



MEDIA ETİKASI

Redaktorlar :

Rəşid R. Hacı,
Xalid D. Ağaliyev

Azərbaycan, Bakı
Media Hüququ İnstitutu
2008



Kitab ATƏT-in Media Azadlığı üzrə nümayəndəsinin Vyanadakı Ofisinin maliyyə dəstəyi ilə çap olunub

© 2008 Media Hüququ İnstitutu
www.mediarights.az ; xaled@mediarights.az

Ən yetişkin demokratik mühit, ən mükəmməl qanunvericilik, ən ədalətli məhkəmə jurnalistə rahatlıq gətirə bilər, ancaq onun yerinə həqiqəti axtarmaz. Həqiqətləri axtarmağa, bu bərdə hamını məlumatlandırmağa məhkum edilən jurnalistlərə ünvanlanan bu kitab sadə bir prinsipi əsas götürüb: həqiqəti axtarmaq, öyrəndiklərini, üzə çıxardıqlarını, tapdıqlarını ictimaiyyətin diqqətinə yetirməklə həqiqətin nə olduğuna toplumun özünün qərar verməsinə nail olmaq önəmlidir. Bir şərtlə ki, məlumatın toplanma-işlənib-hazırlanma-diqqətə yetirilmə mərhələlərində yararlandığın bütün üsullar həmin məlumata inamı sarsıtmasın. Jurnalist etikasını məhz mediaya inam problemini, bu baxımdan peşə standartlarının önəmini, peşəkarların razılaşdığı və topluma açıqladığı davranış qaydalarını diqqətdə saxlayır və həmin səbəbdən daim aktuallığını qoruyur.

Kitabımız qabaqcıl ölkələrdə oturuşmuş olan etik çərçivə sisteminin Azərbaycanın media toplumuna ötürülməsini hədəf götürüb. Kitabdən etik çözümlər sorularını ilə qarşılaşan hər kəs yararlanma bilər.

Media Hüququ İnstitutu “Media etikasını”, Bakı: 2008 - səh. 274



İçindəkilər

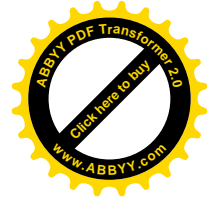
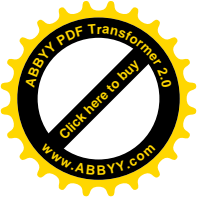
- Səhifə 5** 1-ci bölüm
Zeynal Məmmədli
Media etikasına yenilikçi baxış
- Səhifə 73** 2-ci bölüm
Xalid Ağaliev
Etika bələdçisi
- Səhifə 109** 3-cü bölüm
T. Volek (*rus dilindən təcümə*)
Jurnalist etikasını (*etik kazuslar, çözüm modelləri*)

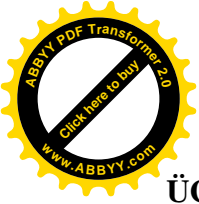




1-ci bölüm: Media etikasına yenilikçi baxış Müəllif: Zeynal Məmmədli

- Səhifə 7* Üçbölümlü önsöz
- 11 Jurnalist etikasını qanunlar tənzimləyə bilərmi?
- 12 Azərbaycanda durum necədir?
- 16 Rəhbər qaydalar niyə önəmlidir?
- 19 Nümayiş, qiyam və digər vətəndaş nizamsızlığı şəraitində davranış qaydaları
- 21 Jurnalist araşdırması aparən ictimai yayım əməkdaşları üçün rəhbər qaydalar
- 23 Etiraz doğuran materialın göstərilmə qaydaları
- 24 İctimai yayımlara peşəkarlığın artırılmasını hədəfləyən tövsiyələr
- 25 Yaddaş: Müsahibə almağın 10 qaydası
- 27 Jurnalist etikasından nə ummağa dəyər?
- 32 Jurnalist nə vaxt öz subyektiv baxışlarına yer verə bilər?
- 34 Jurnalistlər soruşur və cavab alırlar



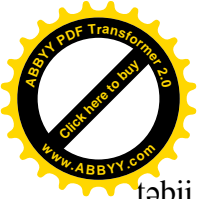


ÜÇBÖLÜMLÜ ÖNSÖZ

Birinci bölüm: *bu kitab kimə ünvanlanıb?*

Təbii ki, jurnalistlərə, çünki yalnız media etikasından söz açılır. Ancaq... jurnalistlər toplumun bütün kəsimlərinə üz tutursa, demək, bu kitabda toxunulan məsələlərin, istər-istəməz, bütövlükdə cəmiyyətə dəxli var. Hələ 133 il öncə Həsən bəy Zərdabi “Həqiqət, qəzet camaat üçündür, camaat qəzet üçün deyildir” deməmişdimi?! Başqa sözlə, həkim və ya hakim, mühəndis, yaxud siyasətçi və ya hər hansı digər peşə sahibi etikasının cəmiyyətə nə qədər dəxli varsa, jurnalist etikasının da ən azı o qədər dəxli var. Medianın cəmiyyət içərisindəki tək etibarlı dayağı elə həmin cəmiyyət qarşısında məsuliyyət hissindən başqa bir şey deyil. Jurnalist etikasını bunu hədəfləyir və nə qədər əsaslı və ya əsassız görünsə də, peşə-davranış qaydalarına önəm verilməsini ertələyib sonraya saxlayanlar, bilərəkdən, ya bilməyərəkdən mediaya inamı sarsıtmaqla məşğul olurlar. Eynən şəffaf fəaliyyətdən qaçmalarını “milli təhlükəsizlik” qayğıları, “xalqın hələ yetişmədiyi” iddiaları ilə arqumentləşdirməyə çalışan və cəmiyyətin demokratikləşməsini əngəlləyən növbənöv məmurlar kimi.

Kitab jurnalistlərə ünvanlanıbsa, daha bir sual da doğur: hansı jurnalistlərə? Yəqin kəsə cavab budur: o jurnalistlərə ki uydurmaya yol vermir, bilərəkdən yalan danışmır, məsuliyyət yükünü daşımaqdan yorulmurlar. Bəlkə də...ancaq...məlumat toplamaq şox çətin, hətta mümkünsüzdürsə, onda necə? Jurnalistə və redaktora bəlli, amma auditoriya üçün anonim qalan, üstəlik, “hökumətdəki adını bildirmək istəməyən qaynaqlardan” gələn məlumat yanlış çıxıbsa, onda necə? Yüksək vəzifəli şəxslər və ictimai fiqurların ictimai əxlaqı sarsıdan, ancaq tam doğrulanmayan əməllərindən söhbət gedirsə, onda necə?

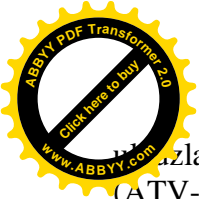


Jurnalistlərin həyatda üzləşdikləri bütün halları əhatə etdiyi təbii ki, mümkün deyil. Hələ bu bir yana. Get-gedə qloballaşan, bütünləşən dünyada peşə etikası da ayrıca ölkə, ayrıca toplum, ayrıca dil və din, ayrıca mədəniyyət həddlərini sürətlə aşmaqda, miqyas qazanmaqdadır. Peşəkarlıq -- o peşəyə tələblərin, aşılana standart bilgi və vərdişlərin, davranış normalarının unifikasiyasını qaçılmaz edir. Özəlliklə də söhbət sosial bilgiləndirməni öhdəsinə götürən jurnalistikadan və jurnalistlərdən gedirsə...

İkinci bölüm: *bu kitab nəyi hədəf götürüb?*

Təbii ki, jurnalist etikasını – Azərbaycan gerçəkliyinə boylansa, qələm-kamera-mikrofon əhlinin, yumşaq desək, xoşlamadığı bir anlayışı. Onların mütləq əksəriyyətinin fikrincə, satılmayan qəzet və dərgiyə, baxılmayan teleproqrama, dinlənməyən radio verilişinə daxil olmayan, “söz və mətbuat azadlığını” əngəlləyən, hələ vaxtı yetişməyən, cəsarətli jurnalistlərin “gözdən salınmasına” bəhanə verən bir şeyi. Haqlı görünürləmi? Bəli! Öz baxışlarını dəlillərlə sübut etməyə çalışırlarmı? Bəli! Mediaya bağlı və işində uğur qazanan insanlar da bənzər fikirlərə şərik çıxırlar? Bəli! Bütün bunlar danılmaz gerçəkdirsə, Azərbaycan jurnalistlərinin etik mediasız da böyük uğurlarından danışmaq olar? Qısamüddətli uğurlarından, əlbəttə! Amma uzun bir dönmə hesablanan, insanların tükənməyən güvənini dəyənən uğurlardan, çətin ki, söz açə bilək.

Ortaq davranış qaydaları olmayan medianın acı gerçəkləri də gündəmdən düşmür: qəzet və dərgilərin satış faizi, ictimai məzmunlu efir verilişlərinin xüsusi çəkisi get-gedə azalır. Son dövnlərin çap mediasına diqqət yetirsəniz, TV və radiolarda kommərsiya amaclı proqramların – zövqsüz şouların yağışsonrası göbələkləri xatırlatmasından duyulan narahatlığı görərsiniz. Reklam bazarının azlığından deyənən çap mediası “şou



“...zlarının” adi yarışmasında 500 min mesaj yağışına mat qatılaraq (ATV-nin 29 fevral 2008-ci ildə efirə gedən Natəvan Həbibli ilə Xatirə İslamın yarışmasını yada salaq). Azərbaycanda mediaya inam məsələsində ciddi problemlərin yaşandığını iddia etmək mümkün görünür. Qəzet səhifələrində doğrulanmayan xəbərlər, şübhəli qaynaqlardan götürülən məlumatlar, qarayaxma xarakterli materiallar baş alıb gedir. Bəlkə də gəlişigözəl bir deyim kimi ortaya atılmış “reket jurnalistikası” məsələsi də danılmaz gerçəyə bənzəyir. İstər-istəməz, **nə etməli** sualı aktualıq qazanır...

Üçüncü bölüm: *bu kitabın nə xeyri ola bilər?*

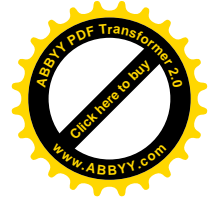
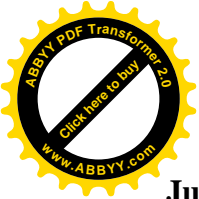
“Siz elə güman edirsiniz ki, yalnız ölkə daha varlı olarsa, jurnalistlər vicdanını qoruya və etik normalara əməl edə bilərlər”? Bu, bir Amerikalı media mütəxəssisinin postkommunist ölkə jurnalistlərinə ünvanladığı sualdır. Həmin sual Azərbaycanın media mənsublarını da çox ciddi şəkildə düşündürmüşsə, aramsız müzakirələrə yol açmırsa, demək, problemləri üst-üstə qalaqlamaqla, onların həllini hansısa xoş gələcəyə saxlamaqla özümüzü aldadır, jurnalist peşəsinə xəyanət edirik.

Necə bilirsiniz, hər bir fərdin öz çalışma və davranışlarının qanunvericisinə çevrilməsi onun peşəkarlığı və sonuc baxımından cəmiyyət üçün faydalı deyil? Beləcə, tərbiyəli görünmək, başqaları ilə qarşılıqlı anlaşma sevincini yaşamaq şansını qazanırsan. Beləcə, cəmiyyətə məsai göndərirsən ki: “bizlər, filan işin peşəkarları filan şəraitdə filan cür davranacaq və cəmiyyəti aldatmaq fikrinə düşənləri aramızdan uzaqlaşdıracaq. Qalan cəza sizlikdir”.

Jurnalistlər də bütün başqa peşə sahibləri kimi cəmiyyət içində nüfuz qazanmaq, ictimai əxlaqla, qanunlarla hesablaşan hər kəsə faydalı olmaq, onların heç birinə fərq qoymamaq istəyirlərsə,

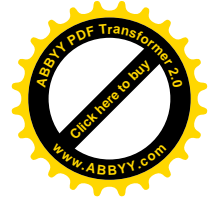
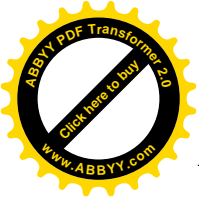


şeyun qaydaları”nı dəqiqləşdirməlidirlər. Bu istəkdə olan hər jurnalist etika söhbətini daim qulağına sırğa edəcək, bütün durumlarda səmimi davranacaq, yanlış və doğrularını təkcə həmkarları ilə deyil, bütövlükdə cəmiyyətlə müzakirəyə çıxarmaqdan çəkinməyəcək. Həqiqəti, yalnız həqiqəti axtarmaq və çatdırmaq MassMedianın ən önəmli vəzifəsi sayılır. Bu vəzifənin gerçəkləşdirilməsi əsl media amacının daşıyıcılarını güc və qüdrət yiyələri ilə üz-üzə qoyur, çünki məlumat sahibi olmaq hər hansı güc və qüdrəti aşmaq, onu xalqın yararına yönəltmək deməkdir. Deməli, jurnalist həqiqəti çatdırmaqda həmişə çətinliklərlə üzləşəcək. Ən yetişkin demokratik mühit, ən mükəmməl qanun, ən ədalətli məhkəmə jurnalistə rahatlıq gətirə bilər, ancaq onun yerinə həqiqəti axtarmaz. Bu kitab həyat həqiqətlərini axtarmağa və bu barədə hamını məlumatlandırmağa məhkum edilən peşə sahiblərinə - jurnalistlərə ünvanlanır və sadə bir prinsipi əsas götürür: **həqiqəti axtarmaq və öyrəndiklərini, üzə çıxardıqlarını, tapdıqlarını ictimaiyyətin diqqətinə yetirməklə həqiqətin nə olduğuna ictimaiyyətin qərar verməsinə nail olmaq önəmlidir.** Bir şərtlə ki, məlumatın toplanma-ışlənib-hazırlanma-diqqətə yetirilmə mərhələlərində yararlandığı bütün üsullar həmin məlumata inamı sarsıtmasın. Jurnalist etikasını məhz mediaya inam problemini, bu baxımdan peşə standartlarının önəmini, peşəkarların razılaşdığı və ictimaiyyətə açıqladığı davranış qaydalarını diqqətdə saxlayır və həmin səbəbdən daim aktuallığını qoruyur.



Jurnalist etikasını qanunlar tənzimləyə bilərmə?

Təbii ki, yox. Təsəvvür edin ki, dərzinin paltarı hansı parçadan, nə biçimdə, necə və nə vaxta tikməsinə qanunla müəyyənləşdirirsən. Zövq-yaş-cins-mədəniyyət və s. fərqləri həmin qanunda necə tənzimləmək mümkün olar? Bu qanun insanların geyim standartlarını necə əhatə edə, yaranmış mübahisələrə hansı çözümlər yolları nəzərdə tutub bilər? Axı bəsit, ancaq müdrik deyimə görə, “qanun insanları xoşbəxt etməyi deyil, onları bədbəxtlikdən qorumağı hədəfləyir”. Bilərəkdən aldatmaq, kələk gəlmək, şəxsi mənfəət güdmək, bütün cəmiyyətin üzərinə götürdüyü öhdəliklərə, toplumun dəyərlərinə xəyanət etmək qanunla cəzalana bilər, amma dərzinin (üstəlik, fəaliyyəti üçün rəsmi sənədi və yetkisi olan dərzinin) peşəkarlıq dərəcəsi yox. Bunu yalnız digər dərzilər müəyyənləşdirə və öz peşə şərtlərini qorumaq üçün cəmiyyətə mesaj verə bilərlər. Əks halda nə modelerlər və yeni dəblər yetişər, nə təzə tərkibli, təzə naxış və boyalı parçalar toxunur, nə də adlı-sanlı geyim firmaları və s. yaranar. Jurnalist fəaliyyəti də belədir. Qanun söz və media azadlığının sərhədlərini – çərçivəsini müəyyənləşdirir və cəmiyyətin inkişaf fəlsəfəsinə uyğun olaraq “olmaz”ları bildirir. Bütün digər incəliklər “peşəçi qanunla” – müxtəlif durumlardakı davranış qaydaları ilə tənzimlənir. Yəni, sözügedən halda cəmiyyətin bir kəsimi – jurnalistlər öz ictimai borclarını hansı şəkildə gerçəkləşdirəcəkləri barədə ortaq məxrəcə gəlir və nədə razılaşıqlarını bütövlükdə cəmiyyətə açıqlayırlar. Demək, məcburi deyil, könüllü qaydalardan oluşsa da, jurnalist etikasını da qanundur, ancaq bütün cəmiyyət üçün deyil, ictimai önəmli məlumatı toplayan, onu “hazır məhsul”a çevirən və yayanlar üçün qanundur. Bu qaydalara əməl etməyənləri istər öz peşə prinsiplərinə sadıq jurnalistlər, istərsə ictimai önəmli azad məlumat axınına tələbatlı olan bazar (yəni cəmiyyət) cəzalandırır (biri öz sıralarından uzaqlaşdırır, digəri onun “məhsulunu almır”).



Azərbaycanda durum necədir?

Postsovet dönəminin Azərbaycan mediası, çox təəssüf ki, ötən 16 ili aldanışlarla keçirib. Fikrimizcə önəmli olan bəzi aldanışları diqqətə yetirək.

1-ci aldanış: alternativ söz demək yetərlidir. Hakimiyyətin nəzarətində olan və dövlətdən maliyyələşdirilən KİV-ə alışıq cəmiyyətdə belə bir təsəvvür yaranır ki, cəmiyyətin həyatını doğru və dəqiq işıqlandırmaqdan ötrü rəsmi KİV-lərdə iddia edilən əksini söyləmək yetərlidir. Beləcə, yeni media orqanları asanlıqla konkret siyasi və iqtisadi maraqların pəncəsinə keçir və eyni zamanda hakimiyyətdə olan qüvvələrin dolayı yolla KİV-ə nəzarətinə imkan verir. Yəni inzibati və iqtisadi potensialı əlində cəmləşdirmiş hakimiyyət asanlıqla «əks qütblü mətbuatı» da təsirli ictimai rəy yaratmaqdan məhrum qoyur. Ortaq davranış qaydaları olmayan, sərbəst bazardan qidalanmayan, açıq və demokratik cəmiyyət quruculuğunda əsl önəmi qavranılmayan media siyasi partiyaların və iqtisadi qruplaşmaların əlində oyuncağa çevrilir və ya addımbaşı belə bir təhlükə ilə üzləşir.

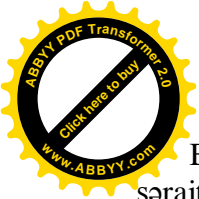
2-ci aldanış: Media-hakimiyyət və media-cəmiyyət münasibətlərinin tənziqlənməsi sonranın işidir. “Medianın gerçək rolu nədən ibarətdir və əslində necə olmalıdır?” sualı Azərbaycan cəmiyyətində aktual müzakirələrin predmetinə çevrilsə də önəmli irəliləyiş baş verməyib. Ən başlıca səbəb də odur ki, nə hakimiyyətdə, nə müxalifət partiyalarında, nə media qurumlarının özündə medianın rolu və funksiyaları barədə ortağ düşüncə hasil olmayıb. Birincilər hakimiyyətdə qalmaq, ikincilər hakimiyyətə gəlmək, üçüncülərsə azad bazar münasibətləri formalaşanadək maliyyə qaynaqlarından məhrum edilməmək üçün söz və mətbuat azadlığı haqqında deklarativ şüarlarla kifayətlənilər. Nəticədə, media güzgü funksiyası görüb sözügedən cəmiyyət qurumlarını



laqları və görüdükləri kimi fiksasiya etmək əvəzinə subyektlərin mülahizələrinin toplandığı «anbar»ı xatırladıb.

3-cü addım: Oxucu məni tapacaqsa, bazarı öyrənməyimi ehtiyac yoxdur. Totalitar dövlətlərdən qalma idarəetmə-menejment təcrübəsi dəyişməyib. Cəmiyyəti öyrənib-tanıdan akademik qurumlar ya qeyri-peşəkarlıq səbəbindən, ya dövlət büdcəsindən maliyyələşdirildikləri üçün heç bir rəqabət riski ilə üzləşmədiklərindən, ya da uyğun maliyyə bazasına sahib olmadıqlarından və digər səbəblərdən gerçək durum barədə sistemli məlumat verə bilməyiblər.

4-cü addım: rəqiblərlə əməkdaşlığa, tutalım, media kampaniyalarına ehtiyac yoxdur, təkbəşinə uğur daha əlverişlidir. Bu gün minlərcə qəzetin qeydiyyatdan keçdiyi, onlarca qəzetin çıxdığı Azərbaycanda qəzetə özünəməxsus biznes sahəsi kimi baxılmır. Bizim məkan üçün bolşevik Leninin «qəzet təkcə məlumat və təbliğat-təşviqat deyil, həm də təşkilat vasitəsidir» devizi hələ də keçərlidir. Nəşr edilən qəzetlərin eyni gündəki manşetlərinə baxsaq, görəcəyik ki, hər qəzet tamamilə fərqli hadisəni günün əsas olayı sayır. Bu isə o deməkdir ki, biz plüralizmin dadını çıxarmaq, eyni hadisəyə müxtəlif yönərdən yanaşmaq, diqqəti bütün cəmiyyət üçün çox aktual və önəmli olaylara yönəltmək əvəzinə ictimai rəyi çaşdırmaqla, hansısa qurumun, qruplaşmanın və ya fərdin «öz həqiqətlərini» cəmiyyətə sırımaqla məşğuluq. Beləcə, medianı məlumatlandırma vasitəsi olmaqdan məhrum edir, onu sovet dövlətlərinin manipulyasiya-yönləndirmə aləti kimi qoruyub saxlayırıq. Azərbaycan mediası üçün simfoniya yox, kokofoniya səciyyəvidir. Belə bir «səs pozuqluğu və gurultu» isə, təbii ki, auditoriyanın mediaya inamını yüksəltməyə xidmət etmir.



Başqa aldanışlar sırasında “həmkarlar birliyi utopiyadır, b. şəraitdə mümkün deyil”; “antidempinq gələcəyin işidir”; “yaşasın nəcib niyyətli oliqarx!” və ya “pulun mənşəyi yox, nəyə xərclənməsi önəmlidir!”; “mətbəə-satış məsələsi gələcəyin işidir” və s. sayaq çox yayılmış fikirləri də sadalaya bilərik.

Sözügedən aldanışlar fonunda, təbii ki, bəlli uğurları da unuda bilmərik. Məsələn:

- Müxtəlif jurnalist qurumları yarandı;
- media qanunvericiliyi gündəmə gəldi;
- azad və müstəqil medianın önəmi barədə cəmiyyətə mesaj verildi (Media Hüququ İnstitutunun fəaliyyətini yada salaq);
- az-çox demokratik media qanunvericiliyi yarandı;
- qəzet və dərgilərin qeydiyyat problemi aradan qalxdı;
- cəmiyyətin müxtəlif kəsimlərinin sosial yaşamındakı problemlərlə birbaşa tanışlığa imkan verən və media üçün önəmli xəbər qaynaqlarından biri sayılan press-klublar yarandı;
- Mətbuat Şurası formalaşdırıldı və s.

Azərbaycan mediasının istər sovet dönəmindən miras qalmış, istər indiki, istərsə gələcək problemlərini çözmək üçün ona hansı prizmadan yanaşacağımızı dəqiqləşdirmək lazımdır. Niyə demokratik dəyərlərə, insan hüquq və azadlıqlarına sayqıya, cəmiyyət həyatının şəffaflığına, cəmiyyət üzvlərinin yaxından iştirakına söykənən bir medianın formalaşmasında çətinlik çəkirik? Niyə cəmiyyəti yönəldənlərin açıq və hesabatlı fəaliyyətinə nail olmaq üçün mediadan yararlanma bilmirik? Niyə müstəqil və azad medianın önəmini cəmiyyətin bütün kəsimlərinə anlatmaqda aciz qalırıq?

Demokratik media tarixində az qala müntəxəbat səciyyəli bir misalı xatırlamaqda fayda var: 1942-ci ildə Britaniya



Enciklopediyası redaksiya şurasının toplantısında «Taym» dərgisinin baş redaktoru Henri Lüs Çikaqo universitetinin prezidenti Robert Hatçinsə bir kağız verdi. Bu kağızda Lüsün bir sualı əksini tapmışdı: «mətbuat azadlığı haqqında daha çox məlumatı necə əldə edə bilərəm? Və mətbuat azadlığı prinsipi mənim boynuma hansı yükü qoyur?». Hatçins çiyinlərini çəkəndə, «Taym»ın baş redaktoru növbəti sualı vermişdi: «Siz mətbuatın hüquq və vəzifələriylə məşğul olacaq ekspertlər komissiyası yarada bilərsinizmi?». «Pul tapsanız, düzələr»...Bu, Hatçinsin həmin suala cavabı olmuşdu.

Hərəkətə keçən Hatçins Amerika mətbuatının araşdırılmasına teoloq Reynhold Niburu və o vaxtlar Konqres Kitabxanasının direktoru çalışan şair Arçibald Maklişi cəlb etdi. Hatçinsin sədrlik etdiyi komissiya 3 il boyunca 17 iclas keçirərək Amerika jurnalistikasının axsayan yerlərini xırdalıqlarınadək incələdi və Amerika mətbuatını son dərəcə səthi, sensasiyalara meyilli, zaman-zaman da şərəfsiz mətbuat kimi dəyərləndirdi. Komissiya üzvü, filosof Uilyam Hokinq «xəbərlər xidməti»nə son dərəcə önəm verərək bu xidmətin özəl əllərdən alınmasına hökumətin yardım göstərməsini tövsiyə etmişdi. Hokinq özünün «Don Kixot təklifi» adını qoyduğu bir təklifində demişdi: «azad cəmiyyətdə hər hansı hüququn gerçəkləşdirilməsi bu hüquqa iddia edənlərin vicdan ölçülərindən asılıdır». Teoloq Niburun cavabı da maraqlı olmuşdu: «bu cür məhdudiyətlər Hüquqlara dair Billi məhv edərdi!»..Uzun-uzadı çəkişmələrdən sonra komissiya qərara gəlmişdi ki, hələlik qanuni məhdudiyətlərdən əl çəkərək öz işlərini sahmana salmağı mətbuatın özünə həvalə etsin: «...ancaq gələcəkdə mətbuat öz azadlığını yalnız cəmiyyət qarşısında daşdığı məsuliyyətlə uzlaşdırdığı halda qoruyub saxlaya bilər». Azərbaycan mediasının da istər keçmiş, istərsə gələcək problemlərinin çözülməsinə bu prizmadan yanaşmaq yeganə düzgün yol olardı. Başqa sözlə, qanunlar media azadlığını bəyan



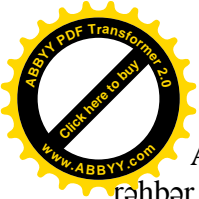
...dır, amma bu azadlığın gerçəyə çevrilməsi peşəkarların ö...
məxrəcə gəlməsindən – davranış mədəniyyətindən, cəmiyyətdə
mediaya inamin yaranıb qorunmasından, hökumətlərin yersiz
müdaxilələrinin qarşısının alınmasından keçir. Başqa yol
tapılmayıb. Bəlkə də ona görə ki, başqa yol yoxdur.

Rəhbər qaydalar niyə önəmlidir?

ATƏT-in sifarişi ilə İTV-nin təlim tələbatının təhlilinə həsr edilən və Riçard Lukas, Maykl Rendall və Azər Xəlilovdan ibarət tədqiqat qrupunun gerçəkləşdirdiyi araşdırmada (2006-cı ilin noyabrında həyata keçirilib) redaksiya siyasətinə dair önəmli məqamlar vurğulanıb.

Sözgedən araşdırmada İTV-nin redaksiya siyasətini müəyyənləşdirən və jurnalistlərin öz praktik fəaliyyətlərində əsas götürəcəyi rəhbər prinsiplərin hazırlanması da tövsiyə olunur. Həmin Rəhbər Qaydaların əhatə dairəsi də göstərilib:

- Dəqiqlik, Qərəzsizlik və Fikir Müxtəlifliyi
- Ədalət, İştirakçılar və Razılıq
- Özəl yaşamın qorunması;
- Cinayət və antisosial davranış;
- Uşaqlar;
- Siyasət və Dövlət Siyasəti
- Müşadibə, Terrorçuluq və Fövqəladə hallar
- Din
- Redaksiya Vəhdəti və Müstəqillik
- Auditoriya ehtiyacları
- Media Hüququ
- Cavabdehlik



Araşdırmada daha sonra vurğulanır ki: «Redaksiya heyəti Rəhbər qaydalara istinad edirlər və bu, yayımçının əsas dəyərlərinin ictimai bəyanatıdır. Bizə bir neçə dəfə bildirmişdilər ki, İctimai TV və Radio Yayımı haqqında Qanun bunu əvəz edir. Lakin həmin Qanun, sadəcə, İTV-nin prinsiplərinin səthi təqdimatıdır. Nəticə etibarilə, təklif etdiyimiz sənəd jurnalistin peşə dilemması ilə üzləşdiyi və redaksiya qərarının şübhə doğurduğu bütün hallarda, ilk növbədə, müraciət edilə biləcək praktik vəsaitdir».

Qeyd edilməlidir ki, Rəhbər Qaydaların olmaması İTV-nin monitorinqini aparan hər hansı qrupa, istər-istəməz, ciddi maneələr yaradır. Yuxarıda sadalanan məsələlərin xırdalıqlarımacan açıldığı Rəhbər Qaydalar, şübhəsiz ki, çox faydalı monitor anketlərinin hazırlanmasına, İTV-nin spesifik özəlliklərinin aydınlaşdırılmasına yol açardı. Təəssüf ki, belə Qaydalar, hələ müəyyənləşdirilməyib. Bunun necə acı nəticələr törədə biləcəyini xatırlatmağa da lüzum yoxdur. Yeri gəlmişkən, İntenyus-Azərbaycan təşkilatı hələ 1998-ci ildə məhz ictimai yayım təcrübəsinə əsaslanan (ABŞ təcrübəsi əsas götürülüb) çox dəyərli 2 kitabın tərcüməsini gerçəkləşdirib: 1. Teleradio verilişləri hazırlamağın etik meyarları; 2. TV-də yaradıcılığın menecmenti. Adıçəkilən kitablarda məhz Rəhbər Qaydalara aid çoxsaylı misallar da əksini tapıb. Bu baxımdan ictimai yayım əməkdaşlarının əldə rəhbər tutacağı bəzi universal qaydaları diqqətə yetirək.

Təhlil və şərhlərlə bağlı qaydalar:

- Xəbər icmalçılarının vəzifəsi və borcu xəbərləri yiyələndikləri və ya sözügedən təşkilatın öz xəbər qaynaqlarından onlara verilən ümumi və ayrıca bilgilər əsasında açıqlamaq və yozmaqdır;
- Onlar hər 2 tərəfin faktlarını bildirməli, bəlli məlumatları araşdırmaqla ziddiyyətləri göstərməlidirlər;



- Adamların təkcə bilməsi yox, anlaması önəmlidir və onların vəzifəsi auditoriyanın əvəzinə əqli nəticə çıxarmaq deyil, həmin auditoriyanın anlamasına, ölçüb-biçməsinə və mühakimə yürütməsinə yardımçı olmaqdır;
- Xəbər icmalçısının funksiyası hər hansı konkret predmet barədə faktları bəlli şaydada yerbəyer etmək və özünün ümumi və ayrıca bilgilərinə söykənərək, bu faktları dinləyicilərini inandıracaq yox, məlumatlandıracaq şəkildə onlara çatdırmaqdır;
- Mübahisəli məsələlərdən söhbət gedərkən, xəbər icmalçısının hansı tərəfi dəstəklədiyi bilinməməli və bu barədə hər hansı rəy yaranmamalıdır;
- Xəbər proqramı aparıcısı və ya icmalçısının balans üçün iradə göstərməsi və niyyətli olması mühüü şərtidir;
- Xəbər proqramı aparıcısı və ya icmalçısının vəzifəsi öz mövqeyini daha yaxşı müəyyənləşdirməkdən ötrü seyrçi və dinləyicilərə faktları bilmək və bu faktları diqqətlə dəyərləndirmək imkanı yaratmaqdır;
- Xəbərlərin təhlilini materialın subyektiv ifadəsindən ayıran xətti tapmaq çətin olduğundan, yəni bu zaman yaxşı təhlil hesabına nəticəyə varıldığından materialın subyektiv ifadəsi aldanışı yaranır. Belə durumlarda icmalçı xəbəri hansı sözlərlə çatdırmağa ayrıca diqqət yetirməlidir ki, söhbətin subyektiv ifadədən getmədiyinə zərrəcə şübhə qalmasın;
- Redaktor baxışının bildirildiyi proqramları analitik proqramlardan fərqləndirən cizgilərə misal kimi redaktor proqramlarının bəlli davranış xəttini



tövsiyə etməsini, normativ mühakimə yürütməsini, yaxud şəxsən üstün saydığı yolları açıqlamasını göstərmək olar. Analitik proqramlar olayların önmünü interpretasiya edir, «hadisəyə nə səbəb oldu və hansı nəticələr doğa bilər» qəbilindən sualları cavablamağa çalışır.

Nümayiş, qiyam və digər vətəndaş nizamsızlığı şəraitində davranış qaydaları

- Mövqeyini yayıb məşhurlaşmağa can atan ayrı-ayrı şəxs və ya insan qruplarının TV-dən sui-istifadəsinə və bütövlükdə medianın olaylara müdaxilədə suçlanmasına yol açmamaq üçün jurnalist iştirakçı deyil, reportyor keyfiyyətində və şəraitin imkan verdiyi qədər gözəçarpmadan və özünü sırımada davranmağa borcludur;
- Yalnız o vaxt işıqdan istifadə edin ki, reportajın mühüm yönlerini göstərmək son dərəcə vacib olsun. İşıq qurğuları təhlükəli, yaxud potensial olaraq təhlükəli nizamsızlığı qızıdıraraq onun davam etməsi və ya artması təsəvvürünü yaradırsa, söndürülməlidir;
- Bacardığınız qədər səssiz çalışın, bir-birinizlə mümkün qədər az danışın;
- Qarışıqlıq yarananların söz və ya fiziki təhqirlərinə baxmadan şərh və davranışınızdakı təkmininizi qoruyun. Tərəfsiz və qərəzsiz olduğunuzu göstərin;
- Araqarışan yerlərə avadanlıq və çalışma heyətini daşıyarkən, imkan daxilində, tanınma nişanları olmayan avtomobillərdən yararlanın;
- Polisin bütün göstərişlərinə tabe olun, ancaq fikrinizcə, xəbərlərlə manipulyasiya etmək və ya onların üstündən sükutla ötmək məqsədi güdən hər hansı göstəriş barədə



dərhal Baş direktora və ya onun birinci müavininə məlumat verin;

- Duyğulara deyil, faktlara dayanaraq qarışıqlıqlardan bəhs edin;
- Durumun ciddilik dərəcəsi, ziyanın ölçüsü, eləcə də iştirakçıların sayı və ovqatı diqqət və təmkinlə qiymətləndirilməyincə, nizamsızlıqlar haqqında reportaja başlamayın;
- Qızırdırıcı sözlərdən (məsələn, «gözüqızmış izdiham» və ya «vəhşi polislər») qətiyyənlə istifadə etməyin;
- Faktları olduğu kimi çatdırın. Məsələn, bütövlükdə 3 min tələbənin yaşadığı tələbə şəhərində 100 tələbənin nümayişi barədə xəbər verilsə, həmin xəbərə hər iki rəqəmi daxil edin;
- İştirakçıların kimliyini, onlara dair bilgiləri, eləcə də nizamsızlıqdan əvvəl olan və bu nizamsızlıqları doğuran problem və şəraiti maksimum tez, həm də dolğun şəkildə çatdırmaq hesabına reportajın kontekstini təmin edin;
- İştirakçıların və ya onların tərəfdarlarının bəyanatlarını bunlarla ziddiyyət təşkil edən və digər məsul qaynaqlardan gələn bəyanatlarla (əgər varsa) kompensasiya edin;
- Reportajla açıq-aşkar və əslində bağlı deyilsə, nizamsızlıqların, yaxud qaynar nöqtələrin dəqiq yerini bildirməyin;
- Can güvənliyinizi qoruyun və bu alternativləri həmişə düşünün: reportajı davam etdirməyə dəyər, yoxsa nisbətən güvənli yerə keçmək lazımdır? Bəlkə olay yerini tərk etmək lazımdır? Buna özünüz qərar verin.



Jurnalist araşdırması aparan ictimai yayım əməkdaşları üçün rəhbər qaydalar

- Jurnalist araşdırmasında cinayət əməlləri, hüquq pozuntuları və ictimai etimaddan sui-istifadə halları əksini tapdığından belə araşdırmalar üçün bütün mümkün problemləri çözəcək və mümkün sualların hamısını cavablandırma biləcək konkret meyarları düzüb-qoşmaq çətindir. Bu üzədən İTV-nin apardığı jurnalist araşdırmaları İTV Baş Direktorunun ümumi müşahidə və nəzarətiylə gerçəkləşdirilməlidir. Baş Direktor hər bir araşdırmanın ictimai yayım meyarlarına və İTV-nin Rəhbər Qaydalarına uyğun gerçəkləşdirilməsinə təminat verəcək addımlar atmalıdır;
- Araşdırma zamanı potensial cinayətə dair İTV-nin aldığı informasiyanın dövlət hakimiyyət orqanlarına verilib-verilməməsi ayrıca götürülən hər bir halda diqqətə yetirilən faktlardan asılı olmalıdır (hüquq şöbəsiylə məsləhətləşmələrdən sonra). Elə hallar var ki, bənzər bilgilərin çatdırılması məcburi deyil (məsələn, rəsmi şəxslərin törətdiyi vəzifə cinayəti faktlarının jurnalist araşdırması və onun nəticələri barədə həmin şəxslərin özünə məlumat vermək mənasız və işi heçə endirmək deməkdir). Digər tərəfdən hər hansı şəxsə, o şəxsin mülkiyyətinə qarşı mümkün cinayət qorxusu varsa (tutalım, qəsdən yanğın törətmək, zorlamaq, adam öldürmək, qiyam), bu barədə məlumat uyğun vəzifəli şəxslərə vaxtında çatdırılmalıdır;
- Vətəndaş, yaxud təşkilatlara müsahibə və ya reportaj haqqında xahişlə üz tutarkən onları çaşdırıb aldatmaqdan qaçmaq lazımdır. Yanıldıb aldatmaq heç vaxt vacib deyil, çünki reportyor və prodüserlərin səmimi olması məqsədə çatmağa daha yaxşı imkanlar açır. Düzdür, tək-tək hallarda reportyor və ya prodüser öz kimliyini gizlətməyə, önəmli materialı hazırlamaq mümkünsüzdür. Ancaq bu hal istisna



sayılmalı və buna yalnız o zaman icazə verilməlidir. Həmin üsula əl atmağa tutarlı əsas var və cəzalandırılmalı fəaliyyət barədə ictimaiyyəti məlumatlandırmağın başqa yolu yoxdur;

- Hüquqhünaslar yalnız məsləhət verə və heç bir halda olayların işıqlandırılmasına qarışa bilməzlər;
- İctimai yayım əməkdaşları məlumat toplama dövründə potensial cinayətin üstünü açmaq üçün bilərəkdən cinayət fəaliyyətinə qatıla, eləcə də hər hansı şəxsi qızıqdırmaqla onu cinayət törətməyə meylləndirə bilməzlər. Ancaq hər bir konkret halda bu mütləq qaydadan istisnalar da mümkündür. Bəzən jurnalist araşdırması texniki baxımdan cinayət məəcəlləsini pozma əməllərini ehtiva edə bilər (məsələn, kimsə odlu silah alı r və ya onu ələ keçirirsə). Belə «hüquqpozmalar»ın məqsədi yasaq şeylərə asanlıqla yiyələnmək hallarının üzə çıxarılmasıdır, ancaq bu istisna əməllər də gərəyincə götür-qoy edilməlidir ki, araşdırma komandası öz əməlinə görə cinayət məsuliyyəti daşıyıb-daşmayacağını anlasın.

Etiraz doğuran materialın göstərilmə qaydaları

- Auditoriyanın önəmli qismi üçün təhqiramiz sayıla biləcək hər hansı epizodun verilişə daxil edilib-edilməməsi TV-yə daxil olan konkret faktların diqqətlə araşdırılmasından asılıdır. Bu zaman məsələyə çağdaş ictimai standartlar, xəbərlərin və məsuliyyətin ümumi dəyərləndirmə standartları yönündə yanaşmaq lazımdır;
- Olayların təsviri zamanı təhqiramiz ifadələrdən istifadə olunursa, həmin ifadələrin verilişə daxil edilməsi olayın xarakterindən və bu olayın tam detallı çatdırılmasının önəmindən asılıdır. Yəni səslənmiş təhqiramiz ifadənin çatdırılmaması ictimai baxımdan son dərəcə önəmli olayın



xarakterini və mahiyyətini təhrif edəcəksə, sözügedən ifadənin efirə verilməsi barədə düşünmək olar;

- Hər hansı olay və ya mövzuya dair (ictimai yayımçının etmədiyi) açıqlamalarda təhqiramiz ifadələr varsa, həmin açıqlamaların verilişə daxil edilib-edilməməsi bu amillərdən asılıdır:
 - olay və ya mövzunun önəm dərəcəsi; bütövlükdə açıqlamanın (bəyanatın) önəmindən və olay, yaxud mövzuya görə dəyər və məqamından;
 - obyektivlik dərəcəsi. Yəni təhqiramiz ifadələrin bir qisminə yer vermək olar, digərinə yox.
- Öncəki abzasda göstərilən ümumi prinsip ictimai yayım əməkdaşlarının sitat gətirdiyi və digər şəxslərin bəyanatlarında olan təhqiramiz ifadələrə də şamil edilir. Yeganə istisna odur ki, bu halda ifadələrin dəyər və önəmi baxımından qat-qat ciddi meyarlar və «obyektivliyə» görə daha sərt ölçülər tətbiq olunacaq.

Fikrimizcə, ictimai yayım əməkdaşları üçün Rəhbər Qaydaların hazırlanması çox vacibdir, çünki bu zaman həm etik, həm də peşə incəlikləri daha aydın təsəvvür edilir və ən başlıcası, mübahisəli hallarda suğun kimdə olması daha tez və daha ədalətli şəkildə üzə çıxarılır.



İctimai yayımlara peşəkarlığın artırılmasını hədəfləyən tövsiyələr

ATƏT-in sifarişi ilə İTV-nin təlim tələbatının təhlilinə həsr edilən və Riçard Lukas, Maykl Rendall və Azər Xəlilovdan ibarət tədqiqat qrupu bəzi tələblərə də yer ayırıb. Bütövləkdə TV və o cümlədən ictimai yayım təcrübəsindən doğan həmin tələblərin ümumi mənzərəsi belədir:

- Xəbərlər və informasiya dəqiq olmalıdır. Faktlar yoxlanmalı, yeganə mənbələrə ehtiyatla yanaşılmalı, dolayı yolla alınan informasiyaya nisbətən birbaşa mənbədən alınan informasiyaya üstünlük verilməlidir;
- Mənbə nə dərəcədə rəsmi olursa-olsun, jurnalistlər onlara deyilənlərə inamsız yanaşmalı və deyilən hər şeyi dəyərli saymamalı və ya onların həqiqət olduğunu güman etməməlidirlər;
- Xəbərlər bülleteninə daxil edilmək üçün materiallar seçilərkən xəbərlərin dəyərliliyi yeganə əsas olmalı və onlar ardıcıl qaydada yerləşdirilməlidir;
- Xəbərləri təqdim edən müxbirlər və ictimai məsələlərə dair proqramları təqdim edənlər öz şəxsi baxışlarını təqdim etməkdən çəkinməlidirlər;
- Mübahisəli məsələlər işıqlandırılarkən həmin məsələyə dair bütün fərqli baxışlara lazımi diqqət yetirilməlidir. İctimai məsələlərə dair proqramların iştirakçıları elə seçilməlidir ki, müvafiq rəylərin əsas çalarlarını təqdim etmək mümkün olsun. Bu, sadəcə, hökumətlə müxalifət arasında balans yaratmaqdan daha geniş bir tələbdir.
- İctimai məsələlərə dair proqramların aparıcıları hər hansı bir rəyə tərəfdar çıxmamalı və ya studiyadakı bir qonaqla digər qonağa nisbətən daha üstün rəftar etməməlidirlər;
- Verilişlərdə plüralizm və fikri ifadə etmək azadlığı həvəsləndirilməli, mümkün qədər çoxlu rəylərə, maraq



qruplarına və vətəndaş cəmiyyəti təşkilatlarına geniş y
verilməlidir;

- İctimai yayımçı qərəzsizliyin və balanslılığın zəruri qayda olduğunu bütün jurnalistlərin və veriliş hazırlayanların başa düşməsinə imkan verən bütün prosesləri təmin etməlidirlər.

YADDAŞ: MÜSAHİBƏ ALMAĞIN 10 QAYDASI

1. Öncədən öz müsahibiniz haqqında bilgilər toplayın. Anlayışlı, məlumatlı və maraqlanmış insan təəssüratı bağışlayın.
2. Bilikli olun, ancaq özünüzü çox göstərməyin. Fikrinizi müsahibə götürdüyünüz insanda təəssürat oymatmaqda deyil, nəticədə cəmləşdirin.
3. Müsahibəni söhbət xarakterli edin- yazılı suallarınıza əsaslanmayın.
4. Suallarınız qısa olsun. Qoyun cavablar uzun olsun.
5. Növbəti sualınızı verməmişdən əvvəl cavabı dinləyin.
6. Əgər müsahib sualı qulaqardına vurursa, dərhal sualı təkrarlayın.
7. Müsahibin danışmasına imkan verin, onun sözünü kəsməyin.
8. Nə vaxt sözü kəsmək lazım olduğunu bilin.
9. Sükutdan istifadə edin: sualınızı verin, cavabınızı alın, sonra gözləyin.
10. İnsan ləyaqətinə hörmət edin. Faciəvi və ya duyğulu hallarda «ailə standartı»dan istifadə edin: siz öz ailə üzvünüə həmin sualı verərdinizmi, onu yayımlayardınızmi?



“Jurnalistlər dünyanı dəyişdirməyə can atmamalıdırka.

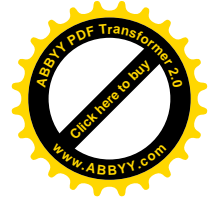
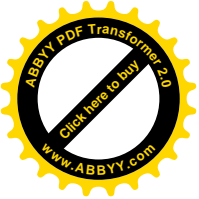
Amerika Birləşmiş Ştatlarının Ayova ştatındakı Eyms şəhərində çıxan və kiçik, ancaq çox nüfuzlu *Deyli Tribün* (Daily Tribune) qəzetinin keçmiş baş redaktoru və həmsahiblərindən biri Maykl Q. Qartnerin fikridir. – **Dünyanı dəyişmək istəyirsinizsə, ana olun, müəllim, ya da siyasətçi olun, çünki jurnalistin işi araşdırmaq, açıqlamaq, dünyanı göstərməkdir».**

Sovet sistemindən qalma bir fikir var ki, xalq demokratiya üçün yetişməyib. Hakimiyyətin fikrincə, adamları o tərbiyə etməli və o maarifləndirməlidir. Sovetlər dönəmində qəzetlər məhz bu işləri görürdü.

Görəsən, özlərini başqalarını arxalarınca aparacaq qədər səriştəli saymağa jurnalistləri nə məcbur edir? Millətin uyğun demokratiya səviyyəsinə yüksəlib-yüksəlmədiyini kim müəyyənləşdirir? Bu qərar hansı meyarlar əsasında veriləcək? Və ən önəmlisi: oxucuların sağlam əqli nəticə çıxarmaq qabiliyyətinə inanmayan jurnalistlərə cəmiyyət necə güvənəcək? Elə, özü-özlüyündə, həmin suallar mətbuatın roluna Lenin yanaşmasının keçid demokratiyası cəmiyyətlərinə qəbul etdirilməsi cəhdlərinə əsaslı şübhə oyatdırmı?

«jurnalistlik işçidən həqiqəti açıb-göstərməyi tələb edən yeganə peşədir».

Oxucuların qəzetə inamı sahibkarın üstün saydığı dəyərlər siyahısına düşməyibsə, o, qol çəkdiyi istənilən öhdəliyini poza bilər. Bunu ona heç kim qadağan edə bilməz. Qəzetin sahibi özünə sərf etməyən baş redaktordan üzürlülmək istərsə, uf demədən heç bir məsrəfə baxmaz; əmək müqaviləsinin dayandırılmasına görə birdəfəlik vəsaiti də verir, potensial məhkəmə xərclərini də, hələ lap qəzetin işgüzar nüfuzunun azalması ilə bağlı dolaylı məsrəfləri də ödəyər.



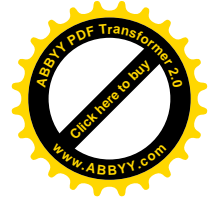
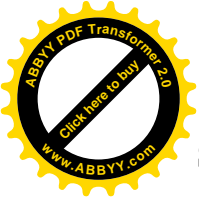
Jurnalist etikasından nə ummağa dəyər?

Və ya hansı səbəbdən “mələklər hələ də pozula və iblislər əvvəlki tək artıb-çoxala bilər”

Azərbaycanda jurnalist etikasını problemi 2000-ci ildən bəri aktuallaşmağa, ictimai müzakirə predmetinə çevrilməyə başlayıb. Peşə davranış şərtlərinin önəmi, mediaya inam dərəcəsinə jurnalist etikasının təsiri məhz həmin dövrdən diqqət mərkəzində saxlanılır (və ya buna cəhd edilir). Əslində qalsa, irəlində olan Qərb ölkələrində də peşə etikasının incəlikləri bütövlükdə MassMedianın bəlli inkişaf dönməindən sonra ayrıca araşdırılıb. Müsəl üçün, ABŞ təcrübəsinə göz atsaq, görürük ki, etik normalara və mətbuatın “peşəkarlaşma” zərurətinə dair kitablar XX əsrin ilk rübündə çıxmağa başlayıb. Amerikalı araşdırıcılar həmin dövəndə bu sualların aktuallığını vurğulayırlar:

- Mətbuat azadlığı mətbuat sahiblərinin hüququ, yoxsa oxucuların bilmək hüququ kimi tanınmalıdır?
- Jurnalistin peşəkarlığı hansı sosial və əxlaqi vəzifələrin gerçəkləşdirilməsini nəzərdə tutur?
- Etika kodeksində hansı şərtlər əksini tapmalıdır?
- Bu Kodeks hüquqi sanksiyalarla təmin olunmalıdırmi?
- Kodekslər daha çox ictimai tənqidin medianı yayındırılmasına xidmət edən faydalı alət, yoxsa medianın ictimai maraqlara uyğun fəaliyyətini sübut edən orijinal mexanizmdir?

ASNE-nin (Amerika Qəzet Redaktorları Cəmiyyətinin) “Prinsiplər Bəyanatının iki əsas təbliğətçisi... bu prinsiplərin yararsızlıqları aradan çıxaran mexanizm kimi istifadəsinə, ya da onlara yalnız jurnalistlərin can atdığı idiallar qrupu kimi baxılmasına razı olmamışdılar” (1; səh.487-488).



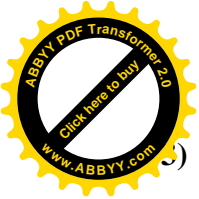
Söhbət hansı mediadan gedir?

Azərbaycan demokratiya yolu ilə irəliləmək və vətəndaş cəmiyyəti qurmaq istədiyini dünya birliyinə açıqlayıb. Başqa sözlə, müstəqil hakimiyyət qollarını (İcra+Qanunverici+Məhkəmə hakimiyyətləri) 1-dən 3-dək sadalayan və müstəqilliyə can atan jurnalistlər özlərinə də bütün dünyada dəbdə olan “4-cü hakimiyyət” ayamasını qoşublar.

Sovet dönəmindənqalma “KİV” abbreviaturunu da tədricən MassMedia termini ilə əvəzləyir və “pul” və ya “hədiyyə” məsələsinə çatanda nədənsə “media” sözünün lüğəti və terminoloji mənalərini unuduruq. “Media” deyərkən “ara”, “araçı” anlaylarını göz önünə ala bilərik. Elə isə sual olunur: mediada, yəni “ara”da çalışan bizlər kimlə (nə ilə) kimin (nəyin) arasındayıq və “araçı”lığımızın hədəfi nədir?

Beləcə, mətləbin üstünə gəldik. Yəni, medianı necə anlayırsansa, ona uyğun davranış normalarını da həmin anlayış tərzini diqtə edəcək. Başqa sözlə, “media” anlayışına hansı tərfi verirənsə, buna uyğun peşə-davranış biçimlərini formalaşdırırsan. Deməli, istər-istəməz, “söhbət hansı mediadan və ya hansı medianın davranış şərtlərindən gedir?” sualı aktualıq qazanır. Bu üzdən medianın varlığından bəri mövcud nəzəriyyələrə qısaca göz ataq:

- 1) **Sovet kommunist konsepsiyası.** Hökumət həm xəbərlərə göz qoyur, həm də onları istehsal edir. Başqa deyimlə, informasiyanın mediada yayılmasının son məqsədi – insanların şüur və əməllərinə təsir göstərməkdir.
- 2) **Avtoritar konsepsiya.** Güclü hakimiyyət senzura və ya artıq dərc edilmiş materiallara görə cəza vermək yolu ilə mətbuat üzərində nəzarəti həyata keçirir.



