса кенгаймоқда. Бу оммавий ахборот воситалари фаолиятини тартибга солувчи қонунчилик ҳужжатларига мунтазам ўзгартиш ва қўшимчалар киритиб боришни тақозо қилади.

ФЙДАЛАНИЛГАН МАНБАЛАР РЎЙХАТИ:

1. “Матбуот ва ахборот соҳасида бошқарувни янада такомиллаштириш тўғрисида”ги Фармон. *Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами*, 2019 й., 33-сон, 830-модда
2. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2007 й., 3-сон, 20-модда; Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 19.04.2018 й., 03/18/476/1087-сон)
3. Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 04.02.2019 й., 06/19/5653/2568-сон; 11.12.2019 й., 06/19/5892/4134-сон
4. <https://aoka.uz/uzb/category/27> (мурожаат қилинди: 29.09.22//12:17)
5. <https://lex.uz/docs/4655428> (мурожаат қилинди: 10.09.22//23:01)
6. <https://license.gov.uz/organizations/4> (мурожаат қилинди: 10.10.22//07:34)
7. <https://my.gov.uz/uz/service/358> (мурожаат қилинди: 17.10.22//18:48)
8. <https://my.gov.uz/uz/service/358> (мурожаат қилинди: 17.10.22//22:22)
9. https://uza.uz/uz/posts/ommaviy-axborot-vositalarini-qollab-quvvatlash-va-zhurnalistika-sohasini-rivozhlantirish-chora-tadbirlari-togrisida_385089

ЖАСУР ТОЖИБОЕВ

ЎзЖОКУ

jims_belle@mail.ru

**ХУҚУҚИЙ МАДАНИЯТНИ ОШИРИШДА СОҲАГА ИХТИСОСЛАШГАН
САЙТЛАРНИНГ ЎРНИ (ADVICE.UZ МИСОЛИДА)**

Бугунги кунда ҳар бир соҳага замонавий ахборот технологиялари тезкорлик билан кириб бормоқда. Хусусан, интернет сайтлари, компьютер ва мобиль иловалар, ижтимоий тармоқ ва месенжерлар, улардаги бот ҳамда каналлар исталган соҳа ривожига муҳим ўринни эгаллаб келмоқда. Ҳуқуқий маданиятни шакллантириш ва уни ривожлантиришда ҳам рақамли технологиялар ҳамда улар асосида яратилаётган ресурсларнинг ўрни бекиёс саналади.

Шу ўринда бир савол туғилади. Хўш, ҳуқуқий онг, ҳуқуқий маданият ўзи нима? У бизга нима беради? Агар манбаларга асоасланиб айтадиган бўлсак, ҳуқуқий онг – ижтимоий онг шакли; жамият аъзоларининг мавжуд ҳуқуқий муносабатлар ва ҳуқуқни тушуниши, ҳуқуқ-тартибот ҳақидаги тасаввурида ўз аксини топади. Ҳуқуқий онг нафақат амалдаги ҳуқуқ, балки унинг тарихи, шунингдек бошқа жамиятлардаги воқеликларни билишни ҳам ўз ичига олади. Алоҳида шахс, гуруҳ ва жамиятнинг ҳуқуқий онги ажратиб кўрсатилади. Ҳуқуқий онг ҳуқуқий мафкура ва ҳуқуқий психологиядан ташкил топган[1]лигини кўришимиз мумкин бўлади.

Сўнгги йилларда ҳуқуқий маданиятни ошириш мақсадида кенг қўламли ишлар амалга оширилмоқда. Айниқса, соҳа фаолиятини ривожлантиришда замонавий ахборот технологиялардан самарали фойдаланилаётгани айни муддаодир. Агар рақамларга эътибор қиладиган бўлсак, сўнгги икки-уч йил давомида ҳуқуқий соҳадаги сайт ва каналларнинг сони тобора ортиб бораётганини кўришимиз мумкин. Жумладан advice.uz (e-maslahat.uz), yuridik.uz, akadmvд.uz каби бепул хизмат кўрсатувчи сайтлар; advokatnews.uz, huquqburch.uz, huquq.uz, insonvaqonun.uz каби босма нашр сайтлари, @huquqiyaxborot, @yuridik_klinika, @yurist_xizmati, @advokat24uz каби телеграм каналлари аҳолига бепул ҳуқуқий ёрдам бермоқда ва шу ўринда ёшлар ва катталарнинг ҳуқуқий саводхонлигини оширишда катта кўприк вазивасини бажармоқда.

Бугунги кун ёшлари интернет ва унинг хизматларидан фойдаланишда фаоллигини ҳисобга олсак, юқоридаги каби сайтлар ва каналларнинг мавжудлиги ҳуқуқий онгни оширишда самарали таъсир кўрсатишига ишонишимиз мумкин. Айниқса, Адлия вазирлиги ташаббуси билан advice.uz сайтининг ташкил этилиши ҳуқуқий фаолиятни ривожлантиришда кескин ўзгариш бўлди десак хато қилмаймиз. Мазкур портални яратиш вазифаси Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 9 январдаги “Жамиятда ҳуқуқий онг ва ҳуқуқий маданиятни юксалтириш тизимини тубдан такомиллаштириш тўғрисида”ги Фармонида белгиланган эди.

Хусусан, мазкур фармоннинг 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 17 ва 18 бандлари айнан Адлия вазирлигига тегишли бўлиб, унда бажарилиши керак бўлган қатор вазифалар белгилаб берилди. Жумладан, фармоннинг олтинчи бандида вазирлик томонидан киритилган

- Ўзбекистон Республикасининг қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси ҳамда қўшимча ҳуқуқий маълумотлар (юримдик луғат, ҳуқуқий адабиётлар электрон майдончаси, қонун ҳужжатлари лойиҳалари муҳокамаси бўйича онлайн форум ва бошқалар) етказиш тизимини ўз ичига оладиган Ўзбекистон Республикасининг миллий ҳуқуқий интернет порталини яратиш;
- аҳолига бепул маслаҳат бериш порталини ўз ичига олган advice.uz ҳуқуқий ахборот тизимини яратиш;
- умумтаълим мактаблари ва академик лицейларда ҳуқуқий билимларга доир ўқув машғулотлари қўламини янада кенгайтириш;
- аҳолининг кундалик ҳаётида кўп учрайдиган ҳуқуқий масалалар юзасидан

савол-жавоб тарзидаги қўлланмаларни тайёрлаш ва хонадонларга бепул тарқатиш;

- аҳолининг ҳуқуқий онги ва ҳуқуқий маданиятини юксалтиришга муносиб ҳисса қўшган давлат органлари ва ташкилотлар ходимларига аҳолининг ҳуқуқий саводхонлигини оширишда қўрсатган хизматлари учун топшириладиган “Ҳуқуқий тарғибот ишлари аълочиси” кўкрак нишонини таъсис этиш каби таклифлари маъқулланди ва аста-секинлик билан ижроси таъминланмоқда (2).

