

Sima RƏHİMOVA

INFORMASIYA CƏMIYYƏTİNDƏ ETİK TƏLƏBLƏR

РЕЗЮМЕ

В современном обществе СМИ является важным средством управления информацией. Массовая коммуникация обращается к широкой аудитории и применяется каждым человеком. В то же время, в основе коммуникационной культуры должны лежать принятые моральные требования.

Профессиональная этика журналиста является средством для регулирования моральных и профессиональных поведений журналиста. Журналист должен относиться с уважением к принципам неприкосновенности личной, чести и достоинства. Должны относиться с уважением, не допускать оскорблений.

Эти принципы журналистики и коммуникации требуют уважения к ценностям человечества и общества в целом и должны использоваться в профессиональной деятельности.

Ключевые слова: СМИ, массовая коммуникация, коммуникационная культура, этика журналиста, журналист

SUMMARY

In modern society, the media is an important information management tool. Mass communication appeals to a wide audience and is applied by each person. At the same time, accepted moral requirements should underlie the communication culture.

Professional ethics of a journalist is a means to regulate moral and professional behaviors of a journalist. The journalist must respect the principles of personal integrity, honor and dignity. Must be treated with respect, avoid insults.

These principles of journalism and communication require respect for the values of humanity and society as a whole and should be used in professional activities.

Keywords: Mass media, mass communication, communication culture, journalist ethics, journalist

Cəmiyyətin inkişafı ilə paralel olaraq, informasiya tələbatı da artır. Kommunikasiya, informasiyanın bir daşıyıcıdan digərinə ötürülməsidir. Kütləvi kommunikasiya isə, kommunikasiyanın daha mürəkkəb forması olaraq bu prosesin kütləvi olmasına imkan yaradır. Kütləvi kommunikasiya, geniş kütləyə eyni anda informasiyanın paylanması ilə yanaşı, informasiyanın saxlanılması funksiyasını daşıyır və informasiyanın alınması üçün mütləq zaman və məkan zərurətini ortadan qaldırır. Kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı ilə, daha doğrusu kütləvi kommunikasiya vasitələrinin kəşfi ilə cəmiyyətin informasiya ehtiyacını ödəyən fəaliyyət növüdür.

Jurnalistika, cəmiyyət üçün aktual olan informasiyanın, yığılmasını, emalı və dövri yayımını əhatə edən sosial işdir.

Bu kontekstdə jurnalistika, kütləvi kommunikasiyanın həm tərkibi kimi, həm də bilavasitə istifadəçisi kimi nəzərə alınır. Kütləvi kommunikasiyanın bütün inkişaf mərhələlərində və növlərində jurnalistika özünə yer tapıb. Jurnalistikanın hədəf auditoriyası informasiyaya tələbatı olan cəmiyyətdir. Bu səbəblə, informasiyanın kütləyə çatdırılmasında kütləvi kommunikasiya vasitələrindən istifadə edilir. Həmçinin, jurnalistika məlumatların ötürülməsi funksiyası ilə kommunikasiya sisteminin tərkib hissəsi kimi çıxış edir. Yəni kütləvi kommunikasiya kütləvi halda informasiya mübadiləsidir.

Kommunikasiya insanın fəaliyyətinin cəmiyyətdə sosiallaşması, özünü reallaşdırması cəhətdən həyatı faktorudur. İnsanlar ünsiyyət vasitəsi ilə bilik, təcrübə və hisslərini ötürür, qəbul edir və s. sosial fəaliyyətə daxil olur.

Bildiyimiz kimi, kütləvi kommunikasiyanın hər hansı məzmununda olan məlumatın müəyyən texniki vasitələrin köməyi ilə bir mənbədən çoxsaylı auditoriyaya ötürə bilməsidir. Bu prosesdə məlumatlandırma daha kütləvi xarakter daşıyır. Tədqiqatçı prof. Q.Məhərrəmli kütləvi kommunikasiyanın məzmununu belə açıqlayır:

- "Şəxsi deyil, daha çox ictimaidir;
- kütləvi xarakter daşıyır, tez anlaşılındır;
- bir sahə üzrə ixtisaslaşmış deyil, daha çox universaldır;
- operativedir, aktual olduğu üçün tez çatdırılındır;
- başqa məlumatlardan fərqli olaraq daha dəyimkəndir".

Kommunikasiya informasiyanın mənbəyi və qəbulədicisi arasında ötürülməsini təşkil edir. Beləliklə, kommunikasiyanın ən sadə modeli mənbə, qəbul edici, informasiya və informasiya kanallarından ibarətdir. Kütləvi kommunikasiyada qaynaq təq şəxs deyil, qəzet, telekanal, radio, jurnal və yaxud professional kommunikator (jurnalist, aparıcı, şərhçi və s.). Burda mesaj isə ötürülən informasiyadır. Kütləvi kommunikasiya kanalları və ya vasitələri isə, televiziya, radio, qəzet, jurnal, kitab, film və s. kimi geniş kütlələrə informasiya ötürülməsini nəzərdə tutan vasitələrdir. Texnologiyanın inkişafı fərdi kommunikasiya ilə kütləvi kommunikasiya arasında sərhədləri pozub. Belə ki, internet əlaqəsi və sosial media vasitəsi ilə fərdi kommunikasiya kanalı həm də geniş kütlələrə informasiya çatdırıla bilər.