5) **Libertarian konsepsiya.** Belə güman edilir ki, azad bazar da olan rəngarəng informasiyanı müstəqil və ağlabatan şəkildə seçmək imkanını maariflənmiş cəmiyyətin özünə vermək lazımdır.

4) **Sosial məsuliyyət konsepsiyası.** Mətbuatın cəmiyyət qarşısında bəlli öhdəlikləri olduğundan, həmin öhdəliklərə saymaz yanaşdığı hallarda mütləq cavab verməlidir.

5) **İnqilabi konsepsiya.** Bu konsepsiyanın mahiyyətini totalitar rejimlərdə çıxan gizli və əldəçap nəşrlər açıqlayır. Belə qəzetlərin hamısının məlum siyasi proqramı var. Məsələn üçün: “Hümmət”, “Açıq söz” və bənzər qəzetlər.

6) **İrəlilətmə konsepsiyası.** Mətbuata iqtisadi inkişaf aləti və milli şüuru formalaşdıran vasitə kimi baxılır. Kütləvi informasiya vasitələrinin inkişaf məqsədlərinə təbii etdirilməsi çox vaxt mərkəzi hakimiyyətin onların fəaliyyətini incə avtokratik tənzimləmə forması kimi nəzərdə tutulur.

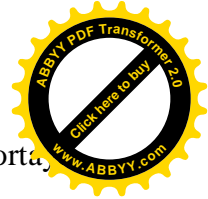
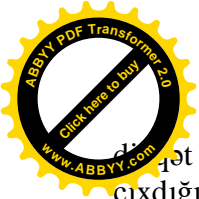
7) **Demokratik sosialist konsepsiyası.** Plüralizm zərurəti etiraf olunur, ancaq xalqın maraqlarını qorumaq naminə dövlətin müdaxiləsinə yol verilir. Bu konsepsiya dünyanın bir çox bölgələrində çox vaxt dövlət mülkiyyəti olan elektron informasiya vasitələrində tətbiq edilir.

Sovet kommunist konsepsiyasının, avtoritar və libertarian konsepsiyaların, eləcə də sosial məsuliyyət nəzəriyyəsinin tərifini ilk dəfə 1956-cı ildə Frederik Zibert, Teodor Piterson və Uilbur Şramm veriblər. 1981-ci ildə Uilyam Qahten həmin anlayışların siyahısına inqilabi və irəlilətmə modellərini də əlavə edib. Üstəlik, Qahten libertarian konsepsiya ilə sosial məsuliyyət nəzəriyyəsini



«qərb modeli» adı altında birləşdirib. Demokratik sosial nəzəriyyəsinə isə 1980-ci ilin ortalarında Robert Pikard açıqlayıb. Onun fikrincə, libertarian konsepsiyayı və sosial məsuliyyət nəzəriyyəsinə özündə birləşdirən Qahten modeli, yəni qərb modeli demokratik sosialist modelini də əhatə etməlidir.

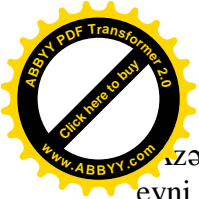
1956-cı ildə gündəmə gələn ilk 4 konsepsiyanın müəlliflərindən biri - Amerikalı professor Teodor Piterson “Mətbuatın 4 nəzəriyyəsi” kitabında ictimai məsuliyyəti ABŞ üçün əhəmiyyətli sayılan libertarian baxışlara alternativ sayır: “Mətbuat azadlığını Amerika cəmiyyətində xüsusi üstün mövqeyi olan KİV-in öhdəsinə düşən konkret vəzifələrdən təcrid olunmuş şəkildə təəsvir etmək mümkün deyil” (2; səh. 13). Con Milton, Con Erskin, Tomas Cefferson və Con Stüart Mill kimi filosofların fikirləri əsasında formalaşan libertarian nəzəriyyəsinə görə, həqiqəti müstəqil axtarmaq və hökumətin fəaliyyətini nəzarətdə saxlamaq üçün media özəl mülkiyyət formasında yaradılmalı və hökumətin müdaxiləsindən maksimum azad olmalıdır. Belə medianın məsuliyyətli və ya məsuliyyətsiz olması önəm daşımır və “burada qorxulu heç bir şey yoxdur, çünki oxucular və tamaşaçılar kifayət qədər ağıllıdırlar və yaxşını pisdən ayırmaq iqtidarındadırlar. Belə baxışlar azad ideya bazarının yaranmasına, məhdudiyət qoyulmadan hamının səsini eşitməyə imkan verir, bu isə həqiqətə çatmağın ən düzgün yoludur” (2; səh. 13). Beləcə, libertarian nəzəriyyə üçün çox önəmli “Mətbuat mütləq insan azadlığından savayı heç nə ilə hesablaşmamalıdır” nəticəsinə varırıq. Çox cəzbedici və özəlliklə ABŞ mətbuat təcrübəsini göz önünə gətirəndə parlaq örnəklərlə dolu bir nəzəriyyədən söhbət gedir. Bəs nə baş verdi ki, adı universitetlərdən birinin, bizim anlamla desək, jurnalistika fakültəsinin dekanı olmuş bir şəxs – professor Piterson mətbuata libertarian baxışların artıq geridə qaldığına və “Mətbuat mütləq insan azadlığından savayı heç nə ilə hesablaşmamalıdır” fikrini yürüdənlərin sayca get-gedə azalmasına



...t çəkir. O, belə hesab edir(di) ki, yeni gerçəklər orta
çıxdığından:

- kino, radio və TV yarandığından;
- KİV (MassMedia) bir qrup mülkiyyətçinin əlində cəmləşdiyindən;
- maarifçiliyin əsas ideyalarına inamsızlığı körükləyən yeni intellektual mühit formalaşdığından;
- həyat tərzı kökündən dəyişdiyindən;
- mətbuata savadlı, prinsipial adamların gəlişi ilə bütövlükdə Amerika biznesinə xas olan ictimai məsuliyyət prinsipinin xəbər sənayesinə də tətbiqindən və bunun nəticəsi kimi jurnalistikada peşəkarlıq ideologiyası inkişaf etdiyindən ictimai məsuliyyət daha böyük önəm qazanıb.

Pitersonun 1956-cı ildə yazdıqları indiki dövr üçün daha keçərli sayıla bilər, çünki elmi-texniki tərəqqi -- İnternetin meydana gəlməsi, rəqəmli texnologiyanın inkişafı və s. amillər MassMedia üçün tam fərqli mühit yaradıb. Maraqlıdır ki, ictimai məsuliyyət nəzəriyyəsini formalaşdıran Piterson konkret etik qaydalar müəyyənləşdirməyə can atmayıb və öz baxışlarını, sadəcə, “mətbuat azadlığı haqqında fikirlərə mühüm istiqamət verən nəzəriyyə” adlandırıb. 1981-ci ildə jurnalist və media araşdırıcısı Yucin Qudvinə müsahibəsində Piterson bildirmişdi ki, “Mətbuatın 4 nəzəriyyəsi” kitabının ictimai məsuliyyətə aid bölməsində o, heç bir konkret müddəanın müdafiəsində dayanmayıb, amma nədənsə, sonradan onu ən çox elə bu məsələyə görə tənqid ediblər: “bunun səbəbi ondadır ki, həmin bölmə Amerika universitetləri jurnalistika fakültələrinin tədris proqramlarına güclü təsir göstərüb və jurnalistlərin peşə etikasının formalaşması prosesini sürətləndirib” (2; səh. 14). Və sonra müsahibənin ən maraqlı məqamı gəlir. Piterson təəssüflənir ki: “bu minvalla yaranmış etikanın fəlsəfi bazası hələ ki yoxdur”. Görünür, media bilicisinin bu qənaətini hələ uzun müddət doğru saymalıyıq. Məsələ ondadır ki, hətta



Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksi”nə göz atdıqda, eyni zamanda azı 2-3 media nəzəriyyəsinin tələblərinə uyğun qaydalar görəcəyik. Sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi ilə müqayisədə libertarian baxışlar hansı jurnalistə daha canayaxın görünməz ki? Biri var tənqiddə tam sərbəst olasan, biri də var sosial status azaldıqca daha ehtiyatlı davranmağa məhkum ediləsən...Ancaq istənilən halda məsuliyyət yükünü çiyindənən ata bilməzsən.

Müstəqil media məlumatı heç bir təmənnə güdmədən və qərəzsiz şəkildə öz auditoriyasına yetirən vicdanlı araçdır. Belə media öz müstəqilliyini özünün ən qiymətli kommersiya, yaradıcılıq və mənəvi saxlancı sayır. Belə media istənilən anda auditoriyasının bütün üzvlərinə üz tutmaq imkanını saxlamaq üçün öz müstəqilliyinin keşiyini çəkir. Belə media nöqsansız peşəkar davranışları ilə öz müstəqilliyinə dəstək verir və həmin davranış prinsiplərini bütün əməkdaşlarına, eləcə də onları bilmək istəyini dilə gətirən hər hansı adama açıqlayır. Müstəqil media qərar çıxararkən, ayrıca götürülən hər hansı hüquqi və fiziki şəxsin maraqlarını, o sıradan öz maraqlarını əldə rəhbər tutmur.

Jurnalist nə vaxt öz subyektiv baxışlarına yer verə bilər?

Söhbət xəbər reportyorundan gedirsə, yəqin ki, “heç vaxt” cavabını dilimizin ucunda saxlamalıyıq. Üstəlik, qəzətdə, radioda, TV-də və ya İnternet-mediada çalışmağımızdan asılı olmayaraq. Hərçənd, onu da bilməliyik ki, elektron mediada yol verdiyimiz pozuntuların neqativ təsirini heç cür qəzet və ya dərgilərlə müqayisə edə bilmərik. Bu baxımdan çap mediasına bəlli hüdudlarda sərbəstlik saxlana bilər. Məsələn:

- Guşə yazısında (və ya belə yazının sezdirmə abzasında);
- Rəy və baxışlar səhifəsində (“rəhbər qayda”nın müəyyənləşdirilməsi və təbii ki, qəzet və ya dərginin



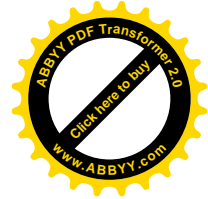
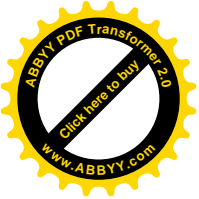
ortaq və öz etik kodekslərinə uyğunluğu, əks və fərdi baxışlara daha geniş yer vermək şərti ilə);

- Oxucunu yönləndirməməklə sözügüdən qəzet və ya dərginin redaksiya materiallarında (belə materiallar bütün cəmiyyəti saran mübahisə və müzakirə zamanı diqqətə yetirilə bilər);
- İctimai önəmli və ya qəzetin (dərginin) nüfuzuna zərbə vuracaq məsələdə adı hallanan konkret əməkdaşa “cavab imkanı” verəndə;
- İdman və incəsənətə dair yazılarda jurnalistin subyektiv fikirləri yer ala bilər.

TV və radio təcrübəsində də -- söhbət məhz jurnalistikadan gedirsə -- bəzi istisnalar mümkündür. Bu istisnalar mütləq “rəhbər qaydalar”da əksini tapmalı və bütün jurnalistlərin diqqətinə yetirilməlidir. Örnək kimi Qərbi ölkələrinin, özəlliklə ABŞ-ın bir çox TV və radiosunda jurnalistin hansı hallarda subyektiv baxışlarını bildirilmək imkanı qazandığına nəzər salmaq:

1. İl sonunda və ya zəruri hallarda icmal səciyyəli xəbər proqramlarında, yaxud xəbərlərdən sonra efirə çıxan özəl müsahibədə;
2. Reportyorların (müxbirlərin) öz biliyi və ixtisaslaşdığı sahə çərçivəsində subyektiv baxışlarını bildirdiyi idman proqramlarında və incəsənətə dair tənqidin olduğu verilişlərdə.

Sözügüdən və “özəl” deyərək diqqətə yetirilən müsahibələrdə reportyorlar şəxsi fikirlərini ictimaiyyətin diqqətinə yetirərkən səslənən mülahizələrin məhz onlara aid olması birmənalı şəkildə sezdirilməlidir.

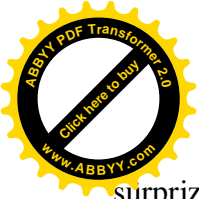


Jurnalistlər soruşur və cavab alırlar

Sual: *Müsaibəyə niyə həmişə hazırlaşmaq lazımdır ki? Axı istənilən halda heç bir jurnalist toxunduğu problemi o işin mütəxəssisindən yaxşı bilməyəcək! Üstəlik, çox vaxt adamları aktual bir sualın cavabı maraqlandırır... Deyək ki, “qışda qar yağması təəccüblü deyilsə, nədən ictimai nəqliyyat qışa hazırlanmayıb?” sayaq sualın verilməsi hansı hazırlıq tələb edir?*
Vüqar Baba, gənc jurnalist.

Cavab: Potensial müsahiblərin çoxunun vaxtı məhduddur. Rəsmi şəxslər jurnalistlərə, adətən, 5-10 dəqiqəlik zaman ayırırlar. Tutaq ki, qışa hazırlıqla bağlı sualı verdiniz onlara və cavabında söylədilər ki, indi ictimai nəqliyyatın işini özəl şirkətlər görür, bu, bizim məsuliyyət sahəmiz deyil. Sonra da müxtəlif bəhanələr gətirəcəklər ki, bəs filan şey almağa pulları çatmır, sürücülərin çoxu qaçqın və köçkünlərdir, onlara qarşı tələbkər olmağın çətinlikləri var, sovet dönməndən qalma şüur və vərdişlər özünü göstərir... Və s. Və i.a. Ancaq jurnalist toxunduğu məsələyə hazırlıqlı gedəndə, uyğun dövlət qurumunun cavabdehlik daşdığı vəzifələri bilir, özəl nəqliyyat şirkətləri ilə razılaşmalardan, onların öhdəliklərindən xəbərdar olur və bu yolla ictimaiyyəti maraqlandıran məqamlara maksimum aydınlıq gətirməyi bacarır. Ən azı buna can atır və cəmiyyətin mediaya inamını azaltmır. Müsaibəyə getməzdən əvvəl hazırlaşmağın önəmi budur.

Haşiyyə: *jurnalist Rüfət Abbasov xatırlayır ki, Bakıya gələn Rusiya müdafiə nazirini aeroportda qarşılayan məhşur, ancaq rus dilini çox zəif bilən telejurnalistlərimizdən biri əcnəbi nazirin qarşısını kəsərək Azərbaycana səfərinin məqsədini öyrənmək üçün bu sualı verdi: “Зачем нуежал?”. Təbii ki, belə sualın qarşılığında rusiyalı nazirdən səfərinin məramı barədə ağızdolusu cavab gözləmək sadəlövhlik olardı.*



Hətta tanıdığınız şəxslə müsahibəyə hazırlaşmamaq sizə a
surprizlər yaşada bilər. 2003-2006-cı illərdə “Röyter” Agentliyinin müxbiri çalışmış Rüşfət Abbasov buna öz təcrübəsindən belə bir misal gətirib: *“Bir dəfə mən çox yaxından tanıdığım adamdan müsahibə almağa gedən zaman hazırlaşmamağı, heç bir sualı yazmamağı qərara almışdım. Düşünürdüm ki, mövzuya dərinədən bələdəm. Sualların bədahətən formalaşacağına əmin idim. Di gəl, elə ikinci sualdan sonra çox pis vəziyyətə düşdüm, nə soruşacağımı bilmədim və vəziyyətdən güc-bəla ilə çıxdım. O vaxtdan bəri bütün müsahibələrə getməzdən öncə ən azı 6-7 sual yazır və mühasibimə söhbət edəcəyimiz mövzuları öncədən bildirirəm”* (Bax: Rüşfət Abbasov. ? (Sual işarəsi), Bakı, 2008, s. 14)

Sual: *Jurnalistlər həmişə seytnotda – darmacalda fəaliyyət göstərirlər. Müsahib haqqında məlumatlı olanda, onunla yaxın əlaqələr yaranır. Yaxın əlaqələrin pis cəhəti odur ki, müsahib (məsələn, hər hansı nazir) sənə ərk edər, “filan şeyi ver, filan şeyi vermə” deyər bilər. Ünlülərsə “ağzından nə çıxırsa”, heç bir ixtisarsız, ictimaiyyətə çatdırılmasını arzulayır və əks halda bir daha sənə müsahibə verməyəcəyini dilə gətirirlər. Etik baxımdan müsahiblə “yaxınlığın” hansı hədləri var ki, ərk durumu yaranmasın? – Rəşad Məmmədov, “Kaspi” qəzetinin əməkdaşı.*

Cavab: Öncə bir incəliyi yadda saxlamaq lazımdır ki, mediaya məlumat verməyə borclu şəxsləri, özəlliklə, dövlət qurumlarının, hökumətin təmsilçilərini digərlərindən fərqləndirmək vacibdir. Məşhur bir konstruktoru müsahibə verməyə razılaşıdırmaq üçün onun tapıntıları barədə maksimum məlumat toplamalısınız ki, həmin şəxsdə sizinlə söhbətə maraq yaransın. Bu, müsahibə zamanı ümumi suallara gedəcək vaxta da qənaət imkanı yaradacaq. Azərbaycan gerçəkliyində yüksək dövlət vəzifələrində çalışanlar da, nə qədər müsahibədən qaçsa və ya sualdan yayınsa, yaxud sizin sualdakı kimi, ərkyana davranışdan yararlanmaq istəsələr də,



Müsahibəyə hazırlıqlı gəlmiş jurnalistlərə maksimum məlumat verməyə çalışırlar. Əks halda...

Haşiyə: Məşhur TV kanalına yeni işə düzəlmiş jurnalist xanım nazir müavinlərindən biri ilə müsahibəyə “zəhmət olmasa, özünüzi təqdim edin” ifadəsilə başlamışdı. Yanına gələn müxbirin onu tanımasından qəzəblənən məmur, vur-tut, bircə sualı cavablandırdıqdan sonra vaxtının olmamasını bəhanə gətirərək müsahibə verməkdən imtina etmişdi.

Sual: *Bir çox mühasiblər sualları öncədən onlara göndərilməsini istəyirlər. Bənzər tələblər jurnalist prinsiplərinə zidd deyil? Müsahibə güzəştə getmək nə dərəcədə doğrudur? Şəxsən mən belə tələb və xahişləri qulaq ardına vururam, çünki sualı qabaqcadan bilmək müsahibə cavabdan yayınmaq imkanı yaradır. Bir də öz qəzəbimi büruzə verə bilərəmmi? – Vüsalə Əliqızı, “Mərkəz” qəzetinin əməkdaşı.*

Cavab: Müsahibin ən azından müsahibənin mövzusunun bilməyə haqqı var və buna görə müsahibə güzəştə getmək, ona bir neçə sualı öncədən göndərmək daha doğru yoldur. Bu, təbii ki, müsahibə zamanı sizin başqa sual vermək imkanınızı əlinizdən almır. Kobudluq etsəniz və ya müsahibəni aqressiv aparsanız, müsahibiniz ya cavab verməkdən boyun qaçıracaq, ya da əks hücuma keçəcək.

Sizə nə lazımdır - öz qəzəbinizi bildirmək, yoxsa verilən suala cavab almaq. Yaxşı nəticə o vaxt olur ki, siz həm inadkarlığınızı qoruyursunuz, həm də sayqı və nəzakətinizi. Bu heç də o demək deyil ki, qəliz suallar verə bilməzsiniz. Sualları inamla, sərt şəkildə, ancaq ifrat duyğulara qapılmadan verin və unutmayın ki, "arvadınızı döyməkdən nə vaxt əl çəkəcəksiniz" qəbilindən qızırdırıcı suallar tamamilə yersizdir.

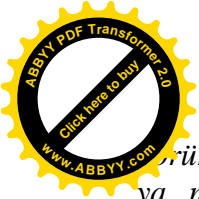
Jurnalistlər unutmasın ki:



onlar müstəntiq deyillər və müsahibin onların sualına cavab verməmək hüququ var;

- kobud, kinayəli və sərt suallardan qaçmaq lazımdır;
- abstrakt, “həyata bir də gəlsəydiniz, yenə bu peşəni seçərdinizmi?” sayaq mənasız və köhnəlmiş suallar da peşəkarlıqdan uzaq təsir bağışlayır;
- bir neçə sualı özündə birləşdirən və mürəkkəb cümlə şəklinə salınan suallar həm müsahibi çaşdırır, həm də anlaşılıqlı olmur;
- cavabı özündə ehtiva edən suallar yersiz sayılır;
- əvvəlki suala cavab almadan növbəti sualı vermək olmaz;
- suallarda xaotikliyə, yəni qarma-qarışıqlığa yer verilməməli, hər bir sual özündən öncəkinin ya davamı, ya da növbəti sualla bağlı olmalıdır;
- sual nə dərəcədə konkretdirsə, cavab da bir o qədər mətləbəyaxın və dolğun olur;
- qeyri-konkret suala cavab olaraq respondent fantaziyaları və eksprompt fikirlər baş alıb gedir;
- cavabı “bəli” və ya “xeyr”lə bitən suallar yararsız sayılır;
- respondentinizlə bağlı cəmiyyətdə olan mövqeyi bölüşmədiyinizi göstərmək üçün sualı –“Rəqiblərinizin (tənqidçilərinizin) fikrincə”- ifadəsi ilə başlamaq lazımdır;
- müsahibə boyunca müsahibinizlə göz bağlantısı qurmaq çox önəmlidir, çünki sual verdiyiniz şəxs ona qulaq asdığınızı hiss etməlidir;
- müsahibinizin cavablarını diktofona yazmaq üçün icazə almaq gərəkdir;
- diktofonla yanaşı, müsahibə zamanı bloknotdan da yararlanın və əsas fikirləri ora qeyd edin.

Sual: *Sağlamlıq və tibb mövzusunda yazarkən, hansı etik incəliklərə əməl etmək vacibdir? Şəxsən mən şıxış yolunu onda*

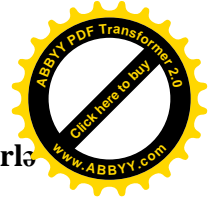
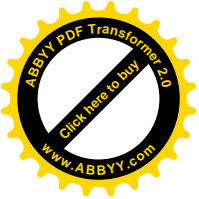


...ürəm ki, bir mütəxəssis tapım və oxucuları maraqlandıracaq (ya maraqlandırma ehtimalı olan) sualları həmin mütəxəssisə ünvanlayım. Belə olanda səhv də onun səhvi sayılar...Düz deyil?— Gültəkin Knyazqızı, “Azadlıq” qəzetinin əməkdaşı.

Cavab: Fikrimizcə, səhvdən sığortalanmağı düşünməyiniz o halda etik davranış sayılar ki, siz özünü dəyil, oxucuları yanlış məlumatdan qoruya bilə və ya buna daim cəhd edəsiniz. İstə-istəməz, ortaya sual çıxacaq: toxunulan mövzuya hansı tibb mütəxəssisini cəlb etmək daha yaxşıdır? Axı yanlış cavabı jurnalistin, yaxud müsahibin söyləməsi medianın məsuliyyətini heçə endirmir. Yenə suallar çıxacaq: niyə başqa mütəxəssislərdən də cavab istəməmişiniz? Niyə toxunulan problemə dair müxtəlif baxışlara yer ayırmamısınız? Eyni xəstəliklə bağlı bir neçə həkimə üz tutarkən, məgər fərqli fikirlər (fərqli müalicə üsulları, hətta fərqli diaqnozlar) eşitmirsiniz? Bu halda yalnız tək mütəxəssisdən cavab almaq – oxucunu bilərəkdən çaşdırmaq, bilərəkdən və ya bilmədən adıçəkilən həkimi reklam etmək mənasına gəlməzmi?

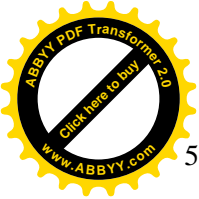
Məsələnin başqa bir tərəfi də var: peşəkar jurnalist çox nadir hallarda ayrıca müsahibədən yararlanır. Siz məqazın dərgisində çalışmırsınız axı. Ciddi media qurumu hər hansı müsahibədən, olsa-olsa, xəbər qaynağı kimi faydalanar. Önəmli bir məqama diqqət çəkmək, problemə anlaşılıqlıq gətirmək, hansısa sitatdan yararlanmaq, balans yaratmaq gərəkəndə, istə-istəməz, kimdənsə müsahibə almaq lazım gəlir. Deməli, tək mütəxəssisi (bunu məqsəd götürməmişinizsə) məlumatın başlıca qaynağına çevirmək, niyyətinizdən asılı olmayaraq, təbliğata xidmət edəcək.

Tibb mövzusunda etik incəliklərə gəlincə, BBC-nin bəzi prinsiplərinin sizə faydalı olacağını düşünürük.



Tibb mövzusunun işıqlandırılmasında Etik incəliklərlə bağlı BBC-nin TÖVSIYƏLƏRİ

1. Tibb mövzularının seçilib-dəyərləndirilməsi və işıqlandırılması ayrıca diqqət tələb edir. Tibbi araşdırmalar heç də ilk baxışdakı təəssürlərə uyğun gəlmir və son dərəcə qəliz sahədir. Bu sahədə bəlli maliyyə maraqları olan və əslində olduğundan daha böyük obyektivlik uman müxtəlif qrupların səsi get-gedə daha ucadan eşidilir.
2. Tibbi araşdırmaların önəminin şişirdilməsi gözgörəsi tələyə çevrilə bilər. Təbabətdə “kəskin irəliləyiş” son dərəcə nadir hadisədir. Əksər hallarda təbabət nəhəng sıçrayışlarla deyil, kiçik addımlarla irəliləyir. Tibb elmləri konsensus yolu ilə varlığını sürdürür, sınaq və yanılmalardan ibarət, yavaş-yavaş gerçəkləşdirilən bir prosesi əks etdirir. Şübhəni varsa, tərəfsiz dildən və faktlardan yararlanın.
3. Hər hansı araşdırmanın önəmini şişirtməkdən çəkinməklə yanaşı, uyğun işləmlərin ağılabatan zaman hədlərini də müəyyənləşdirmək lazımdır. Müalicə üsullarında nəzəri araşdırmalarla əməli tapıntılar arasındakı fərqi dəqiq bildirmək vacibdir. Laboratoriya araşdırmalarını heyvanlar və insan üzərindəki sınaqlardan illərcə zaman ayıra bilər. Klinik sınaqlar müsbət sonuclar verən hallarda da eksperimental müalicə üsullarının hamıdan ötrü ələcatımlı olması çox zaman apara bilər. Əsassız ümidlər oymamaq üçün bu məqamı həmişə yadda saxlamaq lazımdır.
4. Satışa çıxarılan yeni dərmanlara son dərəcə ehtiyatla yanaşmaq gərəkdir. Bəzi istisnalar sayılmasa, təzə dərmanlar heç də köhnələrdən yaxşı olmur. Gerçək irəliləyişlərin əks-sədası, adətən, hələ araşdırma mərhələsində açığa çıxır. Sürəkli istehsalın başlanması, əslində heç də təzə xəbər olmaya bilər.



5. Ən “təhlükəsiz” təbabət tarixçələri “The British Medical Journal”, “The lancet” və “The New England Journal Of Medicine” kimi nüfuzlu və ixtisaslaşmış dərgilərdədir. Bu nəşrlərdə dərc edilən əsas məqalələri tibbin uyğun sahələrinin aparıcı mütəxəssisləri, eləcə də statistika ekspertləri yoxlayırlar. Bütün bunlar sonucların və həmin sonuclar əsasında dəyərləndirmələrin doğru-dürüst olmasına inanmaq üçün edilir. İxtisaslaşdırılmış icmal olmadan araşdırmaların doğru-düzgünlük dərəcəsini qiymətləndirə bilməyəcəyimizdən adıçəkilən dərgilərin birində çap edilməmiş yeni işlərə son dərəcə ehtiyatla yanaşmalıyıq. Nisbətən cayqılı təbiblər, ixtisaslaşdırılmış icmalların önəmini anladıqlarından, məqalələr çıxmadan araşdırmaların necə həticələnməsi barədə danışmağı xoşlamırlar. İxtisaslaşmış dərgilərdə dərc edilməyən açıqlamalarla rastlaşsaq, “bunun səbəbi nədir?” -- deyə öz-özümüə sual verməliyik.
6. Alimlər bəzi məsələlərdə razılığa gəlmir, ancaq əksər mövzularla bağlı əsas ekspertlər arasında konsensus olur. Elm adamlarının belə ortodoksal rəyini, adətən, doğru saymaq mümkündür. Qulağa tez-tez narazıların səsləri dəysə də, belə “yadfikirilərə” ehtiyatla yanaşmaq və onların fikrinin ekspertlərin əsas qismi ilə üst-üstə düşmədiyini yetərinə dəqiq vurğulamaq lazımdır.
7. “The British Medical Journal” və “The lancet” dərgilərinə gələn məktubları bu dərgilərdə çalışan tibb personalı diqqətlə incələyir, ancaq ekspert rəyi yoxdursa, demək, onlara çox ehtiyatla yanaşmaq gərəkdir.
8. Farmasevtika şirkətləri çox vaxt KİV-ə yeni və “təmilləşdirilmiş” müalicə üsullarından söz açmağa can atırlar. Biz belə hallarda özümüzdən soruşmalıyıq ki: “bu haqda ixtisaslaşdırılmış icmal dərgiləri xəbər veribmi?”. Veriblərsə, nə vaxt veriblər? Axı həmin dərgilər də bəzən



köhnə əhvalatları ortaya atır və sadəcə, kommersiya niyyəti reklam vermək istəyirlər. Verməyiblərsə, nədən verməyiblər? Cəhiiyyə elə bir sahədir ki, orada milyonlarla funt sterlinq dövriyyədən söhbət gedir və dərmanların xassələri haqqında reportaj şirkət səhmlərinin dəyərini artırıb-azalda bilər.

9. Cürbəcür kampaniya və aksiyalardan da çəkinin. Belə tədbirlərin arxasında çox vaxt hər hansı məhsulunu “tanıdıb-yaymaq istəyən” dərman istehsalçıları gizlənilir. Yaxşı reputasiyalı həkimlərin həmin tədbirlərə qatılması nə olayın yeniliyinə, nə də təmənnəsiz təqdimatına təminat verir. Kimin kimə və nəyə görə pul ödədiyini yoxlamaq həmişə özünü doğruldur.
10. Hətta xeyriyyə təşkilatları və təzyiqli qruplarının da (lobbilərin) öz hədəf və maraqları var. Onların maliyyələşdirdiyi araşdırmanın önəmini vurğulayan xəbər fonda yeni pullar toplamağa xidmət edə bilər. Deyilənlər doğru olsa da, məlumatın kontekstini dəyişməyə lüzum yarana bilər.
11. Tək-tək hallarda yalnız press-revizlərə və ya xəbər agentliklərinin yozumlarına arxalanmaq olar. Təbabət mövzularında yazan və bu mövzularla məşğul olan hər kəs bəzi təşkilatların faktları pis açıqladığını diqqətdən qaçırmmamalıdır. Qazanılan nəticələri şişirtməyə meyilli olanları da yaddan çıxarmaq lazım deyil.
12. Bəlli dairələri incik salmamaq üçün ayrıca terminlərdən yararlanan (bəzən virus və bakterial səciyyəli xəstəliklər dolaşığı salınır) və xəstəliyi göstərilənməklə pasientlərə istinad edən zaman da ehtiyatlı davranmaq gərəkdir. Bu üzdən “şizofrenik” kimi terminlərdən qaçmaq lazımdır. Bəzi qrupların fikrincə, “QİÇS (AIDS) qurbanı” tipli deyimlər də düzgün deyil, amma daha önəmlisi budur ki,



mövzunun incəliklərinə vararaq HIV-ə yoluxanlarla xəstələrini dolaşığı salmayasan.

13. Şübhəniz qalıbsa, BBC-nin təbabət üzrə ixtisaslaşmış müxbirindən və ya hər hansı müstəqil ekspertdən soruşun.

Sual: *Adətən, mədəniyyət mövzularında yazıram, ancaq zaman-zaman dindarların yaşamını açıqlayan və ya aşağı-yuxarı, din problemləri ilə kəşişən məsələləri də işıqlandırmaq məcburiyyətində qalıram. Hansı incəliklərə diqqət yetirim ki, dindar vətəndaşların heysiyyətinə toxunmayım? Mövcud Etika Kodeksi belə məsələləri çox ümumi əks etdirib...- Ülvüyyə Sabirqızı, “Mədəniyyət” qəzetinin əməkdaşı.*

Cavab: fikrimizcə, dini mövzularda yazan jurnalistlər, özəlliklə belə mövzularda ixtisaslaşmayanlar bəzi incəlikləri yadda saxlasalar, mediaya inamı azaltmaz, yersiz gərginlik yaratmazlar. Məsələn, dini mənsubiyyətlə etnik kimlik arasındakı fərqi sezmək lazımdır. Bu, ilk baxışda sadə görünərsə də, əslində çətinlik doğura bilər. Tutalım, “yəhudilərlə yəhudi dini arasında hansı fərq var?” sualı kimi. Bir-biri ilə konfliktə olan etnoslar (etnik qruplar) çox vaxt müxtəlif dinlərə mənsubdur (tutalım, Dağlıq Qarabağda və ya Kosovoda). Azərbaycana missionerlərin gəlişi də (“dəmir divar” dağılıb, axı!), insanların digər dini təriqətə cəlb edilməsi də gərginlik yarada bilər. Belə mövzularda toxunan jurnalistlər get-gedə bütünleşən dünyanı, ideyalar mübadiləsini, sözün gerçək mənasında qarşılıqlı yarış mühitini unutmamalıdırlar. Ən önəmlisi, az qala aksiom görüntüsü yaradan stereotiplərin – qəlibləşmiş təsəvvürlərin əsirinə çevrilmək nəinki yanlış, hətta çox gericik ictimai rəyin formalaşmasına yol açır. Ümid edirik ki, diqqətinizə yetirilən yaddaş-tövsiyə bəzi çətinlikləri aşmaqda köməyinizə yetişəcək.



YADDAŞ-TÖVSIYƏ

- Dini fərqlər məsələsinə çox diqqətlə yanaşın. Həm aparıcı dinə (Azərbaycanda İslam dininə), həm də digər dinlərə mənsub olanların baxışlarını əks etdirməkdən çəkinməyin. Bu materiallarda əslində yanlış stereotiplərə (qəlibləşmiş yanlış təsəvvürlərə) deyil, hər hansı rəğbət və ya nifrətdən uzaq münasibətə, olaya balanslı yanaşmaya (plüralizmə) yer ayırın;
- Dini mövzularda material hazırlarkən, özəlliklə fərqli dini qruplara aid insanlardan söz açarkən, işlətdiyiniz dilə ciddi fikir verin. İşlətdiyiniz sözün qızıışdırıcı olbu-olmamasını diqqətlə araşdırın, macal tapsanız, sözügedən dinin daşıyıcıları ilə məsləhətləşin;
- Yaşadığınız bölgədə yenicə meydana gələn dinlərə dair mümkün qədər çox bilgi toplayın. Fərsət tapdıqca, həmin dini icmalarla zaman keçirin, söhbətləşin, onların öz inanclarını yayma yollarını izləyin. Unutmayın ki, belələri haqqında doğru-dürüst, dəqiq-dolğun və qərəzsiz məlumat vermək üçün onların inanclarını paylaşmaq gerek deyil;
- Yalançı «ekspert»lərdən çəkinin, çünki onlar hamıyabəlli stereotipləri təkrarlayır, öz «açıqlamalarını» faktlarla əsaslandırmağa ehtiyac duymur və fərqli dini ənənələr barədə istədiklərini danışırlar;
- Yaşadığınız yerdəki universitetdə dinləri öyrənən kafedranın olub-olmamasını dəqiqləşdirin və belə bir elm qurumu varsa, orada çalışanlardan potensial qaynaq kimi faydalanın;
- Ekspert seçərkən, bir neçə din üzrə ixtisaslaşan mütəxəssislərə (alimlərə) üstünlük verin və dinlərarası əlaqələrlə bağlı çətin sualları onların açıqlamasına çalışın;
- Dini mövzularla bağlı düşüncələrini yalnız müqəddəs kitablardan («Quran»dan, «İncil»dən, «Törat»dan və



digərlərindən) sitat gətirməklə əsaslandırın müsahiblərdən qaçın (bir neçə əsr öncə yazılan sözlərin şərh zamanı məntiqəuyğun fərqlər, eyni zamanda bir-birindən fərqli İslam və xristian ənənələri mövcuddur);

- Dövlət siyasətini açıqlayan siyasətçi dini mətndən yararlanmaq istəyirsə, digərlərinin bu mətni necə açıqladığını araşdırın və sözügedən siyasətçiyə bu barədə çətin suallar verin;
- İctimai, siyasi və iqtisadi olaylar kontekstində dini suallar hazırlayın (tutalım, bəlli dini qrup üzvləri arasında işsizlik özünü açıq şəkildə büruzə verirsə, bəlkə bu, onların ənənəvi iş sahəsindədir? Yaxud hansısa fərqli din özünə çoxlu davamçı cəlb edirsə, sualı belə qoyun: bu din həmin insanlara çatışmayan nəyi təklif edir?);
- Yayılmış stereotiplərin gerçəyi əks etdirib-etdirmədiyini və yanlış, ancaq yayılmış təsəvvürlərin səbəblərini araşdırın materiallar hazırlayın (məsələn, yəhudilərin əksər qisminin sələmçi olması digər peşələrin əlçatmazlığından irəli gəlir. Bu fakt onların tamahkarlığı və ya ən azından pulla ağıllı davranmaları barədə təsəvvürləri əsaslandırmağa imkan yarada bilər);
- Digər dini bayramları öz bayramınız kimi işıqlandırın. Müqəddəs Ramazan ayında bir gününüzü oruc tutan müsəlmanlarla keçirdiyiniz kimi, xaçpərəstlərin (xristianların) pasxa naharına, yaxud yəhudilərin Hanuka bayramına həsr olunan mərasiminə qatılın;
- Dini qrupun ayrıca bir üzvünə onların hamısının təmsilçisi kimi baxmayın. Hər kəs öz inancına bir qədər fərqli şəkildə yanaşa bilər;
- Müxtəlif dinli, fərqli inanlı insanlara yalnız dindar fərdlər kimi yanaşmayın və onlara başqa mövzularda suallarla da üz tutun. Müsahiblərinizdən ailələri, maraqları, peşələri və

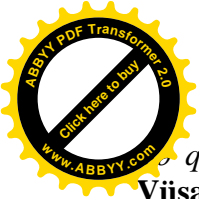


s. haqqında soruşun və belə insanların baxışlarını da dolğun öyrənməyə çalışın.

Sual: *Reportajın alınması üçün müsahibin və ya kadrda görüntüsünün olması vacib olan insanların aldadılması etik baxımdan nə dərəcədə doğrudur?(Məsələn, deyirəm ki, filan kadr efirə getməyəcək, yaxud müsahibənin filan yerini verməyəcəyəm...Amma sonra vədimə əməl etmirəm)* – **Elxan Yusifli – Region TV, Xaçmaz.**

Cavab: Bənzər davranış doğru sayıla bilməz, çünki təkcə özünü də deyil, əməkdaşı olduğunuz yayım qurumuna da inamı sarsıdırınız. Daim yadda saxlayın ki, vəzifəli şəxslərə və ya ictimai xadimlərə peşə vəzifənizin yerinə yetirilməsini məhdudlaşdıran heç bir vəd verə bilməzsiniz (adi insanlara verdiyiniz vədə isə bütün hallarda əməl etməyə çalışın -- əlbəttə, söhbət hansısa cinayətə işiq salacaq məsələdən getmirsə). Naşı davranaraq üzərinizə bənzər öhdəlik götürmüşünüzsə, ona əməl edin, ancaq bu davranışınız barədə iş yerinizi məlumatlandırın. Həmkarlarınızla müzakirə zamanı görüntü və müsahibənin ictimai önəm dərəcəsini də araşdırın. Bunlarsız reportajınız tamaşaçıları mühüm məlumatdan, işıqlandırdığınız olayın önəmli təfərrüatından məhrum qoyacaqsə, o zaman həmin görüntü və səs fraqmentini efirə verin və eyni zamanda qarşısında öhdəlik götürdüyünüz şəxsdən üzr istəməyin də uyğun formasını tapın. Söhbət efirdən ediləcək üzrxahlıqdan gedir (Bu üzrxahlığı proqramın məsul şəxsi səsləndirsə, daha doğru olar və çalışdığınız TV-İə inam zədələnməz. Ümumiyyətlə belə məqamlara redaksiyadaxili etik öhdəliklərinizdə də aydınlıq gətirməyə çalışın.

Sual: *Tovuz rayonu Ermənistanla sərhəd olduğu üçün atəşkəs tez-tez pozulur. Atəşkəsin pozulma xəbərini tamaşaçılara çatdıranda ermənilər daha da fəallaşirlar. Xəbəri heç verməyəndə*



qarşı tərəf sakitləşir. Sizcə, necə davranmaq doğru olar?

Vüsal Nazimoğlu – Simurq TV-də xəbərlər departamentinin redaktoru.

Cavab: Siz peşə borcunuzu yerinə yetirir, baş verənləri teleseyrçilərə -- tamaşaçılarınıza çatdırırsınız. Bir anlıq təsəvvür edin ki, atəşkəs pozuntusu faktını xəbərləmir, üstündən sükutla ötürsünüz. Çalışdığınız TV-yə inamın sarsıldığının şahidi olmayacaqsınız? Atəşkəs pozuntusunun səslərini eşidən, hətta atışmaların şahidi olan insanlar var. Bu barədə məlumat verməyəcəksinizsə, istər-istəməz, düşünənlər tapılacaq ki, “göz önündə olanları bildirmirlərsə, gör nə qədər məsələni bizdən gizlədirlər”...

Yəqin ki, diqqətə yetirdiyiniz gerçək bütün bunlardan lazımı nəticə çıxaracaq konkret dövlət qurumuna da məlumdur. Digər yandan diplomatik kanallar da öz işini görə bilər. Siz nə ordu mənsubusunuz, nə də diplomat. Sizin işiniz həyati önəm daşıyan məlumatı olduğu kimi çatdırmağa çalışmaqdır.

Və nəhayət, daha çətin, amma peşəkarlığınızın artmasına aparacaq bir yol da var: Gürcüstan jurnalistləri ilə əməkdaşlıq edib olaylar barədə dolğun məlumatı sərhədböyü kəndlərdə yaçayan dinc ermənilərin də bilməsinə çalışın. Gürcüstan və Azərbaycan telejurnalistlərinə (gürcülərin vasitəsi ilə) erməni həmkarlarınız da qoşula bilər. Ortaq, balanslı, doğru-dürüst bir jurnalist araşdırması atəşkəsi hansı qüvvənin pozduğunu üzə çıxaracaq (və ya atəşkəsi pozanlar başqa davranış üsullarına əl atmağa məcbur qalacaqlar). Həm öz iş prinsiplərinizə sadıq qalacaqsınız, həm bir vətəndaş kimi, rahatsızlığınıza son qoyulacaq, həm də sərhədyanı TV-lərin işbirliyinə parlaq örnək yaradacaqsınız.

Sual: *Dərs gedərkən sinif otağını çəkməyə icazə vermirlər. Şagirdlərin davamiyyət durumunu müşahidə etmək istəyirəmsə,*



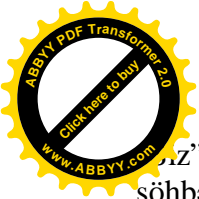
İnsanı üsuldən istifadə edə bilərəm? - Aida Hüseynova – Cənab TV-nin əməkdaşı, Lənkəran.

Cavab: Şagirdlərin dərsə gediş-gəliş dərəcəsini izləmək üçün məktəbin həyətində və tənəffüs zamanı dəhlizdə də çəkiliş aparmaq, valideynlərin, prinsipial müəllimlərin köməyindən yararlanmaq olar. Bundan ötrü dərsi pozmağa, məktəblilərin diqqətini yayındırmağa, direktor və müəllimləri rahatsız etməyə ehtiyac yoxdur. Qapı arasından, açıq pəncərədən sinif otağının görüntüsü, nə qədər dəqiq təsəvvür yaratmasa da, olaya aydınlıq gətirəcək müsahibələr üçün informativ ara görüntülər sayılmazmı? Üstəlik, söhbət çox ciddi durumdan gedirsə, vəziyyətdən duyuc düşən hər kəsdən -- məktəbin xidmətçi personalından və hətta videokamera vurğunu olan şagirdlərdən faydalanmaq olar. Məktəb ictimai yerdir. Bəlli qaydalara əməl etməklə, sinif otağından görüntü almağın yollarını tapmaq elə də çətin deyil. Sadəcə, jurnalist öz peşə borcunu yerinə yetirərkən, başqalarının da eyni işi görməsinə necə mane ola bilər?

Sinif otağını tənəffüsdə də çəkmək, şagirdlərdən bir anlıq öz yerlərində oturmasını xahiş etmək etmək olar. Müdiriyyət buna imkan yaratmazsa, davamiyyət pozuntuları barədə danılmaz məlumatınız varsa, demək, qarşınıza ictimai önəmli çox ciddi araşdırma mövzusu çıxıb...

Sual: *Kadrarxası mətn yazılarkən reportyor həmin mətndə “biz”, “fikrimizcə”, “əminik”, “düşünüürük” sözlərini işlədə bilərmi? - Arzu Mərdanova – Mingəçevir TV.*

Cavab: Bir qayda olaraq, yox, çünki baş verən olayla bu olaya münasibəti qarışdırmaq peşəkar reportyora yaraşmaz. Sadaladığınız sözlər jurnalistin (reportyorun) qərəzli münasibəti kimi qavrana və deyilənləri identifikasiyasına -- dəqiq eyniləşdirilməsinə imkan verməyə bilər. “Biz” deyərkən kimi nəzərdə tutursunuz və bu halda



...z” kimdir? “Əminik” deyərkən məhz kimlərin əminliyini söhbət gədir və bu halda “əmin olmayanlar” kimlərdir? Və s. və i.a. Sadaladığınız sözlərdən bütövlükdə TV və ya konkret proqramın rəhbərliyi adından və bəlkə də, jurnalistin özəl – “bunu da bilmək maraqlı olardı” qəbilindən reportajında yaralanmaq olar, ancaq bu hallarda da daha peşəkar davranış həmin sözlərin yerinə proqramın və ya çalışdığınız TV-nin adını çəkməkdir (“Xəbərlər” proqramı bu qənaətdədir ki”, “Cənub TV” o fikri bölüşür ki” və ya “Sizin reportyor düşünür ki”). Bu məsələləri iş yerinizin “Üslub Soraqçası”nda tənzimlənməyə çalışın.

Sual: *Bölgə televiziyaşının xəbərlər xidməti üçün hansı etik qaydalar müəyyənləşdirmək olar ki, “Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydaları” ilə uzlaşsın?* – **Vüsalə - Aygün TV, Zaqatala.**

Cavab:

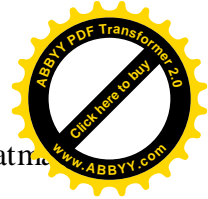
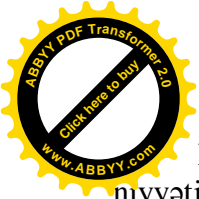
Elektron Media Jurnalistləri Assosiasiyasının (RTNDA) ETİK KODEKSİ

RTNDA-nın Direktorlar Şurası 1987-ci il avqustun 31-də qəbul edib Radio və TV jurnalistlərinin borcu – cəmiyyət üçün maraqlı məlumatı dəqiq, vicdanla və qərəzsiz toplamaq və ötürməkdir.

Radio və TV Xəbər Proqramları Rejissorları Assosiasiyasının üzvləri peşəkar fəaliyyətin bu normalarını qəbul edir və öhdələnilər ki:

1. Radio və teleyayım üçün məlumat materiallarını balanslı, dəqiq və ədalətli şəkildə verməyə can atacaqlar;

A. Məlumatı qiymətləndirərkən sensasiya və yayındırıcı özəllikləri rədd edərək, yalnız və yalnız o məlumatdakı yeniliklərin dəyərli cəhətlərinə söykənəcəklər.



B. Onlar audio və videomateriallardan auditoriyanı aldatma niyyəti ilə yararlanmağa qarşı çıxacaqlar.

C. Onlar öncədən səhnələşdirilən və məşq edilən süjetləri “canlı xəbər” adı ilə təqdim edib ictimaiyyəti çaşdırmayacaqlar.

D. Yalnız mətləbə dəxli olduqda insanları irqinə, dininə, milliyyətinə və vəzifəsinə görə səciyyələndirəcəklər.

E. Onlar şəxsi rəyləri şərhlərdən dəqiq ayıracaqlar.

F. Onlar səhvləri dərhal etiraf edərək düzəldəcəklər.

2. Elə davranacaqlar ki, gerçək və ya gizli maraq toqquşmalarının qurbanına çevrilməsinlər. Onlar düşüncə və dəyərləndirmələrinə təsir göstərəcək və ya bənzər təsəvvürə yol açacaq hədiyyə və imtiyazlardan boyun qaçıracaqlar.

3. İş bağlantısı qurduqları insanların ləyaqətinə, özəl yaşamaına və xoş həyatına sayqı göstərəcəklər.

4. Məlumat qaynaqlarının gizli saxlanma zərurətini qəbul edəcəklər. Yalnız belə vədlərini gerçəkləşdirməyə niyyətləri olduqda həmin şərtə əməl olunacağına söz verəcəklər.

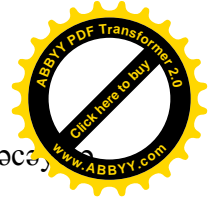
5. Hər bir adamın ədalətli məhkəmə hüququna sayqı göstərəcəklər.

6. Özəl yayım şirkətlərinin məlumatını yalnız onlardan icazə aldaqdan sonra efirə verəcəklər.

7. Radio və TV Xəbər Proqramları Rejissorları Assosiasiyasının üzvü olub-olmamalarına baxmayaraq, bütün jurnalistlərin bu Kodeksə əməl etmələrinə fəal yardım göstərəcəklər.

Bax (ingilis orijinalına) <http://www.rtnda.org/ethics.html>

Bu Kodekslə bağlı Con M. Kittrossun “Köhnə Etika Kodeksi daha yaxşıdır” məqaləsindən (İlkin qaynaq: RTNDA-nın nəşr etdiyi “Kommunikator” dərgisi, sentyabr, 1987-ci il, səh. 6-7. Sitatlar “Профессиональная этика журналистов” kitabından götürülüb. Bax: M, “Qalereya”, 1999) bəzi yerləri diqqətə



...təkməklə bənzər kodekslərin təcrübədə özünü necə göstərəcəyi dair şübhələr üzərində də düşünməyin faydası var.

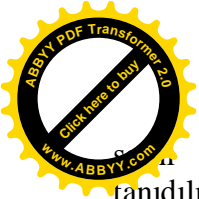
Con M. Kitross (“Köhnə Etika Kodeksi daha yaxşıdır” məqaləsindən əsas bölümlər)

...Keyfiyyəti yığcamlığa qurban verdik.

Etika Kodeksi və həmin kodeksə necə əməl etmək yolları peşənin göstərgələrindən biridir. Kodeks “toqquşmadan qaçmaq üçün işi necə görmək lazımdır?” qəbilindən qaydalarla yetərlənməməlidir. Cəmiyyət üzvləri bizim Kodeksin ayrı-ayrı bölümlərinə necə baxa bilər? Bu Kodeks güvən oyadırmı? Cəmiyyət inana bilərmi ki, sözügedən Assosiasiyanın üzvləri “məlumatı qiymətləndirərkən sensasiya və yayındırıcı özəllikləri rədd edəcəklər”? Hətta jurnal biçimli proqramlarda da? Hətta həftəlik reyting sonularını dərc edəndə də? “Öncədən səhnələşdirilən və məşq edilən süjetlər” deyərkən nəyin nəzərdə tutulduğu tam aydındır? Adi seyrçi xəbər proqramı rejissorlarına çoxmu güvənir? Yəni o qədər güvənir ki, onlar “şəxsi rəyləri şərhlərdən dəqiq ayıracaq” və “səhvləri dərhal etiraf edərək düzəldəcəklər”?

Doğrudanmı “peşəkarlıq” – Kodeksin redaktə edilən yeni mətnində vurğulandığı kimi – düşüncə və dəyərləndirmələrə təsir göstərəcək və ya bənzər təsəvvürə yol açacaq “hədiyyə və imtiyazlardan boyun qaçırmaq” və “özəl yayım şirkətlərinin məlumatını yalnız onlardan icazə aldaqdan sonra” efiərə vermək deməkdir?

Ola bilsin ki, Kodeksin köhnə variantından çıxarılan normalarda çoxsözlülüyə, hədsiz uzunçuluğa yol verilib. Əminəm ki, məhz elə idi. Ancaq “bütövlük və sədaqət”, “məsuliyyət”, “humanist”, “ləyaqət”, “gözəçarpmadan və səssiz” (jurnalistlərin məhkəmədə necə davranmaları ilə bağlı), “tam əhatəli”, “ictimai maraq”, “səriştəlilik, təcrübə və mülahizələr” (“redaksiya təhlili,



... və rəyi” ilə bağlı), “məlumat qaynaqlarının yarı...
tanındılması” və s. söz və ifadələr atılıb.