Чунончи, ушбу вазифанинг ижросини таъминлаш мақсадида Буюк Британиянинг Ўзбекистондаги элчихонаси билан ҳамкорликда Advice.uz лойиҳаси амалга оширилди.

Порталнинг таркибий қисмлари. Юқорида келтирилганидек, мазкур портал аҳолини бепул юридик маслаҳат билан таъминлаш мақсадида яратилди. Порталда асосан қуйидаги ҳуқуқий масалалар:

- меҳнат қонунчилиги;
- чет элда ишлаш тартиби — миграция;
- паспорт тизими;
- оила муносабатлари;
- уй-жой, коммунал хўжалик;
- фуқаролар тadbиркорлиги;
- ижтимоий ҳимоя масалалари;
- соғлиқни сақлаш;
- банк, солиқ масалалари;
- транспорт соҳасидаги қонунчилик;
- давлат хизматлари;
- истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш;
- таълим қонунчилиги;
- суд-ҳуқуқ масалалари, ҳуқуқий ҳимоя;
- мажбурий ижро бюроси, низоларни ҳал қилиш;
- ҳарбий хизмат ҳақида маълумот олиш мумкин.

Бундан ташқари, порталда махсус онлайн-маслаҳатчи хизмати ҳам жорий этилган бўлиб, бу хизмат орқали ҳам ўзингизни қизиқтирган ҳуқуқий масалалар ечимини топиш мумкин. Порталда жойлаштирилган “Онлайн-маслаҳатчи” хизматидан қуйидагича тартибда фойдаланиш мумкин:

“Advice.uz” ҳуқуқий ахборот порталининг онлайн-маслаҳатчи хизмати орқали ҳуқуқий маслаҳатлар ҳафтанинг душанба кунидан жума кунигача (байрам кунларидан ташқари) соат 09.00 дан 13.00 гача ва 14.00 дан 18.00 гача берилади. Порталнинг онлайн-маслаҳати хизматига келиб тушган мурожаатлар жисмоний ва юридик шахсларнинг мурожаатларига тенглаштирилмайди ҳамда уларга берилган ҳуқуқий маслаҳатлар тавсиявий характерда бўлади.

Бир сўз билан айтганда, мазкур портал ҳар томонлама қулай бўлиб, унда жойлаштирилган барча маълумотлар тавсиявий аҳамиятга эга ва у бирор бир масаланинг ҳуқуқий ечимини тез топишга қаратилган.

Хориж тажрибаси. Ушбу лойиҳа Буюк Британиянинг Citizens Advice тармоғи тажрибаларидан фойдаланган ҳолда яратилди. Интернет маълумотларига таянган ҳолда шуни айтиш мумкинки, Citizens Advice – бутун Буюк Британия бўйлаб фаолият юритадиган 316 та мустақил хайрия ташкилотларидан иборат тармоқ бўлиб, у фуқароларга бепул ҳуқуқий маслаҳат беради. Тармоқ 1939 йилда ташкил этилган бўлиб, ҳозирда унда 7000 нафар ходим ва 22 мингдан ортиқ кўнгилли волонтерлар фаолият юритади (3).

Citizens Advice тармоғида иш, пул айланмаси, истеъмолчи, уй-жой, оила, қонун ва судлар, миграция, соғлиқни сақлаш каби бўлимлар юзасидан юридик маслаҳатлар бериб

борилади. Бундан ташқари, аҳоли ўзи қизиқтирган масалани тўлиқ баён қилган ҳолда онлайн юридик маслаҳат хизматидан фойдаланиб, саволларига жавоб топиши мумкин. Мазкур тармоғнинг яна бир муҳим жиҳати порталда йиллик ҳисоботларнинг мавжудлиги. Фойдаланувчи ушбу йиллик ҳисоботларни электрон китоб (pdf форматида) шаклида юклаб олиши мумкин (4).

Қолаверса, бундай бепул юридик маслаҳат берувчи порталлар Европа ва Американинг бошқа нуфузли мамлакатларида ҳам мавжудлигини кўришимиз мумкин. Жумладан, 2015 йида америкалик бир гуруҳ адвокатлар томонидан ташкил этилган “Avvo” тармоғи. Мазкур тармоғда маълумотлар базаси нисбатан кенгроқ бўлиб, юридик маслаҳатлар йўналиш ва бўлимлар кесимижа берилади, яна шуниси муҳимки, фойдаланувчи портал орақли соҳа бўйича ихтисослашган адвокат ва мутахассислар била алоқ ўрнатиш имконига эга.

Бундай бепул онлайн юридик маслаҳат сайтлар кетма-кетлигига quora.com, reddit.com, rocketlawyer.com каби сайтларни ҳам киритишимиз мумкин. Ушбу сайтлар ҳам ўз фуқароларини бепул юридик маслаҳатлар билан таъминлаб келишмоқда.

Жамиятда ҳуқуқий онг ва ҳуқуқий маданиятни юксалтириб бориш қонун устуворлигини таъминлаш ҳамда қонунийликни мустаҳкамлашнинг энг муҳим шартларидан бири ҳисобланади. Шу жиҳатдан оладиган бўлсак, мазкур портал ҳам фуқароларнинг ҳуқуқий онг ва маданиятини оширишда катта кўприк вазифасини ўтайди.