Informasiyanı yığmaq (yaratmaq), ötürmək, saxlamaq, emal etmək mümkündür. Informasiya günümüzdə idarə etmənin ən mühüm aləti kimi ortaya çıxır. Bu sistemi üç mərhələyə bölmək olar:

1. Kütləvi təsir vasitələri;
2. İnformasiya axtarış sistemi;
3. Kütləvi kommunikasiya vasitələri.

Müasir cəmiyyətdə informasiya kütləvi təsir vasitəsi kimi istifadə edilir. Bu yolla ictimai rəy formalaşır. Kütləvi təsir metodu ilə fərdlərin seçilmələri aşkarlanır, onların fikirləri formalaşır. Media, informasiya təminatı ilə yanaşı təbliğatçı və maarifləndirici rolunda da çıxış edir.

Müasir cəmiyyətdə informasiya ilə idarə etmənin bir digər önəmli sistemi isə kütləvi kommunikasiya vasitələridir. Kütləvi kommunikasiya vasitələri cəmiyyətin ünsiyyətini təşkil edərək, fərdlər arasındakı informasiya axını yaradır. O cəmiyyət quruculuğunda bir çox funksiya daşıyır. Əsas olaraq bu funksiyalara məlumatlandırma, cəmiyyətə qatılma-sosiallaşma, öz müqəddəratının həllində iştirak etmə, öyrətmə, ictimai rəy formalaşdırma, əyləndirmə funksiyalarıdır. Kütləvi kommunikasiya geniş kütlələrə xitab edir və hər kəsin istifadəsinə açıqdır. Kommunikasiyanın rolu ondan ibarətdir ki, o, daxili mühit sisteminin normal fəaliyyətini təmin etməklə yanaşı, həm də xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqə yaradılmasını təmin edir. Eyni zamanda kommunikativ mədəniyyətin əsasında hamı tərəfindən qəbul olunmuş ümumi əxlaqi tələblər dayanır. Bu tələblər hər bir fərdin dəyəri ilə qırılmaz surətdə bağlıdır.

Jurnalistin peşə etikası əxlaqi və peşə vəzifələrinin gerçəkləşməsi prosesində onların davranışlarını tənzimləyən vasitədir. Onların peşəkər əməyində intəzamlı, tərbiyəvi, dəyərləndirici, yönəldici, motivləşdirici, kommunikativ və digər funksiyaları yerinə yetirir. Jurnalist hər bir şəxsin şərəf və ləyaqətinə, şəxsi həyatına toxunulmazlıq prinsipinə hörmətlə yanaşmalıdır. İnformasiya mənbələrini dəqiq göstərməli, təhqirə yol verməməlidir.

Ümumiyyətlə, ümumbəşər etik prinsiplər, tələblər də qeyd olunan qaydalar həm jurnalistikaya həm də kommunikasiyaya şamil edilir. Bu prinsiplərin ən önəmli vicianlılıqdır. Kommunikasiya və jurnalistikaya aid olan bu tələb cəmiyyətin, ümumiyyətlə bəşəriyyətin dəyərlərinə hörmətlə yanaşması və bu kimi etik tələbləri fəaliyyətində rəhbər tutmasıdır. Prinsiplər müxtəlif formada yaranarsa da ümumi nəzərdə ortaqlıq təməli söykənir. Bu təməl cəmiyyəti, oxucunu, jurnalisti, naşiri ayır-ayır şəxslərin maraqlarını, şərəf və ləyaqətini, haqlarını və s. qoruyur. Prinsiplərin əsasını qarşı tərəfin fikirlərinə hörmət, bərabər hüquqlu olmaq anlayışı təşkil edir. Yəni, kommunikasiya və informasiya axını birtərəfli təşkil edilməməlidir. Hər kəsin cavab haqqının olduğu unudulmamalı, qarşı tərəfə söz haqqı verilməli və onun fikirlərinə hörmət göstərilməlidir.

M.F.Axundov adına
Azərbaycan Milli

Jurnalistika və kommunikasiya etikasının digər oxşar tələbi isə təhqirin yolverilməzliyidir. Bur çox ölkələrdə jurnalist etik kodeksi təhqiri, böhtanı və qərəzliliyi qeyri-etik qəbul edir. Bundan əlavə jurnalist həm də şəxsiyyətin ləyaqətinə, peşə həmrəyliyinə, cavab haqqına önəm berməli, fəaliyyətində bu kimi etik tələbləri də rəhbər tutmalıdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Yeni mediya jurnalistikası. Avropa şurası. 2017
2. Məmmədli C. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. Bakı, 2013
3. Məhərrəmli Q. Jurnalistikanın əsasları. Bakı, 2012
4. Məhərrəmli Q. Kütləvi kommunikasiya və dil . Bakı, 2004
5. Bəşirli A. Yeni media etikasi. Etiket və ənənəvi jurnalist etikasi. Avropa şurası. 2017
6. Əhmədli N. Jurnalistin nitq mədəniyyətinin əsasları. Bakı, 2014
7. Rəhimova C. Jurnalist etikasi və kommunikasiya mədəniyyəti. Bakı, 2017
8. Абдуллева Р. Информационное общество и информационная культура. Баку, 2004.
9. Беляева Е.В. Коммуникативная этика и этика общения. Минск, БГУ, 2012.

M.F. Axundov adına
Azərbaycan Milli
Kitabxanası