Həmin sözlərə və o sözlərin daşdığı mənalara ehtiyacım var. O sözlər olmadan tələbələrə həmin normaların önəmini aşılamaqda çətinlik çəkirəm.

Məni ən çox yandıran “radio və TV jurnalistləri bu normaların pozulmasını həvəslə pisləməli və pozuntuların qarşısını almağa can atmalıdırlar” kimi hayqırtılı bir deyimin “bu Kodeksə əməl etmələrinə fəal yardım göstərəcəklər” sayaq yayqın vədlə əvəzlənməsidir.

Vəkil məsləhətini daim götür-qoy etmək, ancaq heç vaxt onun sizin yerinizə düşünməsinə imkan verməmək lazımdır... Məhkəmə iddiası qaldırmağa imkan yaratmayan, amma öz hədəf və prinsiplərini itirən assosiasiya, ya da peşənin nəyi yaxşıdır?

Sual: *İctimai yayımın hansı meyarları var?* – **Samirə Həsənova, tələbə-jurnalist.**

Cavab: İctimai xidmət yayımının standart anlayışı olmasa da, bir tərəfdən Avropa Şurasının mediaya dair tövsiyələrində, digər yandan ayrı-ayrı ictimai elektron kanalların təcrübəsi əsasında hazırlanmış meyarlarda bu anlayışı açıqlamaq mümkündür. ATƏT-in sifarişi ilə İTV-nin təlim tələbatının təhlilinə həsr edilən və Riçard Lukas, Maykl Rendall və Azər Xəlilovdan ibarət tədqiqat qrupunun gerçəkləşdirdiyi araşdırmada (2006-cı ilin noyabrında həyata keçirilib) ictimai yayımla bağlı BBC-nin aşağıdakı meyarları əksini tapıb:

- Tamaşaçıları məlumatlandırma vasitəsilə cəmiyyəti yaxşılaşdırmaq məqsədi daşıyan verilişlərin hazırlanması;
- Coğrafi universallıq;
- Bütün maraq və zövqlərə xidmət edən verilişlərin hazırlanması;
- Azlıqlara xidmət edən verilişlərin hazırlanması;



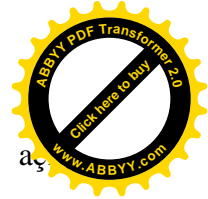
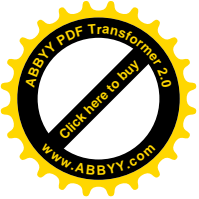
- Milli mənsubiyyətə və icmalara diqqətlə yanaşılması;
- Hakim maraqlardan və hökumətin mövqeyindən çıxış edilməməsi;
- Yayım sisteminin birbaşa istifadəçilər tərəfindən maliyyələşdirilməsi;
- Kəmiyyətdən daha çox keyfiyyət sahəsində rəqabət;
- Veriliş hazırlayanları məhdudlaşdırmayan, onlara sərbəstlik verən prinsiplər əsasında verilişlərin hazırlanması.

Avropa Şurası Parlament Assambleyasının 26-cı sessiyasının «Milli Yayımın Rolu və Yönləndirilməsi» barədə 748-ci Tövsiyəsinə (1975-ci il) əlavələrdə «Milli yayıma minimal tələblərə dair layihə» də əksini tapıb. Bu layihədə bütün əhaliyə hərtərəfli xidmət zamanı:

- region və azlıqların maraqlarını gərəyincə nəzərə alan proqram rəngarəngliyi;
- maarifçi və mədəni proqramlarla zəngin yayım;
- proqramların balanslı tərtibindən yararlanmaqla mədəni, kommersiya və informasiya çirkləndirməsinə qarşı mübarizə;
- Avropanın digər teleradio yayımı şirkətləri ilə koordinasiya və mübadilənin yüksək səviyyəsi ilkin tələblər sırasında vurğulanır.

Sözügedən layihədə istər hökumət senzurasına, istərsə hər hansı *qurumlaşdırılmış senzuraya* yol vermədən «öz fikrini ifadə etmə azadlığı» da ictimai yayımın prinsiplial tələblərindən sayılır, ancaq bu zaman bəzi şərtlərə əməl olunması da nəzərdə tutulur. Söhbət:

- cavab hüququndan;
- prodüser məsuliyyətindən (yəni hazırlanan proqramlara görə bəlli təşkilatlar, o cümlədən ilk növbədə cəmiyyəti



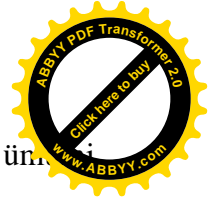
demokratik təmsil edən parlament qarşısında aş məsuliyyətdən);

- hər bir ayrıca dövlətin qanunları önündə televiziya və radio qurumlarının deyil, prodüserlərin şəxsən məsuliyyət daşmasından gedir.

Tələblər sırasında:

- efir vaxtının olması və efirin keyfiyyətinə nəzarətin saxlanması şərti ilə fərdə TV və radioyayımına çıxış imkanı hüququnun verilməsi;
- seyrçi və dinləyici cəmiyyətlərinin tanınması, onların fikrinin açıq müzakirəsi üçün həmin cəmiyyətlərin gərəkli imkanlarla təmin edilməsi;
- reklam və siyasi təbliğat üsulları da daxil olmaqla və KİV-in özündən yararlanmaqla maarifləndirmənin bütün səviyyələrində yayım materiallarını necə anlamaq yollarının öyrədilməsi;
- tv və radioyayımının texnoloji və sosial yönlərinin araşdırılması;
- yeni üsulların tətbiqinə çevik yanaşma (tutalım, görüntüyə əlavə edilən titrləri seyrçilərin seçməsi);
- KİV-də çalışmaq üçün ayrıca maddəli iş siyasəti (bu siyasət çərçivəsində həmin işçilər yerinə yetirdiklərə vəzifəyə görə ayrıca məsuliyyət daşıyırlar);
- kommersiya maraqlarının proqramların məzmun və planlama işindən tam fərqləndirilməsi də əksini tapıb.

1994-cü il dekabrın 7-dən 8-dək Avropa nazirlərinin Praqada keçirilən 4-cü konfransı ictimai yayıma tələbləri daha da dəqiqləşdirib. Məhz ictimai teleyayımın forma və məzmun özəlliklərini müəyyənləşdirmək və faydalı monitoring gerçəkləşdirmək baxımından sözügedən tələblərin önəmi



şəkiləndirilməzdir. Praqa Konfransında ictimai yayımın ünvanı və funksiyaları diqqət mərkəzində saxlanıb. İctimai yayım:

- cəmiyyətin bütün üzvləri üçün istiqamətverici olmalı, sosial səfərbərlik (dayanışma) amilinə çevrilməli, fərdlərin, qrup və icmaların bütünləşməsinə şərait yaratmalıdır. Mədəni, dini, irqi, cinsi ayrışdırıcılıq və ya hər hansı digər sosial seqreqasiya forması açıq şəkildə və vurğulanmaqla pislənməlidir;
- açıq diskussiya tribunası olmalı və bu çərçivədə mümkün olduqca çox baxışa və fikir çalarlarına yer ayırılmalıdır;
- qərəzsiz və müstəqil xəbər məlumatı və şərhlər yaymalıdır;
- plüralizmi, yenilikçiliyi və proqram rəngarəngliyini gəlişdirən, etik normalara cavab verən yüksək keyfiyyətli verilişlər hazırlamalı, bazar maraqları xatirinə keyfiyyəti qurban verməməlidir;
- geniş publikanı maraqlandıran proqram cədvəlini və xidmətləri gəlişdirib strukturlaşdırmalı və bu zaman azlıq qruplarının tələblərini diqqətdən qaçırmamalıdır;
- qarşılıqlı anlaşma və tolerantlığı möhkəmləndirmək, eləcə də etnik və mədəni rəngarəngliyi ilə səciyyələndirilən cəmiyyətlərdə icmalararası münasibətlərə yardım göstərmək üçün həmin cəmiyyətdə mövcud olan müxtəlif fəlsəfi ideyaları və dini görüşləri əks etdirməlidir;
- yaydığı proqramlardan yararlanmaqla rəngarəng milli və Avropa mədəni sərvətlərinin daha yaxşı anlaşılmasına və dəyərləndirilməsinə fəal təsir göstərməlidir;
- özəlliklə tammətrajlı film, tv və radio tamaşalarında və digər yaradıcılıq əsərlərində orijinal məhsulun xüsusi çəkisini təmin etməli, kinematoqrafik bölümlə əməkdaşlığa müstəqil prodüserlərin gətirilməsini zəruri saymalıdır;



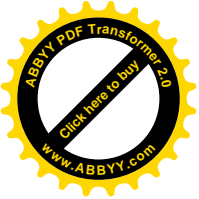
seyrçi və dinləyicilərin seçim imkanlarını genişlətmə, adətən, kommertiya qurumlarının təqdim etmədiyi proqram xidmətləri təklif etməlidir.

Etiraf olunmalıdır ki, özəl TV-lərin çoxaldığı və inkişaf etdiyi şəraitdə – kəskinləşən rəqabət mühitində ictimai yayımçı öz nüfuzunun qorunması qayğısına qalmalıdır. Əksər postsovet ölkələrində reklam bazarının inhisarçı xarakteri (media qurumlarının məlumatı, rəsmilərin etirafı, beynəlxalq təşkilatların açıqlamaları və s. bu fikrə əsas yaradır) və ictimai yayımçının aşağı tavanlı reklam baryeri gözə alınsa, «kəskin rəqabət» anlayışı, çox güman, proqramların reyting göstəriciləri, seyrçilər arasında populyarlıq dərəcəsi, ictimai yayımçının bütövlükdə cəmiyyətdəki gerçək nüfuzu şəklində yozulmalıdır. İstənilən halda daha bir aktual sualla üzləşirik:

Sual: *Rəqabət şəraitində olan ictimai yayımçı nə etməlidir?*-
Elçin Rüstəmli, jurnalist.

Cavab: Postsovet reallıqlarında ictimai yayımçı 3 yoldan birini seçməyə məhkumdur:

1. Reklam gəlirlərindən maliyyələşmədiyi üçün rəqabətdən kənar qalır və auditoriyasının rəğbətini itirsə də ən azı öz büdcəsini qorumaq üçün hökumətlə isti münasibətlərini qoruyur;
2. Kommertiya TV-lərindəki populyar proqram formatlarından faydalanır və bu yolla kəskin sosial məzmunlu proqramlardan yayınmağa bəhanə taparaq həm hökuməti özündən incik salmır, həm də cəmiyyətə «mən də varam!» mesajını verir;
3. İctimai yayım fəlsəfəsindən və təcrübəsindən peşəkarca yararlanaraq həm cəmiyyətin aktual maraqlarını hədəfdə saxlayan problemləri diqqətə yetirərək müxtəlif kəsimlərin



ortaq maraqlarını üzə çıxarır və beləcə, özünə səs auditoriya qazanmaqla özəl TV-ləri sosial mövzulara üz tutmağa vadar edir.

Postsovet ölkələrində, özəlliklə Güney Qafqazda ictimai yayımla bağlı qanunun icrasına və bütövlükdə insan hüquq və azadlıqlarının qorunmasına tələbkər yanaşılsaydı, ictimai yayımçı heç bir halda 2-ci yolu seçə bilməzdi. Gerçək sərbəst bazar olsaydı, təbii ki, heç bir halda 1-ci yol seçilə bilməzdi. Həmin 2 şərtlə yanaşı, gerçək plüralizm olsaydı, məhz 3-cü yol seçiləcəkdə. İndiki halda elə təsəvvür yaranır ki, məsələn, Güney Qafqaz ölkələrinin ictimai yayımçıları, olsa-olsa, sadalanan 1-ci və 2-ci yollar arasında manevr edir. Amma hətta 3-cü yol seçilsə də, Qərb təcrübəsi göstərir ki, ictimai teleyayımnda proqram siyasətinin danılmaz və hakim tendensiyası – yorulmadan yeni proqram formatlarının axtarılması və bu zaman sanki nəzərə çarpmadan məzmunun kommersiyalaşmasıdır. Beləcə, hətta təzə-təzə formalaşan ictimai yayımçı da realiti-şoulara, cürbəcür əyləncə proqramlarına, teleyarışma və ictimai önəm daşımayan seriallara meyllənir. Avropa Şurasının Parlament Assambleyası, yəqin, məhz bu konteksti nəzərə alaraq, ictimai yayımın özəlliklərini bir daha xatırlatmalı və vurğulamalı olur. Assambleyanın 27 yanvar 2004-cü il tarixli tövsiyələrində plüralizmin və müxtəlifliyin inkişafına xidmət, bütönlükdə cəmiyyətə üz tuta bilmək bacarığı, o cümlədən azlıqlara, uşaqlara, bölgələrə ünvanlanan verilişlər, mədəniyyət proqramları, dərin jurnalist araşdırmaları, xəbər və xəbərdəntörəmə proqramları, sənədli-bədii teletamaşalar ictimai yayımın öncəlikləri sırasında sadalanır.

İctimai yayım təcrübəsi proqramların məzmun baxımından tənzimlənmə normalarına ehtiyac doğurub. Belə normalar hətta Konstitusiyaya Birinci Düzəlişdən irəli gələn məhdudiyətlərə görə, söz azadlığını tənzimləmək qaydaları hazırlamağın dəbdə olmadığı ABŞ-da da təsadüf edilir. Bu ölkənin yayım orqanları ictimai xidmət göstərəkən, 3 ümumi qaydanı gözləməlidir:



1. Dövlət vəzifələrini tutmağa namizədliyini qeyd etmiş şəxslərə «bərabər zaman» ayrılmalıdır;
2. Yerli xidmətə hesablanmış proqramlar hazırlanmalıdır;
3. Uşaqlara ünvanlanan təhsil və xəbər proqramları yaradılmalıdır.

Vaxtilə daim mübahisələr doğuran 4-cü qayda da varmış. Söhbət 1949-cu ildən 1987-ci ilədək keçərli sayılan Ədalət Doktrinasından gedir. İndi tətbiq edilməyən Doktrinaya görə:

- yayım quruluşları ictimai önəm daşıyan məsələlərin işıqlandırılmasına yetərli zaman ayırmağa borclu sayılırdılar;
- həmin məsələlər ədalətli şəkildə işıqlandırılmalı idi, yəni yayım quruluşları əks baxışların da efirdə açılmasına efir vaxtı ayırmağa məcburdular.

Yayımcıların fikrincə, Ədalət Doktrinası onların sərbəst özünüifadə hüququnu pozur, çünki bir tərəfdən söz azadlığını məhdudlaşdırır, digər yandan redaktorların müstəqilliyinə müdaxilə edir. Beləliklə, Doktrinaya əməl etməkdən boyun qaçıran yayımcılar bəsit bir çıxış yolu tapdılar: konfliktdən yayınmaq üçün mübahisəli məsələlərin müzakirəsindən qaçdılar. Necə? İctimai müzakirə doğuracaq məsələlərə ümumiyyətlə toxunmadılar və o cür verilişlər hazırlamadılar. ABŞ-ın ictimai yayım təcrübəsi ictimai önəm daşıyan proqramlara əlavə tələbləri də ortaya çıxarıb. Federal Qanun kabel sistemlərinin firma-operatorlarından yerli yayım stansiyalarının translyasiya barədə xahişlərini yerinə yetirməyi tələb edir. İctimai çıxış kanalları qeyri-kommersiya məlumatı ilə auditoriyaya üz tutan hər kəsin üzünə açıqdır və bu zaman həmin kanaldan pulsuz istifadə edilməlidir. Kabel sisteminin operatoru məlumatın efirə verilməsi üçün zəruri sayılan studiya, videokamera və hər hansı digər vasitə ilə təminatı öz üzərinə götürməlidir. Birləşmiş Ştatlarda bəzən belə kanallardan irqçilər və

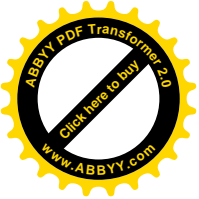


faşist təmayüllü qruplar da faydalanırlar. Qanun yalnız adın saçıq görüntülərin translyasiyasına qadağa qoyduğundan təkcə kabel sistemləri firmalarının operatorları deyil, ictimai məlumatı təşkil edən icmanın özü də hər hansı senzura tətbiq edə bilməz.

Sual: *Azərbaycanın telexəbər təcrübəsində peşəkarlıq ən çox nədə axsayır və hansı etik pozuntular daha geniş yayılıb?* – **Jurnalistlər qrupu.**

Cavab: Azərbaycanın telexəbər təcrübəsinin geniş yayılmış yanlışları, təəssüf ki, çoxdur və etik davranış qaydalarını heç cür peşə standartlarından ayırmaq və ayrıca vurğulamaq lazım gəlmədiyindən belə pozuntuları sadalamağa çalışaq:

- Olay görüntülənmir, sanki radio xəbəri verilir. Başqa sözlə, görüntülər olayı açıqlamır, yəni xəbərin «səsini alarkən» nədən söhbət getdiyini anlamaq çox çətin olur;
- «Danışan başlar» çəşdırir. Başqa sözlə, televiziya xəbər proqramlarının çoxu «danışan başlar»dan, yəni xəbər spikerindən, reportyordan və müsahiblərdən ibarət olur;
- Gerçək görüntü olmur. Başqa sözlə, olayı xəbərləyən görüntülər yetərli miqdarda olmur və səbəbi qaranlıq qalır;
- Gerçək audiovizuallıq – səsle görüntü bağlantısı olmur. Yəni interküydən-təbii səslərdən istifadə normaya çevrilməyib və istifadə ediləndə belə, eşidilən interküyün məhz həmin olaya və ya görüntüyə aid olub-olmaması suallı qalır;
- Reportyorun və ya müsahibin söylədikləriylə görüntü arasında əlaqə və qarşılıqlı bağlılıq sual doğurur;
- Birbaşalıq pozulur, yəni müsahibin videomüsahibəsi ola-ola, onun söylədikləri reportyorun dolaylı nitqiylə çatdırılır;
- Videogörüntülərin fərqli qaynaqları göstərilmir, yəni, tutalım, görüntü AzTV-nin deyilsə, məhz kimə mənsubluğu göstərilmir (Axı görüntü bəlli maraq güdən



şəxslərdən, hökumətdən, dövlət qurumlarından və ya siyasi partiyalardan, digər TV-lərdən də alın bilər);

- Videomaterialın yazılma tarixi göstərilir, yəni köhnə görüntülərdən istifadəyə imkan verilir və yüksək vəzifəli şəxslərin daim diqqət mərkəzində olduğunu göstərmək məqsədilə onların haqqında yeni olmayan videogörüntülərin yayımlanmasının qarşısı alınmır;
- Montaj bəhanəsiylə ixtisarlara aparılır, yəni olay haqqında məlumatdan və ya olayın görüntülərindən mühüm məqamlar kəsilib-atılır;
- Çəkiliş rakurslarında bilərəkdən ayrı-seçkiliyə yol verilir, yəni yüksək vəzifəli şəxslər, məsələn, sanki birbaşa seyrcilərə üz tutan nazirlər bütün bədən ölçüsündə və ya önəmli və işgüzar görünmək üçün üzərində çoxsaylı telefon və qovluqların vurğulandığı masa arxasında göstərilir. Müxalifət təmsilçiləri isə nədənsə həmişə seyrcilərə deyil, reportyora üz tutur və adətən, ya ümumi planda, ya da orta planda, amma səssiz görüntü ilə göstərilir;
- Telexəbər bülleteninə diktoru (qəribə praktikasında moderator, bəzi hallarda spiker və ya aparıcı deyilir) və ya reportyoru (reportyorun kadrda çıxışı, yəni stən-dap zamanı) hər hansı jest (him-cim) və ya şərhə seyrcinin məlumatlandırılmasından daha çox, onun yönəldilməsinə təsir göstərir. Unutmaq olmaz ki, onların əsas vəzifəsi 4N+HK (Nə? Nə zaman? Necə? Nə üçün? Harada? Kim?) düsturuna dayanaraq olayı xəbərləmək, gərəkdirsə, digər olaylarla bağlantını xatırlatmaqdır. Əks halda onlar olaya müdaxiləyə yol vermiş olurlar.

Bənzər məntiqlə yanaşsanız, siz özünü də bəzi başqaz pozuntuları üzə çıxara bilərsiniz. Təbii ki, belə yanlışları aşkar etməklə yanaşı, onları aradan qaldırmaq yolları barədə də düşünmək önəmlidir.



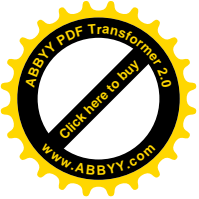
Avropa Şurasının təşkil etdiyi jurnalist professionalığı, Azərbaycan mediasının seçki kampaniyaları dövründə Davranış Kodeksi

Trening-seminar barədə HESABAT

2005-ci il oktyabrın 8-9-da, Novxanıdakı AF-oteldə keçirilmiş bu trening-seminarda Azərbaycanın çap və elektron KİV əməkdaşları, müxtəlif jurnalist təşkilatlarının nümayəndələri iştirak ediblər. Avropa Şurasının ekspertləri Kiis Buunman, Ronan Bredi və BDU-nun müəllimi Zeynal Məmmədli sözügedən seminarda aparıcı funksiyasını görüblər. Üç sessiyada gerçəkləşdirilən müzakirələrdə Azərbaycan jurnalistlərinin seçki dönmündə və özəlliklə Davranış Kodeksinə necə əməl etməsi ilə bağlı fəaliyyəti Avropa Şurasının standartları baxımından dəyərləndirilib.

Jurnalistika iqtisadi sıxıntılar, siyasi asılılıq və Davranış Kodeksinin tələbləri arasında adlanan 1-ci sessiyada bu mövzunun müzakirəsinə imkan verən 2 kəzus-əhvalət diqqətə yetirilib.

1. Dövlət qurumunun təsis etdiyi «Hal» qəzeti seçki kampaniyası dövründə ödənişsiz siyasi təşviqatdan faydalanan və hakimiyyət partiyasına müxalifətdə olan partiya və seçki bloklarına Seçki Məcəlləsinin tələblərinə uyğun çərçivədə yer ayırub və bunun ödənişsiz siyasi reklam olduğunu hər dəfə xatırladıb. Qəzet iqtidar partiyasına da eyni sayda və eyni həcmdə yer ayırsa da materialların heç birində bunların ödənişsiz siyasi reklam olduğunu bildirməyib.



a) Sizcə, Davranış Kodeksinin hansı şərtləri pozulub bu pozuntu, özü-özlüyündə, seçki kampaniyasının işıqlandırılmasında hansı təhlükələrə yol açabilir?

Müzakirədə səslənən cavablar:

- Siyasi reklam redaksiya materialından fərqləndirilməyib; iqtidar partiyası haqqında material redaksiya materialı kimi qavrana bilər;

- DK-nın tələbinə görə, ödənişli siyasi reklam verən KİV onu elə təqdim etməlidir ki, auditoriya həmin reklamı digər reklam və redaksiya materiallarından asanlıqla fərqləndirə bilsin;

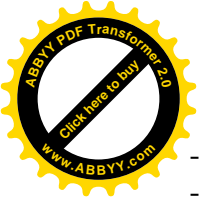
- DK-ya görə, reklam şərtləri seçki prosesinin bütün iştirakçıları üçün bərabər əsaslarda olmalı və tam şəffaflıq şəraitində həyata keçirilməlidir. Bu şərtin pozulması göz qabağındadır;

- Oxucular reklam materiallarına diqqət yetirməməyə meyllidir. «Hal» qəzeti bu meyldən iqtidar partiyasının xeyrinə faydalanmaq istəyib. Hər halda belə düşünməyə əsas var;

- «Hal» qəzeti, istədi-istəmədi, iqtidar partiyasının mövqeyinə şərik çıxır. Halbuki DK-ya görə, qəzet öz müstəqilliyini qorunmalıdır.

«Söhbət eyni partiya və blokların ödənişli siyasi reklamlarından getsə və onlardan biri ilə bağlı eyni hala yol verilsəydi, bu zaman hansı pozuntulara yol açılardı?» sualına cavabda müzakirə iştirakçıları ortaq mövqe nümayiş etdirdilər: -- ayrı-seçkiliyə, bərabər hüquq və əsaslar şərtinin pozulmasına yol açılardı.

«Ödənişli reklamın ödənişsiz reklamdan fərqləndirilməməsi oxuculara hansı əngəllər yaradır?» sualına verilən cavablar haçalandı:



- bu, oxucuların deyil, vergi orqanlarının problemdir;
- qəzetin maliyyə fəaliyyətinin şəffaflığına kölgə düşər və oxucuların qəzetə inamı azaldı;
- bərabər imkan şərti pozulardı;
- ödənişsiz reklam redaksiyanın və ən təhlükəlisi, sözügedən halda həm də hakimiyyətin mövqeyi ilə qarışıq salındı;
- oxucu reklama elə də önəm verməyəcəyindən, bu məsələni önəmli saymıram...

Ancaq müzakirənin sonrakı gedişi aşağıdakı arqumentlərə diqqət çəkdi:

- Ödənişli reklama qoyulan limit (dövlətdən maliyyələşən KİV-də) diqqətdən qaçır;
- Bəlli siyasi yönümü olan qəzetlərdə, tutalım, «Yeni Müsavat» qəzetində iqtidar partiyasına açıq-aşkar meyilli şəxsin, məsələn, Anar Məmmədخانovun siyasi reklamının getməsi oxucuları çaşdırmır (sitat: «onlar buna qəzetin kursunun dəyişməsi kimi yanaşıblar»);
- Maliyyə qaynaqlarının şəffaflığı təmin olunur;
- Maliyyə imkanları yüksək olan namizədləri diqqətdə saxlamaq və qanunda nəzərdə tutulduğundan çox vəsait xərcləməsinə yol verməmək asanlaşır;
- Auditoriyanın KİV-ə inamı sarsılmaz;
- Oxucu namizədi daha dərinə tanınmağa can atır (**sitat:** «oxucu soruşacaq ki, adi bir bələdiyyə məmurunun bu qədər pulu haradandır ki, seçki kampaniyasına xərcləyir?»).

Diqqətə yetirilən 2-ci əhvalat (kazu):

İqtisadi böhran keçirən xarici qəzetlərdən biri qonşu ölkənin parlament üzvlüyünə namizədliyini irəli sürmüş müxalifət liderlərindən biri barədə qaynağı açıqlanmayan

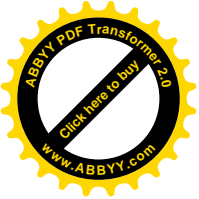


«müstəqil nəşr» kimi tanıdan qəzet sözügedən materialı onun xain davranışlarına sübut kimi qiymətləndirərək müxalifət liderini «xain», «şərəfsiz», «düşmən etnosun casusu» adlandırır və eyni zamanda ədəbi dildə çox pis səslənən ifadələrə də «qonaq edir». Üstəlik, bunları əks etdirən bir kollaj da dərc edir.

- a) Xarici qəzetin iqtisadi böhran yaşaması oxucu diqqətinə yetirilməlidirmi?
- b) Hakim bir fikirlə yanaşı, əks, fərqli və tamamlayıcı baxışların xatırladılması niyə vacibdir?
- c) «Vicdanlı olmaq və faktlara söykənmək» deyərkən, nəyi nəzərdə tutursunuz?
- d) Seçki kampaniyası dövründə namizədliyini irəli sürmüş yüksək vəzifəli şəxs, yaxud siyasi liderin tənqid çərçivəsi genişlənir, yoxsa daralır?

Müzakirələr göstərdi ki, seminara qatılanlar, bütün çatışmazlıqlarla bərabər, AŞ-nin Mediaya dair Bəyannamə və tövsiyələri, eləcə də Azərbaycan jurnalistlərinin məhz seçki dönməsinin işıqlandırılma incəliklərini əhatə edən davranış Kodeksi ilə yetərincə tanışdırlar. Ancaq aşağıdakı əngəllər ümumavropa tələblərini ardıcıl gerçəkləşdirməyə imkan vermir:

- Qəzetlərin məlumat bazası zəifdir və maliyyə imkansızlığıyla yanaşı, peşəkarlığın aşağı səviyyəsi də belə halları doğurur;
- Xaricdə çıxan, özəlliklə elə də məşhur olmayan bir nəşrlə bağlı məlumat toplamaq ayrıca vaxt tələb edir, hərçənd anlayırıq ki, mübahisəli məlumatın məhz iqtisadi böhran yaşayan qəzətdə çıxmasını oxucu diqqətinə yetirmək önəmlidir;
- Azərbaycan mediasının peşəkarlaşması üçün mərkəzləşmiş informasiya bankına ehtiyac var. Bu, maliyyə bazası zəif,

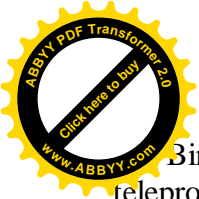


informasiya texnologiyasından yararlanmaq imkanları
aşağı səviyyədə olan nəşrlərin fakt əsaslı, üstəlik, balanslı
fəaliyyət imkanlarını yüksəldərdi;

- «İnformasiyaya çatım»la bağlı yeni qanun hələ işləmir və məlumatları təsdiqlətmək cəhdləri, çox vaxt, uğursuzluqla, vaxt itkisi ilə nəticələnir.

Kazusun suallarına gəlinə, seminar-müzakirəyə qatılanlar jurnalistlərin öz əqidə, baxış, simpatiya və antipatiyalarını nəzarətdə saxlamaqla bağlı problemlərini etiraf etməklə yanaşı, reportyor-redaktor münasibətlərində də bəlli qaydaların yetərsizliyini dilə gətirdilər. Redaktorlar hər hansı olayla bağlı reportyor materialını dəqiqləşdirib-dolğunlaşdırmaq baxımından öz üstünə yük götürmür və bu çalışma tərzində, öz növbəsində, diffamasiya səciyyəli halların ortaya çıxmasına şərait yaradır. Seminar da vurğulandı ki, Azərbaycan jurnalistləri informasiyanı təsdiqlətmək formalarını da lazımi qədər mənimsəməyiblər: fakt və şərh arasında dəqiq sərhəd həmişə gözlənmir. Fakt məlumatlarını əldə etməyin çətinliyi, cəmiyyət həyatının qeyri-şəffafılığı ucbatından daha çox anonim qaynaqlardan istifadə zərurəti, məlumat-sorğu materiallarının qıtlığı və mövcud oxucu auditoriyasını itirmək qorxusu jurnalistin şəxsi mülahizələrinə üstün yer ayırmasına gətirib çıxarır. «Gündəmdə qalmaq», mövcud auditoriyayı itirməmək, rəqabət qabiliyyətini saxlamaq üçün indiki şəraitdə Azərbaycanda jurnalistinin başqa seçimi yox dərəcəsidir. Bazarda inhisarın olması peşəkar media prinsiplərinin qarşısını kəsən əsas maneələrdəndir.

Seçki kampaniyaları dövründə ödənişli və ödənişsiz siyasi reklamların Davranış Kodeksinin tələblərinə uyğunluğu məsələlərini müzakirəyə çıxaran 2-ci sessiyada işçi qrupun diqqəti növbəti 2 kazusa yönəldildi.



Birinci kazus: «Xəbərələr»dən dərhal sonra efirə çıxan teleproqram aktual ictimai-siyasi mövzularına görə seyrçilərin dərin rəğbətini qazandığından illərdir ki, reyting rekordları qırır. Seçki kampaniyası teleşirkətin maddi durumunun yaxşılaşdırılmasına və gələcəkdə reytingləri qoruyub saxlamaq üçün müxtəlif telekörpülərin gerçəkləşdirilməsinə imkan yaratdığından rəhbərlik həmin proqramı başdan-başa ödənişli seçki təşviqatına – siyasi reklama həsr etmək qərarına gəlir. Beləcə həm siyasi, həm də adi kommersiya reklamları sel kimi axır.

a) Məqsədi tamaşaçıları məlumatlandırmaq, günün əsas olayı barədə daha dolğun məlumat yaymaq olan teleproqramda seçki reklamının verilməsi həmin proqrama inamı və nəticə etibarilə proqramın reytingini azalda bilər?

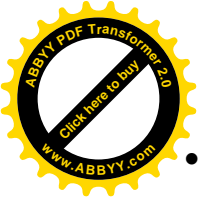
b) «Advertorial» tipli material, yəni jurnalist materialı formasında hazırlanan, ancaq reklamı hədəfləyən veriliş niyə digər teleproqramlardan fərqləndirilməlidir?

c) Sözügedən hal DK-nın pozuntusu sayılacaqmı (lütfən, pozuntunu adlandırın və xarakterini açıqlamaqla seyrçilərə – potensial seçicilərə nə kimi ziyan vurduğunu aydınlaşdırmağa çalışın)

Birinci kazusun müzakirəsində səslənən fikirlər 2 yerə haçalandı. İşçi qrupun bəzi üzvləri kazusdakı vəziyyəti çox normal sayaraq bu arqumentləri gətirdi:

- Pul qazanmaq, gələcəkdə bahalı telelayihələri gerçəkləşdirmək üçün bu yola əl atmaqdan çəkinməzdim;
- Populyar bir proqramı siyasi reklam proqramına çevirməklə həm siyasi reklamdan, həm də kommersiya reklamından xeyli vəsait toplamaq, jurnalistlərin maaşını artırmaq, yeni texniki avadanlıq almaq, bütövlükdə sözügedən TV-ni inkişaf etdirmək mümkündür. Bizim şəraitdə bundan imtina etmək ağılsızlıqdır.

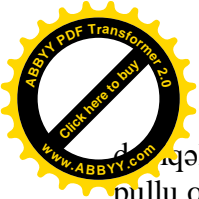
Ancaq qrupa qatılanların əksəriyyəti həmin arqumentlərlə razılaşmayaraq bildirdilər ki:



- Məqsədi siyasi təşviqat olan reklamın, məqsədi tamaşaçı məlumatlandırmaq olan proqramda, üstəlik, jurnalist materialı biçimində verilməsi həm peşəkar jurnalist prinsiplərini, həm də DK-nın tələblərini kobud şəkildə pozur.
- Biz proqramın populyarlığından, qazandığı etibardan namizədin xeyrinə yararlanmaq istəyində günahlandırıla bilərik;
- Bu yolverilməzdir. Ümumən, hər hansı reklamı ayrıca və ixtisaslaşmış jurnalist yazmalı və həmin şəxs redaksiya materialı hazırlamaq hüququndan məhrum edilməlidir;
- «Advertorial» tipli material digər teleproqramlardan mütləq və asanlıqla fərqləndirilməlidir ki, tamaşaçı məqsədin xəbərləmək yox, təbliğat olmasının fərqi nə varsın;
- Biz tamaşaçıların-seçicilərin müstəqil seçiminə, üstəlik, TV kimi güdrətli vasitə ilə, mane olmazdıqımı? Qətiyyən yolverilməzdir.
- Bəlkə də bir müddət reklamdan xeyli qazanardıq. Ancaq tamaşaçılar duyuc düşəndən sonra bizim verilişlərimizdən soyuyar və seçkisonrası dövrdə nəticə etibarilə, qazandıqlarımızı da itirərdik.

Qyed: Müzakirə zamanı məlum oldu ki, müəssisələrin bəlli xidmətlərinin və reklam agentliklərinin hazırladığı «advertorial» tipli materialları çıxmaqla, istər qəzet, istərsə TV-lər belə materialların hazırlanmasını elə öz jurnalistlərinə tapşırır və bu praktikanın mediaya inamın azalmasıdakı ziyanını apğıllarına da gətirmirlər. Yalnız «Ekspress» qəzetində «advertorial»ları ayrıca – məhz bundan ötrü ayrılan reklam jurnalisti hazırlayır.

2-ci kazus: Dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilən teleşirkət Seçki Məcəlləsinə uyğun olaraq ödənişli və pulsuz seçki təşviqatına yer ayırır. Bu siyasi reklamların bir-birindən fərqləndirilməsi üçün öncə pulsuz, daha sonra ödənişli seçki təşviqatı göstərilir. 6-8



dəqiqlik ödənişli təşviqat zamanı hər çıxışçıdan sonra reklamlar pullu olduğu yazılı və şifahi şəkildə vurğulanır.

a) Sizcə, DK-nın tələblərinə düzgün əməl edilmirmi?

b) Teleseyrçinin siyasi reklam növlərini bir-birindən, digər reklamlardan və redaksiya materiallarından asanlıqla fərqləndirməsi deyərkən nəyi (nələri) nəzərdə tutursunuz və Siz bunu necə edərdiniz (xatırlatma titrləri, «qaçan» titrlər, rəmzi işarələr, səs (musiqi) vurğuları və s. və i.a.-dan nəyə üstünlük verərdiniz)?

c) Sizcə, namizədin çıxışı üçün ayrılmış zamanı necə göstərmək lazımdır? 1) lap başda və sonda; 2) vaxtaşırı; yoxsa həmişə (sabit) göstərmək lazımdır? Bu, seyrcilərə – seçicilərə nə verir ki? (Açıqlayın və DK-nın hansı tələblərinə uyğun gəldiyini dəqiqləşdirin).

Səslənən fərqli fikirlər:

- Düzgün əməl edilir, çünki tamaşaçı, onsuz da, reklam materiallarını sevmir. Buna görə, siyasi reklamların da ödənişli, ya ödəniş olmasının göstərilib-göstərilməməsi potensial seçicilərin seçiminə heç bir təsir göstərməyəcək;
- Reklamın ödənişli və ya ödənişsiz olduğunu bir dəfə xatırlatmaq yetərlidir. Baxan biləcək. Baxmayansa, onsuz da baxmır.
- Siyasi reklam da pul gətirir, adi reklam da. Onların bir-birindən fərqləndirilməsində məntiq görmürəm. Ancaq bunların hər ikisi redaksiya materiallarından fərqləndirilməlidir və budur əsas məsələ.

Digər iştirakçılar, başqa sözlə seminara qatılanların əksəriyyəti həmin arqumentləri nəinki yetərli saymadı, hətta ziyanlı hesab edərək əsaslandırdı ki:

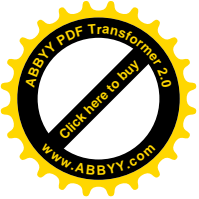
- Kazusdakı hal DK-nın, ümumən peşəkar jurnalistika prinsiplərinin kobud pozuntusudur, çünki siyasi reklam



barədə daha dolğun məlumat almaq tamaşaçının – potensial seçicinin alınmaz hüququdur;

- Azərbaycan praktikasında dövlətdən maliyyələşən TV-lərdə ödənişli reklama iki dəfə çox vaxt ayrıldığı üçün tamaşaçı pulsuz efirin müddətiylə ödənişli efirə ayrılan müddəti müqayisə etmək, pozuntunun olub-olmadığını üzə çıxarmaq imkanı qazanır;
- Tamaşaçı ödənişli efirə məhz kimlərin çıxdığına diqqət yetirir və bu maliyyənin xarakteriylə bağlı suallar ünvanlayır;
- Siyasi reklamın ödənişli xarakteri xatırladılmasa və ya çıxışa ayrılan zaman daim və ya vaxtaşırı göstərilməsə, namizədlərə bərabər imkan yaradılmasıyla bağlı tələbin yerinə yetirilib-yetirilməməsiylə bağlı şübhə yaranır və bu da seçki barədə «heç nə dəyişməyib, məndən heç nə asılı deyil» şəklində ictimai rəyin formalaşmasına səbəb olur;
- TV-də siyasi reklam barədə bilgiler – kimin çıxış etməsi, reklamın ödənişli olub-olmaması, neçə dəqiqə vaxt ayrılması mümkün olan bütün texniki vasitələrlə xatırladılmalı və elə prinsip əsas götürülməlidir ki, hər bir tamaşaçı sözügedən bilgilərlə tanış olmağa heç bir çətinlik çəkməsin.
- Siyasi reklamda təşviqatın ödənişli olub-olmamasıyla və buna nə qədər zaman ayrılmasıyla, eləcə də məhz kimin reklamının göstərilməsiylə bağlı pozuntular, hətta texniki yanlışlıqlar bütövlükdə seçki kampaniyasına kölgə sala, seçkilər barədə yanlış ictimai rəy formalaşmasına şərait yarada bilər.

Xəbərlərdə və digər materiallarda siyasi xadimlərin fəaliyyətinin işıqlandırılmasının Davranış Kodeksinin tələblərinə uyğun olub-olmadığını müzakirəyə çıxaran 3-cü sessiyada daha iki kazusa diqqət yetirildi.



Birinci kasus: Jurnalist M.R. məşhur bir qəzetdə çalışır, özü də təcrübəli və tanınmış jurnalistdir. O, parlament seçkilərində namizədliyini irəli sürür və seçiciləri arasında təşviqat işlərinə başlayır. Seçicilər ona əl-bəəl çoxsaylı şikayət məktubu verirlər. Jurnalist M.R. bundan seçki təşviqatında faydalanmaq fikrinə düşür və eyni çalışdığı həmkarından xahiş edir ki, seçicilərinin şikayəti barədə qəzetdə yazı versin. Hətta həmkarına fotosəkillər (öz fotosəklini də daxil) də verir ki, oxucular həm seçiciləri, həm də dərc olunacaq materialda şikayətin ünvanlandığı deputatlığa namizədi görüb-tanıya bilsinlər. Jurnalist M.R.-i redaksiyada çox istədiklərindən və onun deputatlığa layiq olduğuna şübhə etmədiklərindən material M.R.-in istədiyi kimi çap edilir.

a) Sızca, Davranış Kodeksinin hansı şərtləri pozulub?

b) Bu materialı necə vermək olar ki, nə Seçki Məcəlləsi, nə də Davranış Kodeksi pozulmasın?

Müzakirəyə qatılanların hamısı gizli reklamın yolverilməzliyi ilə bağlı tələbin pozulduğunu qeyd etdilər:

- Namizədin ayrıca fotosəkli verilib və bu fotomaterial seçicilərin sözügedən namizədə üstün diqqət yetirməsinə şərait yaradıb;
- Eyni dairədən namizədliyini irəli sürən digər şəxslərə də bərabər imkan yaratmaq tələbləri pozulub.
- Namizədin fəaliyyəti ilə bağlı xəbər yalnız namizədin mühüm bir olayla bağlı əsas məlumat qaynağı olduğu halda gedə bilərdi. Məsələn: Deputatlığa namizəd vəkil Adil İsmayılov Macarıstanda aparılan məhkəmədə Azərbaycan vətəndaşının hüquqlarını müdafiə edir. Məhkəmə prosesinə ictimaiyyətin böyük maraq göstərməsi şübhə doğurmadığı üçün qəzetlər və TV-lər seçki kampaniyası dövründə Adil İsmayılovlə telefon bağlantısı qurmaqdan və Məhkəmənin



gedişi barədə məhz ondan məlumat almaq çəkinməyiblər. Düzdür, onun deputatlığa namizəd olması qeyd edilməmək şərtiylə. Bu, DK-nın pozuntusu deyil və yolveriləndir;

- Xəbər in hədəfi ictimai önəm daşıyan olay barədə məlumat yaymaqdırsa, bu DK-ya uyğundur. Başqa sözlə, vasitə hədəfi əvəz etməməlidir. Sözügedən kazusda isə namizədin yeganə və əvəzolunmaz məlumat qaynağı olması şübhə doğurur.

İkinci kazus: Şərbət» qəzetində məşhur mütəxəssislərin internet-forumunu keçirmək ənənəyə çevrilib, çünki bu, qəzetə hər baxımdan sərfəlidir: şənbə buraxılışını tam sata, hətta tirajı artır bilirsiniz, çox nüfuzlu şəxslərin «qəzetin dostları klubu»na yazılmasına imkan yaranır və üstəlik, oxucu sualları sizi yeni mövzuların da izinə salır. Seçki kampaniyasının qızğın çağında həmin qəzet növbəti məşhur mütəxəssisi internet-foruma dəvət edir və bu barədə ənənəvi anons-elanını da dərc edir ki, oxucuların fəal iştirakı təmin olunsun. Forumda dəvətli mütəxəssis eyni zamanda partiya funksioneri və parlament üzvlüyünə namizəddir. Onun partiyası ayrıca siyasi partiyalar blokunda təmsil olunub. Elan mətnində yalnız onun partiya funksioneri olması və mütəxəssis olduğu sahə göstərilir.

a) Davranış Kodeksinin (DK-nın) şərtlərinə görə bu anons-elanı gizli və ya dolaylı reklam saymaq olarmı?

b) Belə bir elanın verilməsi hansı halda DK-nın şərtlərini pozmazdı?

c) Mediada gizli reklamı üzə çıxarmağın hansı yollarını sadalaya və əsaslandırma bilərsiniz?

Müzakirələrdə səslənən fikirlər:

- Anons-elan birbaşa DK pozuntusudur, çünki gizli reklamdır. Azərbaycanda başqa mütəxəssis tapılmadı ki, məhz deputatlığa namizəddən yapışdılar?

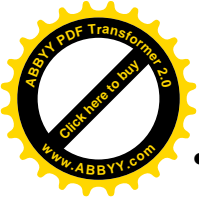


Digərlərinin ziyanına olaraq, namizədlərdən birinə üstün diqqət yetirmək deməkdir;

- İnternet-forumda auditoriyanın danılmaz istəyi ilə müzakirəyə çıxarılan və müzakirəsini sonraya saxlamağın cəmiyyət üçün təhlükəli və ya arzuolunmaz nəticələr doğuracağı ehtmal edilən məsələyə və bu məsələyə aydınlıq gətirəcək mütəxəssisə alternativ yoxsa, DK-nın şərtləri pozulmazdı;
- İnformasiyanın qaynağı deyil, özü diqqət hədəfinə yetirilirsə və informasiyanın maksimum keyfiyyəti təmin olunursa, DK-nın tələbləriylə bağlı pozuntu ehtimalı azaldı;
- Xəbərlərdə hər hansı namizədə üstün diqqət seçicilərin mövqeyinə təsir imkanları baxımından saf-çürük edilməli və seçicilərin balanslı, qərəzsiz, vicdanlı, faktlara dayanıqlı məlumatlandırılmasına xidmət edirsə, buna uyğun qərar verilməlidir;
- Namizəd elmi, yaradıcı fantaziyasını işə salaraq cəmiyyət üçün çox faydalı bir təşəbbüs, layihə, ideya irəli sürürsə, onu internet-foruma çıxarmaq başqa namizədlərin hüquqlarının tapdanması yox, onları da təşəbbüskarlığa ruhlandırmaqdır (mübahisəli də olsa, diqqətləyi q arqumentdir, deyilmi?)

Beləliklə, seminar-müzakirələr Azərbaycan jurnalistlərinin DK-ya münasibətini səciyyəvləndirməyə əsas verir. Ortaya çıxan bəzi sonuclar:

- Seminara qatılanların DK-nın və trening-seminarların konkret faydası barədə fikirləri üst-üstə düşür;
- Keçmiş adı «İnformasiya azadlığı haqqında» olan «İnformasiyaya çatım» haqqında qanunun işləməsi səbirsizliklə gözlənilir;



- Dövlətin nəzarətində olan qəzet və TV-lərin fəaliyyəti son qoyulsa, medianın seçki kampaniyaları dönməndəki fəaliyyəti daha şəffaf və peşəkar olar;
- Elektron KİV-in, özəlliklə TV-lərin müxtəlif biçimli debat proqramlarını normaya çevirməsi, TV-lərin ən müxtəlif namizəd və baxışlara açıq olması qəzetlərdə seçkidövrü etik normaların daha geniş yayılmasına və möhkəmlənməsinə güclü təkan verərdi;
- Təkcə seçki dönməndə deyil, adi vaxtlarda da KİV praktikasından, cəmiyyət həyatından götürülən ən tipik kazusların müzakirəyə çıxarılmasında və auditoriyanın mediaya olan inam və ya inamsızlığı baxımından dəyərləndirilməsində fayda var;
- KİV-in seçki kampaniyaları dövründəki fəaliyyəti oxucutamaşaçı-dinləyici auditoriyası önündə də müzakirəyə çıxarılsa və bu vasitə ilə Azərbaycan cəmiyyəti «Bizə niyə demokratiya və niyə məhz müstəqil media lazımdır?» sualını özü cavablaşdırmağa can atsa, peşəkar prinsiplər və DK-lar daim diqqət mərkəzində saxlanar.



2-ci BÖLÜM: Media etikası – xüsusi hissə

Müəllif: Xalid AĞALIYEV

- Səhifə 75** **Mediada terror xəbərləri və etika**
Terror(izm) nədir?
Terrorizmin məqsədləri
Mediyanın rolu
Terrorizm və mediya
Terrorizm və mediyanın kəsişən maraqları
Terror xəbərlərinin ictimaiyyətə təqdim olunması – fayda və zərərlər
Terror xəbərlərini necə hazırlamalı?
Ölkə Qanunvericiliyi
- Səhifə 84** **Paparazzilər və etik media**
Pusquda dayanmış fotoqraflar – paparazzilər
Paparazziləri çəkən mövzular, qazanılan paralar
Paparazziliyin etika çərçivəsi, faydalı tövsiyyələr
- Səhifə 91** **Gizli kamera çəkilişləri və etika**
Gizli kameralardan istifadə, mediya üçün ön tövsiyyələr
Mediya özəl həyata sayğı duymalıdır
Gizli kameradan istifadə ilə bağlı tövsiyyələr
Hüquq pilləkənləri
- Səhifə 100** **Xəbər alqı-satqısı etik çərçivə içindəmi?**
Hədiyyələr – xəbər satın alınması
Mediyaya hədiyyə, pulsuz səyahət təklifləri - nə etməli?
ABŞ Peşəkar Qəzetçilər Dərnəyinin Etik Qaydaları
Pullu xəbərçilik, xəbəri nə zaman pulla almaq olar?
- Səhifə104** **Uşaqlarla bağlı xəbərlər və etika**
Uşaqlara zərər verən xəbərlər
Mediya uşaqlarla bağlı xəbərləri necə hazırlamalı?
Amerika təcrübəsi
Avropa təcrübəsi
Mediya üçün tövsiyyələr





MEDİADA TERROR XƏBƏRLƏRİ VƏ ETİKA

Terror(izm) nədir?

Terrorizmin məqsədləri

Mediyanın rolu

Terrorizm və mediya

Terrorizm və mediyanın kəsişən maraqları

Terror xəbərlərinin ictimaiyyətə təqdim olunması – fayda və zərərlər

Terror xəbərlərini necə hazırlamalı?

Ölkə Qanunvericiliyi

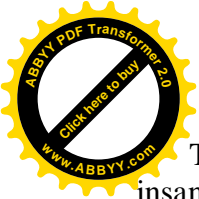
Terror(izm) nədir?

İnsanlara inanılmaz təsiretmə gücünə sahib olan mediya siyasi, iqtisadi, psixoloji, social faktorlarla birlikdə terrorizmin oturuşmasının əsas faktorlarından sayılır. Hələ 30 il öncə İngiltərənin Baş Naziri Marqaret Tetçer “Mediya terrorizmin oksigenidir” söyləmişdi.

Terror sözü latıncadan gəlmədir, qorxutmaq, dəhşətə düşürmək, təhdid etmək, talama mənalarnı verir.

Terrorçu sözü isə daha çox “siyasi bir görüşü qəbul etdirmək üçün qarşı tərəfi qorxudacaq, onların canını, malını ala bilən davranışlara hazır təhdidçi insan” mənasını ifadə edir.

Hüquq ədəbiyyatında “terror” və “terrorizm” anlayışları bir-birindən fərqləndirilir, terror xəbəri hazırlayan jurnalist də bu fərqləndirməni diqqətə almalı, bu anlayışların hansı fərqlərinin olduğunu bilməlidir.



Terror qeyri iradi olaraq da meydana gələ bilər, məsələn, insan öz təşəbbüsü ilə toplumun diqqətini çəkmək üçün, yaxud özünə xəsarət yetirərkən istəmədən hansı formada da dəhşətli, ölümlü olay törədə bilər. Bu zaman söhbət terrordan gedə bilər.

Terror daha çox uzun sürən qorxu və dəhşət durumunu ifadə edərək istifadə edilir.

Terrorizm isə həmin dəhşətli, qorxulu durumun formalaşdırılmasını məqsəd seçən strategiyanı ifadə edir. Terrorizm ədəbiyyatda siyasi məqsədlə hədəfləri əldə etmək üçün istifadə olunan, siyasi gündəmə önəmli təsir göstərmək məqsədi daşıyan şiddət cəhdləri kimi qəbul edilir.

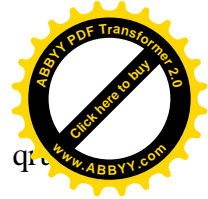
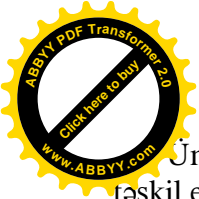
Terrorizmi basqı altına alınan insanlar və təşkilatlar vasitəsilə, böyük kütləni qorxutmaqla, özünün siyasi və strateji məqsədlərini gerçəkləşdirmək üçün bir qrupun və ya bir dövlətin anlaşıqlı və planlı şəkildə güc tətbiq etməsi və ya güc tətbiq etməsi təhdidində bulunması formasında qəbul etmək lazımdır.