АДАБИЁТ

1. Ўзбекистон миллий энциклопедияси. Давлат илмий нашриёти. Тошкент – 2015
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 9 январдаги “Жамиятда ҳуқуқий онг ва ҳуқуқий маданиятни юксалтириш тизимини тубдан такомиллаштириш тўғрисида”ги Фармони
3. https://en.m.wikipedia.org/wiki/Citizens_Advice
4. www.citizensadvice.org.uk

MUKARRAM OTAMURODOVA

O‘zJOKU tayanch doktoranti

mrs.mukarramotamurodova@gmail.com

SO‘Z VA MATBUOT ERKINLIGI ZAMONAVIY MEDIALANDSHAFT FENOMENI SIFATIDA

Asrlar davomida yozuvchilar, faylasuflar va yaqin davrlardan boshlab huquqshunoslar matbuot va so‘z erkinligining ma‘rifatli jamiyat uchun qay darajada dolzarbligini o‘z nazariyalari orqali isbotlashga harakat qilib kelmoqdalar. “Matbuot erkinligining jamiyat va davlat taraqqiyotiga ta‘siri haligacha to‘liq o‘rganilmaganligi va baholanmaganligi” (5, c.5) xalqaro ilmiy doira vakillari tomonidan e‘tirof etilgan bo‘lsa ham jamiyat rivojining boshqa mezonlari ya‘ni qonun ustuvorligi, ijtimoiy institutlarning faolligi, siyosiy plyuralizm kabilar erkin matbuotsiz mavjud bo‘la olmasligi har doim e‘tirof etib kelinadi.

Matbuot erkinligining nafaqat davlat va jamiyat, balki butun insoniyat barqaror rivojlanishidagi ahamiyatini yaxshi angalagan qator xalqaro tashkilotlar dunyoda matbuot erkinligini ta‘minlash va himoya qilishga o‘tgan asrdan beri global miqyosda harakat qilib keladilar. 1991 yilda YuNESKO Bosh konferentsiyasi tomonidan qabul qilingan “Jahonda erkin matbuotni ta‘minlashni targ‘ib qilish to‘g‘risida”gi rezolyutsiyada erkin, plyuralistik va mustaqil matbuot har qanday demokratik jamiyatining asosi ekanligi ta‘kidlanadi. Bosh konferentsiya o‘sha yili YuNESKO Bosh Assambleyasiga murojaat qilib, a‘zo davlatlar 3-mayni “Xalqaro matbuot erkinligi kuni” deya e‘lon qilishlarini so‘ragan edi. Aslida bu sana 1991 yil 3-may kuni Afrika matbuotida mustaqillik va plyuralizmni ta‘minlashga qaratilgan “Vindxuk deklaratsiyasi” qabul qilinishi munosabati bilan tanlangan. Shundan beri “Jahon matbuoti erkinligi kuni” har yili biror bir mavzuga bag‘ishlanadi. 2022 yilda mazkur sana munosabati bilan YuNESKO hamkorlar bilan birgalikda “Jurnalistika raqamli qamal ostida” degan mavzuda butun dunyo bo‘ylab turli tadbirlar o‘tkazdi.

3-mayning yana bir ahamiyatli tomoni shundaki, shu kuni erkin matbuotni rivojlantirishga hissa qo‘shgan jurnalistlar YuNESKO tomonidan Gilermo Kano nomidagi mukofot bilan taqdirlanadi. 1997 yilda ta‘sis etilgan mazkur mukofot 1980 yillarda Kolumbiyadagi giyohvand moddalar savdosi bilan shug‘ullanuvchi shaxslar faoliyati, ularning “tadbirkorligi” ortidan minglab insonlarning hayotiga nuqta qo‘yilayotgani haqida yozgan “El Espectador” gazetasining muharriri Gilermo Kano nomi bilan ataladi. Jurnalist ushbu mavzuda matbuotdagi ta‘sirchan chiqishlari tufayli bunday savdodan manfaatdor doiralar tomonidan 1986 yilda o‘ldirilgan (12).

Shu o‘rinda inson huquqlarining ajralmas qismi sifatida e‘tirof etiladigan matbuot erkinli (press freedom) va uning muqobili sifatida faol qo‘llanilayotgan media erkinligi (media freedom) tushunchalari, ularning mohiyatan bir-biridan farqli hamda o‘xshash tomonlariga to‘xtalib o‘tish lozim. “Ommaviy axborot vositalari” degan atama xalqaro miqyosda qo‘llanadigan “media” yoki “mass media” tushunchalariga mos keladi. Toronto kommunikatsiya nazariyasi maktabining kalit so‘zi sifatida e‘tirof etiladigan “media” atamasi ommaviy axborot vositalari, san‘at va uning turlarini hamda ular tomonidan taqdim etilgan media mahsulotlarni nazarda tutadi. XX asr oxirida axborot uzatish, kino sanoati, musiqa va shu kabilarni umumiy holda media atamasi bilan ifodalash odatiy holga aylandi.

“Matbuot” (Press) - bu sof targ‘ibot yoki ko‘ngilochar maqsadlardan farqli o‘laroq, jurnalistika va boshqa aloqa funksiyalarini bajaradigan ommaviy axborot vositalarining umumiy nomidir. Matbuot atamasi XVI asrda Gutenbergning bosma dastgohi (printing machine) nomidan olingan bo‘lib, XVIII asrdan boshlab o‘sha paytdagi yagona jurnalistik vosita hisoblangan gazeta va jurnallarni ifodalagan. XX asr o‘rtalaridan ommaviy kommunikatsiya vositalari radio va televidenie bilan kengaydi. Internetning paydo bo‘lishi o‘zi bilan onlayn gazetalarni olib keldi. Biroq, “matbuot” (press) atamasi saqlanib qoldi (10).

Demak, media tushunchasi ommaviy axborot vositalaridan tashqari fikrni ifoda etishning va

auditoriyaga etkazishning boshqa turlarini (kino, musiqa, qo'shiqchilik, rassomlik, suratkashlik va boshqalar)ni ham nazarda tutsa, matbuot atamasi faqat jurnalistik vositalarni (bosma nashrlar, radio, televidenie, internet nashrlari) anglatishda ishlatiladi. E'tibor bergan bo'lsangiz, katta tadbir va anjumanlarni yoritishga kelgan OAV vakillari (jurnalistlar, muxbirlar, operatorlar)ning kiyimlarida, bo'yinlariga ilib olgan nishonlarida yoki hujjatlarida "PRESS" degan yozuvga ko'zingiz tushadi. Demak, tarixiy taraqqiyotining ilk davrlarida faqat bosma nashrlarni anglatgan mazkur so'z bugungi kunga kelib ham an'anaviy ham zamonaviy OAV turlarini ham o'zida ifoda etadi.