Terror qarışıqlıq yaratmağın bir forması, terrorizm isə xaosun hökm sürdüyü cəmiyyəti hədəfləyən savaşı doktrinasıdır.

Terrorizmin məqsədləri

Hüquq ədəbiyyatında terror olaylarının məqsədləri geniş şəkildə sadalanır.

Məqsədlər – hədəfə alınan rejimi və ya siyasi iqtidarı gözdən salmaq, mövcud idarəetməni sarsıtmaq, ictimai rəyde çəşqınlıq yaratmaq, daxildə və xaricdə özündən söz etdirmək, toplumun müqavimət gücünü qırmaq, kütlələri itaətə məcbur etmək, məqsədlərinə çatdıqları cəmiyyətlərdə tərəfdar toplamaq, kütləvi dəstəyi təmin etmək.



Ümumi şəkildə ifadə edilirsə terrorizmin məqsədini iki qrup təşkil edir:

Siyasi şiddət hərəkətlərindən istifadə etməklə dövləti ələ keçirib rejimi dəyişdirmək;

Bir ölkəni siyasi, iqtisadi, mədəni, hərbi baxımdan zəiflətmək;

Qeyd etdiyimiz məqsədlərə çatmaq üçün terrorizmin ilk gerçəkləşdirmək istədiyi ortam hədəf qrupları arasında qorxu, ümitsizlik atmosferi yaratmaqdır.

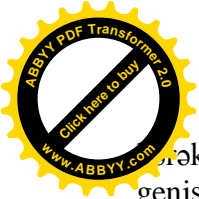
Terrorçular üçün ən önəmli olanı öldürülən insanlar, dağıdılan binalar yox, insanların qətlə yetirilməsinin, binaların dağıdılmasından doğurduğu atmosferdir. Onlar üçün təşkil etdikləri əməliyyatların böyük kiçikliyi yox, həmin əməliyyatların yaradacağı yanğı daha ön plandadır. Bu səbəbdən terrorun qurbanları daha çox terrorçunun məqsədləri üçün xüsusi özəllik daşıyan insanlar arasından seçilir.

Terrorun pöhrələməsində medianın rolu

Terror olaylarının pöhrələyib topluma təsir gücünün artmasında medianın xüsusi rolu var. Çünki insanları qorxutmaq, dəhşətli duruma salmaq məqsədi daşıyan olayları topluma çatdıran mediyaadır.

Ümumilikdə, hər bir tərribat nüanslı olayları kütlələrə təqdim etmənin ən effektiv vasitəsi məhz mediya sayılır. Səsini kütləyə çatdırmaq istəyən hər kəs medianın imkanlarından istifadə etmək məcburiyyətindədir. Terror olaylarının əsas məqsədi də məhz səsini eşitdirməklə varlığını qəbul etdirməkdir.

Terror qrupları özlərini cəmiyyətə tanımaq üçün daim tərribat axtarışındadır. Fəaliyyətlərini gündəmə gətirə biləcək istənilən



çəkət onların marağ dairəsinə daxildir. Mediya bir terror olayı geniş yer verirsə, bir-birinin ardınca həmin olayı qınayan bəyanatları, açıqlamaları yayırsa, terror olayının məsuliyyətini üzərinə götürmüş terrorçu birləşmədən bəhs edirsə deməli, terrorçular məqsədlərinə yetişib - ictimai diqqəti məhz öz üzərlərinə çəkməyi, qorxu və dəhşət atmosferi yaratmağı bacarıblar.

Deməli, mediya işıqlandırılmayan, səs-küy oyatmayan terror olayı əsil məqsədinə çatmış sayıla bilməz. Qısa desək, terror olayının terrorçular baxımından uğurlu olub olmamasının əsas göstəricisi həmin olayın mediya necə işıqlandırılmasıdır.

Terrorizm-mediya münasibətlərini araşdırdığımızda medianın vəzifə-məqsədləri ilə terrorun məqsədlərinin kəsişdiyi gerçəyi ilə qarşılaşırıq.

Medianın təməl məqsədi gerçəkdən baş verənlərə ayna olmaq, baş verənləri cəmiyyətə çatdırmaq, onları bilgiləndirməkdir.

Terrorun təməl məqsədi isə terror olayları ilə mediya yer almaq, səsini cəmiyyətə bu vasitə ilə çatdırmaqdır. Terrorçu toplumu qorxutmaqla öz məqsədlərinə yetişməkdəyənkən, mediya baş verənləri cəmiyyətə çatdırmalı olması vəzifəsini düşünür. Mübahisə əsasən burdan doğur.

Mediya nə etməlidir - terrorizmə məqsədlərinə yetişməsi üçün yardımçı olmalıdır, yoxsa baş verənlərə göz yumub öz təməl məqsədlərini unutmaldır?..

Mediya hüquqçularının rəyi belədir ki, mediya öz məqsədlərini unutmamalıdır. Mediya ciddi terror olayını işıqlandırmaqdan vaz keçə bilməz. Hər şey medianın terror olayını necə təqdim etməsindən, hansı xəbər üslubu seçməsindən, hətta xəbəri



İctimaiyyətə çatdırarkən hansı sözlərdən istifadə etməsində asılıdır.

Terrorizm və medianın kəsişən maraqları

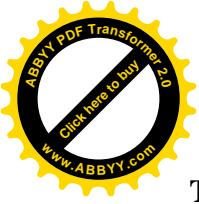
Göründüyü kimi, terrorizmlə medianın kəsişən maraqları var.

Bu kəsişmə nöqtəsinə media maraqları prizmasından yanaşsaq, medianın demokratiyanın əsas ünsürlərindən biri olduğunu, eyni zamanda iqtisadi qazanc axtaran sektor olduğunu görürük. Medianın iqtisadi maraqları tələb edir ki, toplumun diqqətini çəkə biləcək istənilən xəbəri gündəmə gətirsin, o cümlədən topluma olan təhlükələri əks etdirən terror xəbərlərinə də geniş yer versin.

Terrorizm media əlaqələrinə terrorizm pəncərəsindən baxdıqda isə orda terrorizmin reklam və təxribat istəyinin dayandığını görürük. Reklamın və təxribatların ən uyğun yolu da məhz elə mediyaadan keçir.

Faşizm ideologiyasının ən önəmli ideoloqlarından sayılan Georq Sorel 20-ci əsrin əvvəllərində deyirdi ki, bundan sonrakı dövəmdə dünyanın tək allahı qorxu olacaq, kütlələri qorxu altına soxmaqla istənilən rejimi qurmaq mümkünləşəcək. Terrorizmin hədəfi də mediyaadan istifadə etməklə bir insanı öldürüb milyonları qorxu altına salmaqdır.

Qısa desək, məqsədlərinə yetişmək istəyən terrorizm mediyaadan maksimum istifadə etmək niyyətindədir. Əsas məqsədi cəmiyyəti bilgiləndirmək olan media da bəzən bilərəkdən, bəzən bilmədən, bəzənsə reyting maraqları xatirinə terrorizmin bu niyyətinin həyata keçməsini təmin etmiş olur.



Terror xəbərlərinin ictimaiyyətə təqdim olunması – fayda və zərərlər

Terror olaylarının medyada geniş yer almasının mümkün fayda və zərərləri var.

Terror xəbərlərini olduğu kimi cəmiyyətə təqdim edən mediya topluma aşağıdakı faydaları qazandırmış ola bilər:

- Cəmiyyətin senzurasız xəbər almaq haqqı təmin olunur;
- Terror olayından sonra dövlət əleyhinə yayıla biləcək şayiələr və bu tipli digər təxribatçı əməllər əngəllənir;
- Mediya azad şəkildə olaylara ayna tutmuş olur;
- Terrorçuların ortaya qoyduqları dəhşət olaylarını izləyən insanlarda dövlətin güc strukturlarına etimad, inam duyğuları daha da möhkəmlənmiş olur.

Terror olaylarının olduğu kimi cəmiyyətə təqdim olunmasının zərərli tərəfləri də çoxdur:

- Bir terror qrupunun törətdiyi olayın yaratdığı səs-küy digər qruplara rəvnəq verə bilər;
- Terror xəbərlərinin tez-tez ekranlara daşınması terrorçuları qəhrəman obrazına gətirə bilər;
- Medyanın terror olaylarını detallı incələməsi terrorçulara yanlışlıqlarını aradan qaldırmaq, istifadə etdikləri taktikanı gözədən keçirmək üçün vəsait ola bilər. Məsələn, ABŞ – dakı Ticarət Mərkəzində ilk partlayış 1993-cü ildə törədilmişdi, 2001-ci ildə baş verən partlayış daha dəhşətli oldu, bir çox araşdırmaçı terroristlərin məhz az zərər vermiş ilk partlayışın mediada detallı incələnməsindən dərs aldığını söyləyir;
- Davam edən terror olaylarının medyada canlı yayımlanması yolverilməzdir. Canlı yayım əsasən terror



olayına son verməyə çalışan güc strukturları bölmələrə yaxın sahələrdən aparılır. Əgər terrorçular telekanalları izləmə imkanlarına malikdirlərsə, terror olayı daha uzun sürə, daha dəhşətli nəticələrə gətirə bilər;

- Terror xəbərlərində əsas vurğunun dövlətin olayın qarşısına keçməyə çalışan güc strukturlarının nöqsanlarının üzərinə qoyulması təhlükəlidir. Bu toplumda xaosa sürüklənməyə, güvənsiz duruma düşmə duyğularının formalaşmasına səbəb ola bilər.

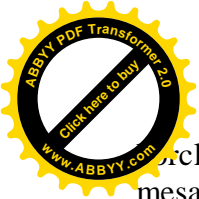
Terror xəbərlərini necə hazırlamalı?

Terror xəbərlərinin necə hazırlanmalı olması zaman-zaman səsləndirilmiş suallardandır. Media hüquqçuları buna daha anlaşıqlı cavabı tapmaq üçün medianın təməl məqsəd və vəzifələrini araşdırmaqdan başlanmanı tövsiyyə edirlər.

Medianın ən önəmli vəzifəsi cəmiyyətin maraqlarına xidmət etməkdir. O zaman mütləq medianın xidmət etdiyi cəmiyyətin maraqlarının terror olaylarına münasibətdə nələri tələb etməsinə diqqət yetirilməlidir.

Terrora münasibətdə cəmiyyətin maraqları demokratiya və insan haqlarını təhdid edən terrorizmin məqsədlərinə xidmət etməməyi tələb edir. Bu səbəbdən media terror xəbərlərini necə versin sualının cavabının künc daşını da məhz media mənsubunun terrorun məqsədlərinin nələr olmasını bilməsi və nələrin bu məqsədlərin həyata keçməsinə xidmət edəcəyini görməsi təşkil edir.

Yəni, jurnalist xəbəri verməklə kifayətlənməməlidir, o, bundan öncə həmin xəbər hansı məqsəddə xidmət edəcəyini bilməyə

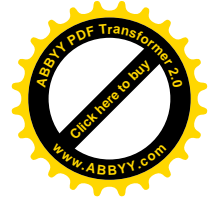
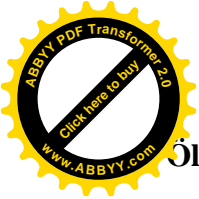


...dır. Xəbərçi jurnalist terrorçuların cəmiyyətə vermək istədiyi məsajın önünə keçməyi, verdiyi xəbərlərin cəmiyyətdə doğura biləcəyi nəticələri öncədən görməyi bacarmalıdır.

Qısa desək, jurnalistin terror xəbərini çapa və ya yayına verməsindən öncə bu xəbərin doğura biləcəyi nəticələr üzərində bir daha düşünməsi faydalı olardı.

Digər tərəfdən, mediya terror olayları ilə bağlı xəbərləri topluma təqdim etməklə kifayətlənməməlidir. Mediya bu xəbərlərlə yanaşı terror mövzusunun masaya yatırılması, terror olaylarının səbəblərini, terrorçuların bağlantılarını araşdırmalı, terror olaylarını önləmək yönündə müzakirələr açmalıdır.

Ancaq mediya bütün bunları edərkən hansısa qrupun sözcüsü olmamalı, kimlərə sə çətir tutmamalı, seçdiyi sözlər, qurduğu cümlələrdə, istifadə etdiyi üslub və təqdimat vasitələrində ittihamedici mövqedən çıxış etməməli, tərəfsiz, doğru, yalnız reallığa söykənən xəbərçilik anlayışını qorumalıdır. Cəmiyyətə xidmət etdiyini yaddan çıxarmamalı, topluma qarşı məsuliyyətinin fərqləndirilməli olmalıdır.



Ölkə Qanunvericiliyi

Terrorçuluğa qarşı mübarizə haqqında Qanun

11-ci maddəyə görə terror əleyhinə aparılan əməliyyatlar zamanı terror aksiyaları barəsində bilgiler ictimaiyyətə əməliyyat qərar-gahının rəhbərinin və ya əməliyyat qərar-gahının ictimaiyyətlə əlaqələr üzrə məsul nümayəndəsinin müəyyən etdiyi formada və həcmdə verilir.

Aşağıdakı veriklərin (məlumatların) yayılmasına yol verilmir:

- 1) terror əleyhinə əməliyyatların aparılması taktikası və texniki üsulları haqqında;
- 2) terror əleyhinə aparılan əməliyyatlar zonasında və ya bu zonanın hüdudlarından kənarda olan insanların həyatına və sağlamlığına təhlükə yaradan və terror əleyhinə əməliyyatların aparılmasına əngəl törədən bilgiler haqqında;
- 3) terrorçuluğa bəraət qazandıran və ya onların təbliğinə xidmət edən bilgiler haqqında;
- 4) terror əleyhinə aparılan əməliyyatlarda iştirak edən, habelə bu əməliyyatların aparılmasına kömək edən şəxslər haqqında.

Televiziya və radio yayımı haqqında Qanunu

11-ci maddəyə görə terrorizmin... təbliği yolverilməzdir.

23-cü maddəyə görə, teleradio düzənlənməsini həyata keçirən Milli Teleradio Şurası terrorizmə açıq çağırışları müdafiə etdikdə və ya bu çağırışları səsləndirməyə bilərəkdən şərait yaratdıqda teleradio yayımçısının yayım lisenziyasını ləğv edə bilər.



PAPARAZZİLƏR və ETİK MEDİYA

Pusquda dayanmış fotoqraflar – paparazzilər
Paparazziləri çəkən mövzular, qazanılan paralar
Paparazziliyin etika çərçivəsi
Paparazzilər üçün faydalı tövsiyyələr

Pusquda dayanmış fotoqraflar – paparazzilər

Onları tanınmışlar, şöhrətlilər təbəqəsinin yaradıcısı da adlandırırlar, müxtəlif peşə sahələrində öndə sayılan insanların həyatını güdər, gözlənilməz anda fotolarını çəkib qəzetlərdə yayırlar. Onların – paparazzilərin iş saati çox gec, axşamüstü 18-19-da başlayır, amma gec də bitir –səhər saatlarında,.. bəzənsə paparazzi təqibi sutkalarla davam edir...

Hansısa qəzetin və ya telkanalın işçi personalına daxil olmadan da foto və ya video kameradan istifadə etməklə xəbər hazırlayan qəzetçi paparazzi adlanır. Azərbaycanda paparazzilər geniş yayılmayıb, azad medianın var olduğu ölkələrdə paparazzilər daha çox bu xüsusiyyətləri ilə seçilir: motosiklet və ya idman avtomobilləri ilə gəzər, hadisə yerinə hamıdan tez gəlməyə çalışar, otel, bar, kazinoların qəbul otaqlarından dostlar qazanır, hadisələrlə bağlı bilgiləri də əsasən elə onlardan alırlar.

Gecə saatlarında işləmək onlara xüsusi zövq verir. Onlar hansısa media quruluşunun işçi personalına daxil olmağı sevməz, müstəqil çalışıb kameraya qeyd etdikləri skandal fotoları daha yüksək məbləğə satmağı xoşlayırlar. Ayrı-ayrı qəzetlərdə maaşla işləyən paparazzilər də var, ancaq bəlli məbləğdə maaşa bağlılıq onların həvəsini düşürür.



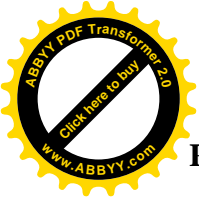
Paparazzi ifadəsini media elminə daxil edən italyan fotoqrafı Paparazzi və italyan rejissor Federiko Fellini olub. “La Dolce Vita” filmində fotomüxbir ünlü insanları izləyib, fotogörüntülər alır, sonradan həmin görüntülərdən çoxlu paralar qazanır...

Bu filmin geniş yayılmasının ardınca dünyanın hər yerində önəmli insanlara çətin anlar yaşada biləcək fotolar çəkməyə çalışan xəbər fotoqrafçıları paparazzi adlandırmağa başlayıblar. Paparazzilərin işi sensasiyon hadisələri əks etdirən skandal yaradıcı fotolar çəkməkdir.

Paparazzi kateqoriyasına aid ilk fotonun qəhrəmanı isə bir filmə çəkilmək üçün İngiltərədən İtaliyaya gələn, italyan rejissorla eşq macərəsi yaşamaya başlayan kino ulduzu İnqrid Berqman sayılır. Otel otaqlarında yeni sevgilisi ilə qol boyun olan kinoulduz xəbəri olmadan paparazzilərə yaxalanır. Berqman evli idi, evli bir ünlü qadının başqasının qoynunda çılpaq fotoları o zaman özəl həyatla bağlı ən skandal xəbər olaraq İtalyanın media gündəmində bomba partlayışı effekti yaradır.

Aktrisanın fotoları o zaman İtaliyada orta tirajlı bir qəzetdə dərc olunur, hər şey bundan sonra baş verir – sözügedən qəzet bu ölkənin ən tirajlı nəşrinə çevrilir. Dünyanın ən məşhur nəşrləri də az öncə italyanların belə yaxşı tanımadığı qəzetə istinadən skandal xəbəri tirajlamaqda davam edirlər...

Məhz bir fotonun bir tanınmamış qəzeti göylərə qaldıran bu olay fotoqrafların paparazzilik həvəsini yüksəldir, bu olaydan bir neçə il ötməmiş ünlüləri izləyib onların ehtiyatsız davranışlarını güdən fotoqrafların sayını qat-qat artırır.



Paparazziləri çəkən mövzular, qazanılan paralar

Böyük Britaniyada aparılmış bir araşdırmanın nəticələri göstərir ki, media izləyən insanlar üçün pul, şöhrət, seks, sağlq mövzuları daha diqqətçəkicidir. Sensasiya yaradan paparazzi xəbərləri də məhz bu mövzular üzərində qurulur. Belə xəbərlər tanınmış insanlar, əsasən ictimai xadimlərlə bağlıdır, sadə bir insan obrazını xəbərə predmet etmək paparazzilərin tərzii deyil.

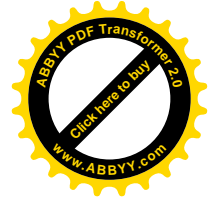
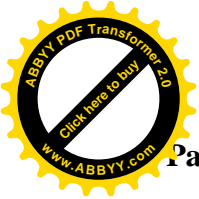
Qərb ölkələrində bir paparazzinin fotoaparatin düyməsinə basmaqla çoxlarının bir ömürə qazana bilməyəcəyi pulu əldə etmə şansı var. Avropanın göbəyində çalışan paparazzilərin aylıq məsrəfi 10 min avro dəyərindədir. Bir fotoqraf bu qədər vəsaiti hardan nəldə edir?

Qərb mediayasının xəbərlərinə görə, Fransanın keçmiş dövlət başçısı Fransua Mitteran qeyri rəsmi niğahdan doğulan qızı ilə fotosunu ələ keçirən paparazziyə 500 min frank ödəyib.

Paparazzilər Monaco kraliçasının özəl görüntüsü için 2 milyon dollar, Papa II İohan Pavelin özəl fotosu üçün 1.2 milyon dollar qazanıblar.

Bu nümunələr paparazziliyin artıq ayrıca bir sector formalaşdırdığını göstərir.

Paparazzi fotolarının əsas alıcıları “Paris Match”, “Gala”, “Hola”, “People”, “Bunte” dərgiləri hesab olunur. “Paris Match” həftədə 200 min, “Gala” 362 min, “People” 3.2 milyon, “Bunte” 1 milyon, “Hola” dərgisi isə gündə 2.2 milyon tirajla satılır. İngiltərənin paparazzi fotoları ilə gündəmdə bomba partladan “The Sun” qəzeti dünyada birinci sayılır. “The Sun”un gündəlik tirajı 4 milyondur.



Paparazziliyin etika çərçivəsi

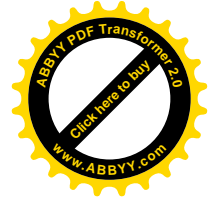
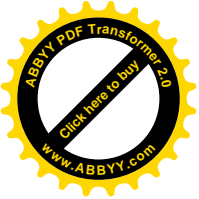
İnsanların özəl həyatına göz atmaqla öz peşələrinə predmet arayışında olan paparazzilərin işinin media etikasına sərhdətlərində olub-olmaması zaman-zaman mübahisə mövzusu olub. Dünyanın bir çox ölkələrində paparazzilərin fəaliyyəti üçün etik qaydalar müəyyən edilməyib.

Paparazzi hansı çərçivə daxilində işləməli, kamerasının obyektivini hansı obyektlərə, hansı zamanlarda tuşlamalı kimi suallar əsasən son dövnlərdə gündəmə oturub.

Böyük Britaniya Şahzadəsi Diananın ölümündə paparazzilərin suçlu yerinə qoyulmasının ardından bir neçə ölkədə paparazzilərə fəaliyyət dairəsi cızılıb. İlk olaraq 1998-ci ildə İtaliyada Paparazzilər Qanunu qüvvəyə minib.

Həmin qanuna görə, jurnalist

- kimlərinə evinə, iş yerinə, yerləşdiyi yerə, xəstəxanaya, özəl klinikalara icazəsiz daxil ola bilməz;
- 18 yaşı olmamış şəxslərin adının qarışdığı skandal olayları, onların işlədikləri suçu cəmiyyətə təqdim edə bilməz;
- kimlərinə qürurunu qıran yazı yaza, rəsmlər yaya bilməz;
- insanları dini, irqi, siyasi baxış, cinsi mənsubiyyətinə, xəstəliyinə görə günahlandırma bilməz;
- insanların xəstəliyini onun qürurunu qıra biləcək şəkildə açıqlaya, ümumiyyətlə insanların sağlıq durumu ilə bağlı icazəsiz detallı bilgiler yaya, çarəsiz xəstəliklərini açıqlaya bilməz;
- jurnalist xətəyə yol verdikdə məhkəmə qərarını gözləmədən təkzib verməyə məcburdur;
- ictimai xadimlərlə əlaqəli özəl həyata aid bilgileri cəmiyyətə çatdırmaq üçün onlardan yazılı icazə alınmalıdır.



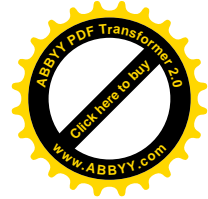
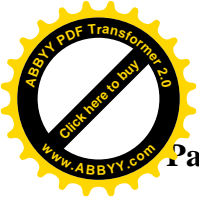
Paparazzilər üçün media etikası deyilən sərhəd çəkmək lazımlıdır, ancaq bu da bir gerçəklikdir ki, nə qədər çalışsan da bir fotoqraf çalışdığı qəzetin istədiyi şəkildə çəkəcək, müstəqil çalışansa bir qəzetin daha çox para verəcəyi görüntüləri lentə köçürməyə çalışacaq. İstənilən halda etik çərçivələrin gözlənilməsi vacibdir, bunu gerçəkləşdirə, jurnalisti etik çərçivələr içində çalışmağa məcbur edə biləcək əsas gücsə oxucudur. Məhz oxucu öz marağı ilə jurnalisti yönləndirə bilər. Ancaq hələki, heç bir oxucu paparazzilərin gətirdiyi xəbərləri oxumaqdan imtina etməyib, əksinə olaraq onların skandal yaradan xəbərlərə marağı günbəgün artır.

Media hüquqçuları belə qarışıq situasiyada paparazzilər üçün əməl edilməsi çox vacib olan tövsiyələr hazırlayıb.

Paparazzilər özlərinin peşə çərçivəsinin harda başlayıb, harda bitdiyindən mütləq detallı şəkildə xəbərdar olmalıdırlar. Obyektivlərini yalnız həmin çərçivə içinə tuşlamalıdırlar. Buna əməl etdikdə ilk öncə onların hüquqi məsuliyyət risqi azalmış olur. Paparazzi istisna hallarda – cəmiyyətin maraqlarının çəkisinin daha artıq olduğu məqamlarda ayrı-ayrı fərdlərin özəl həyatlarına da daxil ola bilər.

Cəmiyyətin maraqlarının tələb etmədiyi yerlərə kamera yönləndirmək, ictimai tələbat olmadan insanların özəl yaşamına müdaxilə etməmək tövsiyə olunur.

Paparazzi heç zaman unutmamalıdır - hər bir insanın yalnız onun özünə aid olan özəl həyat çərçivəsi var. Bu çərçivə istər cəmiyyətə bəlli olsun, istərsə də olmasın, heç kimin, o cümlədən medianın və paparazzilərin həmin çərçivəyə icazəsiz daxil olması yasaqdır.



Paparazzilər üçün faydalı tövsiyələr

Washington Post qəzetinin foto görüntülərdən istifadə siyasəti

1. Oxucularımız hər hansı bir olayın doğru qeyd edilməsində fotoqraflara güvənirlər. Fotolarda oxucuları yanılma biləcək, yaxud da bu olayların doğruluğunu şübhə altına ala biləcək dəyişikliklər edilməsi qətiyyənlə yol verilməzdir.

1. Fotoqraf hansısa olayın fotoya alınmasını təmin edən vasitə olaraq etibar qazanıb. Bu etibara heç zaman xəyanət etməməliyik. Xəbər məzmunlu fotoların əslini dəyişdirməməyi bir siyasi xətt olaraq qəbul edirik. Bu, fotoya hər hansı çalırın əlavə edilməməsi anlamını daşıyır. Daha yüksək keyfiyyətli görüntülərin əldə olunması məqsədi ilə texnoloji vasitələrdən istifadəyə yol verilir.

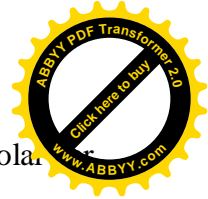
2. Fotolarda siluətlərdən minimum istifadə olunması tələb olunur. Fotoları əməklə fərqli şəkllə salmaqdan nəyin bahasına olursa olsun qaçmaq lazımdır. Xəbər başlığı və ya fotoaltı yazıların fotoların üzərinə çıxarılmasına nadir hallarda yol verilir...

3. Fotoların kollajlarda istifadə olunmasına sadəcə açıqlayıcı məqsədlər daşdığıda yol verilir...

4. Fotonu dəyişdirmək. Bir fotonu dəyişdirmək fikri ortaya çıxdığıda bu firkin gercək olub olmaması aydınlaşdırılmalıdır. Aydınlaşdırmaqda cətinlik varsa topu yuxarı redaktora ötürməli...

Associated Press Aqentliyinin fotoları düzənləmə siyasəti

Fotoların görüntülənməsində elektron vasitələrdən geniş istifadə fotoların istifadəsində etik normalarla əlaqəli sualların yaranmasını şərtləndirib. Suallar yenidir, amma cavabları köhnə köhnə dəyərlərimizdədir. Daha anlaşılıqlı şəkildə bəyan edirik -



Associated Press fotoları dəyişdirməz. Bizim çəkdiyimiz fotolar zaman gerçəkləri ifadə edir.

Kompüter proqramları fotoların istifadəsində oturuşmuş vasitə rolunu alıb. Bu vasitə bizi çətinliklə anlaşılan texniki vasitələrdən istifadə olunan kimyəvi qaranlıq otaqlardan xilas etdi.

İndiki dövəmdə fotolardan istifadə ilə baęlı sərhədləri yenidən müəyyənleşdirməmiş, bəzi təməl qaydaları təkrrar bəyan etməyimiz tələb olunur.

Bir fotonun əslə əslə dəyişdirilə, yenidən işlənə bilməz. Sadəcə masqalamaq, kəsmək kimi standart vasitələrdən istifadəyə icazə verilir.



GİZLİ KAMERA ÇƏKİLİŞLƏRİ

**Gizli kameralardan istifadə
Mediya üçün ön tövsiyələr
Mediya özəl həyata sayğı duymalıdır
Gizli kameradan istifadə ilə bağlı tövsiyələr
Hüquq pilləkənləri**

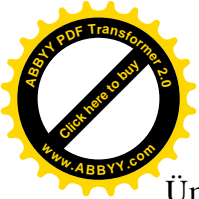
Gizli kameralardan istifadə

Gizli kameradan istifadə normal yollarla əldə edilməsi mümkün olmayan və ya çox çətin, risqli olan bilgiləri insanların özəl həyatına onların iradəsindən kənar formada daxil olmaqla əldə etmək üsuludur.

Gizli kameralardan (foto) istifadənin tarixçəsi The New York Daily News-lə bağlıdır. İlk dəfə 1920-ci ildə adıçəkilən qəzetin fotoqrafı ayağına bərkitdiyi kamera ilə edam qərarının icrası görüntülərini obyektivə köçürüb. Həmin fotoların dərci səs-küylə qarşılıb, qəzetin satış tirajına da ciddi təsir göstərib.

Bu olayın ardınca gizli kameralardan istifadə media quruluşlarının toplumun diqqətini çəkmək, reyting artırmaq üçün tez-tez əl attıqları vasitəyə çevrilib.

Gizli kameralardan istifadə son dövənlərdə də geniş istifadə olunan vasitələrdən hesab olunur. Azərbaycanda da bunun örnəkləri var, gizli kameralardan daha çox şou-biznes sektorunda istifadə olunur. Siyasi proseslərin iştirakçıları gizli kameraların hədəfində olduqda əldə olunan görüntülərdən açıq şəkildə daha çox gözdən salma, insanları aşağılamaq məqsədilə istifadə olunur.



Ümumiyyətlə, Azərbaycanda etik qaydalara riayət edilməklə gizli kameralardan istifadə nümunəsi tapmaq çətinidir. Yerli media əsasən doğru olduğu şübhə doğurmayan, artıq cəmiyyətə bilgi verilmiş olaylar zamanı gizli kameraya əl uzadır.

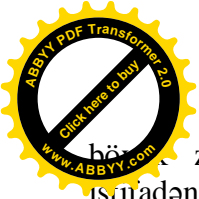
Bütün bunlar gizli kameradan necə, nə zaman istifadə olunması barədə bilik və bacarıqların yetərli yüksəklikdə olmamasından doğur. Media etikasına sahəsində tanınmış araşdırmaçı Bob Stel gizli kameranı bacarıqsız insanlardan uzaq tutulması tələb olunan təhlükəli silaha bənzədir. Əsaslı yanaşmadır, doğrudan da gizli kamera zərurət olduğu zamanlarda, onun potensialını bilən və doğru biləcəyi nəticələrin fərqiində olan jurnalistlər tərəfindən istifadə olunmalıdır. Unutmaq olmaz ki, əgər jurnalist çox önəmli olmayan olaylarda gizli kameradan istifadə edirsə, özü-özünü aldadır, həm də ən önəmlisi gizli kameranın gücünü azaltmış olur.

Mediya üçün ön tövsiyələr

Etik çərçivəni qorunmalı olan media mənsubu gizli kameradan istifadə edərkən ilk növbədə özəl həyata zərər verməkdən çəkinməlidir.

Jurnalistin əlində önəmli saydığı bilginə əldə etmək üçün başqa vasitə qalmayıbsa gizli kameradan istifadəyə qərar verməlidir. Eyni bilginə əldə etmək üçün bütün vasitələrə əl atılmalıdır, klassik metodlardan sayılan görüşmək, gözləmək, bilgiləri, sənədləri araşdırmaq kimi vasitələr işə salınmalıdır. Bütün bunlardan sonra bilgi əlçatmaz qalarsa, bu halda gizli kameradan istifadə uyğun hesab oluna bilər.

Jurnalist unutmamalıdır ki, gizli kameradan istifadə həm cəmiyyət üçün çox önəmli olan gerçəklərin üzərinə gün işığı sala bilən, həm də



həyətə ziyanlara gətirə biləcək gücə sahibdir. Gizli kamera istifadəsinin bu kimi özəlliklərini ölçüb-biçən media mənsubu onu güclü silaha çevirmiş olur.

Jurnalist gizli kameradan istifadə edərkən çox diqqətli olmalıdır. Dinləyicinin, seyrçinin daha rahat anlaması üçün mövzunu tam açan ifadələrdən istifadə olunmalıdır. Xəbərlə bağlı detalları görmək istəyən jurnalist gizli kameradan daha çox özünün peşə bacarığına arxayın olmalı, güvənməlidir. Xəbər axtarışında olduğunu gizlətməyə çalışmalı, ittihamedici danışıq tərzindən maksimum kənar qalmalıdır.

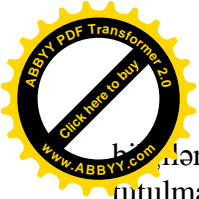
Yayına hazırlanan xəbərdə gizli kamera ilə çəkilmiş görüntülərə xüsusi bölüm hazırlanmalıdır – həmin bölümə qədər seyrçinin bütün diqqəti xəbərin qaynaqlandığı şəxs və ya qurumun üzərinə yönləndirilməlidir, bununla həm də gizli kameradan görünən səhəyə təsadüfən daxil olanların haqları da qorunmuş olacaq.

Media özəl həyata sayğı duymalıdır

Media gizli kameralardan istifadə etməklə xəbər hazırlayarkən ən böyük riskə atılan insanların özəl həyat haqqıdır. Gizli kameradan istifadə edən jurnalist hər bir insanın özəl həyat hüququnun olduğunu unutmamalı, bu hüququn təminatlarını nəzərdə tutan konsepsiyalar ona kamerasının düymələri qədər tanış olmalıdır.

Media hüququna, bu hüquqa bağlı məhkəmə qərarlarına görə, insanların şəxsi həyatı üç sahədən formalaşır.

1. İnsanların **ümumi həyat sahəsinə** onlara aid olsa da başqalarının bilməsi mümkün olan, topluma açıq sayılan bilgilər daxildir. Bir insanın kinoteatra getməsi, idman yarışlarını izləməsi, bazara getməsi, gəzintiye çıxması və sair bu tipli olaylara güzgü tutan

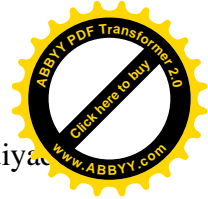
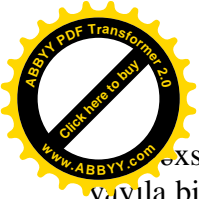


bilgilər bu sıraya aiddir. Bu bilgilərin hüquq çətiri altında saxlanılması və yayılmasının qadaqlanması təmin edilməlidir. Bu bilgilərin tutulmaması həmin bilgiləri insanların şəxsi həyatına aid digər iki sahəyə xas bilgilərdən fərqləndirir.

2. İnsanların **özəl həyatına aid bilgilər** də tam şəkildə hüquq çətiri altında saxlanılmışdır, özəl olsa da məhdud çərçivədə ikinci şəxsə açıqlana bilən bilgilərdir. İnsanların ailələri, dost-tanışları ilə bölüşdükləri, özəl əlaqələrinə aid bilgilər bu sahəyə aid edilir. Hər kəs özəl həyata aid bilgiləri gizli saxlamaq istəyir. Şəxsin özəl həyat sahəsi ümumi həyat sahəsi ilə müqayisədə qapalı sayılır, ancaq gizli həyat sahəsinə nisbətə daha açıqdır. Bu mütləq yox, məhdud açıqlıqdır, hər kəs tərəfindən bilinmə demək deyil. Belə bilgilər bəlli sayda və ya bəlli meyarlara uyğun insanlarla (məsələn, həkim, vəkil və s.) bölüşdürülə bilər. Bu sahəyə girən bilgiləri üçüncü şəxslər bildikdə özəl həyat sahəsinə müdaxilə edilmiş olur. Özəl həyat şəxsin “daxili həyatı”dır. Məsələn, şəxsin kiminlə nişanlandığı, yaxud dostluq etdiyi onun özünü və bəlli şəxsləri maraqlandıran məsələdir, onun özəl həyat sahəsinə aiddir.

3. İnsanların **gizli həyat sahəsinə aid bilgilər** onların başqalarının bilməsini istəmədiyi olay, davranışları əks etdirən bilgilərdən formalaşır. Şəxs gizli həyat sahəsinə girən bilgiləri ən yaxın adamlarına (ana, ata, ər, arvad, qardaş, bacı, sirdaş) söyləyə, yaxud bunları heç kimlə bölüşməyə bilər. Belə bilgilərə şəxsin gizli duyğu və fikirləri, ümidləri, qorxuları, arzuları, həyat hadisələri, intim həyatı, gizli saxladığı düşüncələri, dini inancı, ailə münasibətləri kimi daxili aləminə aid məlumatlarla yanaşı, şəxsin yazışmaları (sevgi məktubu, elektron söhbəti, teleqraf, xatirə dəftəri və s.) kimi xarici mühitlə əlaqəli məlumat və hadisələr də daxildir.

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



Şəxsin özəl həyatına aid olan bilgiler istisana hallarda mediya vasitəsilə yayıla bilər.

Şəxsin özəl həyat sahəsi ilə gizli həyat sahəsinin sərhədlərini birbirindən ayırmaq həmişə asan olmur. Şəxsin sosial statusuna görə bu sərhədlər dəyişə bilər. Mediya sənətçi, siyasətçi, idmançı, ali vəzifəli şəxslər, iş adamları kimi ictimai rəydə tanınan şəxslərlə bu kateqoriyaya girməyən şəxslər arasında fərq qoymalıdır.

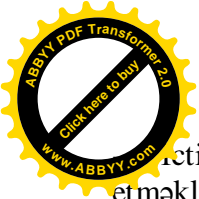
İctimaiyyətin tanıdığı şəxslərin ümumi həyat sahəsi xeyli geniş, özəl və gizli həyat sahəsi isə başqalarından fərqli olaraq daha dardır. Hətta bəzən özəl həyat sahəsi gizli həyat sahəsi ilə üst-üstə düşür.

İctimai rəydə tanınmayan şəxslərdə isə bu vəziyyət əksinədir. İctimai rəydə tanınan şəxslərin özəl, sosial həyatı, sağlq vəziyyəti haqqındakı bilgiler mediya da daha geniş işıqlandırıla bilər. Lakin bu şəxsin ictimai rəydə tanınan olması onun özəl həyatına hər zaman müdaxilə oluna biləcəyi kimi qəbul edilməməlidir. Jurnalist bu vəziyyətdə bir daxili ölçüdən istifadə etməlidir. Bu ölçü “ictimai qazanc” ölçüsüdür. Jurnalist şəxsin özəl həyatına müdaxilə edən bilgini yaymaq istəyirsə bu müdaxilənin ictimai qazancıdan yüngül olduğuna əmin olmalıdır.

Gizli kameradan istifadə ilə bağlı tövsiyələr

Gizli kameradan istifadə etməklə xəbər hazırlayan jurnalistin aşağıdakı tövsiyələri nəzərə almasında fayda var:

- Gizli kameradan tez-tez istifadə edilməməlidir;



ictimai tələbat olsa belə, jurnalist gizli kameradan istifadə etməklə xəbər hazırlamaq məqsədilə insanların gizli həyatına müdaxilə etməməlidir;

- İnsanların özəl həyatına aid bilgiler – ciddi ictimai tələbat varsa insanların özəl həyatına gizli kameraların obyektivini yönəltmək olar, ancaq jurnalist hər an gizli kameranın mətbuat konfranslarında daim stol üstündə olan diktofondan tamamilə fərqli alət olduğunu yadında saxlamalıdır;

- Jurnalistin gizli kamera yönləndirdiyi olayda xəbər dəyəri olmalıdır;

- Gizli kamera ilə əldə edilən xəbərin insanların sirr sahəsinə, özəl həyat sahəsinə aid olub olmadığı incəlməlidir;

- Gizli kamera ilə əldə olunan xəbərin ictimai rəyə təsir gücü diqqətə alınmalı;

- Olayın ictimaiyyətə çatdırılmasında gizli kameradan istifadə son və tək çarə olmalıdır;

- Gizli kamera ilə birlikdə səsin köçürülməsinin vacibliyi də araşdırılmalıdır;

- Xəbərdə yer alan insanların üzlərinin cəmiyyətə göstərilib-göstərilməyəcəyi müzakirə olınmalıdır;

- Jurnalist gizli kameradan istifadəyə qərar verərkən istifadə etməyəcəyi təqdirdə rastlaşdığı olayı bir daha görə bilməyəcəyinə, ələkeçməz bir fürsət əldə etdiyinə əmin olmalıdır;

- Jurnalist gizli kameradan istifadə zamanı toplum üçün son dərəcə önəmli bir gerçəyi ortaya çıxarmağa çalışdığını isbat etməlidir;

- Əyləncə məqsədilə gizli kameradan istifadə edən jurnalist sonradan mütləq lentə alınan insanların icazəsini almalı, onları çıxılmaz duruma salmamalıdır;

- Gizli çəkilişdən narazı qalan insanlara sayğı göstərməli olan jurnalist onların istədiyini təqdirdə lentin məhv edilməsini təmin etməlidir;

- Gizli kameradan istifadə etməklə hazırlanan xəbərə təsadüfən girmiş insanların şərəf və ləyaqəti mütləq qorunmalıdır. Həmin



gizli məlumatlar yayımlanarkən həmin insanların şəxsiyyəti gizlədilməmiş və ya gizlədilmiş, yaxud onların olayla heç bir bağlılığının olmadığı açıq mətnlə seyriciyə bildirilməlidir.

ABŞ-ın Poynter İnstitutunun gizli kameradan istifadə ilə bağlı tövsiyələri

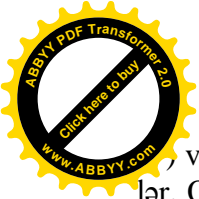
Jurnalistlər, xəbər redaktorları aşağıdakıları diqqətə alaraq gizli kameradan istifadə qərarı verməlidirlər:

- Əldə ediləcək bilgi çox böyük önəmə sahibdirsə;
- əldə ediləcək bilgi toplum üçün həyati önəm daşıyarsa və ya xalqı çox önəmli bir zərərdən qoruyacaqsə;
- Həmin bilgini əldə etmək üçün digər bütün xəbər araşdırma yolları istifadə edilmiş və uğursuz olmuşdursa;
- Bilginin açıqlanması ilə qarşısı alınan zərər, bu yolla verilən zərərdən daha böyükdürsə;

Hüquq pilləkənləri

Qanun foto və ya video kamera, yaxud səsyazma qurğusu ilə gizli məlumat toplamağı qadağan etmir. Nəzərə almaq lazımdır ki, şəxsi həyat, kommersiya və bank və dövlət sirri olan bilgilərin ictimai maraq dairəsində olan məsələlərlə bağlı deyil, şəxsi niyyətlərlə toplama qanunda göstərilən hallarda məsuliyyətə səbəb olur.

Gizli lent yazılarından istifadə qaydaları Kütləvi informasiya vasitələri haqqında Qanunun 101-ci maddəsində müəyyən edilmişdir. Bu maddəyə görə gizli audio və video yazılardan, kino və foto çəkilişindən istifadə etmək və ya hazırlanmış məlumat və materialları yaymaq müəyyən istisnalar xaricində yolverilməz hesab edilir. Bu yolla əldə olunmuş lentdə qanunla yayılması məhdudlaşdırılan bilgilər (şəxsi və ailə həyatının sirləri, kommersiya və bank sirri və



), varsa jurnalist həmin bilgiləri çıxmaqla qalan materialı yayımlar. Qanunun bu maddəsində materialdan istifadə dedikdə onun yayılması nəzərdə tutulur.

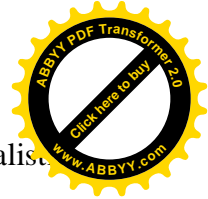
Qanunla qorunan sirlər yayıldıqda başqa şəxslərin hüquqlarına və qanunla qorunan maraqlarına ziyan vura bildiyindən gizli çəkilmiş lent yazılarında belə bilgilər aşağıdakı hallarda yayıla bilər:

şəxsin (hüquqi və ya fiziki şəxsin, müvafiq dövlət orqanının) bu barədə yazılı razılığı varsa, habelə kənar şəxsin Konstitusiya ilə müəyyən edilmiş hüquq və azadlıqlarının qorunması üçün zəruri tədbirlər görülmüşdürsə;

məhkəmənin qərarı ilə nümayiş etdirilirsə.

Bilginin yayıldığı bütün hallarda yayılma nəticəsində araşdırma obyektivi olmayan kənar şəxslərin hüquqlarının pozulmasının qarşısını alan tədbirlər görülməlidir. Yayım razılıq verilməsi üçün müraciət olunmuş şəxs bu razılığı verməzsə və jurnalist onun imtinasını əsassız sayarsa məhkəməyə müraciət edə bilər. Bu halda bilgilər məhkəmənin qərarı ilə yayıla bilər.

Çox zaman gizli çəkiliş hər hansı hüquq pozuntuları ilə bağlı, yaxud ictimai maraq dairəsində olan başqa məsələlərlə əlaqədar aparılır. Nəzərə almaq lazımdır ki, hüquq pozuntuları, xüsusilə də cinayət əməlləri ilə bağlı bilgilər istintaq sirri istisna olmaqla hər hansı sirlərə aid edilə və onlar barədə bilgilərin açıqlanması məhdudlaşdırıla bilməz. Gizli yolla çəkilmiş belə bilgiləri yayarkən hüquq pozuntusu törətmiş şəxslərdən icazə almaq lazım deyil. Lakin jurnalist şəxsin həqiqətən hüquq pozuntusu törətdiyinə arxayın olmalıdır. Nəzərə alınmalıdır ki, həmin şəxslər onlara böhtan atıldığı iddiası ilə jurnalisti məhkəməyə verə bilərlər. Gizli çəkilmiş lent yazıları məhkəmədə yalnız qanunda göstərilən xüsusi hallarda sü-



həqiqəti qəbul edilir. Odur ki, belə bilgiləri yayarkən jurnalistlərin əmində başqa sübutların da olması gərəkdir.

İctimai fiqurlarla bağlı gizli lent yazılarının yayılması zamanı belə bilgilərin ictimai maraqla bağlı olmasından asılı olaraq jurnalistin bəzi üstünlükləri olmasını da nəzərə almaq lazımdır.



JURNALİSTDƏN XƏBƏRİ SATIN ALMAQ JURNALİSTİN XƏBƏRİ SATIN ALMASI

Hədiyyələr – xəbərin satın alınması

Mediya hədiyyə, pulsuz səyahət təklifləri qarşısında nə etməli?

ABŞ Peşəkar Qəzetçilər Dərnəyinin Etik Qaydaları

Pullu xəbərçilik

Xəbəri nə zaman pulla almaq olar?

Hədiyyələr – xəbərin satın alınması

İctimai rəyin formalaşmasında çox önəmli gücə sahib olan mediya ilə yaxın əlaqələrin olması biznes strukturlarının, iş adamlarının daim əsas diqqət mərkəzindədir.

Belə sıcaq əlaqələrin formalaşması üçün biznes qurumlarının, iş adamlarının onlardan xəbər hazırlayan media mənsublarına hədiyyələr verməsi, gəzintilərə dəvət etməsi müstəqil medianın düşmənlərindən hesab olunur. Belə hallara Azərbaycanda da çox rastlanır. Zaman-zaman inhisarçı şirkətlərinin bu tip kampaniyalarına şahid oluruq.

Ancaq belə səyahət və mükafatlandırma olaylarının etik olub-olmaması baxımından ciddi müzakirələr müşahidə etməmişik. Halbuki hədiyyələrin və pulsuz səyahətlərin əsas məqsədinin jurnalistləri təsir altına salmaq, onlara istədiklərini ictimaiyyətə çatdırmaq məcburiyyəti qarşısında qoymaq olduğunun hər birimiz fərqiindəyik.

Özəl qurumlardan, iş adamlarından jurnalistlərə gələn hədiyyə, səyahət təkliflərinin əslində təklif edənin maraqlarına uyğun



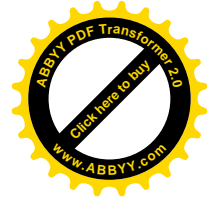
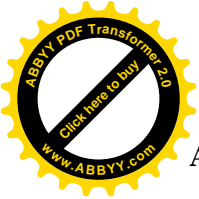
Yerinin satın alınması dayanır. Qərəzsiz olmaları gərəkdir. Jurnalistlərin belə təklifləri qəbul etməklə qərəzsizliklərini kölgə altına salması qorxusu bütün dünyada etik qaydalar baxımından müzakirə mövzudur.

Mediyaya hədiyyə, pulsuz səyahət təklifləri - nə etməli?

Jurnalistlər tərəfsiz olmalı, toplumun diqqətində olan olaylara qərəzsiz ayna tutmalıdırlar. Əksər ölkələrdə bundan fərqli bir tablo göz önünə gəlir, jurnalistlərin bəzən siyasi partiyalara, bəzən ictimai hərəkatlara, bəzənsə çox varlı idman klublarına bağlı olduğu ortaya çıxır. Azərbaycan təcrübəsində belə təsnifləndirmə aparsaq, jurnalistlərin əhəmiyyətli hissəsinin hakim siyasi qüvvəyə və müxalif güclərə bağlılığının şahidi oluruq.

Bir jurnalistin bir siyasi gücün mətbəxinə daxil ola bilməsi faydalı ola bilər, həmin jurnalist özəl xəbərlər əldə etmək imkanı yaxalayır. Amma jurnalisti yaxına buraxanlar da bunun fərqiindəirlər, jurnalistlər siyasi gücün marağında olmayan xəbərləri yayımladıqda bunun əvəzini pulsuz səyahətlərdən, hədiyyələrdən məhrum edilməklə ödəməli olurlar. Onların çatımlılığı asan olan xəbərlərə belə yetişmək imkanları bir zaman mediya etikasına zidd olaraq sığındığı siyasi güc tərəfindən məhdudlaşdırılır.

Jurnalistlərin belə arzuolunmaz durumlarla üzləşməməsinin çıxış yolu o qədər də mürəkkəb deyil. **Mediya qurumları öz müxbirlərinə hədiyyə almağı, pulsuz səyahətlərdən yararlanmağı qadağan etməlidir.**



ABŞ Peşəkar Qəzetçilər Dərnəyinin Etik Qaydaları

“Jurnalistlər hədiyyələri, pulsuz gəzintiləri rədd etməli, jurnalistin doğru-dürüslüyünü zədələyə biləcək fəaliyyətlərdən, siyasi bağlantılardan, ictimai birliklərə xidmətlərdən kənar da dayanmalıdır”.

Pullu xəbərçilik

Qərb mediasında son dövənlərdə xəbər qaynağının bilgi verməsinə qarşılıq olaraq jurnalistin pul ödəməsi təcrübəsi geniş yayılmaqdadır. Dünya mediası bu təcrübədən əndişə duymaqdadır.

Xəbər pul ilə alınub, satılan əmtəəyə çevrilməsi ciddi narahatlıqlar doğurmalıdır. Nəzərə alınmalıdır ki, xəbər ictimaiyyətin qidası olmaqdan çıxıb alınıb satılan əmtəəyə çevrilirsə, hər şeydən əvvəl mətbuat azadlığının təməl dayaqları sarsıdıcı zərbə almış olacaq. Sensasiyon bir xəbərə milyonlar ödəyən media quruluşunun “bunu ictimaiyyətin bilgi almaq haqqını düşünərək etdim” söyləməsinin səmimiyyətinə inanmalar olmayacaq.

Xəbəri nə zaman pulla almaq olar?

Mediyanın, xəbərçiliyin toplumun inkişafında əvəzsiz roluna dəyər verən ölkələr bu narahatlıqların ciddiliyini diqqətə alaraq hansı hallarda xəbər qaynaqlarına pul ödənilə bilməsinin qaydalarını hazırlayıblar.

İngiltərə Mətbuat Şikayətləri Komissiyası pulla xəbər əldə olunmasının xüsusi sərhədlərini müəyyənləşdirib. Komissiya



cinayət törətmiş insanlara və yaxud onların yaxınlarının verəcəkləri məlumatlar, foto, videogörüntülər üçün pul ödənilməsini məqbul hesab etmir. Ancaq həmin bilgilərin, foto və videogörüntülərin yayımlanması ictimai fayda baxımından önəm daşıyırsa, xəbər sahibi pul tələb edərsə Komissiya pulun ödənilməsini qeyri etik hesab etmir.

Komissiya yayımlanmış xəbəri şərh edən mütəxəssislərə hansısa formada ödəniş edilməsini məqbul sayır.

Pullu xəbərçilik təcrübəsi qonşu Türkiyə Cumhuriyyətində də geniş yayılıb. Bir neçə il öncə dövlət işlərinə cavadeh nazir Güneş Tanerin mediya quruluşlarından özəl proqramlara çağırılması təqdirində 5 min dollar istəməsi və bir neçə telekanaldan bu pulu alması qərb mediasında geniş rezonans doğurmuşdu.

Bu tip olayların media üçün təhlükə yaratdığını bəyan edən Türkiyə Qəzetəçilər Cəmiyyətinin qəbul etdiyi qaydalara aşağıdakı birbaşa müddəa daxil edilmişdi:

“Jurnaslit sənəd əldə etmək və ya görüntü çəkmək üçün məqsədi ilə bir cinayət olayı ilə bağlı cinayətkara, şahidə və ya onların yaxınlarına pul təkliuf etməməli və verməməlidir.

Qərb mediasını gəmirən pullu xəbərçilik təcrübəsi Azərbaycanda yayılmayıb, bu günədək belə bir halın olduğu bilinmir.



UŞAQLARLA BAĞLI XƏBƏRLƏR VƏ ETİKA

Uşaqlara zərər verən xəbərlər

Mediya uşaqlarla bağlı xəbərləri necə hazırlamalı?

Amerika təcrübəsi

Avropa təcrübəsi

Mediya üçün tövsiyələr

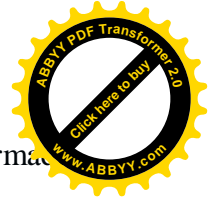
Uşaqlara zərər verən xəbərlər

Mediyada etik tələblərə əməl edilməməsindən zərər görənlər arasında kəsim sırasına uşaqlar da daxildir. Azərbaycan təcrübəsində oğurluq edən, narkotik maddələr qəbul edən azyaşlıların efirə çıxarılması, onların ad-soyadlarının açıqlanması adi hal kimi qəbul edilir. Əslində bu medianın etik yanaşmada ciddi problemlərinin olmasından xəbər verir.

Uşaqlardan bəhs edən xəbərlərdə etik çatımazlıqlar uşaqların xəbərin bir parçasına çevrildikləri olaylarda ortaya çıxır. Mediamız zorlama, oğurluq, narkotikdən istifadə, intihar, xəsarət yetirmə, öldürmə və başqa durumlarda zərərçəkmiş və ya təqsirli qismində cəlb olunan azyaşlıları topluma necə təqdim etməkdə zaman-zaman axsadıqlarını büruzə verirlər. Adətən məsələnin ciddiliyi nəzərə alınmadan, etik çərçivələr gözlənilmədən onların kimliyi, görüntüləri efirə verilir.

Mediya uşaqlarla bağlı xəbərləri necə hazırlamalı?

Belə durumlarda medianın necə davranmalı olmasını tövsiyə edən yetərli qədər etik qaydalar formalaşmışdır. Etik çərçivələrin gözlənilməsi təcrübəsi baxımından örnək ölkələrdən sayılan ABŞ-da mediya quruluşları və jurnalist birliklərinin hazırladığı etik



qazetələrdə azyaşlılardan bəhs edən xəbərlərin hansı formada təqdim olunmasını çox aydın şəkildə ifadə etmişlər.

Amerika təcrübəsi

ABS Peşəkar Qəzetçilər Dərnəyinin etik qaydalarında mediya azyaşlılarla bağlı xəbərlərin hazırlanmasında diqqətli olmağa dəvət edilir:

“Jurnalistlər xəbərlərdən zərər görə biləcək insanlara münasibətdə diqqətli olmalıdırlar. Azyaşlıların parça olduğu xəbərlərə xüsusi diqqət yetirilməlidir.”

“Jurnalistlər azyaşlı cinayət edənlərin, cinayətdən zərər görənlərin, təcavüz qurbanlarının kimliklərinin açıqlamaqdan çəkinməli, bundan mütləq qaçmalıdırlar.”

Çıkaqonun **Sun-Times qəzetinin etik qaydalarında** da cinayət xəbərinin parçası olan azyaşlıların kimliyinin açıqlanmasını yolverilməz sayır:

“Qəzetlər təcavüz qurbanlarının adlarını açıqlaya bilməz. Ailəsinin adı ciddi skandala qarışan azyaşlıların kimliyinin topluma bildirilməsi də yolverilməzdir. Az ağır cinayət işlərində yetkinlik yaşına çatmayan uşaqların adları açıqlanmamalıdır. Ağır cinayət törətmiş azyaşlıların adı xəbərin az diqqət çəkən parçası formasında düşünəlməlidir. Azyaşlıları qorumaq da, günahkarlar haqqında oxucularımızı məlumatlandırmaq da vəzifəmizdir.”

Filadelfiya **Inquirer qəzetinin etik qaydalarının** tövsiyələri də mahiyyətcə eyni tövsiyələri verir:



“Təcavüzə məruz qalmış insanın kimliyi fəvqəladə duruma istisna olmaqla açıqlana bilməz. Belə durumlar xaricində, 18 yaş tamam olmamış təqsirlilərin adları gizli saxlanılmalıdır. Polis təqsirlinin adını açıqlamırsa, bu xəbərdə qeyd olunmalıdır.”

ABŞ-ın media etikası qaydalarından gətirdiyimiz bu örnəklərdən bu nəticəyə gələ bilərik. Təcavüz qurbanı xəbərində əsas parçasıdırsa media yaşının fərqi varmadan onların kimliyini gizli tutmalıdır. Bu qaydanın azyaşlılara münasibətdə daha birbaşa olduğu görünür.

Azyaşlıların adlarının gizli tutulmasının əsas səbəbi bir tərəfdən qurbanları qorumaqdır, digər tərəfdən onların daha bir təcavüzə - medianın təcavüzünə məruz qalmasını önləməkdir.

İstinad etdiyimiz etik qaydalarda digər diqqət çəkən məqam azyaşlıların yekənlük yaşına çatənlərlə müqayisədə daha artıq dərəcədə qorunmasıdır. Bunun səbəbi azyaşlıların yenidən cəmiyyətə qazandırılmasında dövlət və toplumla birgə medianın də çox önəmli vəzifələr daşmasıdır.

Avropa təcrübəsi

Son illərdə Avropada da media üçün etik çərçivənin cızılması yönündə yeniliklər baş verməkdədir. Beynəlxalq düzəndə media quruluşlarının mənimsədikləri bi qaydalarda azyaşlılardan bəhs edən xəbərləri necə hazırlamağa yönəlik tövsiyələr geniş yer alır.

İngiltərənin *Mətəuat Şikayətləri Komissiyasının etik qaydalarına* görə, mətəuat xəbər parçası olan azyaşlıları qorumağa xüsusi diqqət yetirməlidir.

“Mətəuat, qanunla yasaqlanmasa belə cinsi təcavüz olaylarının 16-dan aşağı yaşlı qurbanlarının kimliklərini açıqlamamalıdır. Əgər



Mətbuat azyaşlının kimliyini açıqlayarsa, redaktorlar açıqlamanın ictimai faydalardan qaynaqlandığını sübut etməlidir.”

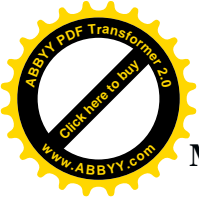
İspaniyanın *Mətbuat Federasiyasının etik qaydalarında* vurğulanır ki, azyaşlılardan bəhs edən xəbərlər işlənildikən xüsusi diqqət göstərilməlidir:

“Mediya cinayət qurbanlarının adlarının açıqlanmasından və qurbanların kimliklərinin ortaya çıxmasına imkan verən materialları yaymaqdan qaçmalıdır. Qəzetçilər xüsusən cinsi təcavüzlərlə bağlı xəbərlər hazırlayarkən diqqətli olmalıdırlar. Bu tip cinayətlərdən bəhs edən xəbərlərdə azyaşlıların kimliyinin açıqlanmasından, onların fotolarının çəkilməsindən qaçmaq lazımdır.”

Türkiyə *Qəzetçilər Cəmiyyətinin etik qaydalarında* “azyaşlılarla bağlı cinayətlər və cinsi təcavüz olaylarından bəhs edən xəbərlərdə yaşı 18-dən aşağı olan şəxslərin adları və fotoları yayımlanmamalıdır.”

Demokratik idarəetmənin oturuşduğu, insan haqq və azadlıqlarının təmin edildiyi Avropa ölkələrində keçərli olan, medianın sayğı ilə yanaşdığı etik qaydaları mənimsəmiş media quruluşlarının azyaşlılardan bəhs edən xəbərlərə xüsusi önəm verdiyi aydın görünür. Qabaqcıl ölkələrin media quruluşları azyaşlı qurbanların kimliyinin gizli tutulması məqamının üzərində xüsusi dayanırlar.

Qənaətimizcə, əsas problem aydın, asan anlaşılan qaydaların olub-olmaması deyil. Əsas problem belə qaydaların təcübədə tətbiq edilib-edilməməsindədir. Konkret söyləsək, mükəmməl şəkildə hazırlanmış qaydalar əgər onları mənimsəyəcək, tətbiq edəcək peşəkarlar yoxdursa faydalı olmayacaq.



Mediya üçün tövsiyyələr

Jurnalistin bir diqqətsiz xəbərilə bir insan ömrü boyu damğa altında yaşamaq məcburiyyətində qala bilər. Jurnalist bilməlidir ki, hansısa azyaşlını cinayətkar qrup üzvü kimi təqdim etmək yolverilməzdir. Əsil məqsədi xəbər çatdırmaqla yanaşı həm də yanlış yola düşmüş azyaşlını yenidən topluma qazandırmağa çalışmaq olan jurnalist belə yanaşması ilə həmin azyaşlını toplumdan daha da kənara itələmiş olur.

Azyaşlılarla görüşən jurnalist nələrə diqqət etməlidir?

- travmatik olaylar xəbər mövzusu dursa, azyaşlının çəkdiyi acıları artıracaq suallardan, şərtlərdən qaçmaq lazımdır;
- azyaşlılardan onun yaşam tərzi olmayan, təsadüf üzündən və ya ilk dəfə üzləşdiyi şeylər haqqında suallar vermək, buna xidmət edən digər hərəkətlər, azyaşlını xəbərə mövzü edən olayı yenidən onun gözü önündə canlandırmasına səbəblər vermək yolverilməzdir;
- jurnalist istər azyaşlıya, istərsə də yetkinlik yaşına çatmışlara onlarla hansı səbəbdən görüşdüyünü, onlardan alacağı bilgiləri necə istifadə edəcəyini onların özlərinə bildirməlidir;
- hər hansı görüş, habelə video, foto çəkiliş üçün azyaşlının, eləcə də yetkinlik yaşına çatmış şəxsin icazəsi alınmalıdır;
- jurnalist azyaşlı ilə görüşərkən diqqətli olmalıdır, görüş iştirakçılarının sayına sərbəh qoyulmalı, azyaşlının özünü tam sərbəst hiss edəcəyi ortam yaradılmalı və belə bir ortamda olduğu azyaşlıya hiss etdirilməlidir.



3-cü bölüm: Etik kazuslar, çözüm modelləri

Müəllif: Volek T. (*rus dilindən tərcümə*)

Səhifə 111 Etik dolanbaclardan çıxış modelləri

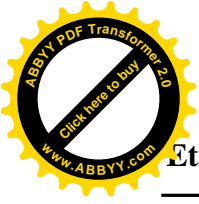
- Bok modeli
- Eliot modeli
- Hodc modeli
- Qinnin etik dilemmaların analiz modeli
- Lakzniakın sintezi

Səhifə 121 Etik çözüm istəyən kazuslar

- 121** 1. “Ander-Qedl”in boykotu
- 126** 2. İdman jurnalisti Andrea Kun işdə çətin vəziyyətə düşür
- 130** 3. Seylz Marketing İnkorporeyted” və informasiya bülleteni
- 135** 4. Əgər həqiqət kadrarxası kommentariyaya düşürsə, Deyv Helling nə edəcəyini fikirləşir
- 139** 5. “Velyu-Şop”da belə edirlər
- 143** 6. Mer Sisnerosun tarixinin dərc olunması nə gətirəcək-xeyir ya zərər?
- 148** 7. İt döyüşləri haqqında əla reportaj və ya vicdansız jurnalist?
- 152** 8. Diskaunterə nə deməli (“NyuŞu” yayılma kanalı planlaşdırır)
- 155** 9. Veteranlar evi haqqında reportaj: cəmiyyətdə qəddarlıq barədə yazmaq lazımdırımı?
- 159** 10. Milli istehsal mərkəzinin seminarı: “Biz jurnalist deyilik, biznesmenlərik”
- 163** 11. Peqq və Breyt dilemması: Rahib həmişə ictimai fəaliyyətlə məşğul olurmu
- 166** 12. Artur Eşin hadisəsi: sövdələşməyə razılaşmaqımı?
- 170** 13. Məhkumun işin görülməsi üçün həbsdən azad olunan zaman qıza hücum etməsi
- 174** 14. “Topika Kapital Jurnal” məxfi qeydi dərc etməlidirmi?
- 179** 15. Fontanda həşəratlar
- 184** 16. “Fort Skott-Trubyun məmur-rasisti ifşa etməlidirmi?
- 187** 17. Od və su arasında: Qadınların abort etmə hüquqlarının tərəfdarları və əleyhdarları ilə eyni zamanda necə işləməli?



- 192 18. Fil Utt jurnalist vəzifəsilə xeyriyyə fəaliyyəti arasında qalır
- 196 19. “Sizin ev” jurnalı və İnternet
- 200 20. Art Brisbeynin dilemması: bu qaydada informasiya toplamaq etikdirmi?
- 205 21. Ken Fortenberrinin seçimi: polisdə korrupsiya ilə mübarizə aparmalı yoxsa şəhərdən çıxıb getməli?
- 213 22. “Luisvill Kuryer Cornal” dəhşətli şəkli dərc etməli mi?
- 217 23. Əgər şəxsi etika ilə professional öhdəliklər toqquşursa, nə etməli?
- 221 24. Mühakimə olunmaq ya yox: qeydə alınmış adın istifadəsi ilə etik dilemma
- 226 25. “Yüksək ball” firmasının dilemması: abituriyentə görə “xahiş etmək” düzgündürmü?
- 230 26. Naşir Fil Batson və onun iş, mülki və jurnalist öhdəlikləri
- 236 27. Miduest zooparkının həsəd olunan vəziyyətə düşməsi haqqında
- 240 28. Poçt yeşiklərini partladan şəxslərin adlarını dərc etmək lazımdırımı?
- 242 29. Reklam agentliyinin rəhbərliyinin daxili mübarizəsi: kazinonu reklam etmək lazımdırımı?
- 247 30. Qvatemalaya qardolin satılmalıdırımı?
- 251 31. Meyid üzərində təhqiramiz hərəkətlər olan şəkli dərc etmək lazımdırımı?
- 255 32. Kanzas-Sitidə tarixi vağzal xilas etmək olarmı?
- 258 33. Rasist lətifə: acılı olmayan zarafat və ya qərar qəbul etmək üçün ciddi bəhanə?
- 262 34. Boulingq-kim uduzur?
- 267 35. Boston universitetində özünü öldürmə
- 270 36. Sprint № 45



Etik dolanbaclardan çıxış modelləri

Bok modeli

XX əsr filosofu Sissela Bok “Yalan: ictimai və şəxsi həyatda əxlaq seçimi” adlı kitabı ilə məşhurlaşdı. Bok Brendis, Massaçusets texnoloji universiteti və Harvardda fəlsəfə fakültələrində dərslər deyib.

Bok öz kitabında iki göndərişə əsaslanan etik qərarların qəbul edilməsi modelini hazırlayıb: biz etik qərarlarımızın toxuna biləcəyi insanları başa düşməliyik və əsas məqsəd-ictimai inamın qorunmasıdır. Bok modelinə əsasən, istənilən etik məsələyə 3 mərhələdə baxılmalıdır.

1-ci MƏRHƏLƏ: Düzgün hərəkət etmək istədiyinizi vicdanızdan soruşun. Hansı hisslər sizdə güman edilən hərəkət planı yaradır?

2-ci MƏRHƏLƏ: Səlahiyyətli insanlardan etik problemin yaratdığına mümkün alternativ variantlar barədə məsləhət alın. Bu insanların iştirak edənlərin siyahısından olması məcburi deyil. Onlar sizin heyvət etdiyiniz filosof və ya inandığınız redaktor ola bilər. Bəlkə etik problemi qaldırmadan başqa yolla həmin məqsədə çatmaq olar?

3-cü MƏRHƏLƏ: Əgər mümkündürsə, bu vəziyyətin təsir göstərdiyi insanlarla söhbət edin. Bura bilavasitə iştirakçılar (məsələn, repartyor və ya mənbə) və ya dolayısı ilə iştirakçılar (oxucular, tamaşaçılar və s.) daxil ola bilər. Əgər real dialoq mümkün deyilsə, onu öz xəyalınızda canlandırın, bu halda hər bir iştirakçını real olaraq canlandırın. Belə təsəvvür sizin hərəkətin başqalarına təsir edəcəyini anlamağa kömək edir.

Bok modelini aşağıda qeyd olunan vəziyyətə tətbiq etməyə çalışın. Detallarla tanış olaraq Bokun tövsiyə etdiyi 3 mərhələni keçin və məqaləni dərc edəcəyinizə dair qərar qəbul edin.

Təsəvvür edin ki, siz əsas xəyriyyə fondu “Vahid Yol” sayılan rayonda jurnalist işləyirsiniz. İki həftədən sonra pul yığılması üzrə illik kampaniya başlayır. Axşam direktorlar şurasının iclasında “Vahid Yol”un



İcraçı direktoru istefaya gedir. Qanun bu təşkilatı öz iclaslarında jurnalistləri buraxmağı məcbur etməməsinə baxmayaraq, sizin iclasda mənbəniz var və siz orada nə baş verdiyindən xəbəriniz olur.

Sizin mənbənin sözlərinə görə, icraçı direktor təcili pul almaq üçün sənədləri zamana görə saxtalaşdırıb. Əslində isə o həmin vaxt milli qvardiyada xidmət keçib. Şura bu barədə öyrənib və direktorun istefaya getməsinə xahiş edib, bu halda rəsmi istefa səbəbi onun yalanı olub. Lakin şura üzvlərinin əksəriyyəti razılaşıblar ki, əgər direktor ona xidmət zamanı pulun ödənilməsinə xahiş etsəydi, bu edilərdi.

“Vahid Yol” təşkilatı direktorun işinin müsbət qiymətləndirilməsi və onun istefası barədə təəssüflərini əks etdirən qısa elan dərc edəcək. Direktor özü isə elan edəcək ki, istefasının səbəbi başqa işə keçməsidir. Sizin redaktor sizdə əlavə informasiya olduğunu bilməyərək sizdən məqalə yazmağı xahiş edir.

Siz direktorlar şurasındakı mənbənizə zəng edirsiniz və o, bu informasiyanı dərc etməməyi xahiş edir, belə ki, bu vəsaitlərin yığılması üzrə kampaniyaya təsir göstərə bilər. Sizin mənbənizin sözlərinə görə, bu informasiyanı dərc edərək, siz direktorun gələcək karyerasına nöqtə qoyacaqsınız, yeni fəaliyyətə başlayan xeyriyyə fonduna zərər yetirəcəksiniz və sizin rayonda ehtiyacı olan insanlara uzun illər üzrə təhlükə altına soxacaqsınız. **Siz necə hərəkət edəcəksiniz?**

Analiz

Bokun birinci modelinə əsasən, siz öz vicdanınıza sual verməlisiniz. Bunu edərkən başa düşəcəksəniz ki, sizdə problem var. Sizin jurnalist vəzifəniz-həqiqəti deməkdir, bu isə o deməkdir ki, sizdə olan bütün informasiya oxuculara təqdim olunmalıdır. Lakin sizin yaşadığınız rayona zərər vurmamaq öhdəliyiniz var, “Vahid Yol”un direktorunun istefasının həqiqi səbəblərinin bildirilməsi böyük ehtimalla minimum az müddətli zərər gətirəcək. Vicdanınız sizə birmənalı qərar bildirmir.

Siz ikinci mərhələyə - alternativlərə keçirsiniz. Bəlkə, istefa barədə məlumatla kifayətlənmək lazımdır, axı bu insan rayona daha heç bir zərər yetirə bilməyəcək, deməli onu rahat buraxmaq lazımdır? Yoxsa bütün faktları dərc etmək lazımdır, lakin təşkilata inamın bərpa edilməsi üçün şura üzvlərinin elanına əlavə etmək lazımdır ki, bir də belə hal baş



Yaxınlıqda nəşr oluna bilər? Bəlkə məqalənin dərc olunmasını xeyriyyə aksiyası saymaq çətindir. Çatana qədər təxirə salmaq lazımdır və şayiələr yayılacağı təqdirdə oxucuların inamını itirmək təhlükəsinə məruz qalırıq? Variantlar çoxdur və hamısı faydasız deyil.

Bokun modelinin üçüncü mərhələsində siz prosesin bütün iştirakçıları ilə söhbət aparmağa cəhd edirsiniz. Siz eyni zamanda icraçı direktor, sizin mənbəniz, qəzetin oxucuları, “Vahid Yol”un donorları və redaktorları ilə çətin ki, danışa bilərsiniz. Buna görə də siz təxminən bu qaydada olan söhbəti xəyalınızda apara bilərsiniz:

İCRAÇI DİREKTOR: Mən güman edirəm ki, mənim istefam-mənim bütün səhvlərim üçün kifayətedici cəzadır, sizin məqalə isə mənə yeni iş tapmaq imkanından məhrum edir. Bundan mənim həyat yoldaşım və uşaqlarım zərər görəəcək, onların isə heç bir günahı yoxdur.

REDAKTOR: Siz sənədləri saxtalaşdırmazdan əvvəl onun nəticələrini fikirləşməli idiniz. Mən düşünürəm ki, oxucular onların vəsaiti ilə kimin sərəncam verməsi barədə məlumat almalıdır.

İLK OXUCU: Bir dəqiqə gözləyin. Mən-sizin oxucunuzam və mən sizin dərc etdiyiniz bütün mənfəət informasiyadan yorulmuşam. Bu insan cəmiyyətə yaxşılıqdan başqa heç bir zərər yetirməyib və mənə o kasıblar üçün nəzərdə tutulan pulları mənimsəməyib. Biz nə üçün belə xoş xəbərləri nadir hallarda öyrənirik?

İKİNCİ OXUCU: Mən razı deyiləm. Mən qəzeti məhz belə reportajlar üçün alıram. Belə məqalələr hakimiyyətə, xeyriyyə fondlarına və digərlərinə zəifləməyə imkan vermir.

NAŞİR: Siz “qulluq edən köpək” funksiyasını nəzərdə tutursunuz?

İKİNCİ OXUCU: Tamamilə doğrudur. Əgər sizin xoşunuza gəlmirsə, oxumayın!

NAŞİR: Mən insanlara zərər vurmaq üçün hakimiyyətdən istifadə edə bilmərəm, lakin əgər biz belə məqalələri dərc etməsək, sonra insanlar bizim informasiyanı onlardan gizlətdiyimiz öyrənsələr, bizə inamı itirəcəklər. (Mənbəyə) Siz xatırlatdınız ki, bu informasiya çap üçün deyil?

MƏNBƏ: Xeyr. Lakin mən heç cür güman etmədim ki, siz onu çap etmək istəyirsiniz.

REPARYOR: Mən jurnalistəm. Mən faktlardan yazdığuma görə maaş alıram. Siz nə fikirləşirdiniz, mən bu informasiyanı nə edəcəm? Belə informasiyalara görə mən ailəmi dolandırıram.



İCRAÇI DİREKTOR: deməli, məsələ belədir: sizin ya məsələyə karyeram. Siz nə demək istəyirsiniz? Qulaq aın, mənə qarşı heç bir ittiham irəli sürülməyib, lakin sizin məqalədən sonra mən cinayətkar kimi görünəcəm. Məgər bu ədalətlidirmi?

NAŞİR: Əgər biz bu məqaləni dərc etməsək, cəmiyyət qarşısında öz borcumuzu yerinə yetirməyəcəyik. Bu ədalətlidirmi?

TƏNHA QADIN: Ədalət? Siz ədalətdən danışırsınız? Əgər maliyyələşmə az olsa siz zərər çəkəcəksiniz? Xeyr, mən zərər çəkəcəm. Sizin üçün bu yalnız məqalədir. Mənim üçün ondan ailəmin həyatı asılıdır.

Bu söhbəti uzatmaq olar. Digər fikirlər də söyləmək olar. Sizin təxəyyül söhbətiniz burda yazılanlardan daha çox və ya az ola bilər, lakin hər bir halda o sizə bu və ya digər qərarın xeyrinə rəşional arqumentləri seçməyə kömək edir.

Bokun modelindən istifadə edən zaman iki halı nəzərdə tutmaq lazımdır.

Birincisi, yekun qərar qəbul etməzdən əvvəl bütün üç mərhələni keçmək lazımdır. Biz adətən etik qərarları çox tez qəbul edirik və yalnız öz vicdanımıza müraciət edirik. Bokun fikrincə, bu səhv tez-tez pis etik seçimə səbəb olur.

İkincisi, üçüncü mərhələdəki etik müzakirələri məqalə yazılması prosesində deyil, əvvəlcədən keçirmək lazımdır. Məsələn, reklam elanının tərtibçisi reklamda məhsulun istifadəsinin mümkün zərəri haqqında informasiyanın rədd edilməsini yerləşdirməsinin etik olması barədə belə söhbəti əvvəlcədən apara bilər. Jurnalist reportajda kiminsə adının və ya hansısa faktın çəkilməməsi barədə xahiş edilməzdən əvvəl etik müzakirə aparmalıdır. Belə dilemmalar qaçılmazdır, əgər siz problemin yaranmasına qədər belə söhbətləri qeyri-rəşmi şəraitdə iandığımız həmkarlarınızla və ya özünüzlə apara bilərsiniz, deməli siz tez və məntiqi qərar qəbul edə bilərsiniz.

Bok modelinin tətbiq edilməsi zaman alternativlərə baxmaq lazımdır. Və məhz belə alternativlərin axtarışı ilə jurnalist bacarığı yaranır.



Eliot modeli

Konkret vəziyyət və əxlaqi sistem

Müəllif: Montana Universitetinin fəlsəfə professoru Deni Elliot

Konkret vəziyyətlərin analizi - etika barədə diskussiya üçün əla baza. Onların əsas üstünlükləri ondadır ki, onlar müzakirə iştirakçılarına kömək edir:

1. Xəbərlər bölməsində qərar qəbul edilməsinin necə çətin olduğunu dərk etmək;
2. Çətin qərarın qəbul edildiyi konteksti başa düşmək;
3. Bu və ya digər qərarın nəticəsini görmək;
4. Münaqişəni nə vaxt və necə yumşaltmağı başa düşmək.və müxtəlif fikirlərlə razılaşmaq.

Lakin vəziyyətin analizini düzgün istifadə edilməməsi zamanı bu üstünlüklər çatışmazlıqlara çevrilir. Vəziyyətin analizi-etika haqqında müzakirələr üçün yalnız bazadır, onların son məqsədi deyil. Etik müzakirələr zamanı onların iştirakçıları “etika ilə məşğul olmağı” öyrənməlidir, yəni qərar qəbul edilməsi üçün öz bacarıqlarını yaxşılaşdırmaq və ya məşq etmək üçün proseslərə malik olmalıdır. Hər bir müzakirə iştirakçısı son nəticəyə-müzakirə olunan məsələyə əsaslandırılmış cavab tapmalıdır.

Əgər müzakirə bu ana qədər qurtarırsa, bir qayda olaraq, bu vəziyyətin analizi zamanı istifadə olunan bir neçə uydurma bağlıdır.

Uydurma №1. Bütün fikirlər eyni qaydada qiymətlidir.

Bu düzgün deyil. Ən yaxşı fikir (qərar) - faktların və nəzəriyyələrin ən yaxşı ağıllı analizi ilə möhkəmlənəndir. Etik mübahisələrdə bu mövcud vəziyyətdə mənəvi aktual faktorlar problemini ən yaxşı qaydada həll edir. Əgər hərəkət hər hansı şəxsə zərər yetirirsə, o mənəvi aktual faktoru özündə əks etdirir.

Uydurma № 2. Biz razılığa gələ bilmiriksə, deməli düzgün qərar mövcud deyil.

Konkret vəziyyətin analizi zamanı bütün fikirləri diqqətə almaq çətinidir. Bunu etməmək üçün biz hərdən müxtəlif perspektivlər arasında



şim etməkdən imtina edirik. Lakin fatalist subyektivizmə yanaşmaya zərurət yoxdur. Ola bilər ki, bir neçə qəbul edilən qərar mövcud olsun. Həmçinin düzgün olmayan qərarlar mövcud ola bilər ki, onlar bütün qrup tərəfindən qəbul edilməyən sayılır. Əgər müzakirə iştirakçısı vahid fikrə gəlmək ümidini nə vaxtsa itirirsə, qrupda qəbul edilməyən hərəkətlər üzrə mövcud olan razılıq barədə danışmaq lazımdır.

Uydurma №3. “Etik qərar” hərdən hansısa əhəmiyyət daşıyır, belə ki, bəzən insanlar öz şəxsi maraqlarını rəhbər tuturlar.

Etika haqqında fikirlər şəxsi maraqları rəhbər tutmaq lazım olmayan vəziyyətləri tapmaq və onları həll etmək üçün lazımdır. Etik hərəkət etmək hətta bunun üçün ağıllı fikri kənara qoymaq lazım olarsa belə, sübut olunmamış zərərdən qaçmağı bildirir.

Belə yanaşma istənilən istəməli firma, istehsal firması, tibb mərkəzi və ya media-korporasiyası üçün nəzərdə tutulur. Qısa müddətli maraqları (məsələn, maaşı) rəhbər tutanlar uzun müddətə dayana bilmirlər. Etika kimi azad bazarın pragmatizm təsdiq edir ki, istehlakçıların və ümumilikdə cəmiyyətin gözləntilərini rədd etmək düzgün olmazdı.

Etik müzakirələrin aparılması prinsipi

Göstərilən məsələlər etik müzakirələr üçün əsas rolunu oynaya bilər. Onlar iştirakçıların son nəticəyə gələrkən lazım olur. Bu məsələ iştirakçılara yuxarıda sadalanan uydurmalarından qaçmağa kömək etməyə imkan verir.

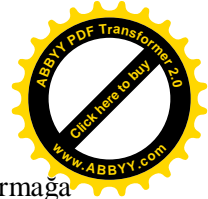
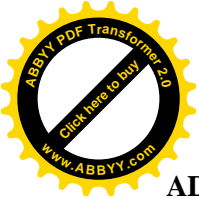
Müzakirənin inkişafı üzrə aşağıdakı məsələlər müzakirə olunur:

ADDIM 1: Bu vəziyyətdə hansı aktual faktorlar mənəvidir?

(a) Güman edilən hərəkət istənilən ağıllı insanın qaçmağa çalışdığı zərəre səbəb ola bilərmi? (məsələn, ölüm, ağrı, azadlıqdan məhrum etmə, işdən qovulma)?

(b) Güman edilən hərəkət şəxsi gətirən hərəkətlərə aid deyilmi (məsələn, aldatma, əhdin pozulması, qanunun pozulması)?

ADDIM 2: Əgər güman edilən hərəkət yuxarıda sadalananlardındırsa, o daha çox şərəf və ya onun aradan qaldırılmasına səbəb olarmı?



ADDIM 3: Əgər bu belədirsə, icraçı bu şəri aradan qaldırmağa yeganə insandırımı və ya bu rola uyğun gələn başqa kimsə var?

ADDIM 4: Əgər icraçı fikirləşdiyi kimi hərəkət edirsə, hamının etdiyi qaydadan öz üçün istisna hal sayacağı? Əgər bu belədirsə, hərəkət hesabla götürülüb. Jurnalist başqa sənət sahibinin analoji vəziyyətdə necə etməli olduğunu özünə sual verməklə buna inana bilər-
onu alqışlaya bilərdi və ya ifşaedici məqalə yazardı?

ADDIM 5: Əgər həmin mərhələdə hərəkət hələ də bəratverici sayılırsa, fikirləşin ki, işə münasibəti olmayan şəxs sizinlə razılaşacağı? Jurnalist öz hərəkətlərini açıq müzakirədə yazmağa, izah etməyə və bəraət qazandırmağa hazırdırımı?

Hodc modeli

Lu Hodc - Vaşinqton və Li universitetlərinin jurnalistika etikasının professorudur. O professional etika barədə uzun müddət dərs deyib və yazıb.

25 il əvvəl professor Hodc Vaşinqton və Lu universitetlərində biznes, jurnalistika və hüquqşünaslıqda etika öyrədilən “İctimaiyyət və sənət” kafedrası yaradıb. Hazırda həmin alim jurnalist etikasını üzrə daha dərin və aydın araşdırmaların müəllifi kimi tanınır. O mütəmadi olaraq akademik və professional auditoriyalarda çıxış edir və bütün ölkə üzrə müxtəlif KİV-lərdə jurnalistika etikasını üzrə onlarla seminar keçirib.

Professor Hodcun fikrinə görə, etik dilemmaların analizi zaman aşağıdakı əsas suallara cavab vermək lazımdır:

1-ci ADDIM: Hansı əxlaqi problemlər vəziyyətə toxunur?

2-ci ADDIM: Kimin maraqlarına toxunur?

3-cü ADDIM: Daha hansı faktlar işə aiddir?

4-cü ADDIM: Hansı mümkün hərəkət variantları var?

5-ci ADDIM: Hər bir variantın hansı gözlənilən nəticələri var?

6-cı ADDIM: Hansı nəticələrin seçimi digərlərindən üstündür?



Qinnin etik dilemmaların analiz modeli

Bu analitik model Kanzas universitetinin jurnalistika professoru, Nəyt mükafatı laureatı Con Qinn tərəfindən hazırlanmışdır. O KİV-lərdə etik dilemmalarla qarşılaşan şəxslər üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Modelin mərhələləri:

1. Qəbul edilməli olan əsas qərarı sayın
-“Hə” və ya “Yox” cavabı vermək üçün onu sual formasında hazırlayın (məsələn, “Canət ... haqqında məqaləni dərc etməlidirmi”)
-Konkret olun və hərəkətlərə əsaslanın.

2. baxılan hərəkətə görə “lehinə” və “əleyhinə” olan arqumentləri sadalayın

-yadda saxlayın ki, “lehinə” və “əleyhinə” olan vacib qərarlar mövcuddur. Əgər belə deyilsə, deməli mövcud vəziyyətdə dilemma yoxdur.

- Əgər siz hər bir tərəfdən 3 və ya 4 dəlil gətirə bilmirsinizsə, deməli sizdə informasiya kifayət etmir və ya sızı vəziyyəti kifayət qədər yaxşı öyrənməmişsiniz.

3. Mövcud vəziyyətdə əsas qiymətli halları sadalayın

-Bu qiymətli hallar baxılan hərəkətin “lehinə” və “əleyhinə” olan dəlillər olub-olmamasını araşdırın.

- Nəzərə alın ki, bəzi qiymətli hallar davranış obrazını əks etdirir-məsələn, düzgün olmaq, ədalətli, əzab çəkən olmaq və s.

- Digərləri son nəticədə-məsələn, azadlığa can atmaq, özünə hörmət, xoşbəxtlik, nəticənin əldə olunma hissi və s.

4. Qərara alın ki, siz kimə daha çox xeyirxah olmalısınız.

- Sizin müxtəlif insanlar qarşısında-öz qarşınızda, öz ailəniz və dostlarınız, rəhbərlik, firma, həmkarlarınız, oxucular, mənbələr və ümumilikdə cəmiyyət qarşısında öhdəliyiniz öz aralarında rəqabət apara bilər.

- Bu halda prioritetləri qarşıya qoymağa cəhd edin.



5. Mümkün qədər daha çox fəaliyyət variantları fikirləşin.
- Mütləq 6 və ya 7 variant fikirləşin.
 - Daha çox diqqəti dilemma yox olan hallara ayırın.

6. Tarixin müdrikliyindən istifadə edərək bütün alternativləri analiz edin.
- Bu müdriklik dində və bir sıra tanınmış alimlərin fikirlərində əks olunur. Onlar redaktorun yerində olsaydı jurnalistlərə aşağıdakıları təklif edərdi.

Lakzniakın sintezi

Cina Lakzniakın Patrik Merfi ilə birgə yazdığı “Marketing etikası: menecerlər üçün dərslik” kitabından götürülmüş “Marketing etikasının struktur analizi” məqaləsindən qısa çıxarışlar

1. Ümumi məlumatlar

A. Lakzniakın sintezi digər etik prinsiplərin əsas elementlərini birləşdirir ki, onların hər biri deontoloji və ya neutilitardır. Başqa sözlə, bu prinsiplər çoxlu sayda insanlar üçün çoxlu rifahın alınması vəzifəsini qarşıya qoymur və məqsədin vasitələrə bəət verməsinə yol vermir.

II. Lakzniakın sintezi

A. “A” hərəkəti qanunu pozurmu?

B. “A” hərəkəti aşağıdakı hər hansı mənəvi öhdəlikləri pozurmu?

1. Düzgünlük

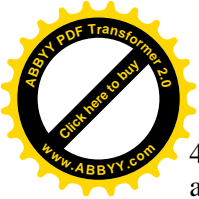
a. Biz yerinə yetirməli olduğumuz öhdəlikləri və ya sözlərlə laqeydlik göstəririkmi?

2. Təşəkkür

a. bizə qarşı mehriban olan insanlar qarşısında öhdəliklərə laqeydlik göstəririkmi?

3. Ədalətlik

a. hər bir insanın layiq olduğu kimi onlara öz borcumuzla laqeydlik göstəririkmi?



4. Əli açıqlılıq

a. başqalarının idrakı, yaxşılığı və xoşbəxtliyi naminə hərəkət etmək borcumuza laqeydlik göstəririkmi?

5. Özünü təkmilləşdirmə

a. şəxsi idrakımız, yaxşılığımız və xoşbəxtliyimiz naminə hərəkət etmək borcumuza laqeydlik göstəririkmi?

6. Ziyan vurulmasına yol verilməməsi

A. başqalarına ziyan vurmamaq borcumuza laqeydlik göstəririkmi?

B. “A” hərəkəti bizim təşkilatımızın növü ilə əlaqəli olan hər hansı xüsusi öhdəlikləri pozurmu (məsələn, əzcasçı şirkətin borcu-təhlükəsiz dərman istehsal etməkdir)?

C. “A” hərəkəti öz məqsədi ilə pislik gətirirmi?

D. “A” hərəkəti hər hansı ciddi pislilyə səbəb olurmu?

1. Ciddi pislik-başqa şəxsin və ya təşkilatın uğurlu işləmə qabiliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə aşağı salan hər şeydir.

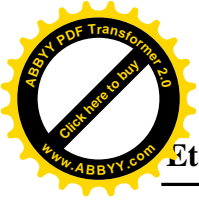
E. Biz az mənfə təsirlər zamanı eyni və ya daha yaxşı müsbət nəticə verən hər hansı “B” alternativinin təmin edilməsini şüurlu surətdə rədd etmirikmi?

F. “A” hərəkəti istehlakçının ayrılmaz azadlığını pozurmu?

1. Bütün insanlar digər insanlar üçün olan azadlıqlara uyğun maksimum azadlığa malikdirlər.

J. “A” hərəkəti hər hansı başqa qrupun hərəkətini pisləşdirirçi? Bu qrup hazırda digərlərinə nisbətən az hüquqlara malikdirmi?

1. İstənilən bərabərsizlik və ya azadlığın balanslaşdırılmaması pis vəziyyətdə olanların xeyrinə olmalıdır.



Etik çözümlə istəyən kazuslar

1. “Ander-Qedl”in boykotu

Bu material real hadisələrə əsaslanmışdır.

Məktub

“Hörmətli cənab Fulton!” - ABŞ-da mənzil qərargahı olan transmilli dərman korporasiyası “Anders Qedl” şirkətinin başçısı Tomas Fultonun aldığı məktub belə başlayırdı: “Mən bu məktubu sizə birmalı və “Azad Birma” (KSB) koalisiyasının təşkilatçısı kimi yazıram. Koalisiya adından bizim korporasiyanıza qarşı boykot üzrə dünyəvi kompaniyamızı dayandırmağa razılıq verdiyimizə dair şərtimizi sizə bildiririk”...

... Fulton rahat nəfəs aldı. Boykot 1996-cı ildə Viskonsin-Medison universitetində başlamışdı. o, əvvəllər heç bir narahatlıq törətmirdi. Lakin son üç il ərzində boykot digər universitetlərə də yayıldı. “Anders-Qedl” firması bir az əvvəl Qarvard və Stenfordun tələbə tibbi mərkəzləri ilə əlaqələrdən məhrum olmuş, “Vaşinqton Post” qəzeti isə yazırdı ki, “Azad Birma” koalisiyasının böyük korporasiyaya qarşı müvəffəqiyyətli kompaniyası son bir neçə müqaviləyə dəyərdi. Məqalədə qeyd olunurdu ki, Harvard və Stenfordda koalisiyanın qələbəsi barədə xəbər dərhal digər universitetlərə də yayıldı. Orda hər ay KSB-nin yeni bölmələri fəaliyyətə başlayırdı.

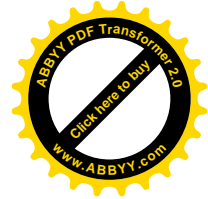
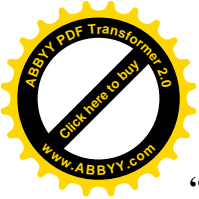
Ticarət nümayəndələrinin hesabatlarından Fultona məlum idi ki, bəzi iri şəhərlərdə tətill universitet şəhərciklərindən kənara çıxmışdır. Eyni zamanda o kompaniyanın gəlirinə təsir göstərmirdi.

Sonra məktubda qeyd edilirdi:

“Biz aşağıdakı şərtlər yerinə yetirildiyi təqdirdə dünyəvi tətillimizi dayandıracağıq:

1) “Anders-Qedl” dərhal Birmada bütün istehsal fəaliyyətini dayandıracaq;

2) Birmadan getdikdən sonra “Anders-Qedl” elan edəcək ki, hazırki şərtlərlə Birmada biznes aparmaq MÜMKÜN DEYİL.



“Andres-Qedl” və Birma

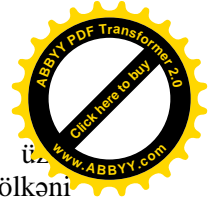
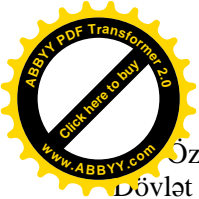
Birma “Anders-Qedl” üçün yeni bazar idi, lakin əlverişli və çox şey vəd edirdi. Son illər “Anders-Qedl” beynəlxalq bazarda əsas rəqibi “Pandrol” şirkətindən əhəmiyyətli dərəcədə geri qalırdı. Səhmdarlar “Anders-Qedl”in bazar payının düşməsindən xəbərdar idi və onların narahatlığı şirkətin birja qiymətlərində əks olunurdu. “Anders-Qedl” Birma bazarına tam nəzarət edə bilirdi və bu Şərqi Asiyada onun əhəmiyyətli dayağı idi.

Şirkətin bu ölkədə effektiv və etibarlı istehsalı var idi. Istehsal xərci və gəlirlər gözləntiləri keçmişdi. “Anders-Qedl”in ali rəhbərliyinin mütəmadi səfərləri qul əməyinin işləməsini və ya işçilərlə pis rəftarın olmasını göstərmirdi. Birmada biznesin açılması onun beynəlxalq naliyyətini nümayiş etdirməyə şans yaratdı. Bədbəxtlikdən, iqtisadi vakuumba korporativ siyasətini aparmaq mümkün deyildi. Sosial faktorlar mövcud idi.

Hindistanda olduğu kimi, XIX əsrdə Birma ingilis müstəmləkəsi idi, XX əsrin ortalarında o müstəqillik qazandı, 1948-1962-ci illərdə müstəqil demokratik dövlət oldu. İqtisadiyyat inkişaf edirdi və ölkə “Şərqi Asiyanın dünyə kasası” adını almışdı.

Lakin 1962-ci ildə hakimiyyət general Ne Vin tərəfindən devrildi, o, müstəqillik əldə edildikdən sonra həyata keçirilən demokratik islahatları kəskin dəyişdi. Beynəlxalq hüquq müdafiə təşkilatları və ABŞ Qövlət Departamenti Birmanın hərbi hakimiyyətini insan hüquqlarını kobud şəkildə pozulmasında günahlandırdılar. 1962-ci ildən Birma iqtisadiyyatı aşağı düşdü, nəticədə BMT bu ölkəni dünyanın ən az inkişaf etmiş ölkələrinin siyahısına daxil etdi.

1990-cı ildə hərbi hökumət izolyasiyadan çıxmaq və xarici sərmayəçiləri cəlb etmək üçün islahatlar keçirməyi qərara aldı. Lakin o uğursuzluğa uğradı. Hakimiyyətdə qalmaq üçün hökumət seçkiləri etibarsız hesab etdi və aparıcı müxalifət partiyasını qəddar təqiblərə məruz qoydu. Bu partiyanın lideri Aun San Su Çji - Birma müstəqilliyinin qəhrəmanının qızı 1995-ci ilə qədər ev dustaqlığına salındı.



Özünü “Qanunçuluğun və qayda-qanunun bərpa edilməsi üzrə Dövlət şurası” (QQBDS) adlandıran hərbi hökumət əvvəlki kimi ölkəni idarə edir.

“Anders-Qedl” şirkəti 1894-cü ildə yaradılıb. 1965-ci ildən onun missiyası belə formalaşıb: “Anders-Qedl”in missiyası bizim sərmayəçilərin paylarının qiymətinin artırılmasındadır. Biz buna satışın artırılması, xərclərə nəzarət və resursların ağıllı paylanması yolu ilə nail olunur. Biz hesab edirik ki, bizim kommərsiya nailiyyətimiz müştərilərə təqdim etdiyimiz keyfiyyət və qiymətlərə əsaslanır və biz səhmdarlarımıza yaxşı gəlir əldə etməyi təmin edirik və bu halda yüksək standart dürüslüyə əsaslanırıq”.

Müzakirə

Şirkətin Birmada fəaliyyətini fikirləşən Fulton “Anders-Qedl”in bu ölkədə olmasının mənfi və müsbət tərəflərini müzakirə etmək üçün kiçik qrup toplamaq qərarına gəldi. Dəvət olunan işçilərin siyahısı belə idi: Cudit Sloun, beynəlxalq marketinq şöbəsinin rəhbəri; Devid Makdaniel, ictimaiyyətlə əlaqələr şöbəsinin rəhbəri; Mayk Qenri, sərmayəçilərlə əlaqələr şöbəsinin rəhbəri; Helen Eykers, maliyyə üzrə vitse-prezident.

- Siz bilirsiniz ki, bura niyə yığılmışsınız, - Fultan sözə başladı. Biz Birmada vəziyyət üzrə qərar qəbul etməliyik.

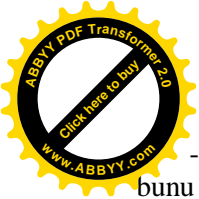
İlk öncə Eykers danışmağa başladı: “Maliyyə nöqtəyi-nəzərdən bu axmaqlıdır, - o, bildirdi. Biz gəlir əldə edirik. Orada hələ tətillərlə bağlı elan olunana qədər bizim biznes səmərəsiz olub. Mən fikirləşmirəm ki, bu nə vaxtsa baş verə bilər.

- Mən artıq mətbuatın suallarına cavab verməkdən yorulmuşam, - Makdaniel dedi. Bu hadisənin elə bil qanadları var. Hər dəfə, hansısa universitetdə etiraz aksiyası keçiriləndə, “Nyu-York Tayms” və “Vaşinqton Post” orada olur.

- Siz onlara nə deyirsiniz? - Sloun soruşdu.

- Həqiqəti, - Makdaniel bildirdi. Bu hadisənin iki tərəfi var. Birmada bizim biznes rejiminin dəstəklənməsini bildirmir.

- Lakin bizim gömrük istehsalının rəhbəri hökumətdən olan generallarla dostluq edir, - Henri dedi. Əgər o bəzi pis insanlarla dostluq əlaqələri qurmasaydı biz Birmada heç nə edə bilməzdik.



- Lakin o dövlət məmuru deyil, - Makdaniel dedi. Mən jurnalistəm, mən bunu da deyirəm: Birma iqtisadiyyatı çox zəifdir, biz orada böyük işçi qüvvəsi yeri yaradırıq. Əgər biz getsək, bizi çətin ki kimsə dəyişsin. İş yerləri yoxa çıxacaq və insanlar acından öləcək. Buna görə də QQBDŞ deyil, biz öz işçilərimiz dəstəkləyirik.

- Bəlkə, biz biznesi çevirsək və hökumətə qarşı çıxış etsək, öz işçilərimizə kömək edə bilərik? - Fulton soruşdu.

- Uzun müddətli perspektivdə bu mümkündür, lakin inam yoxdur - Makdaniel bildirdi. Lakin mən dəqiq bilirəm ki, biz indi oradan getsək, insanlar acından öləcək.

- Bəlkə bizim dəstəyimizdən insanlar acından ölür, onda necə? - Fulton dedi. Biz cinayətkar hökuməti dəstəkləyiriksə, onda necə?

- Əgər biz getsək, bizim yerimizi "Pandrol" və ya başqa rəqibimiz tutmayacaqmı? - Sloun soruşdu. Əgər bu baş versə, biz beynəlxalq bazarda daha da geri düşəcəyik.

- Yəni siz qalmağı təklif edirsiniz? - Fulton soruşdu.

- Dedi-yimiz kimi, bizim bazarda olmağımız bizim birmalılıq işçilərimizə kömək edir, - Henri bildirdi. Bundan başqa, o dividend lazım olan səhmdarlar üçün də əlverişlidir. Pensiya ilə yaşayanlara onların investisiyası sərfəlidir.

- Bəlkə bu tətillə sayəsində Exxon hadisəsi təkrarlanar? - Eykers soruşdu.

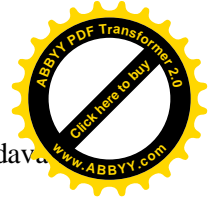
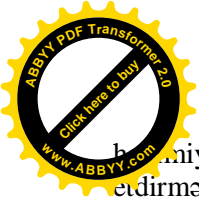
- Neft şirkəti ilə skandal illərlə qəzetlərin ilk səhifəsindən düşmədi, - Sloun bildirdi. Bu hadisə isə 6 səhifədən artıq keçməyəcək.

- Bu hələ fakt deyil, - Makdaniel dedi. Fikirləşin ki, bu "60 dəqiqə" proqramına necə çevrilə bilər.

- Mayk, bəs bizim səhmdarlar nə deyir? - Fulton soruşdu.

- 3 qrup var, - Henri cavab verdi. Kiçik qrup tələb edir ki, biz öz prinsiplərimizdən əl çəkməyək. Digər qrup istəyir ki, biz qalaq və bazarda öz payımız uğrunda mübarizə aparaq. Lakin əksəriyyəti heç nə bilmir-onlar üçün fərqi yoxdur. Mən fikirləşmirəm ki, onlar Birma haqqında eşidiblər. Bu elə şəxslərdir ki, siyasətçilər onları susan çoxluq adlandırırlar.

- Maraqlıdır, əgər Birmada insan hüquqlarının vəziyyəti barədə öyrənsəydilər, yenə də susacaqdılar? - Fulton dedi. Biz hökumətin



həyata gətirilməyən siyasəti saxlamaq üçün insanları öldürdüyü ölkədə biznesi davam etdirmək istəyirik.

- Əgər biz getsək, - Eykers dedi, o zaman bu hökumətə təsir etmə imkanını itirəcəyik. İndi onlar bizə qulaq asmağa məcbur olublar. Əgər biz getsək, onlar istədiklərini edəcəklər.

- Cudit, Birmaya görə bizim ümumi satışımız azalmayıb? - Hensi soruşdu.

- Həm hə, həm də yox, - Sloun cavab verdi. Biz universitetlərlə müqavilələrin pozulmasına görə daxili bazarda ziyan çəkmişik. Lakin Birmada biznes beynəlxalq satışın həcminə müsbət təsir göstərmişdir. Helen dedi ki, maliyyə planında işlər əlverişlidir.

- Bəs uzunmüddətli perspektivlər necə? - Fulton soruşdu.

- Mən bilmirəm, Eykers cavab verdi. Bizim ən böyük problemimiz tələbələrdir, onların yerinə isə hər il yeniləri gəlir. Kim bilir, bu problem 5 ildən sonra olacaq?

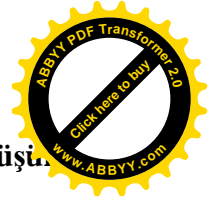
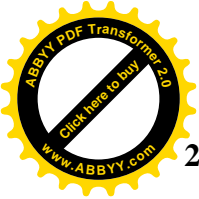
- Məlum deyil, Sloun cavab verdi. Birmanın uzunmüddətli perspektivində bizə başqa asiya bazarlarına daxil olmaq kömək edər. Bu hesabla bizim səhmdarlar qarşısında öhdəliyimiz var. Bəlkə elə olacaq ki, rejim dağılacaq və müxalifət diktatorla əməkdaşlığa görə bizi ölkədən çıxaracaq. Helen haqlıdır - kim bilir?

- Güman edirəm ki, biz indi pul qazanmağımızı bilirik, bəlkə, insanlara kömək edirik və biz qatillərlə iş görürük, - Fulton bildirdi.

Telefon zəngi

Müzakirə davam edir, lakin qərar hələ də qəbul edilməyib. Təsəvvür edin ki, beynəlxalq marketing şöbəsinin rəhbəri Sloun sizin tanışınızdır və Sizin marketing etikasına olan marağınızı bilir.