Media va matbuot tushunchalari o'rtasidagi o'zaro farqlar "matbuot erkinligi" va "media erkinligi" tushunchalari uchun ham xosdir. Kaliforniya universiteti professori Djennifer Igan: "Media erkinlik (Media freedom) – turli ommaviy axborot vositalarining fuqarolik jamiyatida siyosiy faoliyat yuritishi hamda axborot manbalarining erkinligidir. Media erkinlik atamasi matbuot erkinligi haqidagi an'anaviy g'oyani radio, televidenie va Internet kabi elektron ommaviy axborot vositalariga nisbatan tatbiq etadi. Bu atama zamonaviy jamiyatda OAVning matbuotdan tashqari boshqa turlarini ham o'z ichiga olishini anglatadi", - deya fikr bildiradi. Uning talqiniga ko'ra, media erkinlik tushunchasi matbuot erkinligining muqobili bo'lib, OAVning turlari boyib borishi natijasida shakllangan (9). Ammo YuNESKOning bir guruh tadqiqotchilari "press freedom" – matbuot erkinligi tushunchasi "media freedom"ga nisbatan kengroq tushuncha ekanligini isbotlashga harakat qiladilar. "Media freedom" – turli media platformalarida o'z fikrini erkin bildirish va so'rovlar, ya'ni ijtimoiy tarmoqlar orqali turli tashkilot va mutasaddilarga murojaat qilish yoki o'zi xohlagan boshqa bir mediamahsulotni ulashish kabi harakatlarni erkin amalga oshirishni ifodalaydi. Bu kabi erkinlikdan har bir "digital citizen" ("raqamli fuqaro" – jamiyat, siyosat va hukumat hayotida ishtirok etish uchun axborot texnologiyalaridan foydalanadigan shaxs) foydalanishga haqli. Matbuot erkinligi esa mamlakat media ekotizimidagi barcha komponentlarni: OAVda fikrlar xilma-xilligi (plyuralizm), uning mustaqilligi uchun yaratilgan infratuzilma, jurnalistlar xavfsizligi va sohada gender tengligi kabi masalalarni o'zida mujassam etadi. Har qanday davlatda matbuot erkinligi faqat yozish va chop etish yoki tasvirga olish va namoyish etish bilan cheklanmaydi. Mazkur huquq media ijodkorlarining butun faoliyati va xavfsizligi bilan bog'liq qator masalalarni ham qamrab oladi.

Xalqaro so'z erkinligi indeksida eng yuqori o'rinlarda turuvchi Norvegiya tajribasiga nazar soladigan bo'lsak, "Mamlakatda davlat hujjatlari bilan tanishish huquqi, matbuot va jamoatchilikning sud jarayonlari va mahalliy davlat hokimiyati organlarining majlislarida qatnashish huquqi qat'iy belgilangan. Bosma matbuot davlat nazoratidan ozod. Ommaviy axborot vositalari odatda Norvegiya matbuot assotsiatsiyasining axloq kodeksida belgilangan axloqiy me'yorlarga muvofiq ishlaydi" (3, c.78).

Norvegiya konstitutsiyasining 100-moddasida shunday deyilgan: "Matbuot erkindir. Hech kim qasddan va oshkora qonunlarni buzishga, dinga, axloqqa hurmatsizlikka, konstitutsiyaviy tuzumga qarshilik ko'rsatishga yoki yolg'on, tuhmatga asoslangan ayblovlarni qo'yishga da'vat qilmasa, mazmunidan qat'i nazar, biror narsa yozganligi, uni chop etgani uchun jazolanishi mumkin emas. Har kim davlat apparati haqida ham, boshqa holatda ham o'z shaxsiy fikrini erkin bildirish huquqiga egadir" (4, c.93). Aslida, mamlakat matbuotiga berilgan bu kabi erkinlik, Kant nazariyasiga ko'ra, jamiyatni o'zini o'zi boshqaruvchi kuchga aylantirdi, natijada Norvegiya bir necha yillardan buyon "Hayot darajasi indeksi" (14) da kuchli o'nlikdan joy olib kelmoqda. Yuqori sifatga ega bo'lgan davlat ta'limi va sog'liqni saqlash tizimi, siyosiy va iqtisodiy barqarorlikka erishishda ham norvegiyaliklar matbuotdan g'oyalar bozorini rivojlantiruvchi omil sifatida samarali foydalana olganliklarini ko'rsatadi.

Jahon medialandshaftining zamonaviy komponentlar bilan boyib borishi, fikrni ifoda etishning nafaqat usullari va ko'rinishlari, balki platformalari ham ko'payishi natijasida "matbuot erkinligi" tushunchasi, uning darajasini ko'rsatuvchi indikatorlar ham o'zgarmoqda. Bugungi raqamlashuv davrida o'z matbuotini erkin, deya da'vo qiluvchi jamiyatlarda "media erkinligi, mustaqilligi va plyuralizmidan tashqari jurnalistlar xavfsizligi, gender tengligi kabi mezonlarga ham qat'iy amal qilinishi talab etilmoqda" (6, c.10). Chunki faoliyati erkin amalga oshirilishi imkoniyatlari

cheklangan OAV axborot olish va tarqatishda ko‘plab to‘siqlarga duch keladi yoki moliyaviy mustaqilligi bo‘lmagani sabab hukumat manfaatlari doirasida axborot tarqatishga majbur bo‘ladi, bu holatda esa matbuotda plyuralizmga o‘rin qolmaydi, unga intilgan jurnalistlar esa turli to‘siqlar va xavf-xatarlarga duch keladilar. Demak, matbuot erkinligining yangi mezonlari sifatida ilgari surilayotgan mazkur tushunchalar bir-biriga shunchalar bog‘liqki, biri ikkinchisini taqazo etadi.