Təsəvvür edin ki, o Sizə zəng edir və Birmada istehsalla nə etməli olduğunuzu soruşur. Siz ona nə cavab verərdiniz?



2.İdman jurnalisti Andrea Kun işdə çətin vəziyyətə düşür.

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbəsi Andrea Kun və Karlos Texada tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

İdman jurnalisti Andrea Kun evə gedərkən oyundan sonra baş verənləri fikirləşirdi. Şübhəsiz, vəziyyət yaxşı deyildi, lakin bu seksual qısnama idimi?

1991-ci ilin noyabrı idi. Andrea Kanzas dövlət universiteti ilə (KDU) Kanzas Universiteti (KU) arasında keçirilən oyundan doğma Lourenso qayıdırdı. Jurnalistin fikri daim onunla KU komandasından olan tanınmış basketbolçu arasında baş verən xoşagəlməz hadisədə idi. Nə etməli? Baş verənləri unutmaq mı ya tədbir görmək?

Andrea Kun

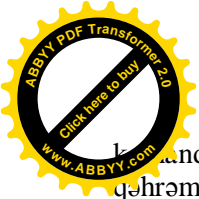
Andrea artıq bi il Assoşieyted Pressdə müxbir işləyirdi. Hələ tələbə olarkən o KU idman yığması haqqında yazmağa başlamışdı. Andrea hesab edirdi ki, onun karyerasının əvvəli uğurlu başlayıb. Universitet yığması qədim ənənəyə və çoxlu azarkeşə malik idi.

Andrea özü də Ku komandasının azarkeşi idi, lakin obyektiv yazmağa çalışırdı. Onun məşqçilərlə, idmançılarla və inzibati yığma ilə yaxşı əlaqələri var idi. O, onun bacarıqlarına əvvəlcə tənqidi yanaşan insanların rəğbətini qazanmışdır. Andrea öz işini çox sevirdi və düşünürdü ki, insanlarla münasibət qurmaq bacarığı ona informasiya yığmağa kömək edir.

Geyinib-soyunma otağında insident

KU-KDU arasında olan basketbol oyunundan sonra şənbə günü Andrea və digər jurnalistlər KU komandasının məşqçisi Roy Uilyamsdan soyunma otağının qarşısında müsahibə gətürdülər. Bütün müxbirlər məşqçinin mətbuatla yaxşı işlədiyini görürdülər. Həmin gün o jurnalistlərlə danışmaq istəyirdi, belə ki, onun komandası son dəqiqədə rəqib üzərində qələbə qazana bildi.

KU-nun idman şöbəsində mətbuatın müsahibə üçün soyunma otağına buraxılması qərara alındı. KDU idman kompleksi “Bremlic Kolizeum”



...andanın soyunma otağı çox balaca idi. Andrea çox çətinliklə gün...
qəhrəmanı - KU-nun müdafiəçisi Reks Uolterslə yanaşı özünə yaxşı yer
tutdu.

Soyunma otağında çoxlu səs-küy var idi, KU komandası qələbəni
qeyd edirdi. Müsahibə adi qaydada keçirilirdi. Müxbirlər söhbətçil
olmayan Uoltersi əhatəyə almışdı. Andrea sakitcə bloknotda qeydlər
edirdi. Birdən o, forvard Arnold Babarı gördü. O yarım metr ondan
uzaqda skamyada tamamilə lüt oturmuşdu.

Belə hal cavan jurnalistlə birinci dəfə baş vermirdi, ancaq belə
hadisələr onu həyəcanlandırırdı. O tez-tez soyunma otağında yeganə
qadın olurdu və idmançılar adətən onunla mehriban olurdular. O hiss
edirdi ki, onlar onun diqqətini cəlb etməmək üçün tez geyinməyə
çalışırdılar.

Lakin bu dəfə vəziyyət başqa cür idi. Babar qəsdən onun diqqətini
özünə və otaqda yeganə qadının yanında lüt oturmasına cəlb etməyə
çalışırdı. Andrea hiss etdi ki, qızarıb və öz qeydlərinə diqqətini cəlb
etməyə çalışdı.

Tədrisən digər oyunçular və jurnalistlər də bu vəziyyəti hiss etməyə
başladılar. Babar əvvəlki kimi əlində dəsmalla oturmuşdu. Andrea Babara
baxmamağa çalışdı, lakin pərtlik hissindən uzaqlaşa bilmirdi. Nəhayət o
digər oyunçulardan müsahibə götürmək üçün otaqdan çıxdı.

Bu zaman ona artıq geyinmiş Babar yaxınlaşdı və hansı qəzətdə
işlədiyini soruşdu.

- Assoşieyted Press, - Andrea başını bloknotdan qaldırmayaraq cavab
verdi.

- Hə belə, - Babar dedi. Neçə yaşınız var?

- 21, -Andrea cavab verdi.

- Ancaq cavan görünürsünüz,-basketbolçu bildirdi.

- Nə edək..., - Andrea birdən hadisəyə görə qəzəb hiss etdi.

Onun səsində istehza var idi. -Əgər mənim iştirakım sizə narahtılıq
yaratdısa, başlayın.

- Əgər sizin 21 yaşınız varsa, siz çətin ki yeni nəşə görmüsünüz, -
Babar dedi.

Buna cavab əvəzinə Andrea yalnız Babara nifrətlə baxdı və çıxdı. O
əsirdi, diqqətini toplaya bilmirdi və hiss etdi ki, nəyisə mühüm bir şeyi



...axıb. O mətbuat otağına qayıtdı, reportajı yazdı və öz məşinə getdi.

Dayanacaqda onu KU üzrə onun kurs yoldaşı, hazırda Kanzas-Siti Starda ştatdan kənar idman müxbir işləyən Mark Spenser qarşıladı.

- Sən gördün, Babar soyunma otağına nə edirdi? –Mark soruşdu. Mən inana bilmirəm, Andrea. Sən məşqçi Uilyamsla danışmalısən. Belə hərəkətə görə onu komandadan çıxara bilərlər. Sən hörmətli jurnalist sən və qadın olduğuna görə belə münasibətə layiq deyilsən. Sənin orda olmaq haqqın bizə nisbətən az deyil. Sən hətta onu məhkəməyə də verə bilərsən! Bəlkə, bu qadınlara lovğalıq münasibət göstərən bütün kişilər də dərs olar.

Andrea Markın sözlərini fikirləşərək məhkəməyə müraciətin düzgün olmasına şübhə ilə yanaşırdı. O hətta baş verən hadisənin seksual qısnama olmasına əmin deyildi. Andrea yekun qərara gələndə bu barədə heç kimə danışmamağı xahiş etdi.

Müxtəlif mülahizələr

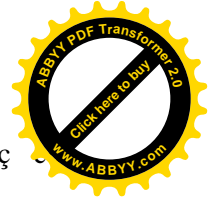
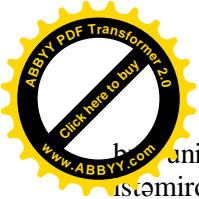
Andrea ən az skandal yaratmaq istəyirdi. Öz zahiri görkəmi ilə çox şey görmüşdü və qorxurdu ki, çoxları bu hadisə barədə xəbər tutsalar, idmançılar, məşqçilər və inzibatçılar ondan qaçmağa başlayacaq.

Bundan başqa, Andrea həmkarlarının hörmətini itirməkdən qorxurdu. O əmin idi ki, hamı hadisəyə Markın yanaşdığı kimi yanaşmayacaq. Andrea xatırladı ki, bir neçə jurnalist hadisənin şahidi olub. Bundan onda pərtlik hissi daha da gücləndi.

Həmçinin Andrea bilmirdi ki, bu işə başlasa, Assoşieyted Pressdə onun gələcəyi necə olacaq.

Qız bir il qabaq baş verən və bütün ölkəni bürüyən xəbəri xatırladı. Jurnalist Boston Qlob soyunma otağında “Yeni İngiltərənin patriotları” professional futbol komandası tərəfindən sataşmaya məruz qalmışdı. O, bu barədə məlumat verən kimi, ona münasibət dəyişdi. “Patriot”ların bəzi azarkeşləri onu skandallı feminist hesab etdi. Jurnalist bir sıra təhlükələrə məruz qaldı və bəzi xoşagəlməz hadisələrlə üzləşdi. Və o karyerasına nöqtə qoymağa məcbur oldu.

Andrea Babarla olan skandalın universitetin nüfuzuna təsir göstərəcəyini fikirləşməyə bilməzdi. “Bəlkə, hər şeyi yaddan çıxarmaq lazımdır?” - o fikirləşdi. Əgər o, belə hadisəni başqa jurnalistə qarşı etsə,



bu universitetin nüfuzuna xələl gətirməyəcəkmi? Andrea heç bilmirdi ki, belə hadisə bir də baş versin.

Əgər idman şöbəsində qadın-jurnalist iştirak etmirsə, soyunma otağında xüsusi qaydalar varmı? İdmançılar hansı hərəkətlərin qəbul edilən, hansılarına yolverilməz olduğunu bilirlərmi?

Andrea bütün bu suallara necə cavab verəcəyini bilmirdi.

Qısnağa?

Andrea qanunun belə hərəkəti seksual qısnağa kimi xarakterizə edib - etmədiyini öyrənməyi qərara aldı. Evə gələrkən o, öz dostu - KU-nun hüquq fakültəsinin ikinci kurs tələbəsi olan Erik Bartona zəng etdi.

Erik bildirdi ki, işin qaldırılması üçün əsasların olub-olmamasını bilmir. Lakin o təxmin etdi ki, hadisə 1964-cü ildə qəbul edilən mülki hüquqlar haqqında qanunun VII bölməsinin 703 maddəsi altına düşür.

- Belə işi qazanmaq üçün, - Erik izah etdi, işçi hökmən sübut etməlidir ki, o, qanunla qorunan qrupa daxildir və arzuolunmaz cinsi qısnağaya məruz qalıb və bu qısnağalar seksual yanaşma olub və xidməti vəzifələrin yerinə yetirilməsi üçün və ya iş şərtlərini təhlükəli, xoşagəlməz və təhqiredici etməsi üçün kifayət qədər ciddidir.

Belə hüquqi dəqiqlikləri başa düşməyə çalışarkən Andrea daha da çətin vəziyyətə düşdü.

Qəfildən o xatırlayır ki, Siz tənqidi fikirləşə bilərsiniz və sizə zəng edir. Siz ona nə deyərdiniz? Nə üçün?



3. “Seylz Marketing İnkorporeyted” və informasiya bülleteni

Sabahın xeyir, Robert Miller!

Hər şey çərşənbə günü səhər saat 09.45-də baş verdi. “Seylz Marketing İnkorporeyted” marketing firmasının redaktoru Robert Miller stulda oturaraq sənədlərə baxırdı və gün üçün iş planını fikirləşirdi. O bura yeni təyin olunmuşdu və iş onun xoşuna gəlirdi.

Robert bu gün 7 informasiya bülleten üçün nəzərdə tutulmuş məlumatları yığmalıydı və digər redaktor-İzabella Vinçesterin hazırladığı sənədlərə baxmalıydı.

Robert İzabellanın papkasını açdı və gözlərinə inanmadı. Onun istifadə etdiyi mənbələri barmaqla saymaq olardı, halbuki hər bir səhifə üçün ən azı 3 mənbə olmalı idi. Bəzi materiallar izabellanın əvvəlki işinin redakto olunmuş forması idi. Bəzi yerlərdə ümumiyyətlə mənbə göstərilmirdi.

Bu zaman İzabella otağa daxil oldu.

- Robert, mən dünən “Xoumsted”-in iyul buraxılışını gətirmişdim-o bildirdi.-Mən başa düşürəm ki, vaxt azdır, lakin siz ona bu səhər baxa bilərsiniz ki, mən günortaya qədər dəyişiklikləri apara bilim? İş ondadır ki, mən bu gün həftə sonuna qədər məzuniyyətə gedirəm.

Robert gözünü sənədlərdən qaldırdı və cavab verdi:

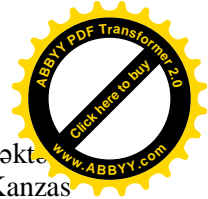
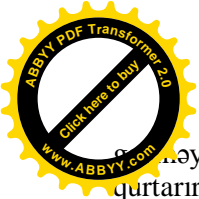
- Mən fikirləşirəm ki, hər şeyi edə bilərəm, lakin mənə elə gəlir ki, İzabella siz bəzi mənbələri ötürmüsünüz.

- Xeyr, hamısı burdadır. Məqaləyə və dizayna baxıb mənə bildirərsiniz-o cavab verdi. Robert hiss etdi ki, başqa nəşə demək lazımdır, lakin İzabella otaqdan çıxdı. Onun sualını cavabsız qoydular.

İzabellanın həmişə belə etdiyini kimdənsə soruşmaq lazımdır, Robert fikirləşdi. Maraqlıdır, baş redaktor İren Leyn onun üslubu barədə bilir? Digər tərəfdən, İzabella firmada onun yaradıldığı andan işləyir, onun əri işə-firma sahibidir.

Robert Miller

Robert Filadelfiyada böyük və mehriban ailədə böyümüşdür və onu orada həmişə dəstəkləmişdilər. O qohumlarının hörmətini qazanmağa çalışmışdır. Onun 10 yaşı olanda atası iş yerini dəyişmiş və ailə ölkə üzrə



...məyə məcbur olmuşdur. Onlar Kanzasa gələrkən Robert artıq məktəbi qurtarırdı. 1989-cu ildə hansı ixtisası seçəcəyini bilmədən Kansas universitetinə daxil oldu.

O heç vaxt güman etmirdi ki, jurnalistika onun sənəti olacaq. Lakin 1-cü kursda ingilis dili kafedra müdirinin məsləhəti ilə o bu ixtisası seçdi. Hər semestrdə Robertin bacarığı artırdı. O təkcə öz müəllimləri üçün deyil, universitet qəzeti üçün də yazırdı. Onda özünə inam hissi yaranmışdır.

Digər tələbələrə birlikdə Robert qəzet kağızında çağ olunan alternativ universitet jurnalı təsis etdi. Ümumi stil dəhşətli idi, lakin bu jurnalda tələbələr öz yaradıcılıqlarını çap edə və öz fikirlərini əks etdirə bilirdilər. Robert məhz burada yazmağı, redaktə etməyi, vasitələri əldə etməyi, jurnalı çıxarmaq və yaymağı öyrəndi.

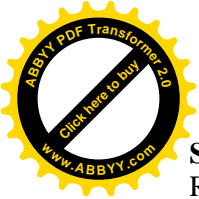
1993-cü ilin dekabrında Robert universiteti “İngilis dili və jurnalistika” ixtisası üzrə bitirdi və yazda işə düzəlmə vaxtı gəldi. Buna qədər o, universitetin kadrlar agentliyində uçota alınmış və maraqlı jurnalist və redaktor vakansiyalarının uzun siyahısını gözləməyə başladı.

İlk təklif Roberti məyus etmədi. Lakin gənc oğlan təzə başlayan jurnalistin maaşına hazır deyildi. Yazmaq onun xoşuna gəlirdi, lakin bu pullarla dolanmaq mümkün deyildi. Və o zaman Robert marketinqdə və ya reklamda özünü sınaq qərarına gəldi. Onun bu sahədə artıq bəzi bilikləri var idi, jurnalda iş təcrübəsi Robertə istifadə etməyə kifayət edirdi.

“Seylz Marketing İnkorporeyted” (SMİ)

SMİ yüzlərlə işçisi olan tanınmış marketinq şirkəti idi. O Kansas-sinin missuri hissəsində yerləşirdi. Firma ticarət agentlərinə reklam materialları, bütün ölkə üzrə daşınmaz əmlakın sığortasını edirdi. Onun reklamı xüsusi buraxılışlarda çap olunurdu.

Şirkət yüksək səviyyədə çap olunmuş rəngli vizit kartlarını, poçt üzrə reklamı, informasiya bülletenlərini və müştərilərlə əlaqələr kompaniyasını təklif edirdi. Özünün Mərkəzi qərbdə yerləşməsi sayəsində SMİ öz müştərilərinə uyğun qiymətlərə hazır və effektiv proqramlar təklif edə bilirdi.



SMİ-nin redaktor şöbəsi

Redaktor şöbəsində 2 qrafiki dizayner, 4 redaktor və bir menecer işləyirdi. Hər bir redaktor dizaynerlərlə birlikdə 7 aylıq informasiya bülletenləri buraxırdı. Bunun üçün ümumi məlumatlar bazası və fotoarxiv istifadə olunurdu. Bülleten üçün informasiya sahələrdəki əlaqələrdən, köhnə qəzet məqalələrindən və bir sıra sahəvi jurnallardan daxil olurdu. Yazılmamış qanun mövcud idi ki, ona əsasən redaktorlar özgə məqalələrini yazmamaq üçün hər bir bülleten ən azı iki və ya üç mənbəyə istinad etməlidir.

Gənc müəllif üçün bundan yaxşı iş yeri fikirləşmək olmazdı. Burada yaradıcılıq azadlığı, çoxlu resurslar və digər gənc müəlliflər var idi. Hər şeydən çox Robert şirkətin şəxsi istehsal gücünün olmasını qiymətləndirirdi ki, bunun sayəsində o kompüterdən yükləməyə qədər öz işi gedişini izləyə bilirdi.

Firma balaca və şəxsi olduğundan, onun başlanğıcından orada işləyən işçilər qruğu mövcud idi. Bu işçilərdən bir də -firmanın təsisçisi və prezidenti Mark Vinçesterin həyat yoldaşı Izabella Vinçester idi. Izabella formal olaraq baş redaktor İren Leynə tabe idi, faktiki olaraq bu onun firması idi və o iş vaxtını və iş yükünü özü müəyyənləşdirirdi.

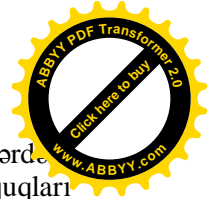
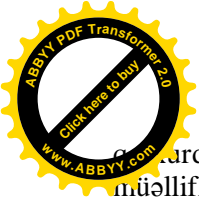
İlk iş və ilk professional dilemma

Kanzas universitetində Robert etikanı, bir neçə fəlsəfi intizam və hətta əlaqələrin hüquqi aspektlərini öyrənmişdir. O öz işini sevirdi və daha yaxşı yazmağı öyrənmək istəyirdi. Bundan başqa, Robert müəllif hüquqlarının pozulmasına dair hər cür iddialardan şirkəti qorumaq istəyirdi.

SMİ-də bir və ya iki il işləmiş digər redaktorlarla söhbət edərək Robert başa düşdü ki, onlar İzabellanın işinin müəyyən xüsusiyyətlərini dərk edirlər.

Izabella-firma sahibidir və uzun müddətdir ki, burada işləyir və faktiki olaraq özü-özünə şöbədir,-deyə redaktor Syüzen Blek bildirdi. O hansı məqaləni yazmağı özü müəyyənləşdirir. Əgər siz onun işini analiz etsəniz, o buna əhəmiyyət verməyəcək. Ümumiyyətlə, o yaxşı redaktor və korrektordur, lakin... o belədir.

Robert firmada cəmi bir çənə ay işləyirdi və sakitliyi pozmaq istəyirdi. Lakin onun hərəkətsizliyinin şirkətə ziyan vuraçağından



arddu. Əgər Izabellanın bülletenləri sahəvi bülletenlərdə müəlliflərin məqalələrindən heç nə ilə fərqlənməsə, müəllif hüquqları probleminə qəçmaq olmayacaq.

Redaktor kimi Robert aydə təkə 7 məqalə yazmalı deyil, həm də öz həmkarlarının işini redaktə etməlidir. Məqaləni çapa verməzdən əvvəl, hər redaktor qrammatik, faktiki və üslub səhvlərinin tapılması və düzəldilməsi üçün onu başqa redaktora ghöstərməlidir.

Robert həmkarları ilə söhbət edərək başa düşdü ki, o aşağıda variantları edə bilər:

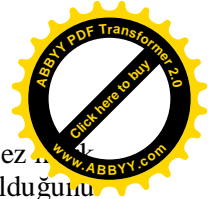
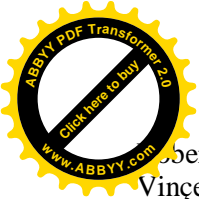
- İzabellaya mənbələrlə olan problemləri birbaşa demək;
- Öz fikirləri ilə baş redaktor İren Leynlə bölüşmək;
- Başqa şöbənin hər hansı işçisindən qərəzsiz fikri öyrənmək;
- İzabellanın məqaləsinə şərh yazmaq və bu vəziyyətə adi qaydada baxmaq;

- redaktorlar şöbəsinin növbəti aylıq yığıncağında öz fikirlərini bildirmək.

Robert öz işini itirmək istəməirdi və başa düşürdü ki, izabella ilə konflikt nəticəsində bu mümkün olacaq. O universiteti yeni bitirmiş və ailəsi bununla qürur duyurdu. Robertin borcu çox deyildi, o işdən asan çıxma bilərdi. Lakin ona elə gəlirdi ki, problemi nəzakətlə qaldırsa, şöbənin bütün işçiləri üçün ixtisas artırma seminarlarının keçirilməsi ilə kifayətlənmək olar.

Digər tərəfdən, Robert fikirləşirdi ki, o çox həyacan keçirir. İnsanlar yəni onlara ticarət agentlərinin göndərdiklərini oxuyurlarmı? Əlbəttə, SMİ-nin bəzi müştərilərinin bülletenlərin məzmunu xoşlarına gəlməyə bilər, lakin bülletenin müəllif hüquqları qorunmuş məqalədən yazılması oxucuları maraqlandırmır. “Bəlkə, mən bunu daha çox ürəyimə salıram, çünki işə yeni başlamışam,-Robert fikirləşdi. –Bəlkə, marketinqdə qaydalar jurnalistikada olduğu qədər ciddi deyil. Izabella SMİ-də əvvəldən işləyir və indiyə qədər onunla heç bir problem baş verməyib. Mən nə üçün bu barədə barahət olmalıyam?”

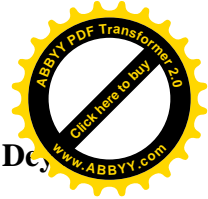
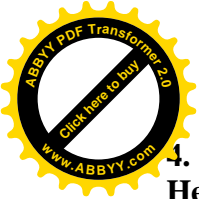
Robert başqa bir məsələ barədə fikirləşə bilmirdi, izabellanın papkasını işə bitirmək lazım idi. O ona xəbər vermədən baş redaktorun yanına getmək istəməirdi. Bəlkə, Tom Xendli ilə danışmaq lazımdır? Tom-ciddi insandır, lakin çox nüfuzludur. O maliyyə üzrə vitse-prezidentdir və onun fikirləri firma sahibi üçün çox əhəmiyyətlidir.



Robert demək olar ki, hər gün tomla bir otaqda nahar edir və tez-tez Vinçesterin və digər baş menecerlərin onun akbabinetinə daxil olduğunu görürdü. Tomun fikirlərini qiymətləndirirdilər. Bəlkə, nahara qədər onunla söhbət etmək lazımdır?

Zəng

Robert bülletenlər papkasına və saata baxdı. Hələ səhər idi, lakin Izabella öz məqaləsini onun şərhləri ilə birlikdə günortaya qədər almaq istəyirdi. **Nə etməli? Robert telefona nəzər saldı və xatırladı ki, Siz marketing etikasını üzrə kurs keçmişiniz. O pormandatdan Sizin vizit kartınızı çıxarır və Sizə işə zəng edir. Siz ona nə məsləhət edərdiniz?**



4. Əgər həqiqət kadrarxası kommentariyaya düşürsə, Deyv Helling nə edəcəyini fikirləşir

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbəsi Bonni Şort tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Deyv Helling Kanzas-Sitidə otağında monitərodə WDAF-TV kanalının qeydlərinə baxırdı. O qulaqlarına və gözlərinə inana bilmirdi. Lentdə Missuri ştatının iki məmuru onun Oleyt şəhərində “Ceneral Motors” firmasının “Feyrfaks” zavodunun işçilərini müvəqqəti işdən çıxması planı haqqında sualına gülürdülər.

Ümumi informasiya

Deyv Helling televziyada artıq 15 ildir ki işləyirdi. İxtisasca jurnalist olan Deyv ümumi xəbərlər şöbəsində müxbir kimi fəaliyyətə başlamış, hazırda hökumət və şəhər şurasına akkreditə olunmuş xüsusi müxbir vəzifəsinə qədər yüksəlmiş və bundan xeyli razı idi.

Kanzas-Sitidə NBC-nin filialı olan WDAF-TV ölkə bazarında yayımına görə 3-cü yeri tuturdu. Buna görə də kanal öz reytingi qaldırmağa çalışırdı.

Kanzas-Siti bazarı adi deyildi, çünki onun auditoriyası iki ştat-kanzas və Missuri arasında bölünürdü.

WDAF-TV kanalında 5 gündəlik xəbər buraxılışı var idi-bir saatlıq səhər proqramı “Sanrayz Edişn” və 11.30, 17.00, 18.00 və 19.00-da çıxan yarım saatlıq 4 buraxılış.

Kanzas-Sitidə iqtisadi böhran

1992-ci ilin yanvarında ümummillə böhran Kanzas-Sitiyə gəldi. 22 yanvarda “Kanzas-Siti Star” ilk səhifədə belə başlıqlı məqalə dərc etdi:”“Ceneral Motors” “Feyrfaks” zavodundan minlərlə insanı müvəqqəti qovacaq”.

İqtisadiyyatda böhran olduğuna görə istehsalı ixtisar etməyi qərara alan şirkət fevralın sonunda “Feyrfaks” zavodunda ikinci növbənin ləğv olunmasını elan etdi.



Bu xəbər zavod işçiləri üçün gözlənilməz oldu. İkinci növbə əvvəl bərpa edilmişdir və şirkət avtomobil bazarının artımını planlaşdırmışdır. “Feyrfeks”! zavodu “Pontiak Qran-Pri”nin ekskluziv istehsalçısı idi.

Siyasətçilər Tayvana gedir

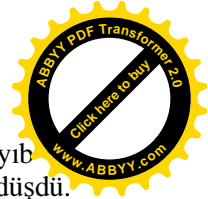
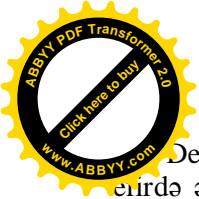
Həmin gün Missuri ştatının senatoru Kit Bond və Kanzas-Sitinin missri hissəsinin meri Emmanuel Kliver Tayvana getdilər. Onlar tayvan aviasiyasının məmurları ilə görüşməli olan və “Makkonel Duqlas”la əməkdaşlığın mümkünlüyünü müzakirə etməli olan yerli siyasətçilər və biznesmenlər qrupuna daxil idi. Bu şirkət MD-12 təyyarələrinin istehsalına başlamağı planlaşdırırdı və Kanzas-Sitinin missuri hissəsində 5000 işçisi olan zavod tikməyə hazırlaşdı.

Ticarət qrupunun görüşünün işıqlandırılması kifayət qədər zəif idi. WDAF-TV sputnik əlaqələrindən birgə istifadə edilməsi üçün Kanzas-Sitinin digər iki kanalı ilə razılaşıdı. Lakin 3 kanaldan heç biri öz nümayəndəsini deleqasiya ilə göndərmədi. Hamısı telefonla müsahibəyə və sputnik əlaqələrinə əsaslandı.

Gündəliyə əsasən, Dey Bond və Kliverdən “Sanrayz Edişn” üçün canlı yayımda müsahibə götürməli idi. Sonra sputnik əlaqəsi başqa kanala keçməli idi və müxbir analogi müsahibə aparmalıydı.

Həmin səhər işə gedərkən Deyv yolda fikirləşirdi ki, müsahibənin digərinə oxşamaması üçün hansı sualları vermək lazımdır. Deyv böyük xəbərləri yerlərdə həyatla “bağlamaq” bacarığı ilə qürur duyurdu. Bu gün o “Cenaral Motors” zavodunda kütləvi işdən qovulma barədə fikirləşirdi və bu barədə Bond və Kliverin fikrini soruşmağı qərara aldı.

Müsahibə adi qaydada keçdi. Hər iki missuriya siyasətçisi ticarət qrupunun nailiyyətlərindən danışdı. Sonda Deyv soruşdu ki, onların regionundan olan bir çox insanlar öz iş yerlərini itirməsi zamanı onların ölkədə olması yersiz idi. Bond cavab verdi ki, onların söyləri Kanzas-Sitidə bütün iş yerlərinin müdafiəsinə yönəlir. Bununla müsahibə qurtardı və kamera aparıcının studiyasına yönəldi. Deyv mikrofonu söndürdü və müsahibəyə baxmaq üçün yazı otağında getdi.



Deyv qapını açaraq başa düşdü ki, sputnik əlaqəsi yandırılmayıb. Ənirdə əvvəlki təkTayvan idi. Elə indi kameraya maraqlı dialoq düşdü. Bond və Kliver Deyvin “axmaq” sualına gülürdülər-ışdən qovulma Missuridə deyil, Kanzasda baş vermişdir. Hər iki siyasətçi Missuri ştatından seçildiyindən, işçilərin Kanzasdakı problemləri onlara aid deyildi.

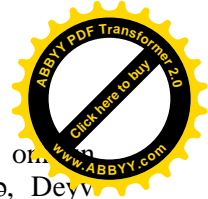
Deyv dərhal başa düşdü ki, lentə efirə çıxarılması bir məsələ çəkilməyib. Lakin o bununla nə etməlidir? Hələ ki ondan başqa bu şərhləri eşidən olmayıb? Nə etməli-bu söhbəti eşitməyi yaddan çıxarsın, yoxsa onu növbəti verilişdə göstərsin?

Vəziyyəti başa düşməyə cəhd edərək Deyv bu sualı nə üçün verdiyi barədə fikirləşdi. O Deyvə “axmaq” kimi görünmürdü. “Feyrfaks” zavodunun işçilərinin yarısından çoxu Missuridə yaşayırdı, deməli senator Bondun və bəlkə də Merin seçiciləri idi. Bundan başqa, Kanzas-Sitinin missuri hissəsinin sakinləri iş yerindən asılı olmayaraq şəhərin büdcəsinə 1% gəlir vergisi ödəyirdi. Deyv güman edirdi ki, işçilərin qovulması regionun iri müəssisəsinin minlərlə işçini qovduğu vaxtda onların mer və senatoru Tayvanda nə etməsini soruşmaq qanunauyğun idi. Onun fikrincə, sualın mənası baş verən hadisəyə insan reaksiyasını almaq idi. Və bu reaksiya budur-təsadüfən lentə düşmüşdür...

Deyv hiss etdi ki, bu replikalar çox vacibdir. Əgər belə ciddi problem gülüşə səbəb olubsa, deməli şəhər hər iki siyasətçinin vecinə deyil. Bu isə reportajın mühüm hissəsidir.

Lakin Deyv başa düşürdü ki, Bond və Kliverin söhbətinin yazılması mənfi nəticələrə də səbəb olacaq. Onun başlıca mövzusu şəhər şurası idi, belə reportaj isə Deyvi əsas mənbələrlə küsdürə bilərdi. Onun şəhər şurasındakı məmurlarla yaxşı iş münasibətləri yaranmışdır. O demək olar ki, hər gün Kliverin komandasından kimləsə danışdı. Birdən meriyanın əməkdaşları daha ona informasiya verməzlər? O zaman onun işi çətinləşməzmi? Birdən tamaşaçılar kanalın mer və senatora olan hərəkətini ədalətsiz hesab edərlər?

Deyv heç vaxt reyting və sensasiya dalınca qaçmırdı. Telejurnalist işinin 15 ili ərzində onun reportajı cəmi bir dəfə yüksək reyting qazanmışdır. Düzdür, rəhbərlik həmişə digər kanalları ötməyə şad olardı.

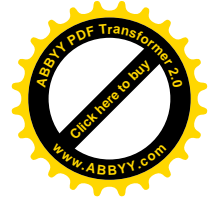
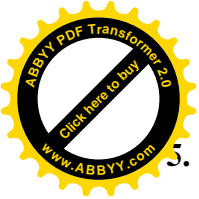


Bundan başqa bir məsələ də var idi. Bond və Kliver onun söhbətinin yazılmasından xəbərləri var idimi? Əgər yox idisə, Deyv onlara bu barədə məlumat verməlidirmi? Şübhə yox idi ki, “birbaşa efir” siqnalı onların otağında bütün vaxtı sönmüşdür. Əgər onlar televiziyaadan heç nə başa düşmürlərsə, məgər bunda Deyv günahkardır?

Deyv dəqiq bilirdi ki, əgər Bond və Klivertlə bir otaqda bu və ya digər jurnalist olsaydı, sual ortaya çıxmazdı-dialoq dərhal efirə çıxardı. Bəlkə, siyasətçilərin otaqda tək olması vəziyyəti dəyişir?

Deyv başa düşdü ki, qərarı tez qəbul etmək lazımdır. Xəbərlər bölməsinin rəhbəri Mayk Makdonald onun fikri ilə mütləq maraqlanacaq və o, öz fikrini deməyə və izah etməyə hazır olmalıdır.

Təsəvvür edin ki, Siz də jurnalistsiniz və Deyvin yaxın dostusunuz. O sizin məsləhətinizi istəyir. Siz ona nə deyərdiniz? Nə üçün? Sizin qərarınızda hansı etik prinsiplər daha vacib rol oynayır?



5. “Velyu-Şop”da belə edirlər

Bu material Kanzas universitetinin tələbəsi tərəfindən yazılıb. Material marketing etikası üzrə seminarlarda müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Velyu-Şopa yol

Lori Holl şirkətin şəxsi təyyarəsində rahat əyləşərək karyerasının planlaşdırdığı kimi olmadığını fikirləşdi. Hələ məktəbdə oxuyarkən müəllimlərdən biri onun yazıçılığa olan qabiliyyətini görmüş və məktəb qəzetində işləməyi təklif etmişdir. Lori gözəl jurnalist və dizayner idi. Ştatın qubernatoru ona fəxri fərman vermişdir. Bu gün həmin hadisənin şəkli Lorinin iş stolunu bəzəyir və bir çox söz-söhbətlərə səbəb olur, belə ki, həmin qubernator hazırda ölkə prezidentidir.

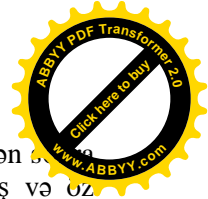
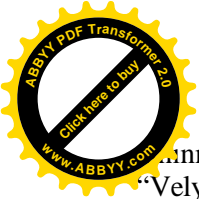
Institutda Lori jurnalistika məşğul olmağa davam etdi. O tələbə qəzetində işləmiş və yerli jurnalda təcrübə keçmişdir. Lakin onun arzusu öz balaca cənub şəhərindən getmək və iri jurnalda işləmək idi.

Lakin universiteti bitirdikdən sonra hər şey əksinə dəyişdi. İş tapmaq arzusu və şəxsi həyat qarşısında qorxusundan Lori öz şəhərində firma nəşrləri redaksiyasında işə düzəldi. O, öz qərarını onunla əsaslandırdı ki, bu adı firma deyildi. Lori dünyada pərakəndə aptek şəbəkəsi olan “Velyu-Şop”un əməkdaşları üçün “Velyu-Şop bu gün” jurnalında redaktor köməkçisi oldu.

Belə iri firmada işin yüksək rəhbərliklə birlikdə firma təyyarəsində uçuş daxil olmaqla bir çox üstünlükləri var idi. Lori tezliklə firma rəhbərliyinin sevimlisinə çevrildi. Onu işgüzar səyahətlərə dəvət etməyə başladılar, bu görüşlərdə o maqazinlərin həyatı barədə material hazırlayırdı və işçilərdən müsahibə götürürdü. Yüksək rəhbərliklə səyahət etmək gözəl və nüfuzlu idi. O böyük şəhərdə yaşamasa da və iri jurnalda işləməsə də, onun yanında “Top-menecer” jurnalının ilin rəhbəri adlandırdığı insan oturmuşdur. Bəlkə bütün bunlar onun universitetdə arzuladığı kimi deyil, lakin şikayət etmək də olmaz.

“Velyu-Şop” tarixi

Şirkətin ab-havası və onun tarixi də Lorinin xoşuna gəlirdi. “Velyu-Şop” gözəl iş nailiyyətini misal kimi göstərirdi. Firmanın yaradıcısı



...nmiş şəxsiyyət idi. O ilk məqazını 1962-ci ildə açmış, 30 ildən sonra
“Velyu-Şop” dünyada iri pərakəndə aptek şəbəkəsinə çevrilmiş və öz
sahibinə Amerikanın varlı insanı titulu gətirmişdir. Lakin bu insan heç
vaxt öz karyerasının başlanğıcını unutmur və bu firmanın iş üslubunda və
mədəniyyətində özünü göstərirdi. “Velyu-Şop”da işçilərə və müştərilərə
ailə üzvləri kimi yanaşırdılar. Bu fəlsəfə firmanın öz mallarını yayması
zamanı da işləyirdi. Firmanın yaradıcısı öz tərcümeyi-halında yazırdı:
“Siz gəliri öz əməkdaşlarınızla və işçilərinizlə səxavətlə böləcəksinizsə, o
qədər şirkət çoxlu gəlir əldə edəcək. Bütün iş insanlardadır”.

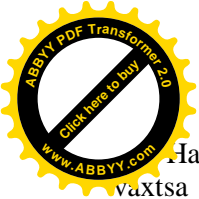
Bu fikir firmanın əsas daxili devizlərindən biri oldu. Süpürgəçidən
vitse-prezidentə qədər bütün işçilər gəlirin yayılması proqramında iştirak
edə bilirdi. Firmanın 70 və 80-ci illərdə başgicəlləndirici inkişafı minlərlə
adi insanı milyoner etdi. Lori şəxsən “Velyu-Şop”un küçmiş işçilərini
tanıyırdı ki, onlar imkanlı insanlar kimi cavan yaşlarında pensiyaya
çıxmışlar.

Informasiya işin əsas prinsip kimi

Firmanın yaradıcısı informasiyanı işin vacib prinsiplərindən biri
hesab edirdi. O əmin idi ki, işçilər şirkətdə baş verənlərdən xəbərdar
olmalıdır. 1992-ci ildə ölümünə qədər firma rəhbəri hər ay işçilərə
məktub yazırdı. Uzun illər ərzində bu məktub bütün dünya üzrə işçilər
haqqında reportajlar və firmanın bölmələrinin redaktor köşələri ilə aylıq
jurnala çevrildi. Və əvvəlki kimi hər bir nömrədə rəhbərliyin məktubu
dərc olunurdu.

Jurnal “Velyu-Şop”un mədəniyyətinin mühüm hissəsi kimi böyük
hörmətə malik olmasına baxmayaraq, onun hazırlığı şirkətin sürətli
inkişafı və işçilərin geniş sayından asılı olaraq dəyişdi. Jurnalın
missiyasında deyilir: “Velyu-Şop bu gün” “Velyu-Şop” işçiləri üçün
“Velyu-Şop” işçiləri hazırlayır.

Bir neçə il ərzində jurnal buraxmaq hüququ uğrunda marketing və
ictimaiyyətlə əlaqələr bölməsi mübarizə aparırdı. Lakin Lorinin
gəlməsinə qədər “Velyu-Şop bu gün” təhsil və inkişaf bölməsinin
rəhbərliyinə keçdi. Jurnalın əvvəlki missiyasının redaktorunun
dəyişilməsi ilə bağlı oldu. Bu vəzifə idarəetmə karyerası üçün yaxşı
başlanğıc idi və təhsil və inkişaf bölməsində digər vəzifələrə yol açırdı.



Hazırkı redaktor Kerri Texasda firmanın baş ofisindən gəlmişdi. Vaxtsa o, “Texas Instruments” üçün qaydalar yazırdı və bu onun jurnalistikada bacarığı idi. Kerrinin sözlərinə görə, “Velyu-Şop bu gün” şirkətin mədəniyyətini möhkəmləndirən həyata inam bağlayan nəşrdir.

Lori burada öz bacarıq və qabiliyyətinin nümayiş etdirmək imkanını gördü. O buna Deyl Karneqi üzrə seminarla öyrəndi-bu da “Velyu-Şop”da işin bir üstünlüklərindən biri idi. Lori jurnalın dəyişilməsi üçün əhəmiyyətli dəyişikliklərin təşəbbüskarı oldu. O həm də işçilər barədə reportajlar yazmağa başladı. Onun məqalələri elə məşhur oldu ki, marketing şöbəsi onalrı növbəti reklam kampaniyasında istifadə etməyi qərara aldı.

Kerri adətən gənc işçilərin təkliflərini hərarətlə qarşılayırdı. Lakin son dövrlər Lori hiss edirdi ki, o, onun tabeliyində olan şəxsin aldığı mükafatlara və Lorinin tez-tez işgüzar görüşlərə dəvət etmələrinə qısqançlıqla yanaşır.

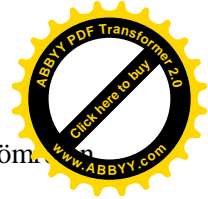
“Velyu-Şop”da qara gün

Növbəti gün emaiyyətdən qayıtdıqdan sonra Lori səhər saat 7-də gündəlik şənbə yığıncağına yollandı. Bu iclasları firmanın yaradıcısı fikirləşmişdir. Hər şənbə səhər tezdən baş ofisin bütün menecerləri böyük zala yığılaraq həftənin nəticələrini müzakirə edirlər. Lakin menecerlərdən biri bu yığıncağı “həyəcan qurultayı” adlandırirdi.

Lakin həmin səhər heç bir entuziazm yox idi. Zalda əhval-ruhiyyə xmpoe idi. Bütün baş menecerlərin çıxışından sonra firmanın prezidenti Don Blass daxil oldu. O danışmağa başlayan zaman Lori başa düşdü ki, zalda olanların üzü niyə qəmlidir.

Lorinin qürur duyduğu insan yığışanlara bildirdi ki, “Velyu-Şop” bütün tarixi ərzində ilk dəfə satış üzrə rüblük planı yerinə yetirə bilməyib. Bu haqda xəbərlər məlum olan kimi firmanın səhmləri düşəcək və bu firmanın minlərlə işçilərinə təsir edəcək. Blass zalın əhval-ruhiyyəsini qaldırmağa və onları inandırmağa çalışdı ki, şikər tezliklə əvvəlki mövqeyinə qayıdacaq. Lakin zalda hava ağır idi.

Lori prezidentin nitqini ətraflı yazdı. O pozitiv sitatlarla xüsusi diqqət yetirdi, baxmayaraq ki, reportajın tonu sakitləşdirici deyildi. “Velyu-Şop bu gün”ün növbəti nömrəsində işçilərə məktubu başqa menecer



zəsmasına baxmayaraq, Lori şübhə etmirdi ki, bu məqalə yeni nömrədə ilk səhifəsində çıxacaq.

Işə qayıdış

Bazar ertəsi ofisdə atmosfer həyata inamlı deyildi, həmişəki kimi iş çox idi. Redaksiyanın gündəlik yığıncağında Lori prezidentin şənbə çıxışından daha çox Koloradada yeni maqazinin açılması haqqında reportaja görə narahat olurdu.

Yığıncaq qurtaran kimi iş arası Kerriyə dedi: "Ballasa məktubu hazırlayım və ona verəcəm"?

"Ballasa məktub?-Kerri soruşdu. –Bu nömrədə məktubu maliyyə direktoru yazır. Məncə, mu materialı artıq götürüblər. Orada maqazinlər səviyyəsində mədəniyyətin saxlanması vacibliyi göstərilir, məgər siz xatırlamırsınız?"

Lorri heyrlə Kerriyə baxır. "Bəli, bu hazırdır. Lakin biz firmanın rüblük üzrə satış planını yerinə yetirməməsini yaza bilmərik? Yeni nömrə çıxanda, bu xəbər hamıya məlum olacaq. İşçilər onların gəliri ilə nə olacağından narahatdırlar. Mənə elə gəlir ki, biz bu barədə yazmalıyıq. Bəlkə, Blass ən yaxşı insan deyil, lakin şənbə günü o elə şeylər danışdı ki, insanları arxayın edə bilər".

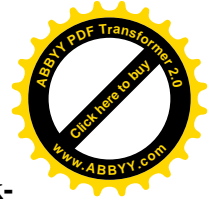
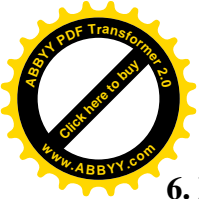
Kerri bildirdi: "Lori, bizim satış üzrə planı yerinə yetirə bilməməyimizi bütün qəzetlər yazacaq. Gəlirin hər bir konkret maqazinə paylanması ilə onun menecerləri məşğul olacaq. İnsanlar istəmir ki, biz pis hallar barədə yazaq. Mən fikirləşirəm ki, hətta maliyyə direktorundan öz məqaləsinə pis xəbərlərə qarşı optimizm daxil etməsini xahiş edə bilərik".

Lori qulaqlarına inanmadı. "Kerri, axı bu işçilər üçün çox vacibdi, biz bu barədə xatırlatmaya bilmərik! Blassın fikrini soruşmaq lazımdır!"

"Lori, rəhbərin məktubu artıq hazırdır. Yaxşısı budur, narahat olduğunuz Koloradan olan reportajla məşğul olun".

Kerrinin səsinin tonu hər şeyin həll olunduğuna şübhənin olmadığını göstərdi və jurnalın yeni nömrəsində "Velyu-Şop"un maliyyə problemləri barədə heç nə bildirilməyəcək. Lorinin beynində bir-birinə zidd fikirlər formalaşdı.

Təsəvvür edin ki, Siz Lori ilə universitet illərindən dostluq edirsiniz və o sizdən kömək istəyir.



6. Mer Sisnerosun tarixinin dərc olunması nə gətirəcək-xeyir ya zərər?

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbəsi Karlos Texada tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Cim Moss bilirdi ki, sonda bu baş verəcək. Telefon zəngi 1988-ci ilin 13 oktyabrda edildi. Cim evə yeni gəlmişdi. Şəhərin iri səhər qəzeti olan “San-Antonio Ekspres Nyus”un siyasi şərhçisi Pol Tompson zəng etmişdi. O bir həftə üzərində işlədiyi məqaləni çap etdirmək istəyirdi. Bundan sonra dəhşətli siyasi skandal baş verəcəkdi. Və bu məqaləni Pol növbəti gün dərc etdirmək istəyirdi.

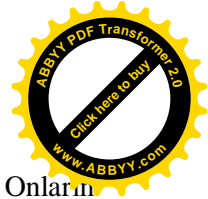
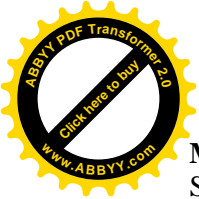
Məqalə San-antonionun meri, məşhur siyasətçi Qenri Sisneronun onun seçki ştabı bəli əməkdaşı Linda Medlarla eşq macerası haqqında idi. Sisneros latınamerikanlı, Medlar isə ağ idi və onların hər ikisi ailəli idi. Məqalə hər ikisi üçün dəhşətli zərbə olacaqdı.

“Bu baş verməliydə, - Cim “San-Antonio Ekspres Nyus” redaksiyasına gedərkən yolda fikirləşdi. Mən bilirdim. Biz hamımız bunu bilirdik. İndi cavab vermək lazımdır.” Cim nə etmək istədiyini bilirdi. Lakin nəticələr onu qorxudurdu. Nəticələr hər bir halda dəhşətli idi.

Cim Moss

Cim Texas cənub-qərbi dövlət universitetini bitirmiş və 1970-ci ildə “San-Antonio ekspres Nyus”a gələnə qədər bir neçə qəzetdə işləmişdir. O jurnalist kimi fəaliyyətə başlamış, sonra sənətini dəyişmiş, bir zamanlar hətta fotoqraf da olmuşdur.

Qəzetin məsul redaktoru olarkən Cim qərara gəlmiş ki, onun üçün birinci yerdə düzgünlük duracaq. Əgər oxucular qəzetin yazdığına inanmasalar, o onları itirəcək. Cim hətta gizli və qeyri-rəsmi məlumatlar istisna hal təşkil etmədi. ən əsası-həmişə etibarlı informasiyanı çap etmək lazımdır.



Mer Sisneros

San-Antonionun əhalisinin 55 %i latınamerikan mənşəlidir. Onların mədəniyyəti hər yerdə hiss olunurdu. Lakin onlar demək olar ki, şəhər idarəetmə orqanlarında təmsil olunmurdular.

Hər şey Qarri Sisneros mer olandansonra dəyişdi. O, 31 yaşında 1980-ci ildə demokrat partiyasından seçilib və tez bir zamanda şəhərdə ən tanınmış və hörmətli siyasətçi oldu. O, şəhər şurasında lobbiçiliklə kifayətləndi, iş qəbul sistemində islahatlar apardı və effektiv və ağıllı maliyyə siyasəti keçirməyə başladı. San-Antonionun iqtisadiyyatı Sisnerosun seçilməsindən sonra sürətlə inkişaf etməyə başladı və bunun sayəsində yerli vergilər azaldıldı və işsizliyin həddi aşağı düşdü. Sisneros şəhərdə idman yarışlarının və kütləvi tədbirlərin keçirildiyi Alamodoum stadionunun tikintisinin təşəbbüskarı oldu.

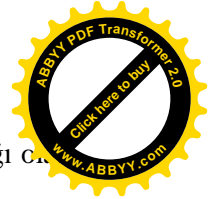
Qenri Sisnerosin ailəcanlı nüfuzu var idi. O tez-tez mətbuatın qarşısına hələ orta məktəbdə sevdiyi həyat yoldaşı Meri Elislə və üç övladı ilə çıxırdı. Onlar idela amerikan katolik ailəsi, Sisneros isə-mənəvi möhkəmliyin simvolu idi.

Hazırda 1988-ci ildə gələcək ideal görünürdü. Sosnerosun ikinci vaxtı sona çatırdı və o, çıxış edərək bildirdi ki, ola bilsin, Texasın qubernatoru vəzifəsinə seçiləcək. Demokratik partiya rəhbərliyi ümid edirdi ki, Sisneros bütün rəngdən olan demokratları koalisiyada yığacaq və bu koalisiya növbəti onilliyə ştatı idarə edəcək. Daha yüksək vəzifələr barədə də söhbətlər gedirdi. 1984-cü ildə Sisneros vitse-preziden vəzifəsinə 3 mümkün namizəddən biri idi. Kimsə hətta 8 ildən sonra Ağ Evə işarə vururdu.

Siyasətçiyə qarşı şübhəli münasibətlərə baxmayaraq, Cim daxil olmaqla, San-Antonionun əksər jurnalistləri Sisnerosa hörmət edirdi. Onun şbütün ölkənin gözündə şəhərin siyasi obrazını yaratması hamının xoşuna gəlirdi. Bundan başqa, jurnalistlər Sisnerosun ictimai həyatda mətbuatın rolunu başa düşməsini qiymətləndirirdilər.

Qenri Sisneros və Linda Medlar

Lakin 1988-ci ilin payızında aydın oldu ki, merə nəşə olub. O qəflətən elan etdi ki, nə yeni vaxta nə də ştatın qubernator vəzifəsinə seçilmək üçün iddia etməyəcək, müxbirlər bunun səbəblərini soruşduqda,



Qəzetçi etdi ki, vaxtının çox hissəsini anadangəlmə ürək çatışmazlığı ilə keçirmək istəyir.

Lakin Cim və bir çoxları həqiqəti bildirdilər. Qenri Sisneros siyasətdən yerli zərgər Sten Medların həyat yoldaşı olan 39 yaşlı Linda Medlarla eşq macerasına görə getmək istəyirdi. 1987-ci ildə Linda Sisnerosun seçki ştabında işləyirdi. Bu macərəyə görə merin ailəsində problem yaranmışdı. Və o siyasətə qayıtmazdan əvvəl şəxsi problemlərini həll etməli idi.

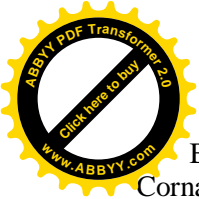
Macərə haqqında söhbətlər ictimaiyyətə tez yayıldı. Bəziləri bunu Sisnerosun siyasi rəqiblərindən öyrəndi. Lakin əsas informasiya Sisnerosun özündən gəldi. O, öz macərəsini barədə jurnalistlərə, aparıcı biznesmenlərə və bir çoxlarına danışdı. Jurnalistlərlə söhbət edərkən o qeyd etdi ki, informasiya çap üçün deyil, lakin onun gizli qalmasını bildirmədi. O belə insan idi. Nəticədə o öz macərəsini barədə 2-3 min insana danışdı.

Bu Polişinel sirri idi və yerli qəzetlər bu mövzuda heç nə çap etməmək üçün mümkün olan hər şeyi edirdilər. Lakin hər gün Cimə qəzetə zəng vuraraq nəyisə çap etməyi xahiş edirdilər. Bəziləri nüxtəlif şayiələri çap etməyi xahiş edirdilər ki, guya Sisnerosun nikahdan kənar övladı var, o narkomandır və ya onun həyat yoldaşı onu öldürmək istəyib. Baxmayaraq ki, bu iddialar heç nə ilə əsaslanmırdı, və həqiqətə uyğun deyildi, Cim və digər jurnalistlər bundan rahat olurdular.