Xalqaro maydonda har qanday davlatning siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy salohiyatiga baho berishda muhim rol o‘ynaydigan turli reytinglar va indeksning metodologiyasiga e‘tibor beradigan bo‘lsak, yuqorida olimlarimiz tomonidan sanalgan indikatorlarning soni oradan uch yil o‘tib, yangi mezonlar bilan boyiganiga guvoh bo‘lamiz. 2022 yilda “Chegara bilmas muxbirlar” tashkiloti tomonidan e‘lon qilingan natijalar jahonning 180 mamlakatdagi matbuot erkinligi darajasini quyidagi mezonlar asosida o‘lchagan:

“1. Plyuralizm (pluralism) – mazkur indikator ham o‘z navbatida yana 2 ta subindikatorga:

a) ichki plyuralizm (internal pluralism), b) tashqi plyuralizm (external pluralism) bo‘linadi.

2. Media mustaqilligi (media independence)

3. Muhit va tsenzura (environment and self-censorship)

4. Qonunchilik tizimi (legislative framework)

5. Shaffoflik (transparency)

6. Infratuzilma (infrastructure)

7. Repressiyalar (abuses) – OAV vakillarining, jurnalist yoki muxbirlarning fuqarolik huquqiy erkinliklarini, ularning shaxsiy hayotiga bo‘layotgan tajovuzlar, ularning erkin faoliyat yuritishlarida turli xil sub‘ektiv to‘siqlar mavjudligi darajasini aniqlab beradi va 2 ta subindikatorga bo‘linadi: a) jurnalistlar xavfsizligi (journalist’s safety), b) gender tengligi (gender equality)” (11).

“Freedom House” tashkiloti tomonidan e‘lon qilinadigan “Freedom in the World” (Dunyodagi erkinlik) reytingida 2022 yil O‘zbekiston 11 ball bilan erkin bo‘lmagan davlatgan qatoriga kiritilgan. Tashkilot tomonidan tuzilgan metodologik savolnomaning “D” bandi so‘z va e‘tiqod erkinligini o‘rganishni ko‘zda tutadi. Mazkur bandda ham yuqorida keltirilgan mezonlar inobatga olingan va ayol jurnalistlarning faoliyat xavfsizligi masalasiga alohida urg‘u berilgan. Ularga nisbatan qo‘llangan zo‘ravonliklarning tashkilot tomonidan aniqlanishi o‘rganilayotgan mamlakatdagi matbuot erkinligi darajasini baholashda salbiy omil sifatida ko‘rilgan (13).

Dunyo taraqqiyotining hech bir bosqichini, demokratiyaning hech bir ko‘rinishini va inson omilining rivojini erkin matbuotsiz tasavvur etib bo‘lmaydi. Jamiyat va hukumatning, xalqaro hamjamiyatlarning unga bo‘lgan munosabati qanchalik o‘zgarsa ham, boshqa rakurslardan yondashuvlar paydo bo‘lsa ham matbuot erkinligi mohiyati va funtsiyalari butkul o‘zgarmaydi, aksincha boyib boradi. Ommaviy axborot vositarining turi qanchalik ko‘paymasin, yangi avlod mediasi paydo bo‘lmasin, baribir matbuot (press) so‘zi ostida birlashgani kabi uning erkinligini belgilovchi mezonlar qatorining kengayishi mazkur tushunchaning jamiyat integratsiyasidagi rolini oshirib boraveradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Nurmatov A., Do‘stqoraev B., Mo‘minov F., Saidov H., Toshpulatova N., Maxsumova S. Jurnalistika nazariyasi, tarixi va taraqqiyoti. –T.: O‘zbekiston. 2019. –B. 122.
2. Xudoyqulov M. Jurnalistika va publitsistika. – T.: Universitet, 2008. – 23-b.
3. Elektronные СМИ Норвегии, помимо уже неоднократно упоминавшейся книга E.L. Vartanovoy, rassmatrivayutsya, naprimer, v rabote S.A. Mixaylova i S.A. Teplyakovoy “Periodicheskaya pechat Norvegii” 2001. – S. 78.
4. Volland S. Законы о прессе в Норвегии//Законы и практика СМИ в одинадцати демократиях мира (сравнительный анализ). – М., 1993. – S. 93.
5. Guseva M., Nakaa M., Novel A., Pekkala K., Souberou B., Stouli S. Press freedom and development. UNESCO, France, 2008. –p 5.
6. World trends in freedom of expression and media development. Global report 2017/2018. UNESCO. Paris, France. 2021. –P. 10.
7. Mogens Schmidt. New Media – Expanding Press Freedom: International Commitments Guarantee Media Freedoms. UNESCO, Paris. 2007. –p.83.
8. Kemp S. Digital 2021: Global Overview Report, Kepios. 2021. –p.56
9. Eagan, Jennifer L. "media freedom". Encyclopedia Britannica, 2 Aug. 2013, <https://www.britannica.com/topic/media-freedom>. Accessed 2 February 2022.
10. <https://www.etymonline.com/word/press>
11. https://rsf.org/en/index-methodologie-2022?year=2022&data_type=general
12. <https://www.unesco.org/en/prizes/cano>
13. https://freedomhouse.org/sites/default/files/202202/FIW_2022_Methodology_For_Web.pdf
14. <https://www.usnews.com/news/best-countries/norway>

ЗАБАРЖАД БОБОЖОНОВА

ЎзЖОКУ

zabarjadxxx@gmail.com

САНЪАТ МАВЗУЛАРИНИ ЁРИТИШДА АҲЛОҚ МАСАЛАЛАРИ

Арт журналистика оммавий ахборот воситаларида санъат ва маданият мавзуларини ёритишнинг муаммоли ҳамда тематик масалаларини ўрганади. Бунда журналист омма маданий фикрининг йўлбошчиси сифатида маданиятнинг шаклланишига, ривожига ҳисса қўшиши лозим. Оммани маданият билан таништириш, яқинлаштиришнинг энг самарали усули – санъатдир. Айнан санъат мумтоз анъаналар, азалий қадриятларга чорлайди, борлиқ масалаларини кўтаради, шахс тушунчасини ривожлантиради, ақл- заковат, ҳис-туйғу ва дидни тарбиялайди. Мазкур мавзуларни ёритаётган арт-журналист санъат асарини яратишнинг ижодий усуллари ва тамойилларини яхши билмаса, унинг асл моҳияти, бадий қийматини, эстетик завқини акс эттира олмайди. Журналистнинг вазифаси – ахборот бериш ва ахборот орқали жамоатчиликнинг фикри, маданий савиясини ошириш бўлса, арт-журналист олдида қўйиладиган энг муҳим вазифаси бераётган ахбороти, таҳлилий материали, тақризи орқали томошабин (ўқувчи, тингловчи)нинг эстетик дидини ривожлантириш, қизиқиш уйғотиш, муҳит яратиш, санъат асарини мустақил таҳлил қила олиш кўникмаларини шакллантиришга қаратилган бўлиши керак.