Uoll-Strit və gündəlik qəzet

“San-Antonio Ekspress Nyus”a təzyiqlər oktyabrın əvvəllərində şiddətləndi. Əvvəlcə “San-Antonio Layt” axşam qəzetində Rika Keysinin məqaləsi dərc olundu. Bu məqalədə müəllif oxuculara sual verirdi: “Əgər siz San-Antonionun görkəmli siyasətçilərindən birinin həyat yoldaşına xəyanət etdiyini öyrənsəniz, sizin reaksiyanız necə olacaq?”. Məqalədə heç bir ad çəkilmirdi, lakin bilən insanlar üçün hər şey aydın idi.

Sonra müstəqil gündəlik qəzet olan “Karrent” Sisneros barədə məqalə dərc etdi və orada mer etiraf edirdi ki, onun “xüsusi dostu” var və onun həyatında böyük rol oynayır. Məqalədə konkret heç nə iddia edilmirdi və ad yenə də çəkilmirdi.



Bundan sonra “Ekspress Nyus”da öyrəndilər ki, şəhərə “Uoll-Stroit Kornal”ın jurnalisti Alfredo Korçado gəlib və Sisnerosla maraqlanırdı. Bundan xəbər tutan Cim narahat oldu. Buna qədər “Uoll-Stroit Kornal”ın jurnalistləri San-Antonioya iki dəfə gəlmişlər və hər iki halda şəhərin nüfuzunu korlamışlar.

Beləcə, bu həftə Cim və “Ekspress Nyus” üçün xüsusilə çətin idi. Qərar qəbul etmək lazım idi.

Pol Tompson Qerri Sisnerosla söhbət edir

Cim bilirdi ki, Sisnerosun Pol Tompsonla köhnə qeyri-rəsmi münasibətləri var. Pol artıq 30 il “Ekspress Nyus”da icmalçı işləyib. O, oxucuların böyük hörmətini qazanmışdı. Sisneros öz imic məsələləri üzrə Polla məsləhətləşdi və o merin Medlarla eşq macerası barədə bilən ilk şəxslərdən biri idi.

Cim bilirdi ki, bu sirr mer və jurnalistlər arasında hansısa gərginliyə səbəb olub. Pol Sisnerosu xəbərər etdi ki, belə sirr təhlükəlidir və ifşa olunmaq qaçılmazdır. Və başqa qəzetlər Sisnerosun macerasına işarə vuranda, Pol qərara aldı ki, hərəkət etmək alızımdır və məqalə yazmağa başladı.

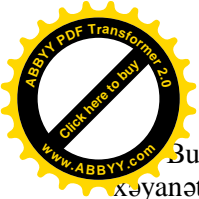
Cim hətta bu işdə Pola kömək etdi. Onlar yalnız bir məsələni müzakirə etmədilər - o nə vaxt dərc olunacaq və ümumiyyətlə dərc olunacağı....

Çərşənbə günü Pol məqaləni bitirirdi. Əvvəlcə kompromis üçün imkanın olması onu saxlayırdı: “Mer Qerri Sisneros etiraf etdi ki, öz seçki ştabındakı 39 yaşlı Linda Medlara aşiqdir və onun 4-cü müddəti bitdikdən sonra onlar evlənə biləcəklər”.

Cimi redaksiyaya çağırdılar. O gələndə, Pol və redaktorlar məqaləni dərc edib-etməməyi müzakirə edirdilər.

Dərc olunmaq üçün səbəb çox idi. Şəhərin bir çox sakini Sisnerosun macerası barədə bilirdi. Redaksiya artıq bu mövzuda bir neçə müraciət almışdı. Onları inkar etmək qəzetin adının inkar olunması demək idi.

“Ekspress Nyus”da buna oxşar presedent var idi. Bir il əvvəl Pol şəhər idarəsində ailə xəyanətini ifşa edən məqalə dərc etmişdi. Rəhbər Lu foksöz müavini Aleks Brizenonun həyat yoldaşı ilə dincəlməyə getmişdi. Pol onların adını çəkməkdən utanmadı. Məqaləyə bir çox müsbət münasibətlər daxil oldu, Sisneros isə Foksa qarşı tənqidlə çıxış etdi.



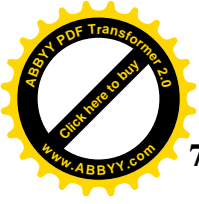
Bundan başqa, Cim əmin idi ki, Sisnerosun macərəsi haqqında ... xəyanətini qayğılı ailə başçısı və katoliklərin həyat tərzi ilə uyğun gəlmədiyini hesab edən seçicilər öyrənməlidir. “Ekspress Nyus”ün skandalı baxmayaraq, merin belə həyat tərzi üçün dəstəkləməsinə davam etməsini düşünən Cim özündə deyildi.

Lakin burada ciddi problemlər yaranmışdı. Məqaləni dərc etməklə qəzet çoxlarını qəhrəman hesab etdiyi insanın nüfuzunu məhv edəcəkdi. Kəsib və zorakı dünyada yaşayan latınamerikan uşaqları Sisnerosda ailə qiymətini və ciddi əməyin mənəvi simvolunu görürdülər. O təkcə San-Antonionun deyil, bəlkə bütün dünyanın latınamerikan cəmiyyətinin lideri idi. İndi hamı bilirdi ki, mer öz latınamerikan həyat yoldaşını yüksək cəmiyyətin ağdərili qadınına dəyişib. Bu onun karyerasının sonu olmayacağı mı?

Bundan başqa, com şübhə etmirdi ki, merin şəxsi həyatın müdaxilə bir çox oxucularda qəzəb yaradacaq. Bu hadisənin ştatın həyatına hansı aidiyyəti var? Bütçəyə? İşsizliyə? Heç biri. Məsələ yalnız merin şəxsi həyatına aiddir.

Problem həm də rəsmi informasiyanın çatışmamazlığına görə çətin idi. Məqalədə informasiya çox olmasına baxmayaraq, əsas məsələ-Sisnerosun etirafı yox idi. Polun fikrinə görə, macərə haqqında bu qədər insan öyrənib, bu informasiyanı gizli saymaq olmaz. Lakin Cim qəzetin oxucular qarşısında öhdəlikləri barədə fikirləşirdi. Əgər məxfi məlumat dərc olursa, o, oxucuların etibarından məhrum olacaqmı?

Təsəvvür edin ki, Cim Sizin jurnalistika etikasını ilə maraqlandığınızı xatırlayır və Sizdən məsləhət istəyir. Siz ona nə deyərdiniz? Nə üçün?



7. İt döyüşləri haqqında əla reportaj və ya vicdansız jurnalist?

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbələri Cerri Uilkins və Sara Bennet tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılıb. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Marv Rokford bürüdü və 3 tabletka aspirin uddu. O başa düşürdü ki, onun televiziya kanalını böyük skandal və məhkəmə iddiası gözləyir. Marv artıq 5 il idi ki, Denverin dördüncü kanalı olan KCNC-də xəbərlərə rəhbərlik edirdi. 15 il ərzində o xəbərlərdə işləmişdir, indiki kimi çətin bir vəziyyətdə qalmamışdı və bu işin kiminsə qarşısına çıxmasını da eşitməmişdi.

Marv məlumatlı və dərin reportajın ikinci hissəsini efirə buraxmağı qərara almaldı, kanalların reytingi hazırlanan həftədə. Lakin ilk baxışda qərar sadə görünürdü. Lakin informasiyanın qanunsuz alınmasına dair Marvda şübhə var idi, bəlkə hər şey quraşdırılıb.

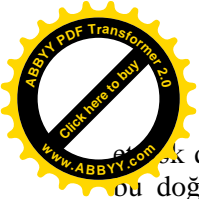
İnanılmaz hadisə

Marv həmişə Vendi Berqeni özünün ən yaxşı jurnalistlərindən biri hesab edirdi. Öz çalışqanlığı və sənətinə bağlılığı sayəsində o, “Emmi” daxil olmaqla bir neçə mükafat qazanmışdır. Onun reportajları təsirli və ədəbli idi və Mark hiss edirdi ki, xəbərlə bölməsində ona inanırlar.

Reytingin qiymətləndirildiyi noyabra qədər 6 ay qalmış Vendi Marva bir ideya barədə bildirdi. Koloradada it döyüşlərinin qadağan olunmasına baxmayaraq, azarkeşlər onlara baxmaqdan doymurdular. Vendi dedi ki, it döyüşlərində iştirak etmək və hətta onları lentə çəkməyə imkan yarada bilən mənbə ilə işləyir.

Marv canlandı. O qəti əmin idi ki, it yürüşləri-qəddar və qeyri-humanizm idi və buna görə də onları dayandırmaq lazımdır, polislər isə bununla bacarmırdılar. Vendi zirəkli və inadkar idi və Mark şübhə etmirdi ki, onun yaxşı reportajı alınacaq. Bəlkə, bunun sayəsində kanal reytingdə ikinci yerdən birinci yerə qalxacaq.

İki həftədən sonra Marv soruşdu ki, işlər necə gedir. Vendi bildirdi ki, onun məlumatlarına görə Koloradada hətta it döyüşlərində iştirak



...k qadağandır. Marv hüquqşünaslarla məsləhətləşdi və əmin oldu. Bu doğrudur. Hüquqşünas dedi ki, qanuna qarşı çıxmaq üçün heç bir imkan yoxdur.

Marv məyus oldu. Lakin Vendi dedi ki, işə davam edəcək və süjeti efirə qədər aparacaq. O məlumat verdi ki, elə bir şəxs var ki, o, itlərin döyüşünün yazısı ilə olan videokaseti ona göndərəcək. Bu ruh yüksəkliyi Marvda gülüşə səbəb oldu. İdeya ona inanılmaz gəldi. Kanalda işlər adi qaydada gedirdi.

Kaset

Növbəti ilin aprel ayının sonlarında Vendi yenidən Marvın ofisinə gəldi. O əlində videokaset tutmuşdu. Onun sözlərinə görə, kaset ona poçtla anonim şəxsdən gəlib və orada itlərin döyüşü çəkilib. Marv yazıya baxdı. Çəkiliş yaxşı keyfiyyətlə çəkilmişdi, xüsusən həvəskarlar üçün idi. “Deməli bu uğurdur” - Marv fikirləşdi.

Şübhə

Vendinin reportajı böyük uğur qazandı. Verilişdən dərhal sonra kanala telefon zəngləri daxil olmağa başladı. Tamaşçıların əksəriyyəti jurnalistin işindən heyrətə gəlmişdi.

Lakin iki zəng Marvı təəccübləndirdi. Kimsə məlumat verdi ki, Vendi özü bu döyüşlərdə operator komanda ilə iştirak edib ə özü çəkilişi aparıb. İkinci zəng edən iddia etdi ki, döyüş ona görə baş tutdu ki, onun keçirilməsi üçün dördüncü kanaldan kimsə pul ödəyib. Marv cavab verdi ki, bu mümkün deyil. Lakin insanların onma həqiqəti söyləyə bilməsi hissi buraxmırdı.

Marv çox fikirləşdi ki, bu barədə Vendiyə danışsın ya yox və ondan soruşmağı qərara aldı. “Verilişin davamını göstərənə qədər ona hər şeyi danışmaq üçün şans vermək lazımdır”, - deyə o fikirləşdi, əgər o aldadıbsa, mənim vicdanım təmiz olacaq”.

Vendi dəhşətə gəldi. “Sən bunda məni necə günahlandıra bilərsən? Mən etikadan nəşə başa düşürəm! Bir reportaja görə özümü niyə hörmətdən salmalıyam? Marv, and içirəm ki, bu kaseti göndərən kimliyindən xəbərim yoxdur. Sən bilirsən ki, Koloradada it döyüşlərində iştirak etmək qanuna ziddir.mən heç vaxt bizim kanala qarşı belə etməm”.



Marv üzr istədi və sabahkı gün “Qanlı idman”ın ikinci hissəsinə efirə buraxılması barədə qərar qəbul edəcəyini bildirdi.

Bundan sonra o, fotoqraflar Cim steyra və Skott Raytı çağırdı. Məhz onlar fotoqrafların və avadanlıqların, xüsusən iri layihələrdə yayılmasına cavabdeh idilər. Marv bilmirdi ki, onu maraqlandıran sualı onlara necə versin, axı fotoqraflar bir-birlərini çox vaxt “müdafiə edirlər”.

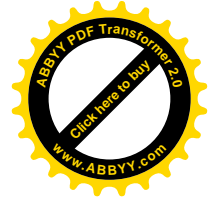
Buna görə də Marv birbaşa soruşdu ki, onlardan və ya tanışlarından kim Vendi ilə birlikdə it döyüşlərində olub?hər ikisi and içdilər ki, bu barədə heç nə bilmirlər. Onlar Vendiyə bir neçə səhnə çəkməyə və bu veriliş üçün müsahibəyə kömək etmişlər, lakin döyüşdə olmamışlar. Marv onlara yalnız təşəkkür etdi.

İndi o oturmuş və fikirləşirdi. Aspirin kömək etmirdi. Marv artıq bütün günü fikirləşmişdi. Əgər o, verilişin ikinci hissəsini efirə buraxmasa, bunu izah etməlidir? Əgər vendi düz deyirsə, onda necə? Onun yalan danışmasına səbəb yoxdur, Marv fikirləşdi. O özü dedi ki, öz işi ilə və belə böyük şəhərdə nüfuzu ilə risk etmək ağılsızlıq olardı. Və onun nüfuzu eyibsiz idi.

Bundan başqa, digər jurnalistlər hesab etsə ki, Vendi ilə ədalətsiz davranıblar, xəbərlər bölməsində ab-hava pis tərəfə dəyişə bilər. Jurnalistlər qərara alar ki, istənilən risk arzuolunmazdır.

Yox əgər Vendi aldadıbsa, nəticələr dəhşətli olacaq. Kanal üçüncü yerə düşəcək və uzun müddətə tamaşaçı etibarından məhrum olacaq. Nə etməli, Marv fikirləşdi. Bəlkə verilişi efirdən silmək lazımdır və heç nə izah etməsin, sonra vəziyyəti araşdırın? Ya da efirdə göstərilsin, bəs sonra necə olacaq?

Qəfildən Marv xatırlayır ki, Sizin etik problemlərin həll olunmasında təcrübəniz var. O sizə zəng etməyi qərara alır. Siz ona nə deyərdiniz? Nə üçün?



3. Diskaunterə nə deməli (“NyuŞu” yayılma kanalı planlaşdırır)

Edvard Uelsin 1996-cı ildə “İnc” jurnalında dərc olunmuş “Əsas instinktlər” məqaləsinin qısaldılmış variantı

Məhsul

Cenifer Reymond 1996-cı ildə Los-Ancelesin qərbi üzrə mağazinləri gəzərkən parçadan hazırlanmış, rezin burunlu və altı enli ayaqqabıları gördü. Bir dəqiqə fikirləşərək, Cenifer ayağında bu qiymətli əşyanın olduğu qadına gözünü zillədi. Nəfəsini dərərək, o ayaqqabının sahibin yanına gəldi.

- Bağışlayın, - o dedi. Mən dəli deyiləm, lakin mən bilmək istəyirəm ki, bu ayaqqabılar sizdə hardandır. Mən heç vaxt beləsini görməmişəm, onlar əladır.

Qadın güldü: Mən onları keçən həftə Parisdən almışam və o zamandan ancaq bunu eşidirəm. İndi mən sizə hamısını danışaram!

Və Cenifer öyrəndi ki, tuflilər Fransada hazırlanıb, marka “Soley” adlanır və qiyməti 150 dollardır.

Reymond moda sahəsində öz hissiyyatına inanırdı. Onun özü zərgərlik malları satırdı, biznes yaxşı gedirdi və o bütün vaxt yeni stil və inkişafa baxırdı. Lakin “Soley”ə oxşarını Reymond heç vaxt görməmişdir.

- Mən dəqiq bilirəm ki, belə tufliləri sata bilərəm, - o axşam Devid Morqenə bildirdi.

Morqen Reymonda daha böyük sürpriz gətirdi. Morqenin vətəninə İzraildə hamı belə tuflilərdə gəzir və onlar fransız mənşəli deyillər. Cütünə 150 dollar? İzraillər onlara bu məbləğin yarısını da verməzlər.

Reymond sakitcə qulaq asdı, sonra danışmağa başladı-əvvəlcə sakit, sonra tez, daha tez. O hətta qələm və bloknot gətirdi. Söhbət gecəyarısına qədər uzandı.

Biznes

Mən bu biznesə necə başladığımızı xatırlada bilmədim, - iki ildən sonra dostlarına danışdı: 3 il ərzində artıq 4-cü anbarı açıyıq. Biz bu tufliləri elə keyfiyyətdə istehsal edirik ki, onları satmağı çətdirmırıq.



Reymond və Morqen partnyordurlar, anbar binasında malla dolmuş ofisləri var. əvvəllər tufillərdən maaş alan işçilər də anbarlara paylanıblar.

Onların firması “NyuŞu” adlanır. “Fəşn Riteyler” jurnalı 90-cı illərin sonlarında onu ən yaxşı müəssisələrindən biri adlandırdı. 1998-ci ildə satışın həcmi 12 milyon dolları keçdi. Hazırda onlar bir çox model növü istehsal edir, lakin həmin parçadan olan tufillər hələ də məşhur qalırdı. İndi onlar İzraildə ietehsal olunurdu. “NyuŞu”da Avropada yeni tendensiyaları izləyən və onların əsasında amerika bazarı üçün ayaqqabı hazırlayan şəxsi dizayer - italyan işləyir.

İşçilər az olduğuna görə, Reymond və Morqen qərarları özləri qəbul edirlər və mal dövriyyəsi tez keçir. “NyuŞu”nun yeni modelləri cəmi 6 həftəyə maqzin piştaxtasına göndərilir.

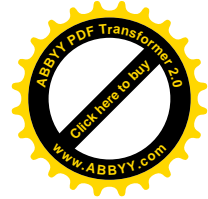
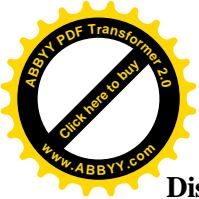
Əsas müştərilər - “Nordstrom” və “Meysis” univermaqları, həmçinin ən yaxşı rayonlarda ayaqqabı dükanlarıdır.

Devid Morqen

Reymond və Morqen “NyuŞu”da əsas öhdəlikləri öz aralarında bölmüşlər. Reymond italyan dizayneri ilə işləyir, yeni modelləri öyrənir və materialların seçimində iştirak edir. Morqen danışıqları aparır və fabriklər və pərakəndə ticarətçilərlə müqavilələr bağlayır. Onun sözlərinə görə, daimi danışıqlar onun enerjisini doldurur. “Mən təbiətə işgüzar adamam-o bildirir.-Mənim yerim buradır”.

Morqen təl-Əvivdə anadan olub. 88-ci ildə hərbi xidməti başa vurduqdan və bir çox müharibələrdə olduqdan sonra Los-Ancelesə köçmək istədi. O, universitetə daxil olmaq istədi, lakin onun cibinə görə olmadı. O zaman Morqen texnikumda oxumağa başladı, gecələr isə qarovulçu və benzin dolduran işlədi. Onun 5 kredit kartı və minlərlə borcu var idi, lakin o “biznes və mühasibat uçotu” ixtisası üzrə diplom ala bildi.

- Bu dəlilik idi, o sonra “Los Anceles Tayms”ın jurnalistinə deyirdi, lakin əgər gəncliyində ölməmişənsə, yaxşı yaşamaq istəyirsən. Mən bunu o zaman da, indi də istəyirəm. Ümid edirəm ki, heç vaxt sakitləşməyəcəm.



Diskaunterlər

“Nordstrom”, “Meysis” və digər ayaqqabı dükanları əvvəlcədən “NyuŞu”-nun sadıq müştərilər idi. Onların əsas düşməni və Morqenin baş ağrısı olan diskaunter, maqazinlərdir ki, onlar eksklüziv malları böyük sayda alır və aşağı qiymətə satırlar.

Bazar ertəsi səhər Reymond, Morqen və istehsal üzrə menecer marketing üzrə iclasda bu problemi müzakirə edirdilər.

- Bu dəhşətdir, - Morqen bildirir. Diskaunterlərə çoxlu sayda ayaqqabı ata bilərdik, lakin...

- O zaman onlar modadan tez düşəcək - Reymond bildirir. Heç kimin xətrinə dəymək istəmirəm, lakin malları maqazindən alırlarsa, onun qiyməti aşağı düşür. Dəbli əşyaların sirri gedən kimi, hətta onlar ucuz maqazinlərdə qəpik-quruşa almaq mümkün olsa da insanlar onları almırlar.

- Bizim distribütorlar buna başa düşməyə bizə imkan veriblər, - Morqen qeyd edir. Əgər biz diskaunterlərlə iş qursaq, onlar bizim malları almayacaq. Əlbəttə, onlar bunu birbaşa demirlər. Onlar deyirlər: “Siz ABŞ-da əlaqələrin yayılmasına nəzarət etməlisiniz. Siz bizim xoşumuza gəldiriniz və sizin yayılma strukturunuz biz tam qane edir. Onu dəyişməyin” Onlar nə dediklərini bilir və onları yaxşı başa düşdüyümü də bilirlər.

- Onda onlara fikir verməyin, - istehsal üzrə menecer deyir.

- Bu elə də asan deyil, - Morqen cavab verir. Diskaunterlər “NyuŞu”-nun ayaqqabıları ilə ticarət etmək istəyirlər, bunda şübhə yoxdur. Əgər bu onlara müyəssər olmasa, onlar sadəcə “NyuQred” və ya buna oxşar başqa adla adlanan ucuz saxta mallar satacaqlar. əlbəttə, onlar bunu birbaşa demirlər. Onlar deyirlər: “Biz “NyuŞu” ilə işləməyə üstün verərdik, lakin başqa variantlara da baxırıq”. Bu o deməkdir ki, onlar bizim modellərin sürətini çıxarırlar.

- Başqa sözlə, onlar ya bizim ayaqqabılarımızı, ya da onun ucuz oxşarını satacaq – Reymond izah edir. Bu və digər halda da biz çox şeydən məhrum oluruq. Devid, mən çox şadam ki, bu qərarı sən qəbul edirsən. Mən bu haqda heç düşünmək də istəmirəm.



- Diskaunterlər yaxşıdır - istehsal üzrə menecer bildirir, siz bilirsiniz. Onlara nə qədər tufli satacaqsınız? Tonlarla! “Nordstrom” isə uydurur. Onlar sizdən əl çəkən deyil. Sonra sizin işçilər qarşısında öhdəliyiniz var: siz bacardığınız qədər tufli satmalısınız.

- Nə üçün təkcə işçilər qarşısında? - Reymond soruşur. Bəs müştərilər necə? Onlar diskaunterlərdən yüksək keyfiyyətli tuffiləri aşağı qiymətə ala bilərlər.

Istehsal üzrə menecer çiyinini oynatdı: –Mən fikirləşirəm ki, kimin mühüm olduğunu siz qərar verməlisiniz.

Morqen sakitcə stula əyləşir, Mən bilmirəm ki, necə edək. Əgər biz diskaunterlərlə işləsək, hazırda bizimlə işləyən distribyuterləri satacağıq. Bundan başqa, satış da zərər çəkə bilər. Əgər biz diskaunterlərə onlarla işləmək istəmədiyimizi desək, onlar bütün danışıqları dayandıracaq və bizim modellərin oxşarını yaradacaqlar. Əgər biz onları aldadaq onlarla əməkdaşlıq etməyə şad olduğumuzu desək və özümüz vaxt udmağa çalışsaq, bu düzgün olmaz. Deyəsən, bizim yalan və satqınlıq arasında seçimimiz var, satış isə istənilən halda zərər çəkəcək. Mən bilmirəm ki, nə edək...

Təsəvvür edin ki, Morqen Sizin marketing etikasını öyrəndiyinizi bilir. Bu işdən çıxış yolu tapmayaraq sizə zəng edərək qərar qəbul edilməsinə kömək etməyiniz xahiş edir. Siz ona nə məsləhət edərdiniz?



2). Veteranlar evi haqqında reportaj: cəmiyyətdə qəddarlıq barədə yazmaq lazımdır mı?

Bu material Kanzas universitetinin tələbəsi Rayan Kerner tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Çarlz Marşın rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Bob Uonqer öz ofisində qapını bağladı və oturdu. Qərar qəbul etmək üçün ətrafdakı səs-küydən uzaqlaşmaq lazımdır. Bob ona bir saat əvvəl gətirilən məqaləni oxumağa başladı.

Məqalədə yerli veteranlar evinin Alçqeymer xəstəliyindən əziyyət çəkən xəstələri ilə qəddar rəftardan danışılırdı. Bu müəssisə rayon əhalisinin qüruru və xüsusi hörmət predmeti idi. Bob şübhə etmirdi ki, məqaləböyük əhəmiyyət kəsb edəcək, lakin onu bir hal sıxırdı ki, əsas mənbə-Veteranlar evinin tibb bacısı idi və jurnalist onun adının çəkilməməsi barədə söz verib.

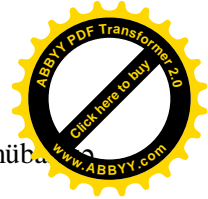
Bob Uonqer

Bob İllinoys universitetinin jurnalistika fakultəsini bitirib. Əvvəlcə o, Ceksonvill şəhərində “Florida taym Union” qəzetində redaktor işəyib. Sonra qəzet biznesindən əl çəkib və Vermontda jurnalistikadan dərslər deyib. Bir il ərzində Bob Missuri universitetində mühazirəçi işləyib. 6 il ərzində müəllimlikdən Massaçusets ştatının Hemptşir şəhərində “Deyil Hemptşir Qazet”ə keçib. Oradan həmin ştatın Holiouk şəhərində “Holiouk Transkript teleqram”da redaktor vəzifəsində işlədi.

“Transkript Teleqram”da məqalə üçün mövzu

Bir dəfə jurnalist Diana Liderman Boba məlumat verdi ki, Veteranlar evinin tibb bacısı qəzetə zəng edərək məlumat verib ki, burada dəhşətli şeylər baş verir. Onun sözlərinə görə, xəstələri qidadan məhrum edirlər, başlarına su tökürlər və səbəbsiz yerə onları yatağa bağlayırlar. O Dianadan bunu araşdırmağı xahiş etdi və adını demədən dəstəyi yerə qoydu.

Diana bu barədə Boba dedikdə, Bob başını yellədi. Holiouk-balaca şəhərdir və hamı bir-birini tanıyır. Hər həftə qəzetə kimsə zəng edərək



...sisa şeyiə barədə danışır. “Biz haradan bilək ki, bu sanitarla mübahisə etmiş hansısa xəstənin bacısı deyil? - Bob soruşdu.

Diana cavab verdi ki, ona zəng edən elə şeylər danışib ki, onları yalnız personal heyət bilir, məsələn növbətçiliyin bölüşdürülməsi və sanitarların vəzifələri. Zənd Diananı maraqlandırmışdı və o araşdırma aparmaq üçün Bobdan icazə istədi. Bob razılıq verdi, lakin ehtiyatla hərəkət etməyi tapşırırdı. O imkan verə bilməzdi ki, qəzeti şeyiələrin yayılmasında günahlandırınırlar.

Veteranlar evinin qüruru

Bu şeyiənin Bobu narahat etməsinin səbəbi veteranlar evinin Holioukda xüsusi mövqeyi idi. Bu ümummilliyə qürur predmeti idi. Xəstələri digər şəhərlərdən və hətta digər ştatlardan gətirdilər, belə ki, Veteranlar Evinə onlara xüsusi qayğı göstərilirdi. Holioukun bir çox sakinlərinin orada qohumları var idi.

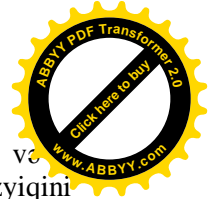
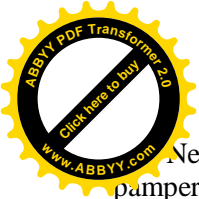
Holioukun əksəriyyəti əhalisi, onun lideri daxil olmaqla, irland mənşəyə malik idi. Veteranlar evinin direktoru şəhərdə ən hörmətli və tanınmış insanlardan biri idi. Onun vəzifələri az idi, lakin direktor vəzifəsi məşhurluğu saxlamağa kömək edirdi. Bununla yanaşı ona ildə 80 000 dollar ödəyirdilər. Holioukun sakinlərdən biri Boba demişdi: “ona qolfdə oynamağa görə pul ödəməsinin nə əhəmiyyəti var, axı idarə işləyir?”

Nonsi Makkarti

Diana araşdırmaya başlayandan bir neçə gün sonra anonim tibb bacısı ikinci dəfə zəng etdi. O dedi ki, onun araşdırmaları barədə bilir və jurnalistə minnətdarlığını bildirdi. Sonra o bildirdi ki, müsahibə verməyə hazırdır.

Qadın Nensi Makkarti adlanırdı. O tibb bacısı diplomuna malik idi və yarım il idi ki Veteranlar evində işləyirdi. Bundan əlavə, o iki uşaqla tənha ana idi. əvvəllər o, yerli xəstəxanada işləyirdi, lakin maliyyə çatışmazlığına görə ştatların ixtisarından sonra Veteranlar evinə keçdi.

Diana nensi ilə görüşdü. Tibb bacısı ona veteranlar evində xəstələrlə qəddar rəftar epizodlarından danışdı. Xüsusən Alçqeymer xəstəliyindən əziyyət çəkənlərlə pis rəftar edilirdi. Nensinin sözlərinə görə, bir çox işçilər hesab edirdilər ki, bu xəstələr artıq dəli olublar, və onları yedizdirib yuyundurmanın heç bir fərqi yoxdur.



Nensi öz təbii reflekslərini itirən bir xəstə barədə danışdı və pampers geyməyə məcbur edilmişdi. Bir dəfə qadın onun təzyiqini ölçmək üçün otağına gəlib və burnuna güclü iy dəyib. O qocanı çevirərək pampersini dəyişib. Onun fikrinə görə, onu 5 gün ərzində dəyişməyiblər. O bu barədə xəstəyə təhkim edilən tibb bacısına dedikdə, o cavab verdi: “Ona belə də lazımdır. O başa düşür ki, onda olan pampers təmizdir ya çirklidir. Qoca mənə bu barədə deməyə nə qədər mənim onu dəyişmək fikrim yoxdur”. Nensinin sözlərinə görə, xəstələri davranışına görə cəzalandırırdılar.

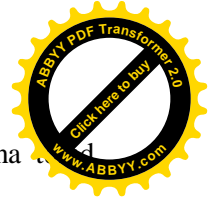
Nensi məqaləni tezliklə yazmağı Dianadan xahiş etdi. “Bu qocaların ailələri orda baş verənlərdən xəbərdar olmalıdır, -o dedi- Lakin məqalədə mənim adımlı göstərməyin. Yazın ki, mən tibb bacısıyam. Lakin adımlı çəkməyin. Əks halda məni işdən qovarlar və uşaqlarımı heç nə doyura bilmərəm. Əgər direktor bilsə ki, mən sizinlə danışmışam, mən Holioukda bir də iş tapmayacam”.

Diananın araşdırmaları

Nensi ilə danışdıqdan sonra Diana araşdırmanı davam etdi. O şübhə etmirdi ki, iş nensinin dediyi kimi belə pisdirsə, o nəşə tapacaq. Diana Veteranlar evinin bir neçə işçisi ilə söhbət etdi, lakin onlardan heç biri Nensinin dediklərini təsdiq etmədi. Hamı bir səslə iddia etdilər ki, veteranlar evi xəstələrə qulluq göstərməsində ən yaxşı müəssisəsidir və bildirdilər ki, xəstələrə pis rəftardan söhbət gedə bilməz və onlar xoşbəxt dirlər.

Diana direktorla da söhbət etdi və o dedi: “Bizdə buna oxşar heç nə ola bilməz. Hər şey nəzarət altındadır. Siz xəstələrin ailələri ilə danışın”. Diana belə də etdi. Ailələr razı idi.

Jurnalisti o narahat edirdi ki, ailələrin razılığı olmadan o, xəstələrlə görüşə bilmirdi. Onu Alçqeymer xəstəliyindən əziyyət çəkənlər maraqlandırırırdı, lakin Veteranlar evinin qaydalarına görə onların adı gizli saxlanılırdı. Diana çətin vəziyyətdə qalmışdı. Onun qəzetində anonim mənbədən istifadə etmək qəbul olunmurdu, buna görə Bob ona araşdırmanı davam etdirməyi xahiş etdi. Diana reportaj üzərində 3 həftə işlədi. Hər dəfə ona informasiya lazım olduqda, jurnalist nensiyə zəng edir və hər hansı mümkün mənbənin adının çəkilməsini xahiş edirdi. O həmçinin nensini öz söhbətlərini şəxsən danışmağı xahiş edirdi. “Əgər siz



qiçətən əminsinizsə, qəddarlığa son qoymaq lazımdır - Diana t...
edirdi.

Nensinin informasiyanı dərc etmək lazımdır mı?

Bob bir də Diananın məqaləsinə nəzər saldı. O əla yazılmış və tam balans olunmuşdu. Nensinin xahişinə baxmayaraq, məqalədə onun adı və digər adlarının çəkilməsini istəməyən iki nəfərin adı çəkilmişdi. Onlar veteranlar evinin keçmiş işçiləri idi. Məqalədə işarə olunurdu ki, direktorun (onun adı da göstərilirdi) veteranlar evinin idarəedilməsində faktiki hərəkətsizliyi nəticəsində xəstələrlə qəddar rəftar çox davam edəcək.

Bob dərindən əmin idi ki, Nensinin dedikləri əhvalat qeyri-insanidir və cəmiyyət bu barədə bilməlidir. Lakin məhz onun qəzeti işəedici məqalə buraxmalıdırmı? Onda olan yalnız bir şey var-yalnız bir tibb bacısı və o da adını çəkilməsini istəmir. Nə etməli? Onun adını dərc etmək lazımdır mı? Lakin bu insanların Dianaya olan inamına təsir etməyəcəkmi? Növbəti dəfə insanlar qəzetə zəng etməkdən qorxacaqmı?

Diana ilə nə etməli? O, bu reportaj üzərində bir ay işləyib və vicdanla işləyib. O Alçqeymer xəstəliyi barədə hər şeyi və veteranlar evində qəbul qaydalarını öyrənib, məqalədə olan bütün faktlar dəqiq idi. Lakin Diana reportaja mənbənin adını da daxil etməyi qərara alıb, Bob isə əmin deyil ki, mənbə adının çəkilməsini istəmirsə onun adının dərc olunması etikdir.

Bundan başqa, Bob şübhə etmirdi ki, ümummilli qürurun işə olunması qəzetə münasibətdə mənfə təsirə səbəb olacaq. Şəhərdə ən məşhur siyasətçinin prespektivini aşağı salmaq onu sevindirmirdi. Holiouk şəhərinin sakinləri onu çox sevirdi, tək siyasətçi kimi deyil, irland cəmiyyətinin üzvü kimi də sevirdilər.

Beləliklə, Diananın məqaləsini dərc edib-etməmək üçün Bob qərar qəbul etməlidir. O inanırdı ki, Veteranlar evində baş verənlərə son qoyulmalıdır və öz məsuliyyətini də dərk edirdi, lakin əmin deyildi ki, bu məqalə bu məqsədə çatmaq üçün yaxşı vasitədir.

Təsəvvür edin ki, bu anda Bob xatırlayır ki, Sizin etik problemlərinin həll olunmasında təcrübəyə maliksiniz və məsləhət üçün sizə müraciət edir. Siz ona nə məsləhət edərdiniz? Nə üçün?



10. Milli istehsal mərkəzinin seminarı: “Biz jurnal deyilik, biznesmenlərik”

Bu material Kanzas universitetinin aspirantı tərəfindən yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Biznes aləminə daxil olma

Eydan Makbrayd Şimali Kaliforniya ştatının jurnalistika fakültəsinə daxil olarkən, o idman haqqında məqalə yazmaq arzusunda idi. Lakin iki il yerli qəzetin idman xəbərləri bölməsində işləmək onun xəyallarını dağıtdı. Nə vaxtsa o futbol yarışlarına baxmağa görə pul almağı düşünürdü. Lakin bayramlarda və istirahət günü də işləmək lazım oldu və maaşa qəpik-quruş idi. Eydan başa düşdü ki, 10 və ya 20 ildən sonra özünü bu sahədə görməyəcək.

Yenə də yazmaq onun xoşuna gəlirdi, lakin normalaşdırılmamış iş gününə daha dözmək istəmirdi. Və o zaman Eydan hər hansı korporasiyaya reklam məlumatlarının tərtib olunması vəzifəsinə düzəlməyə cəhd etdi. Tezliklə o Milli istehsal mərkəzində (MİM) işə düzəldi.

Milli istehsal mərkəzi

MİM menecerlər və katibələr üçün ilkin təlimlər keçirən kiçik firmadan 8 il ərzində amerikalarda seminarların təşkil olunması üzrə iri bir şirkətə çevrildi.

1993-cü ilə qədər şirkət bir ilə 101 və iki günlük seminar keçirə bildi. Biznesmenlər üçün bu yeni biliklərin alınması üçün, yeni həmkarlarla əlaqələr qurmaq üçün və iş həyatının müxtəlif aspektlərinə yeni baxış almaq üçün rahat imkan idi.

MİM-in auditoriyasını orta təbəqənin menecerləri və onların köməkçiləri təşkil edirdi. Müzakirə olunan mövzular geniş idi-mətn redaktorundan təqdimat keçirilməsinə qədər və idarəetmə stili.

90-cı illərin əvvəllərində MİM-in seminarlarında birbaşa poçtdan başqa əlavə reklam yox idi. Potensial müştərilər 8 səhifəlik broşuralar göndərilirdi. İlk iki səhifədə firma haqqında məlumat yerləşirdi, qalanlarında seminarın proqramı təsvir olunurdu.



Əgər proqram uğurlu olurdusa, MİM buna oxşar mövzulara seminarlar təşkil edirdi. Məsələn, 1991-ci ildə Word Perfect redaktorunda “isti klavişlər”dən istifadə üzrə seminarlar böyük uğur qazandı. Növbəti il MİM Word Perfect üzrə 15 seminar təşkil etdi.

Qənaət və bazarlarda tez dövr etmək məqsədilə MİM müştərilərə hələ hazırlanmayan seminarlar üzrə broşürlər göndərirdi. Bu proqrama olan tələbatı qiymətləndirməyə imkan verirdi. əgər nəticə müsbət olardısı, rəhbərin təliminə keçirdilər.

Marketoloq və istehsalçılar komandası yeni seminarın əsas mövzularının planını işləyib hazırlayırdılar. Bu plan və digər mənbələr əsasında reklam məlumatlar tərtibçiləri əsas mətni yazırdılar.

Eydanın etik dilemması

Eydana marketing dünyasında işə uyğunlaşmaq üçün bir neçə həftə lazım oldu. Jurnalsit olaraq o, faktları obyektiv verməyə öyrəşmişdir. İndi onun yazıçılıq qabiliyyətinin məqsədi potensial müştəriləri seminarları sifariş etməyə inandırmaq idi. O, qərəzsiz müşahidəçidən malları reklam edən insana çevrilmişdir. Lakin yazıçılıq qabiliyyəti qalmışdır. Eydan hətta öz yeni işinə asan uyğunlaşmasına təccübləndi.

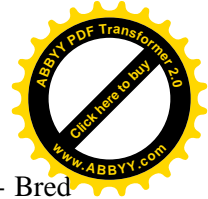
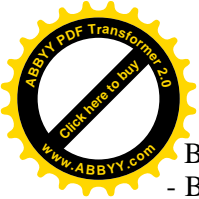
Lakin bir məsələ onu narahat edirdi. MİM-in hər bir broşürada əvvəlki seminarlarda iştirak edənlərdən 2-4 nəfəri bu başlıq altında dərc olunurdu: “Bizim seminarlarda olan insanlar görün nə deyirlər? Bu sitatlar keçirilən seminarlar nəticəsində tərtib olunan məlumatlar bazasından götürülmüşdür.

Lakin broşürada göstərilən seminarlar hələ keçirilmədiyindən iştirakçıların münasibəti başqa proqrama aid idi və buna oxşar idi.

Elə sitatlar seçmək lazımdır ki, bunu həmin seminarda iştirak edən insan deməsi təsəvvürü yaransın,-Eydanın rəisi Bred Kauens dedi. Eydan firmaya yeni gələn zaman Bred onun öyrədilməsi ilə məşğul olurdu.

- Lakin biz bu insanların artıq belə seminarda olduğu təsəvvürü yaratmaqla oxucuları aldatmırıqmı, əslində isə bu belə deyil? - Eydan soruşdu.

- Buna görə də məqalənin əvvəlində yazılmalıdır ki, bu sitatlar bizim seminarlarda olan şəxslərə aiddir, - Bred izah etdi. Lakin “Rəis olmaq bacarığı” seminarı haqqında broşürdə “Yaxşı köməkçi necə olmalı” proqramına münasibətləri çap etmək qəribə olardı.



Bizi buna görə məhkəməyə verməzlərimi? - Eydan soruşdu.

- Bundan narahat olma. Hüquq şöbəsi artıq hər şeyi yoxlayıb, - Bred cavab verdi.

İki həftədən sonra problem yenidən yarandı. Eydan “işçilərin maaşından hesablamalar və aliment haqqında yeni qanun” seminarı haqqında broşür yazdı. Menecer mətnin yekun variantını oxuyaraq iki sitatda dəyişiklik etdi. O, orijinal mətnə olmayan aliment və hesablamalar haqqında sözləri də ora əlavə etdi.

SITATLARDAN BİRİNİN ƏSLİ: “Əla seminar. Mən 20 ildir ki, ödəniş cədvəlləri ilə məşğul oluram, lakin burada çox şey öyrəndim”.

DƏYİŞİKLİK OLANDAN SONRA HƏMİN SITAT: “Əla seminar. Mən 20 ildir ki, ödəmə cədvəlləri ilə məşğul oluram, lakin burada əmək haqqı və alimentdən tutulmalar haqqında çox şey öyrəndim”.

Eydan bir jurnalist kimi həmişə mənbəni dəqiqliklə göstərməyə çalışır və zərurət olduqda diktafondan istifadə edir. Özgə sözlərini qəsdən təhrif etmək oxucuları səhv istiqamətə yönəltmək daha pisdır.

Eydan rəisin bu və ya digər qeydləri ilə bağlı suallar yarandı, buna görə də o, Bredə yaxınlaşdı. O, sitatlara dəyişikliklər barədə soruşduqda, Bred güldü.

- Eh, siz jurnalistlər, həmişə öz hərfi sitatlarınızla gəlirsiniz, - gülərək o dedi. Yadından çıxıb ki, sən indi jurnalist deyilsən, reklam mətnlərinin müəllifisən? Müştərilərin dedikləri mahiyyət üzrə dəyişməz-bizim seminarlar onların xoşuna gəlir. Biz məhs bunu demək istəyirik.

Lakin eydan sakitləşmək istəmirdi. Müəllif bölməsində 4 işçi var idi və onların fikrini də öyrənmək istəyirdi.

- Mən sitatlara məzəli məsələ kimi baxıram, - Leonard dedi. Bəzən pis səslənməsin deyərək sitatları redaktə etmək lazım gəlir.

- Biz jurnalist deyilik, biznesmenlərik, - Con əlavə etdi.

- Bu fikirləri bizə göndərən insanlar istəyir ki, biz onlardan istifadə edək, əks halda onlar bizə bu icazəni verməzdilər və onları məmnuniyyətlə göndərməzdilər, - Laura dedi.

Dördüncü müəllif-Devis ümumiyyətlə problemin nədə olduğunu başa düşmədi.

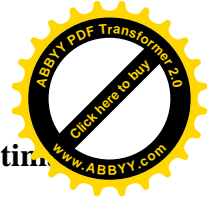


- Biz sitatları dəyişəndə nə olur ki? Biz mətnləri redaktə edə bilməyəcəyik, - o dedi. yaxşılaşdırın müəlliflik-bu bizim işimizdir, - o dedi.

Lakin Eydana elə gəldi ki, MİM öz müştərilərinə qarşı özünü düzgün aparmır. Onlar həmkarları ilə sitatların müştərilərə aid olması fantaziyası yaradırlar və bu fantaziyanı daha dərin etmək üçün sitatları redaktə edirlər. Bu Eydana universitetdə və qəzetdə öyrədilənlərə zidd idi.

Onun ağına rəis Bredlə-marketing şöbəsinin direktoru ilə söhbət etmək ideyası gəldi. Lakin Eydan istəmirdi ki, Bred onun üzərinə çox şey götürdüyü qərarına gəlsin. Cavan oğlan MİM-də hələ bir ay işləmir və pis təəssürat yaratmaq istəmirdi.

Eydan Sizə zəng edir və məsləhət istəyir...



11. Peqq və Breyt dilemması: Rahib həmişə ictimai fəaliyyətlə məşğul olurmu?

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbəsi Çad Betts tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Çarlz Marşın rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Peqqi Breyt mənzilin bağlı qapısı önündə dayanmışdı. O sarsıntı içində, pərt vəziyyətdə idi və bir az da qorxmışdu. Özünün dərin jurnalist təcrübəsinə baxmayaraq, o mövcud vəziyyətdə nə edəcəyini bilmirdi. O artıq iki gün idi ki reportaj üzrəndə işləyirdi, lakin onu dəyişməsi, göstərməsi və ya çıxarılmasını bilmirdi.

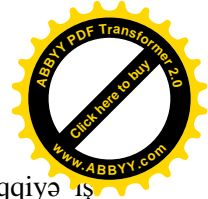
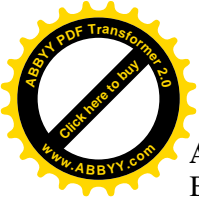
İş 1995-ci ilin oktyabr ayı idi. Səhər Peqqiyə anonim bir şəxs zəng etdi və jurnalist dərhal işə başladı. O istəyirdi ki, reportaj ədəbli alınsın, lakin müasir həyatda müxbirin bir sükutuna bir gününü həsr etməsi nadir hallarda baş verir. Onun başında din, şəxsi həyata müdaxilə, cinayətkarlıq və seksual münasibətlər problemləri dolaşır.

Peqqi Breyt

Peqqi Breyt Kanzas Sitidə KMVC kanalına 1982-ci ildə gəlmişdi. İş onun çox xoşuna gəlirdi. Ayova ştatında Eymss şəhərindən Kanzas-Sitiyə gəlmək üçün Peqqiyə bir il lazım oldu. Eymss şəhərində o, WOI-TV kanalında işləyirdi. Ayovada onun uşaqlığı keçmişdi. Sonra o, bu ştatın dövlət universitetini “jurnalistika və kütləvi informasiya vasitələri” ixtisası üzrə bitirmiş, həmçinin psixologiya kursu keçmişdi.

Lakin o ailəsi ilə birlikdə Kanzas-Sitiyə köçdükdə, Peqqi dərhal özünü evdəki kimi hiss etdi və bu şəhəri bütün qəlbilə sevdi. Kanzasdan kəlmək üçün o hətta Denver kimi iri şəhərlərin təklifindən imtina etdi.

Peqqi KMVC-də müxtəlif vəzifələrdə işləməsinə görə qürur duyurdu. O, müxbir, aparıcı və prodüser olmağa nail olmuşdur. Lakin Peqqi müxbir olmağa qərar verdi. İnsanlarla tanış olmaq və xəbərləri öyrənmək onun xoşuna gəlirdi. Peqqi etiraf edirdi ki, “maraqlı ola bilən iş onun xoşuna gəlir”



Anonim zəng

Bir dəfə 1995-ci ilin oktyabr ayında cümə axşamında Peqqiyə iş yerinə zəng etdilər. Ona zəng edən insan bildirdi ki, yerli rahib ictimai parkda homoseksual akt törədərəkən həbs edilib. Zəng edən özünü təqdim etmədi və başqa heç nə bildirmədi.

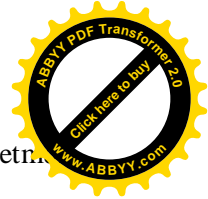
Peqqinin ilk reaksiyası bu mövzuda reportaj etmək həvəsi oldu. Zəng edənin sözlərinə görə, həbs olunan rahib katolik kilsəsinə aid idi. Kanzas-Sitidəki katoliklər isə çox idi, buna görə də belə reportaj səs-küy yaradacaqdı. Peqqiyə kriminal hadisələri işıqlandırmaq nəsb olmuşdu, buna görə də onun pəlsidə əlaqələri var idi. Və o, onlara müraciət etməyi qərara aldı.

Araşdırma

Peqqi aşkar etdi ki, rahibin həbsi həqiqətən baş verib. O həтта protokolun surətini ala bildi. Lakin katolik kilsəsi qəti şəkildə bildirdi ki, bu onların rahibi deyil. Tezliklə Peqqi öyrəndi ki, həbs olunan ingilis kilsəsinə məxsus idi və onun tərəfdarları şəhərdə az idi. Həmçinin o da aşkar olundu ki, əsas kilsədən qopmuş aşağı kiçik kilsəyəndir. Peqqi ora yollandı, lakin kilsə bağlı idi. Qapıda telefon nömrəsi yazılmışdır, lakin həmin nömrədən heç kəs cavab vermirdi. Peqqi avtootvetçikə bir neçə mesaj qoydu, lakin bir xəbər gəlmədi. Yaxınlıqdakı evlərin sakinləri az şey bilirdilər. Peqqi öyrəndi ki, kilsə öz mühafizəkarlığı ilə seçilir ki, bunu da “dəbdən düşmə” kimi adlandırırlar. Jurnalist hiss edirdi ki, reportaj məhv olur, lakin araşdırmanı davam etdi.

Nəhayət, Peqqi rahibin evinə getməyi qərara aldı o, çoxmənzilli evdə yaşayırdı. Peqqi qonşulardan öyrəndi ki, onun 60 yaşı var və tək yaşayır. Hamı bir səsə bildirdilər ki, rahib-gözəl insandır, bir çox insanlara yaxşılıq edib. Qonşulardan heç kim kamera qarşısında çıxış etməyə razılıq vermədi, buna görə Peqqi bloknotta qeydlərlə kifayətlənməli oldu. Öz reportajında o, qonşuların sözlərinə istinad etdi.

...Operator kameranı yandırdı və Peqqi qapını döydü. Mənzildəki insan qapını açmadı və kim olduqlarını soruşdu. Peqqi özünü təqdim etdi və onun nə üçün həbs olunmasını öyrənmək istədiyini izah etdi. Qapı arxasında olan insanın rahib olması barədə onda sübut yox idi. O, heç nəyi inkar etmədi və sakit səsələ getmələrini xahiş etdi. Peqqiyə elə gəldi



... zəifdir və gücsüzdür. O hətta şübhələndi ki, o, özünə qəsd etmə...
... istəyir.

“Bu mənim xoşuma gəlmir”, jurnalist bağlı qapıya baxaraq dedi.

Qərar

Peqqi hiss etdi ki, daha heç nə etmək mümkün deyil. O artıq polislərlə söhbət etmiş və kilsənin mövqeyini öyrənməyə cəhd göstərmişdi, rahibin özü ilə də danışmaq istəmişdi. Onda qonşuların izahatları vardı. Ətrafdan ötənlərlə söhbət etməyə ehtiyac yox idi, lakin o buna cəhd etdi. Başqa sözlə, onda olan informasiya kifayət qədər idi.

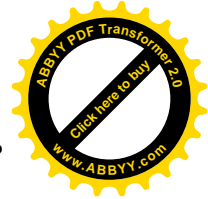
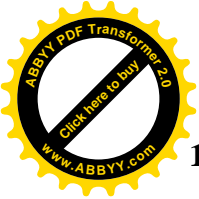
Bir tərəfdən, Peqqi əvvəlki-tək hesab edirdi ki, reportaj efirə layiqdir. Əlbəttə, rahibin kiçik kilsəyə olması reportajın əhəmiyyətini bir neçə dəfə azaltmışdı. Lakin rayon sakinlərinin bilməyə hüquqları var ki, onların rahibi ictimai yerdə cinsi akt edərkən polislər tərəfdən həbs edilib. Buna şübhə demək olar ki, yox idi. Kanalın prodyüserləri reportaj barədə bildirdilər və onu göstərməyə hazırlaşırıldı. Həmin gün xəbərlər çox deyildi, Peqqi isə öz süjetinə iki gün həsr etmişdi.

Digər tərəfdən, Peqqi öz hissləri ilə bacara bilmirdi. O qorxurdu ki, rahib özünə qəsd edə bilər və reportaja görə insan həyatını təhlükəyə atmaq istəmirdi. O sadəcə belə məsuliyyəti öz üzərinə götürmək istəmirdi. Bundan başqa, Peqqi şübhə etmirdi ki, reportaj kilsə tərəfdarlarına ağrı və zərər gətirəcək. Onlar günahsız qurban olmayacaqmı? Rahibin hərəkətinə görə bütün kilsə zərər çəkməyəcəkmi? Bu onların şəxsi həyatına müxadilə olmayacaqmı?

Operatör Peqqi ilə razı idi. Bütün bu hadisələr ona ləkəli və pis görünürdü. O da rahibin səsini eşitmişdi. Onlar əvvəlcədən bu reportaj üzərində işləmiş və operator insan emosiyasını ata bilmirdi.

Peqqi nə etdiyini bilmirdi. Reportajı silmək işə zərər yetirmək deməkdir. Göstərmək isə - özünü pis insan kimi hiss etməkdir. Bəlkə, onu bir az yumşaltmaq və ya axşam gec göstərmək lazımdır?