Рус олими Е.П.Прохоровнинг фикрича, маданиятни шакллантириш вазифаси орқали журналистиканинг жамиятда сиёсий маданият, иқтисодий саводхонлик, ахлоқий ва эстетик (дид) тарбияси, тиббий ҳамда жисмоний маданият тарғиботини, бўш вақт (рекреатив, вақтичоғлик) маданиятини ҳар томонлама қамраб олиши мумкин. “Маданият (лот. cultura – “ўстириш, тарбиялаш, таълим бериш, ривожлантириш”) кишилар томонидан яратилган моддий ва маънавий қадриятларда ифодаланувчи тушунча бўлиб, одамлар ўртасидаги муносабатларнинг табиати, жамиятнинг ривожланиш даражаси ва уни ташкил этувчи гуруҳлар, қатламлар, шахсларнинг ижодий куч ва қобилиятларини ифодалайди, деб ҳисоблайди, олим.

Олий Мажлис Қонунчилик палатаси Спикери ўринбосари, “Миллий тикланиш” демократик партияси Марказий кенгаши раиси Алишер Қодиров “Бу ҳаётда маданият ва санъат соҳаси дахлдор бўлмаган ҳеч бир касб ёки мутахассисликни топиш қийин. Қурувчи маданиятли бўлса, ўз ишини санъаткорона бажаради. Устоз комилликка эришган бўлса, шогирдларини маънавиятнинг юксак чўққиларига бошлайди. Маданият ва санъат арбоблари, ижодкор зиёлилар миллатнинг маънавий-ахлоқий қиёфасини белгилайди, у ёки бу масала юзасидан жамоатчилик фикрининг тўғри шаклланишига муҳим ҳисса қўшади”, дейди. Шундай экан, маданий мавзуларни тақдим этишда нафақат журналистдан, балки оммавий ахборот воситаларидан икки қарра эҳтиёткорлик, ахлоқий меъёрларнинг алоҳида нозикликлари талаб этилади.

Маданият тушунчаси одоб-ахлоқ тушунчаси билан доим ёнма-ён, муштарак, ҳатто яхлит тушунчалар сифатида ўрганилган. Маданият, санъатни ёритувчи журналистлар жамият диди, маданий савиясини ўстириш билан бирга уларнинг ахлоқий қарашларига ҳам таъсир ўтказади. Шунинг учун улардан ахборотни бериш, таҳлил қилиш ва таъсир этишда алоҳида этикет меъёрларига амал қилиш, миллий қадрият тушунчаларига эҳтиёткорона ёндашув талаб қилинади.

Маданиятни шакллантириш вазифасини бажарувчи журналистика бир пайтнинг ўзида инсон шахсининг ўсишига ҳам хизмат қилади. Унинг фаолияти аудиториянинг диди ва эҳтиёжларига мос келиши керак. Бинобарин, арт-журналист санъат ҳодисасининг моҳиятини очиб бера олиш баробарида вазиятни назорат қилиши – истеъмолчи хоҳиш-истагини билиши ва ўз ижодий фаолиятини одамларнинг маданий эҳтиёжларидан келиб чиқиб белгилаши

лозим.

1968 — 1997 йиллар давомида Ўзбекистонда ўтказилиб келинган “Осиё, Африка ва Лотин Америкаси мамлакатларининг Тошкент халқаро кинофестивали» йигирма тўрт йил ўтиб 2021 йил «Ипак йўли дурдонаси» Тошкент халқаро кинофестивали номи билан қайта тикланди. Мазкур фестивал «А» тоифасидаги мақомга эга бўлган ва FIAPFда аккредитациядан ўтган халқаро миқёсдаги анжуманлар сирасига киради. Узоқ кутилган фестивал 2021 йилнинг 28 октябр – 3 ноябр кунлари ўтказилди. Анжуманга ташриф буюрган меҳмонларни кутиб олишда ОАВ ходимлари томонидан қатор ноўрин саволлар, жаҳон киноюлдузларининг исми шарифи талаффузида хатоликлар, ҳатто танимаслик ҳолатлари ҳам кузатилди. Тожикистон халқ артисти, кўплаб ўзбек фильмларидаги роллари билан томошабинлар қалбидан жой олган актриса Сайрам Исаева – ўзбекнинг “Майсара”сини танимай “Сиз ким эдингиз?” дея сўраш ёки ҳали Ўзбекистон билан танишишга улгирмаган аэропортдаги меҳмонларга “Янги Ўзбекистон ҳақидаги фикрларингиз қандай?” деган мантиқсиз савол билан юзланиш санъат журналистлари учунгина эмас, ҳар қандай журналистнинг профессионал қиёфасига путур етказди. Арт-журналист санъатнинг эстетик завқини етказиб бера олиши учун ўзи ҳам санъатни севиш баробарида ундаги дарғалар, мумтоз асарларни билиши лозим. Шу ўринда Е.Климованинг фикрлари асосли: “Журналист учун биринчи зарурат – маданиятли бўлиш. Ҳар қандай журналистик материал муаллифнинг кўрган-кечирганлари, тафаккури, рухий призмасидан ўтган ҳислар орқали унинг маънавий багажи (юки)га қурилади”. Арт-журналист Иқбол Қўшшаева мазкур ҳолатни таҳлил этар экан, санъаткорга қуйидагича таъриф беради: Анатолий Франс инсоният тарихини уч жумлага сиғдирганди: “Инсонлар туғилдилар, азоб чекдилар ва ўлдилар”. Одамларнинг туғилиши ва ўлимни ўрганиш демография фанининг зиммасида бўлса, унинг изтироблари илдизини тадқиқ этиш адабиёт ва санъатнинг бурчи. Файласуф мана шу азобдан ҳикмат излайдиган одам, санъаткор эса бу ҳикматни гўзалликка кўчиради. Бизнинг фикримизча, санъатни ёритаётган ижодкор санъаткор кечинмаларининг хайрихоҳидир. Шундай экан, арт-журналист И.Қўшшаева ташбеҳидаги “изтиробдан яралган гўзаллик”ка нисбатан юзакиликка йўл қўймаслиги унинг ҳам ахлоқи, ҳам профессионал масъулияти, санъатга ҳурматини ифодалайди.

Агар санъат журналисти шунчаки ҳаваскор бўлса ва фақат юзаки санъат янгиликларини ёзиш билан чекланса, унинг моҳияти ҳақида хабар бермаса, демак, у ўз ишини қилмаяпти. Қолаверса, санъат журналистлари нафақат санъат ҳодисасини шаклан идрок этиши, уни моҳиятан англай олиши ҳам зарур.

2022 йилнинг 12-18 сентябр кунлари навбатдаги “Ипак йўли дурдонаси” XIV Тошкент халқаро кинофестивали бўлиб ўтди. Галдаги фестивалга анчайин жиддий тайёргарлик кўрилгани, иштирок этувчи давлатлар географияси кенгайгани, таклиф қилинган меҳмонлар сони ортгани ҳақида барча оммавий ахборот воситаларида кенг ёритилди. Бирок, фестивалдан кўзланган асосий мақсад, моҳиятни акс эттирувчи муҳим учрашувлар, маҳорат дарслари, фильм таҳлиллари қолиб, журналистлар объективи яна майда шовшувлар, жанжалли ҳолатларга – Туркиянинг устоз санъаткори Сердар Гёкхан бошчилигидаги бир гуруҳ актёрлар билан Нургул Ешилчай ҳамда Бурак Ўзчивит ўртасидаги ички низога қаратилди. Узоқ кутилган маданий ҳодиса, фестивал бериши мумкин маънавий билим, янгиликлар мазкур машмашалар фонидида кўринмай кетди. Ижтимоий тармоқларда “юлдуз”лар ўртасида чиққан тушунмовчилик фестивал сўнгига қадар кун мавзусидан тушмади. Бу жараёнда профессионал арт-журналистларнинг иштирокини ҳаваскор “арт-блогер”лар мағлубиятга учратди. Воқеалар ривожини “Бурак Ўзчивит ва Нургул Яшилчай турк актёрларига қарши: Тошкентдаги фестивалда можаро юзага келди”, “Тошкент кинофестивалида можаро: Нургул Яшилчай ва Бурак Ўзчивит сабаб турк актёрлари ва элчихонаси вакиллари тадбирни тарк этди”, “Нургул Яшилчай ва Сардор Қўкхон Тошкент кинофестивалидаги можаро бўйича интервью берди”, “Юлдузлик касали”га учраган турк юлдузлари Бурак Ўзчивит ва Нургул Ешилчай сахнада асл юзини кўрсатди. Турк киноси кунлари очилишидан репортаж”, “Ҳавога учган миллионлар.

Турк актёрлари Тошкентда жанжал чиқарди”, “Туркия расмийси Нургул Яшилчой ва Бурак Ўзчивитнинг хурмача қилиқлари учун узр сўради” каби туркум мақолалар маҳаллий интернет сайтларида кимўзарга эълон қилинди. Бу ҳолатда журналист ёки оммавий ахборот воситасини бир қарашда ахлоқ нормаларини бузишда айблаб бўлмайди. Бўлган воқеа турли ракурсда мамлакатнинг залварли интернет сайтларидан тортиб, санъат журналистларининг ижтимоий тармоқлардаги шахсий саҳифаларида кенг муҳокама қилинди. Биз эътибор қаратмоқчи бўлган жиҳат “юлдузлик касали”, “хурмача қилиқлар”, “ҳавога учган миллионлар” каби қочиримлар ҳақида эмас, балки журналистларнинг катта бир воқелик қолиб, майда машмашалар олдида шов-шувга учини ҳам касбий этикага зид экани, ахборотни саралашда дидсизликка йўл қўйилгани ҳақида. Журналистикада “сарик матбуот” унсурлари акс эта бошладими, аксарият ҳолларда ахлоқ ва дид тушунчаларига кўз юмилади. “Ноғоранинг шовқини найнинг овозини эшиттирмай қўйган. XIV Тошкент Халқаро кинофестивали атрофида айланаётган гап-сўзлар ўша кўҳна ҳикматни ёдга солди. Фестивал ўз номи билан фестивал, у халқ учун қўйиладиган байрам. Табиий унда кимдир кўнгилочар томошаларни истайди, яна кимдир фильмлар кўргиси келади, яна бошқа биров ўзи ёқтирган актёр билан расмга тушсам дейди. Майли, у шундан бахтиёр. Қўяверинг, ҳамма сизнинг қаричингизга тушишга мажбур эмас-ку” дея ўз мулоҳазаларини ёзар экан, И.Қўшшаева можаро хусусида мутлақо тўхталмайди. Аксинча, анжуман доирасида ўтган маҳорат дарсларидаги бебаҳо сабоқлар таҳлили биринчи планга чиқади. Шунингдек, Фозил Фарҳоднинг “Ўзбек киноси қачон дунёни лол қолдиради”, Шарофиддин Тўлагановнинг “Ипак йўли дурдонаси” XIV Халқаро Тошкент кинофестивали ҳақида ўйлар...”, Шоҳира Рауфбоеванинг “Ипак йўли дурдонаси” Уч қитъани бирлаштирган анжуман”, Рустам Жабборовнинг “Тинчлик, тараққиёт ва маърифат учун...” номли таҳлилий мақолалари даврий босма нашрларда эълон қилинди. Мазкур мақолаларда юқоридаги ҳолатлардан фарқли ўларок, ҳодисанинг асл моҳияти, кино кунларининг мамлакат имижига қўшажак ҳиссаси, унинг чинакам маданий воқелик эканига урғу берилади. Арт-журналистлар қўйилган вазифа ва мақсадни тўғри аниқлаб, ахборот етказиш, таҳлил қилишда ахборотни саралай олганлар.

Санъат журналистикасининг йўналиш хусусияти муттасил ортиб бормоқда. Арт-журналистлар ўз йўналиш хусусиятини кучайтириши, аудиторияни тўғри фикрлашга етаклаши керак. Журналистлар ўзларининг ахлоқий фазилатларини онгли равишда юксалтиришлари, ижтимоий миссияси нимадан иборатлигини тушунишлари лозим. Унинг фаолиятдан кўзланган мақсад санъат журналистикасининг юксак дидига жавоб берадиган ахборотни тарқатиш, жамият маънавий дунёсига путур етказувчи бундай янгиликларга ўрни келган жойда кўз юма билиш, курашишдан иборат.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». М., 2003. –77 с.
2. <https://xs.uz/uzkr/post/madaniyat-va-sanat-tarikhij-islohotlar-zharayonida>. Мурожаат вақти 05.08.2021.
3. <http://uzbekkino.uz/uz/festivals.html> Мурожаат вақти 12.12.2021
4. Климова, Е. А. Интервью [Электронный ресурс]. URL:http://jf.nsu.ru/persons/klimova_ev/
5. И.Қўшшаева. Параллел кино: ҳаёт ва ҳақиқат., Жаҳон адабиёти, №3, 2022. 190-б.

MÜNDƏRİCAT

1. İMAN CƏFƏROV. “Molla Nəsrəddin”də jurnalist etikasını məsələsi.....	3
2. ŞƏHLA ŞİRƏLİYEVƏ. Beynəlxalq media sistemində diffamasiya anlayışı.....	8
3. НАЗИРА ТАШПУЛАТОВА. Ўзбекистон миллий журналистикасининг қонунчилик тизими.....	11
4. KÖNÜL NİFTƏLİYEVƏ. Qlobalizmin media üzərindəki təsirləri: qlobal mediada etik problemlər.....	18
5. ELMAN CƏFƏRLİ. Gizli audio və ya vizual məlumatlar və şəxsi həyatın toxunulmazlığı problemi.....	20
6. ARİF AĞALAROV. Sosial media xəbərçiliyində mövcud nöqsanlar, ədəbi dil normalarının pozulması.....	28
7. ƏLİ QƏDİMOV. Sosial media istifadəçilərinin ifadə azadlığı ilə şəxsi toxunulmazlıq hüquqlarının qarşılıqlı təminatı.....	30
8. ATİLLA ÖZTÜRK, ƏKBƏR RƏŞİDOV, ALMAZ KAZIMOVA. Alqı-satqı müqaviləsinin sosial şəbəkələrdə tənzimlənməsi ilə bağlı etik problemlər.....	33
9. BULQEYİS NAĞİYEVA. İnternet etikasını: problemlər və perspektivlər.....	36
10. ELNARƏ ALLAHVERDİYEVƏ. Media etikasını yeni müstəvidə.....	38
11. YUNİS XƏLİLƏV. Təqsirsizlik prezumpsiyasını və məlumat azadlığı.....	44
12. ƏKRƏM HÜSEYNZADƏ. Mediada nitq etikasını.....	50
13. SƏMİNƏ RÜSTƏMOVA. İnternetdə yeniyetmələrin ünsiyyət etikasını formalaşdırılması məsələləri.....	53
14. SƏADƏT ƏLİYEVƏ. Sosial media və jurnalist etikasını.....	55
15. ŞAHİSMAYİL NAMAZOĞLU. Beynəlxalq hüquq və ölkələrin media qanunvericiliyi.....	60
16. LEYLA MƏMMƏDOVA. Jurnalistikada dronlardan istifadə və etik problemlər.....	62
17. САЙЁРА ХАЛИМОВА. Жадид публицистикасида ҳуқуқий маданият масалалари ва уларнинг Ўзбекистон таракқиётидаги аҳамияти.....	67
18. ХАМИДА МИРСУЛТАНОВА. Телевидение ишончли ахборот манбаи бўла оладими?.....	70
19. КƏMALƏ MƏMMƏDOVA. Kitabxanaların marketinq fəaliyyətində sosial medianın rolu.....	73
20. SEVDA AKHUNDOVA. Rules of ethical behavior in society.....	77
21. САДОҚАТ МАХСУМОВА. Ўзбекистонда оммавий ахборот воситаларини рўйхатдан ўтказишнинг такомиллашуви.....	79
22. ЖАСУР ТОЖИБОEV. Ҳуқуқий маданиятни оширишда соҳага ихтисослашган сайтларнинг ўрни.....	84
23. МУКARRAM OTAMURODOVA. So‘z va matbuot erkinligi zamonaviy medialandshaft fenomeni sifatida.....	87
24. ЗАБАРЖАД БОБОЖОНОВА. Санъат мавзуларини ёритишда ахлоқ масалалари.....	91

“Müasir dövrdə media etikas və hüquq”
MÖVZUSUNDA SİMPOZİUM

Nəşriyyat direktoru:	Əli Həşimov
Mətbəə müdiri:	Vidadi Kazımov
Baş mühəndis-proqramçı:	
Aparıcı redaktor:	Sahilə Abbasova
Aparıcı redaktor:	Günəl Məmmədova
Korrektor:	Sitarə Əlizadə

Yığılmağa verilib: 02.05.2023
Çapa imzalanıb: 15.05.2023
Formatı: 60/90, 32/1, həcmi 6,12 ç/v
Sifariş №114 , sayı 100 nüsxə

REDAKSİYANIN ÜNVANI: *7000. Naxçıvan şəhəri,
Universitet şəhərciyi,
Naxçıvan Dövlət Universiteti,
Əsas bina, I mərtəbə,
“Qeyrət” nəşriyyatı*

TELEFON: (00994 036) 545-45-59
(00994 036) 544-08-61

E-mail: *elmi.hisse@mail.ru*