Təsəvvür edin ki, Peqqi Sizin belə işlərdə təcrübəniz barədə xatırlayır və məsləhət istəyir. Siz ona nə deyərdiniz? Nə üçün?



12. Artur Eşin hadisəsi: sövdələşməyə razılaşmaq mı?

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbəsi Karlos Texada tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Cin Polisinski dəstəyi yerə qoydu. O, indicə onun qəzetində sensasiyalı məqalənin çıxmasından asılı olan qərar qəbul etdi. Cin məşhur tennisçi Artur Eşə cavab verməli idi. Tennisçi ondan barəsində yayılmış QİÇS xəstəliyi barədə informasiyanın yoxlanması üçün 36 saat vaxt istəmişdi.

Romantikadan jurnalistikaya

Cin 13 avqust 1950-ci ildə İndiana ştatında Saut-Bend şəhərində anadan olmuşdu. Jurnalistin karyerası onu ölkə üzrə gəzdirirdi, lakin Saut-Bendi o əvvəlki kimi evi hesab edirdi.

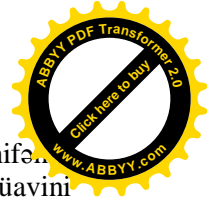
Jin jurnalistika ilə hələ məktəbdə oxuyarkən məşğul olurdu. Əvvəlcə onun yeganə məqsədi məktəb qəzetinin redaktoru Canin Dotinin diqqətini cəlb etmək idi. Bir neçə vaxtdan sonra o, buna nail oldu, lakin həmin anda Cin artıq jurnalistika ilə ciddi məşğul olurdu.

1972-ci ildə Boll Steyt universitetini bitirdikdən sonra Cin 30 000 tirajlı qəzetdə, “Merion Kronikl Tribyun”da işə düzəldi. 4 ildən sonra o, “Qennett Nyus Servis”in indian bürosuna rəhbərlik etməyə başladı. 1979-cu ildə Cin “Qennet”in mərkəzi bürosuna köçdü, orada milli məsələlərin, Konqresdə, Ağ Evdə və Pentaqonda hadisələrin işıqlandırılması ilə məşğul oldu.

3 ildən sonra “Qennet” Amerikada ilk ümummilli qəzet olan USA Today buraxdı. Cin müxbirlik vəzifəsini buraxdı və redaktor oldu. O, 15 sentyabr 1982-ci ildə qəzetin ilk nömrəsinin çıxmasında bilavasitə iştirak etdi.

İdman şöbəsinin fəlsəfəsi

1994-cü ildə Cinin müsahibəsində dedi ki, USA Today-də işləmək gözəl idi. Bu sözün əsl mənasında jurnalistika idi. Bundan əlavə, qəzetdə gözəl qrafiki tərtibat və oxucular üçün rahat format var idi. Cin



Cinə Vaşinqtondan xəbərlərin redaktoru işlədi, sonra ilk səhifənin redaktoru oldu, 1985-ci ildə isə idman şöbəsinə redaktorun müavini vəzifəsinə keçdi. Bir ildən sonra o, bu bölməyə rəhbərlik etdi.

Cinə elə gəlirdi ki, onun sayəsində idman xəbərləri əsl xəbərlər olub. O hesab edirdi ki, USA Today-in idman buraxılışları qəzetin digər bölmələrindəki məqalələrə oxşar olmalıdır - aktual, yaradıcı və faktlara əsaslanan.

“Biz hadisələr, maliyyə sövdələşmələri və iş görüşləri barədə yazırıq, - o deyir. Biz idmana böyük diqqət göstərən xəbərlərin tam xidmətiyik”.

Buna görə də Cin Artur Eş barərə şayiəni eşitdikdə, dərhal başa düşdü ki, nə etmək lazımdır.

Artur Eş barədə şayiələr

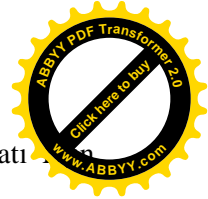
Tanınmış tennistçi, 60-cı illərdə idmanda irqi səddi aradan götürən Artur Eş barədə şayiələrin gəzməsi birinci il deyildi. 1968-ci ildə Eş U.S. Open turnirində qalib gələnə, 1970-ci ildə-Avstraliya Açıq çempionatı, 1975-ci ildə Uimblton çempionatında qalib gəldi. O, amerika yığma Devis kubokunun ilk qaradərili iştirakçısı oldu. 80-ci illərin əvvəllərində Eş ürək çatışmazlığı keçirdi və səhhəti zəiflədi. Bundan sonra tennisçi klinikaların dəstəklənməklə ilə məşğul oldu. Kəsib ailələrin uşaqları üçün o ideal idi.

Lakin 80-ci illərin ortalarında şayiələr gəzməyə başladı ki, ürəyində cərrahiyyə zamanı qanın köçürülməsi zamanı Eş QİÇS virusuna yoluxub. Bu məlumat həmişə yoxlanmamış qeyri-rəsmi mənbələrdən daxil olurdu, lakin söhbətlər səngimirdi. Cin hesab edirdi ki, onun bölməsi buna diqqət verməməlidir.

Lakin 1992-ci ilin aprelində vəziyyət çətinləşdi. Jurnalist Duq Smit Cinə məlumat verdi ki, Eşə yaxın olan bir insan ona gizli olaraq məlumat verib ki, əməliyyat zamanı Eş həqiqətən də virusa yoluxub.

Bu informasiyanı dərc etməli ya yox? Cin üçün cavab aydın idi. Ona elə gəlirdi ki, dərc olunma tamamilə onun idman səhifəsinin fəlsəfəsinə uyğundur - idman xəbərlərini adi xəbərlər kimi istifadə etmək lazımdır. Əgər Eş yol qəzasına düşsə və ya xərcəng xəstəliyinə tutulsa, bu xəbər olardı. Cinin fikrincə, QİÇS barədə iş də bu qəbildəndir.

Bu məlumatı dəqiqləşdirmək qalırdı. Qeyri-rəsmi məlumatı dərc etmək Cinin qaydalarına uyğun deyildi. Bundan başqa, USA Today-də



onun mənbələrdən istifadə ciddi qadağan olunurdu. Məlumatı özünün təsdiq etməsi lazım idi.

Duq və Eş uşaqlıq dostu idi. Onlar Virciniya ştatında bir şəhərdə böyümüşdülər. Buna görə də Cin əmin idi ki, yalnız Duq dəqiq informasiya ala bilər. Və Cin onu Eşlə görüşə göndərdi.

Telefon söhbəti

Eş Duqla söhbətdə məlumatı nə təsdiqlədi, nə də inkar etdi, lakin ondan xahiş etdi ki, Cinlə şəxsən söhbət etmək istədiyini çatdırsın.

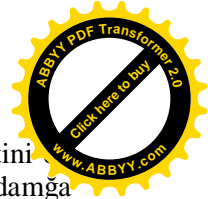
Cin həmin axşam tennisçiyə zəng etdi. Eş onun zəngini gözləyirdi. Onun səsi əsirdi. Jurnalist dərhal soruşdu ki, o QİÇSə yoluxması barədə informasiyanı təsdiq, yaxud inkar edirmi?

Eşin cavabı qeyri-müəyyən idi. Bunun əvəzinə o, bir il əvvəl virus tapılan basketbolçu Mecik Conson barədə və ümumiyyətlə məşhurlar barədə danışdı. Mətbuat nə vaxt onların həyatına müdaxilə etməyə son qoyacaq? Sonra Eş cəmiyyətdə QİÇS-lə xəstələnenlərə qoyulan damğadan danışdı. Məgər bu ədalətlidirmi? Nə üçün QİÇS qurbanları belə dəqiq analizə məruz qalırlar?

Sonra Eş mövzunu dəyişdi. Əgər onda QİÇS olması barədə Cin ictimaiyyətə məlumat versə, öz ailəsinə, dostlarına, digər jurnalistlərə və danışmaq istədiyi başqa şəxslərə zəng etmək üçün Cin ona 36 saat verməyə razı olacaq?

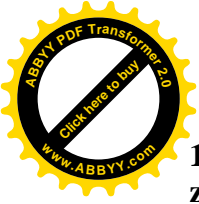
Nə cavab verməli? Əlbəttə, xahiş qeyri-adidir. Lakin Eş ölümcül xəstəliklə mübarizə aparan insandır. Bəlkə, ona doğrudan da vaxt lazımdır ki, mətbuatın onun xəstəliyi barədə elan verməsindən sonra məruz qaldığı hücumlara hazır olsun?

Digər tərəfdən, xəbərləri əvvəlcədən planlaşdırmaq “Qennet” qəzetinin qaydaları deyil. Məgər soxucuların maraqları heç nə bildirmir? Cin məlumatın yalnız kiməsə ağır verəcəyinə görə onlardan gizlədə bilməz. Əks halda xəbərlərin çoxunu dərc etməmək lazım idi.



Digər mülahizələr də var idi. İctimai rəyin QİÇS-ə münasibətini yaddan çıxarmaq olmaz. Cəmiyyətin QİÇS-lə xəstələnlərə damğa qoymasına dair Eşin iddiaları ciddi əsaslara malik idi. Buna oxşar hadisələr tennisçinin karyerasına ciddi zərər vura bilərdi. Digər tərəfdən, bu informasiya gizlədilsə, QİÇS xəstələrinə münasibətin dəyişməsi çətindir.

Təsəvvür edin ki, Siz bu problemi Cinlə onun ofisində Eşin zəngindən əvvəl müzakirə edirsiniz və indi paralel telefonla onun tennisçi ilə söhbətini eşidirsiniz. Bu anda Eş ona 36 saat verməsini xahiş edir, Cin dəstəyi əli ilə tutur və Sizə baxır. Siz ona nə məsləhət edərdiniz? Nə üçün?



13. Məhkumun işin görülməsi üçün həbsdən azad olma zamanı qıza hücum etməsi

Bu material Kanzas universitetinin tələbəsi tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Çarlz Marşın rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Devid Qas dəstəyi yerə qoydu və başını aşağı saldı. Dəhşətli hadisə baş vermişdi. O, Şımao Kaliforniya ştatının islah müəssisəsinin idarəetmə üzrə mətbuan katibinin köməkçisi işləyirdi. 1988-ci ilin payız fəslı idi. Tezliklə qubernator seçkiləri olmalı idi. Elə indicə Devidə məlumat verdilər ki, məhkumlardan biri qıza hücum edib.

Devid bu hadisə barədə kütləvi informasiya vasitələrinə məlumat verib-verməməsini qərara almalıdır.

Devid Qas

1973-cü ildə Devid Merilend universitetində radio, televiziya və şifahi çıxış üzrə bakalavr dərəcəsinı almışdı. 17 il sonra o, Şimali Kaliforniya universitetində jurnalistika magistr dərəcəsi almışdı.

Karyerasının əvvəlində Devid Şimali Kaliforniyada Ueslian kollecində ictimai informasiya bölməsinə rəhbərlik edirdi. O, 3 il WRAL-FM yerli kanalında “Kapital Broudcasting” şirkətində aparıcı və müxbir işləmişdi.

1984-cü ilin noyabrında Devid Şimali Kaliforniyanın innaqurasiya komitəsinin mətbuat katibi oldu. 3 aydan sonra onu ştatın inzibati rəhbərliyində mətbuat katibinin köməkçisi təyin etdilər. 1987-ci ilin oktyabrında Devid qubernatorun xahişi ilə Şimali Kaliforniyanın islah müəssisəsinin idarəetmə üzrə mətbuat katibinin köməkçisi oldu. Qubernator şəxsən bu vəzifəni tutmağı və mətbuatla münasibətdə açıq və etibarlı atmosfer yaratmağı ondan xahiş etdi. Devid bildirdi ki, burada həmişəlik qalmayacaq. Adətən hər yeni qubernator bu vəzifəyə öz adamlarını təyin edir.



Devid 1983-cü ildə Corc Foster Pibodi mükafatı və Amer.ictimaiyyətlə əlaqələr cəmiyyətinin Kanzas bölməsindən PRİSM bürünc medalı daxil olmaqla bir neçə mükafat almışdı.

Şimali Kaliforniyanın islah idarəetmə müəssisəsi

Devid öz yeni vəzifəsinə uyğunlaşa bilmirdi. O bura yalnız qubernatorun xahişi ilə gəlmişdi. Bu ana qədər mətbuatla münasibətlər pozulmuşdu. İdarəyə inam itmişdi. Deviddən əvvəl olanlar mətbuata mümkün qədər az məlumat verməyə çalışırdılar. Təəccüblü deyil ki, jurnalistlərlə münasibətlər var idi, lakin yaxşı deyildi.

Devidin vəzifəsi bu vəziyyəti dəyişmək idi. O jurnalistlərlə yeni münasibətlər qurmağa çalışırdı. Onlar başa düşməli idilər ki, idarə gizli müəssisə deyil. Devid tez-tez jurnalistlərə zəng edir və həbsxanaların və idarənin özünün xəbərlərini onlara çatdırırdı.

1988-ci il

Şimali Kaliforniyanın qubernatoru ikinci müddətə seçildi. Həbsxanaların saxlanma problemi və alternativ azadlıqdan məhrumetmə yerləri hər seçkidən əvvəl müzakirə olunurdu. Həbsxanalar dolu idi və cinayətkarlar üçün yer çatmırdı.

1988-ci ildə təcili kütləvi kompaniya Massaçuset ştatında “Həbsxanadan buraxılış” proqramına son qoydu. Qubernator Maykl Dukakis hesab edirdi ki, bu proqram məhkumlara normal həyata dönməyə kömək edir. Lakin bir dəfə Villi Xorton adlı məhkum belə “məzuniyyət”dən geri qayıtmadı. 10 ay sonra Xorton Merilend sakinini vəhşicəsinə döydü və onun nişanlığını zorladı. Respublikaçılar bu hadisədən 1988-ci ildə demokrat partiyasından prezidentliyə namizəd Dukakisın əleyhinə istifadə etdilər. Bütün ölkə onun səhvi barədə bildi. Ekspertlərin fikrincə, bu kompaniya Dukakisın prezident olmaq arzusunu dəfn etdi.

İşin görülməsi üçün həbsdən buraxma proqramı

Şimali Kaliforniyada vaxtı sona çatan məhkumlar üçün pis olmayan proqram var idi. Özünü nümunəvi aparana həbsxanadan kənarında işləməyə



...kan verilirdi. İslah idarə müəssisəsində hesab edirdilər ki, məhkumlara normal həyata keçidi tamamlamağa kömək edir və azadlığa çıxdıqda belə məhkumlar real həyata daha yaxşı uyğunlaşacaqlar.

Proqrama düşənə qədər məhkumları dəqiq seçirdilər. Güman edilirdi ki, onlar özlərini yaxşı aparacaqlar. Çünki onlara orada olmağa az vaxt qalırdı, hər bir səhv hərəkət həbs müddətinin artırılmasına səbəb ola bilərdi. İş zamanı məhkumlara nəzarət digər işçilərə olan nəzarət kimi idi.

Zəng

Devidə xəbər verdilər ki, məhkumlardan biri Neşvill şəhərində “Hardiz” tez yemək restoranının ayaqyolunda kiçik qıza hücum edib. Qız restorana valideynləri ilə gəlmişdi.

Zəng zamanı məhkum artıq həbs olunmuşdu.

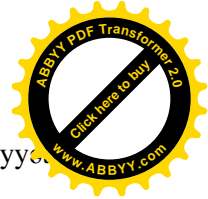
Devid dərhal başa düşdü ki, cinayətə görə məsuliyyət islah idarə müəssisəsinin üzərinə düşür. O şübhə etmirdi ki, məhkəmə qaydasında iddia qaldırılacaq.

Variantların analizi

Devid mümkün həll yollarını fikirləşməyə başladı. Əlbəttə, o qız və onun ailəsindən narahat idi. Devid əmin idi ki, baş vermiş hadisədən sonra mətbuatın onların ailəsinə diqqəti xüsusi olacaq. Devid hadisənin siyasi nəticələri, onun qubernator seçkilərinə təsiri və mətbuatın buna necə reaksiya verəcəyi barədə fikirləşə bilmirdi. Hazırda onun hörmətini itirmək təhlükəsi yaranmışdır. Devid həmişə jurnalistlərlə əməkdaşlıq əlaqələrini yaratmağa çalışırdı və istəməirdi ki, onun işi hansısa bir hadisəyə görə uğursuz olsun. Bu hadisəyə qədər o həmişə mətbuatla vicdanlı olub.

Devid qərar qəbul edə bilmirdi. Onda o, qubernatorun mətbuat katibi Tim Pittmana zəng etdi. Devid ona hadisə barədə məlumat verdi və izah etdi ki, adətən belə hallarda o, məlumatı jurnalistlərdən gizlətmir.

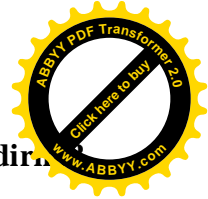
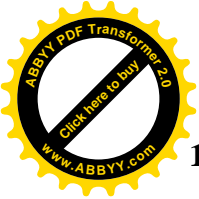
Lakin bu dəfə Devid şübhə edirdi ki, bu düzgün olacaq. Onu qız və onun ailəsinin vəziyyəti, qubernatorun nüfuzu və hüquqi nəticələr narahat edirdi. O əmin idi ki, hadisə barədə informasiyanın açılması islah



İstəmə müəssisəsinə məhkəmədə zərər yetirəcək və ümumiyyətlə prosesini çətinləşdirəcək.

Devid və Tim bir neçə dəfə mümkün variantları müzakirə etdilər, lakin Tim ona heç nə məsləhət vermədi. O sadəcə öz fikirlərini bildirdi və dedi ki, onlar qubernatorla Devidin istənilən qərarı ilə razılaşıyaçaqlar.

Təsəvvür edin ki, Devid Sizin etik problemlərin həll olunmasında təcrübənizi olmasını xatırlayır və Sizdən kömək istəyir. Siz ona nə məsləhət edərdiniz və nə üçün?



14. “Topika Kapital Jurnal” məxfi qeydi dərc etməlidir.

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbəsi Skot Anderson və Karlos Texada tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

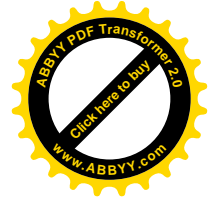
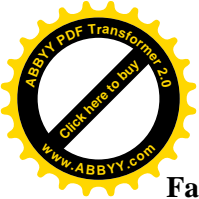
Bəzən belə də olur: reportaj yaxşıdır, onun nəticələri isə dağıdıcı ola bilər. “Topika Kapital Jurnal” qəzetinin redaksiyasına Lourens şəhərindəki Kanzas universitetinin hüquq fakültəsindən faks daxil oldu. Bu, fakültə dekanı Robert Cerrinin elmi iş üzrə prorektor Del Brinkmana göndərdiyi məxfi memorandumun surəti idi. Sənəddə bildirilirdi ki, ştatın qanunvericilik yığıncağı tərəfindən Topika şəhərindəki Uoşbern universitetinə nisbətən KU-ya daha çox pul ayrılması lazım idi. Cerrini yazırdı ki, Uoşbernin hüquq fakültəsində təhsil çox aşağı səviyyədədir, onu hətta KU-da təhsillə müqayisə etmək olmaz.

Əgər sənədi dərc etsələr, bu Kanzasda akademik və siyasi dairələrdə mənfəət təsirə səbəb olar. Topikanın əksər əhalisi Uoşbern universiteti ilə qürur duyur və belə tənqidi mənfəət qarşılayar. Həm də ştatın qanunvericilik yığıncağının bir çox deputatları Uoşbernin hüquq fakültəsinin məzunudurlar. Və büdcə vəsaitlərinin paylanması nəşrdən asılıdır.

Məsul redaktor Mark Nyusbaum və onun həmkarları qərar qəbul edə bilmirdilər. Mövcud siyasi atmosferdə belə informasiya çox mühüm rol oynayır. Qeydlərin dərc olunması həm Uoşbern üçün, həm də KU üçün məhv edici ola bilər.

Mark Nyusbaum

Mark Topikada böyüyüb və bütün həyatını yerli qəzetlərdə çalışıb. 1972-ci ildə o hələ məktəblikən “Topika kapital Jurnal”da kuryer işləməyə başladı. Mark Uoşberndə oxuyarkən “Kapital Jurnal”a idman müxbiri kimi gəldi. 5 ildən sonra o biznes məsələləri üzrə redaktor, 3 ildən sonra 1985-ci ildə “Sport Plyus” xüsusi idman bölməsinə rəhbərlik etdi. 1990-cı ildə Mark xəbərlər bölməsinin məsul redaktorunun köməkçisi təyin olundu, bir ildən sonra bölmə redaktoru oldu.



Faks və faktlar

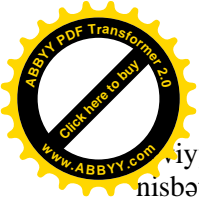
Digər ştatlarda olduğu kimi Kanzasda ali təhsil reqent sistemi adlanan sahədən maliyyələşir. Ştatın qanunvericilik yığıncağı reqent şurasına müəyyən sayda pul ayırır, o da 6 universitet arasında pulu paylaşdırır.

Uoşbern universiteti də dövlət maliyyəsi alırdı, lakin bu 6 universitetin siyahısına daxil deyildi. Lakin universitet rəhbərliyi qanunvericilik yığıncağının onu da reqent sisteminə daxil etməsi üçün aktiv səy göstərirdi. Bu qərarın tərəfdarları iddia edirdilər ki, bu, Uoşbernin statusunun universitetə qədərki kişik bələdiyyə təhsil müəssisəsindən artırılmasına kömək edərdi. Bir çoxları hesab edirdi ki, reqent sistemine daxil olma maliyyənin əhəmiyyətli dərəcədə artırılmasına, deməli həm də yeni müəllimlərin gəlməsinə və maaşların artırılmasına səbəb olacaq.

Hələ ki Uoşbernin tərəfdarları öz fikirlərini təsdiq etdirməyə nail olmamışdılar. Bəzi qanunvericilər hesab edirdilər ki, əgər sistemə daha bir universiteti əlavə etsələr, ştatın pulu kifayət etməz. Lakin son illərdə bir çox deputatlar bu ideya ilə maraqlanırdılar. Onu qubernator Coan Finni də dəstəkləyirdi. Uoşberndə əhval-ruhiyyə optimist idi. Universitetdə hələ heç vaxt reqent sistemə yaxınlıq bu səbiyyədə olmamışdı.

3 fevral 1993-cü ildə “Kapital Jurnal”ın jurnalisti Liza Sodders Kanzas universitetindən anonim faks aldı. Liza ştatın qanunvericilik yığıncağında qəzetin müxbiri idi və Uoşbernin tarixi barədə yazırdı. O əvvəldən analitik məqalələr üzərində işləyirdi və onlarda universitetin reqent sisteminə daxil edilməsinin mənfi və müsbət halları ətraflı qeyd edilirdi. Məxfi memorandum da onun reportajı üçün əsas element ola bilərdi.

30 noyabr 1992-ci il tarixli memorandumda Cerri Uoşbernin hüquq fakültəsinin hər cür dövlət orqanı tərəfindən maliyyələşməsinin qəti əleyhinə çıxırdı. O ehtiyat edirdi ki, KU-nun hüquq fakültəsi Uoşbernin təqsiri üzündən az pul alır, eyni zamanda KU-ya nisbətən orada təhsilin



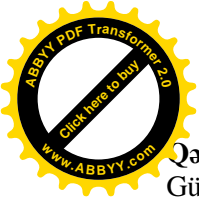
viyyəsi aşağıdır. Cerrinin sözlərinə görə, Uoşbern onsuz da Kanzasda nisbətən daha çox dövlət vəsaiti alır, deməli subsidiyaların alınmasında üstünlük hüququ var.

“Ştat zəif təhsil müəssisəsinə açıq-aşkar kömək edir, -Cerrri yazırdı, təhsilin səviyyəsi bizdən aşağı olan yerlərdə, digər ştatlarda tələbələrin faizi bizə nisbətən yuxarıdır, tələbələrin hazırlıq səviyyəsi isə aşağıdır. Eyni zamanda ştat Kanzas universitetinin hüquq fakültələrinə kifayət qədər vəsait ayırmır. Başqa sözlə, ştatın aparıcı hüquq fakültəsi (KU) məhv olmaq üzrədi, bununla yanaşı, daha zəif bələdiyyə universitetinin fakültəsi inkişaf edir”.

“Uoşbernin hüquq fakültəsinin aldığı ştatın bütün bunları KU-nun hüquq fakültəsinə verilməlidir,-bir neçə abzas aşağıda qeyd edilirdi. – Uoşbernin hüquq fakültəsi onun fəaliyyətinin dəstəklənməsi üçün lazım olan təhsilə görə belə ödəniş müəyyən etməlidir. Bu təhsil müəssisəsində Kanzasda yaşamayan tələbələrin sayına görə heç bir məhdudlaşdırma olmamalıdır. Beləliklə, ştat KU-da Kanzasın ən yaxşı tələbələrini maliyyələşdirəcək, daha zəif tələbələr də Kanzasda təhsil ala biləcəklər (yəni Uoşberndə), lakin yüksək məbləğə, çünki ştat daha zəif tələbələrin ali təhsilini maliyyələşdirmir”.

Tənqid elə kəskin idi ki, Uoşbernin hüquq fakültəsinin məzunları, müəllimləri və tələbələri memorandumu təhqiredici hesab edə bilərdilər.

Liza anonim faksı yerli xəbərlər şöbəsinin redaktoru Fred Consonla müzakirə edən zaman Mark yaxında idi. Mark onların söhbətini eşidib, narahat oldu. Liza memorandumdan öz məqaləsində istifadə etmək istəyirdi və o gələn həftə dərc olunmalıydı. Mark fikirləşdi ki, memorandumu göndərən insan bir qəzetlə kifayət etməyəcək. Əgər digər qəzetlər və telekanallar da faksı alıblarsa, onlar gələn həftəyə qədər gözləməyəcək, dərhal auditoriyaya məlumat verəcəklər. Mark istəmirdi ki, “Kapital Jurnal” onlardan geri qalsın. O qərara gəldi ki, ilk növbədə memorandumun həqiqi olduğuna inanmaq lazımdır. O bunu yoxlamağı Lizaya tapşırırdı.



Qəbul edilən qərar

Günün ikinci yarısında Liza KU-nun rektor müavini Ed Meyenlə əlaqə saxlaya bildi və o, memorandumun Cerri ilə Brinkman arasındakı şəxsi yazışmanın hissəsi olduğunu təsdiq etdi. Lakin Meyen bildirdi ki, universitet bu sənədi şəxsi xarakterli olduğuna görə şərh edə bilməz.

Sonra Liza hüquq fakültəsinin dekanı Cim Konkennonla söhbət etdi, o Cerrinin onların fakültəsinin fəlsəfəsini başa düşmədiyini və ali təhsilin keyfiyyəti barədə heç nə bilmədiyini qeyd etdi.

Yalnız Cerrinin kommentariyası kifayət etmirdi. O Bostonda hüquq konvensiyasında idi. Konkennon da orada idi. Lakin Liza Cerriyə mehmanxanaya zəng edə bilmədi.

Beləliklə, memorandum açıq-aşkar dərc olunmağa layiq idi, lakin şərhlər çatmırdı. Nə Mark, nə də onun həmkarları nə etməli olduğunu bilmirdilər.

Markın dərc etmənin lehinə ciddi arqumentləri var idi. Topikanın bir çox sakinləri öz universitetləri ilə qürur duyurdular, deməli, Cerrinin onun haqqında nə yazdığını bilməlidilər. Mark hesab edirdi ki, bu reqent şurası vəziyyəti üçün də vacibdir. Əgər qanunverçilik yığıncağı sistemə Uoşberni daxil etsə, digər təhsil müəssisələrindən biri oradan çıxarılmalıdır. Marka elə gəlirdi ki, memorandumun dərci Uoşbernin tərəfdarlarına başa düşməyə imkan verəcək ki, KU-nun hüquq fakültəsinin rəhbərliyi hansı arqumentləri Uoşbernin hüquq fakültəsinə qarşı sürəcək.

Bundan başqa, Mark güman edirdi ki, memorandum qanunverçilərin qərarına təsir edə bilər. Onlardan bir çoxları Uoşbernin məzunu idi. Memorandum onlara elə təsir edər ki, onlar prinsipə Uoşberni reqent sisteminə daxil edərlər.

Qəzet oxucuları məlumatlandırılmalıdır, deməli memorandum dərc olunmalıdır. O zaman "Kapital Jurnal"ın oxucuları dövlət maliyyəsi uğrunda mübarizədə hər bir tərəfin motivini başa düşəcək. Digər tərəfdən,

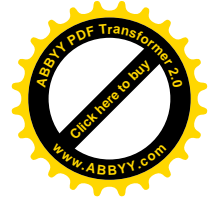
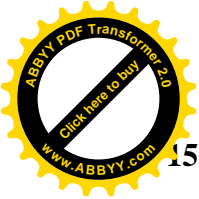


Mark nəşrin mənfi təsirləri haqqında düşünməyə bilməzdi. O Uoşberq regent sisteminə daxil edilməsinə qarşı ciddi arqument ola bilər və bütün prosesi poza bilər. Bundan başqa, məqalədə Cerrinin kommentariyası olmayacaq. Onu tənqid edirlər və öz müdafiəsi üçün ona söz vermirlər. Bu ədalətlidirmi?

Bundan başqa, faks təsadüfən gəlməyib. KU-da kimsə Cerriyə zərər yetirmək istəyir. Qəzet memorandumu dərc etməklə bu insanın əlinə şans vermiş olur. Mark həmin insanın kim olduğunu və hansı motivlərinin olduğunu öyrənməyincə, bunu etmək istəmir.

Nəhayət, Mark şəxsi yazışmanın dərcinin etik tərəfləri barədə fikirləşməyə bilməz. Əgər onun şəxsi məktublarını dərc etsələr, o nə hiss edər? Cerrri buna layiqdirmi?

Təsvəvür edin ki, Mark həmkarları ilə iclasdan sonra Sizin belə problemlərin həllində olan təcrübənizi xatırlayır və Sizə müraciət edir. Siz ona hansı məsləhəti verərsiniz? Niyə?



15. Fontanda həşəratlar

Bu material marketing etikası üzrə məşğələlərdə müzakirə etmək üçün nəzərdə tutulub.

Öz şirkətinin parkında gəzişməsindən Bryus Reynoldsun kefi yuxarı qalxdı. 1997-ci ilin sentyabrı idi, insanlar günəşli gündən zövq alırdılar. Firma işçiləri kafedə açıq havada istirahət edir, turistlər interaktiv mağazalara tələsir, uşaqlarsa firma fontanı “Reycers Ec”də oynayırdılar. Parkda sakit atmosfer hökm sürürdü və orada vaxt keçirmək xoş idi.

“Reycer Ec” ayaqqabı şirkəti

“Reycers Ec” - idman ayaqqabıları və kostyumlarının istehsalı üzrə çoxmilyonlu özəl şirkətdir. Kiçik ailəvi ayaqqabı istehsalından onlar idman ayaqqabılarının tam çeşidli korporasiyasına çevrildi.

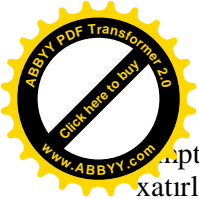
Bryus artıq 13 ildir ki, “Reycers Ec”də marketing şöbəsində işləyirdi. Marketing üzrə menecer kimi o yaxşı başa düşürdü ki, park-mallara, ticarət markasına və firmanın fəlsəfəsinə vacib əlavədir. İstehlakçılar “Reycers Ec”in yüksək keyfiyyətini qiymətləndirirdilər və şirkətdə “qonaq” olmaq onların xoşuna gəlirdi.

Firmada bir neçə əsas prinsip var. “Reycers Ec”in malları insanların həyatını yaxşılaşdırmalıdır, keyfiyyət-müvəffəqiyyətin vacib şərtidir, insanlar işə-şirkətin qiymətli resurslarıdır. “Reycers Ec”in əsas devizlərdən biri-cəmiyyət qarşısında məsuliyyətli olmaq, həmçinin bütün vaxtlarda bütün hallarda etik rəftar göstərməkdir.

Zəng

Bryus öz kabinetinə qayıtdı. Bu zaman telefon zəng çaldı. Ticarət kompleksinin gündəlik işləri ilə məşğul olan “Anderson” şirkətinin direktoru Coan Devis zəng edirdi. Coan dedi ki, şəhər səhiyyə komitəsi elə indi “Reycers Ec” fontanının mümkün yoluxmasını xəbər verdi. İşçilərdən birinin sözlərinə görə, informasiya uşaq bağçalarının birinin rəhbərliyinin şikayət etdiyi ştatın səhiyyə komitəsindən daxil olub.

Buna bir həftə qalmış 22 uşaqdan ibarət qrupu şəhərə ekskursiyaya aparıbar. Onlar “Reycers Ec” daxil olmaqla bir neçə yeri ziyarət ediblər. Tezliklə evə qayıtdıqdan sonra uşaqlardan 14-ü xəstələnib. Xəstəliyin



...ptompları – ürək bulanma, qarın ağrısı və yüksək temperatur - xətlirlədi. Lakin qanın analizi göstərdi ki, uşaqlar kriptosporidiyalara xəstələnib.

- Kripto... nə? - Bryus soruşdu.

- Kriptosporidiya, - Coan dedi. Onlar deyirlər ki, bu hansısa həşəratdır, hansı ki, adətən eksperiment yolu ilə ötürülür, lakin suya nəcis düşübsə, su ilə yoluxa bilir.

Coan dedi ki, şəhərin və ştatın səhiyyə komitəsi ekskursiya zamanı uşaqların kontaktda olduğu bütün su mənbələrinin analizini götürəcək. Sabah şəhər komitəsinin nümayəndələri “Reycers Ec” fontanındakı suyu yoxlamaq üçün gələcəklər.

Bryus indi fontanda olan uşaqlar barədə fikirləşdi və Coandan orada olan suyu bağlamağı xahiş etdi. Növbəti addım “Reycers Ec”-in işçilərini yığmaq idi. Bütün yuxarı rəhbərlik ezamiyyətdə idi, buna görə də problem Bryusun üzərinə düşürdü. O həmin gün saat 3-ə iclas təyin etdi və hadisə barədə işçilərə heç kimlə müzakirə etməməyi tapşırdı.

“Reycers Ec” fontanı

Artıq 13 ildir ki, insanlar uşaqlarını “Reycers Ec” parkına fontanda oyanmaq üçün gətirirlər. Bryus da tez-tez öz uşaqları ilə ora gəlirdi. Fontan firmanın simvolu idi. Onu tez-tez kompleksi ziyarət etməyə dəvət edən reklam materiallarında görmək olardı.

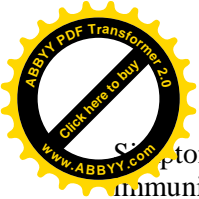
Fontanın çimmək üçün nəzərdə tutulmasına baxmayaraq, “Reycers Ec”də başa düşürdülər ki, isti gündə soyuq suya girmək necə xoşdur. Buna görə də fontanda suyu basseyndə olduğu kimi dezinfeksiya etdilər.

Fontan ildə 8 ay - martın ortalarından oktyabrın əvvəllərinə qədər işləyirdi. O mövsümün bitməsindən sonra ildə bir dəfə boşaldılan 60 000 litr suya yeraltı ehtiyatla təchiz olunmuşdur. Mövsüm ərzində su təmizlənirdi, lakin dəyişilmirdi.

Kriptosporidiya

Kriptosporidiya barədə daha çox şey öyrənmək üçün Bryus kitabxanaya getdi və aşkar etdi ki, həşəratın tam adı Cryptosporidium parvum, onun xəstəliyi isə kriptosporidioz adlanır.

Yoluxma o halda baş verir ki, insanın ağızına hər hansı yolla yoluxmuş insanların və ya heyvanların az miqdarda nəcisi düşür.



Fontanlar adətən bir neçə gündən (2-9) sonra üzə çıxır. Zəif immunitetli insanlar üçün xəstəlik ölümcül ola bilər. Kriptosporidiya tez-tez uşaq bağçalarında, kənd təsərrüfatı yerlərində heyvanların eksperiment yolu ilə baş verir.

İlk söhbət

Tibbi ensiklopediyadan məlumatları öyrənən Bryus iclasa yollandı. Ondan başqa, “Anderson” firmasından Coan Devis və “Reycers Ec”in sanitar - ekoloji şöbəsindən Piter Daffi gəlmişdi.

Coan Bryusun artıq bildiyini məlumat verdi: uşaq bağçasından 14 uşaq xəstələnib, onlar hamısı “Reycers Ec” fontanında oynayıblar və xəstəliyin səbəbi eksperimentlərdə rast gəlinən həşərat olub. Coan dedi ki, ötən həftə “Reycers Ec”ə buna oxşar şikayət daxil olmayıb, bundan başqa, bu fontanın 30 illik tarixi ərzində ilk hadisədir.

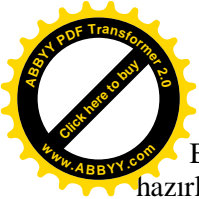
Bundan sonra Bryus Coan və Piterə həşəratla yoluxmanın tibbi nəticələri barədə məlumat verdi və onun mənbəyinin fontanla yanaşı uşaq bağçasının ola bilməsini qeyd etməyi yaddan çıxarmadı. Həmçinin fontanın bağlanması təklifinin şirkətdən gəlidiyini, səhiyyə üzrə komitənin bunu tələb etmədiyini qeyd etdi. Suyun analizi növbəti günə planlaşdırılırdı.

Bryus, Coan və Piteri hər şeydən çox uşaqların və fontanda su ilə təmasda olan hər kəsin sağlamlığı narahat edirdi. Əvvəlcə onlar xəstə uşaqların ailələrinə zəng etməyi və onların səhhəti barədə soruşmağı fikirləşdilər, lakin bunu etməməyi qərara aldılar, çünki bu baş verənlər barədə öz məsuliyyətlərini etiraf etmək kimi görünə bilərdi.

Müzakirədən sonra onlar müstəqil laboratoriyada kriptosporidiya barədə heç nə demədən suyun analizini sifariş etməyi qərara aldılar. Şəhərin və ştatın səhiyyə komitəsi bu analiz barədə məlumat vermədilər.

Müstəqil ekspertlərin rəyi “Reycers Ec”in maraqlarını qorumağa kömək edərdi. Bundan əlavə, səhiyyə komitəsinin analizini nəticəsini bir həftə, müstəqil ekspertin rəyini isə iki gün gözləmək lazım idi.

Fontanda suyu dəyişmək mümkün olmadığı üçün nəticələrə qədər onu bağlamağı və onunla heç nə etməməyi qərara aldılar. Coan dedi ki, “Anderson”da olan öz həmkarlarından xahiş edər ki, fontandakı suyu analizin etibarlığını artırmaq üçün izolə etsinlər. Əgər suallar yaransa, fontanın təmirə bağlandığını deyirlər.



Bryus informasiyanın yayılması halında mətbuat üçün bəyaz hazırlamağa söz verdi. O, şirkətin insanların sağlamlığı üçün narahat olduğunu və hətta fontanın bağlandığını qeyd etməyə hazırlaşdı.

Analizlər

Növbəti gün səhiyyə üzrə şəhər komitəsindən fontandan suyun analizini götürmək üçün gəldilər. Bir neçə saatdan sonra müstəqil laboratoriyadan nümayəndələr gəldi və 4 nümunə götürdü. Uşaqların xəstələnməsindən artıq 10 gün keçmişdi.

İki gündən sonra “Reycers Ec” müstəqil laboratoriyanın analizini aldı. 2 nümunə təmiz çıxdı, digər ikisində az miqdarda ölü kriptosporidi tapıldı.

Bir neçə gündən sonra şəhər səhiyyə komitəsindən zəng etdilər və bildirdilər ki, suyun analizi kriptosporidiyin heç bir iz göstərmədi və ştatın komitəsinə fontanın yoluxma mənbəyi olmaması barədə məlumat verəcəklərinə söz verdilər.

Uşaqlar

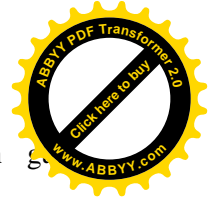
Səhiyyə komitəsində Bryus xəstələnmiş uşaqların səhhəti barədə öyrəndi. İlk gün onlardan ikisinə təcili yardım gəlmişdi, heç birini hospitalizə etməmişdilər. Bir neçə gün uşaqlarda qripə oxşar simptomlar aşkar olundu, lakin heç biri ciddi xəstələnmədi. İnamlı demək olardı ki, heç kimdə uzun müddətli xəstəlik olmayacaq. Hazırda - iki həftədən sonra, bütün uşaqlar sağalmışdı.

İkinci söhbət

Hər iki analizin nəticəsi və uşaqların səhhəti barədə məlumat alan Bryus daha bir iclas təyin etdi. Bu vaxta qədər “Reycers Ec”in rəhbərliyi artıq qayıtmışdı, onlar işlə bağlı xəbərdar edilmişdilər.

Əvvəlcə müstəqil laboratoriyanın nümayəndələri çıxış etdi. Bryus onlara uşaqların xəstəliyi və kriptosporidiya barədə məlumat verdi və onların fikrini soruşdu:

- Siz dediniz ki, fontanda ölü kriptosporidiya tapılıb. Bu o deməkdir ki, onlar nə vaxtsa sağ idi? - Bryus soruşdu. Bu həşəratlar nə qədər yaşayır? Onlar hadisə baş verən günü sağ olublar?



Ekspertlər cavab verdilər ki, fontanda uşaqlar oynayan şəkildə kriptosporidiyalar sağ idi.

- Onda nə baş verdi? Uşaqlar fontandan yoluxub, ya fontan uşaqlardan? - Bryus soruşdu.

Ekspertlər izah etdilər ki, fontanın həşəratlarla nə vaxt yoluxmasını müəyyənləşdirmək mümkün deyil. Lakin əvvəlki təcrübədən müəyyən etmək olar ki, uşaqların xəstəliyi fontanda tapılan kriptosporidiyadan daha güclü mənbədən ola bilər. Ekspertlərin fikrincə, uşaqlar uşaq bağçasında yoluxub, onlarda olan parazitlər fontana düşüb.

Bundan sonra ekspertlər getdilər və müzakirə başladı. 3 əsas məsələ müzakirə olundu:

1. “Reycers EC” müstəqil laboratoriyadan alınmış analizin nəticələri barədə səhiyyə komitəsinə və xəstələnmiş uşaqların ailələrinə məlumat verməlidirmi?

2. “Reycers EC” belə hadisənin gələcəkdə baş verməməsi üçün nə edə bilər?

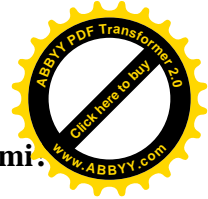
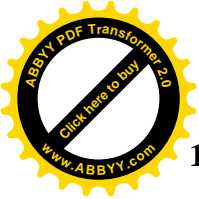
3. Gələcəkdə insanlara fontanda çimməyə imkan verilməlidirmi?

Etik dilemma

Mübahisə bir neçə saat davam etdi. Nəhayət firmanın prezidenti Bryusun gözləmədiyi bir şeyi dedi:

- Bizim söhbət dərinləşir. Qərar qəbul etmək lazımdır. Bu problemlə əvvəlcədən Bryus məşğul olduğuna görə qərarın qəbul edilməsini də ona həvalə edirəm. Bryus, sizdə bütün məlumat var və siz mənim fikrimi öyrəndiniz. Necə etməli olduğumuzu Siz qərar verirsiniz.

Bryus Reynolds “Reycers EC”in maraqları ilə insanların təhlükəsizliyi arasında qalır. O bilir ki, **Siz marketing etikasını öyrənmisiniz və Sizin fikrinizə hörmətlə yanaşır. Təsəvvür edin ki, Bryus Sizi gizli olaraq işin gedişi ilə tanış edir və məsləhət vermənizi xahiş edir. Siz nə deyərdiniz?**



16. “Fort Skott-Trubyun məmur-rasisti ifşa etməlidirmi.

Bu material Kanzas universitetinin tələbəsi Aaron Marvin tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Çarlz Marşalın rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

80-ci illər idi. “Fort Skott Tribyun” qəzetinin baş redaktoru Tom İblen onun qəzeti üçün ciddi nəticələrə səbəb ola biləcək qeyri-adi hadisə barədə bikiqləşir.

Onun stolunun üstündə məqalə var. Əgər onu dərc etsə, bu cəmiyyətdə və siyasətçilər arasında xoşagəlməz reaksiyaya səbəb olacaq. Əgər dərc etməsə, onda fikirləşərlər ki, Tom dövlət məmurunu müdafiə etməyə cəhd edir.

Tom sonuncu dəfə fikirləşmək üçün stol arxasına oturur. Vaxt çox az qalib və qərar qəbul etmək lazımdır.

Şəhər və “Tribyun”

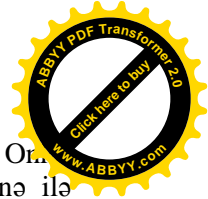
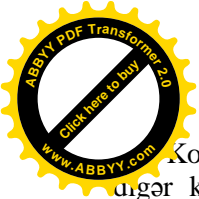
“Fort Skott Tribyun” Kanzas ştatının Fort Skot şəhərinin şəxsi qəzetidir. Onun təxminən 4,5 min oxucusu var. O, həftədə 6 dəfə axşam, 6-cı gün səhər çıxır. Bazar günü buraxılış yoxdur.

Fort-Skottun əhalisi 8362 nəfərdir. Şəhər Kanzasın cənub-şərqində Missuri ilə yaxınlıqda Burbon qraflığında yerləşir. əhalinin əksəriyyəti fermerdir. Əhalinin 98%-ini ağlar, iki faizini qaralar və başqa azlıqlar təşkil edir.

Şərait

Jurnalist Mayk Bek universiteti bitirdikdən sonra “Tribyun”a işləməyə gəldi. Bu vaxt ərzində o rayon komissiyasında qəzetin müxbiri idi. Əvvəllər Mayk şübhəli informasiyalarla işləməyib. Lakin indi hər şey dəyişib.

Mayk komissiya iclasında oturmuşdu. Belə iclaslar hər iki həftədən bir 8 saat keçirilir. Komissiyanın üzvlərindən və Maykdan başqa otaqda heç kim yoxdur, atmosfer sakitdir. Lakin burada maraqlı heç nə eşitmək olmur. Mayk güman edir ki, komissiyanın vacib məsələləri şahidlər olmadan müzakirə edilir.



Komissiya üzvləri balaca stol arxasında oturub kofe içirlər. Onların digər kənd təsərrüfatı rayonlardakı komissiya üzvlərindən heç nə ilə fərqlənmirlər. Hər üçü-fermerlər Fort Skota yaxın yerdə qalırlar.

Komissiya günün gündəliyinin bəndlərini müzakirə edirlər. Hələ ki, maraqlı heç nə yoxdur. Lakin növbəti ilin təqvimini müzakirə edərək komissiya hansı günlərin qraflıqda bayram ediləcəyini və bu günlərin bütün dövlət işçiləri üçün istirahət günləri olmasını elan etməyi həll etməlidirlər. Milad bayramı ilə əlaqədar problem ortaya çıxmır, lakin Martin Lüter Kinqin doğum günü müzakirə olunarkən kiçik mübahisə yaranır. Mayk qulaq asır.

Komissiya üzvləri bu bayramın hamıya tətbiq edilməsini mübahisə edirlər. Birdən onlardan biri daha açıq danışmağı qərara alır.

- Bütün bunlar qaradəriliələrin könlünü almaq üçündür, - sakitcə o bildirir.

Mayk çətinliklə yerində otura bilir. O bu sözləri bloknotuna yazır və komissiya üzvlərinin digər məsələləri müzakirə etməsini gözləyəndən sonra məqalə yazmaq üçün redaksiyaya qaçır.

Redaksiyada

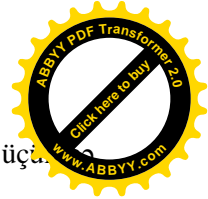
Redaksiyada Mayk baş verənlər barədə digər jurnalistlərə danışır. Tezliklə yerli xəbərlər bölməsinin redaktoru gəlir.

- Bunu kim deyə bilər? - jurnalistlərdən biri soruşur.
- Həm də açıq iclasda! - digəri bildirir.

Jurnalistlər informasiyanın mühüm olduğunu və məqalə yazmaq lazım olduğunu bildirdilər. Lakin redaktor Mayka skandal yaratmamağı tövsiyə edir. Mayk oturur və sakitcə yazmağa başlayır.

Komissiya iclasından adi reportaj alınır. Orada iclasın əsas məsələləri yazılmışdır, iki abzas komissiya üzvünün kobud replikasına həsr olunmuşdur. Mayk məqaləni redaktora aparmaq istərkən onu şübhə bürüyür. O komissiya üzvünə zəng edərək sitatın dəqiqliyini yoxlayır. O hər şeyi təsdiqləyir və hətta Mayka bayrama öz münasibəti barədə bildirir. İndi Mark hər şeyi düzgün başa düşdüyünü anlayır və reportajı redaktora aparır.

Redaktor məqaləni oxuyaraq nəticəsi barədə fikirləşir. Sitatın dəqiq olduğuna əmin olduqdan sonra, Maykı başqa reportajı işləmək üçün



adərir və baş redaktorun yanına gedir. Bu hadisənin “Tribyun” üçüncü ilə nəticələncəyini müzakirə etmək lazımdır.

Redaktor Tom İblenə vəziyyəti başa salır və başqa reportajları oxumağa gedir. Tom Maykın məqaləsini oxuyub qurtaran zaman telefon zəng çalır. Xəttə həmin komissiya üzvü idi. O hirsələnmiş və qorxmışdır. Məmur Toma məqaləni dərc etməməyi xahiş edir, o isə cavab verir ki, hələ qərar qəbul etməyib. Tom müsahibini inandırır ki, öz qərarını yaxşı fikirləşəcək, lakin ona xatırladır ki, Mayk qəsdən informasiyanı yoxlayıb. Məmur hirsindən dəstəyi tullayır. Baş redaktor məqaləni oxuyur.

Qərar

Tom saata baxır. Vaxt demək olar ki, bitib, o isə qəti qərara gəlməyib. O yenidən “lehinə” və “əleyhinə” olan arqumentləri analiz edir.

Reportaj şübhəsiz ki, komissiya üzvünün nüfuzuna zərbə vuracaq. Bəs “Tribyun”un nüfuzuna nə olacaq? Əlbəttə, oxucular, bilməlidir ki, onların maraqlarını irqçi təmsil edir. Lakin əgər insanlar başqa cür başa düşsə? Xüsusən həmin insan çıx məşhurdur. Frot-Skott kiçik şəhərdir və məqalə barədə şayiələr “Tribyun”a olan inamı itirə bilər. Bundan əlavə, ictimaiyyət Maykın rayon komissiyası ilə əlaqələrini korlaya bilər. Onlardan biri rasist olduğuna görə, mühüm mənbə və ictimai fəaliyyətlə əlaqələrlə risk etməyə dəyərmə?

Fort Skottta çoxdandır ki, ciddi irqçi problem olmamışdır. Məqalənin özü yeni problemə səbəb olmayacaqmı? “Tribyun” yaxşı reportaj üçün irqi kartla oynamırımı?

Əgər məqaləni dərc etmək lazımdırsa, onda harada? O ilk səhifədə dərc edilməyə layiqdirmi? Əgər hə, yuxarı hissədə ya aşağı hissədə? Əgər məqalə ilk səhifədə çıxsa, bu skandalın başlanmasına səbəb olmayacaqmı? Bəlkə, onu daxili səhifələrin birində gizlətmək lazımdır?

Tom yoruldu. O, dərindən nəfəs alır və sakitləşməyə çalışır. Bu anda o xatırlayır ki, Sizin etik problemlərin həll edilməsində təcrübəniz var. O sizin nömrənizi yığır, vəziyyəti başa salır və məsləhət istəyir. Siz nə məsləhət görürsünüz?



17. Od və su arasında: Qadınların abort etmə hüquqlarını, tərəfdarları və əleyhdarları ilə eyni zamanda necə işləməli?

Firma

Timoti Keyn Ayova ştatının Devenportda “Timoti Keyn Prodakşnz”(TKP) firmasının təsisçisi və sahibi idi. Bu firma reklam istiqamətində akademik və qeyri-kommersiya təşkilatları üçün filmlərin, videofilmlərin və interaktiv kompakt-disklərin, istehsalı ilə məşğul olur. TKP-da belə hesab edirlər ki, belə təşkilat üçün adi marketing yanaşmalar qəbul edilən deyil.

Firmanın www.timkanevideo.com saytında TKP-nın əsas prinsipini oxumaq olar: “Film istehsal etmək bizim üçün pul almaqdan daha vacibdir. Bu bizim incəsənətdir. Bizim filmlər-bizim böyük qürurumuzdur. Biz çox işləyirik və hər bir filmin hər bir kadri bizim üçün mühümdür”.

TKP qarşılıqlı razılaşma əsasında film istehsal etməklə müştərilərə kömək etməyi öz vəzifəsi hesab edir. Onun əməkdaşları müştərilərə inamlı münasibətlərə üstünlük verirlər və onların tənqid və haqlı fikirlərinə hörmətlə yanaşırlar.

Onun müştəriləri kimi Tim tələb edir ki, istehsal komandası sifarişçinin motivləri başa düşsün. Tez-tez müştərinin olduğu inamın tərəfdarı olmaq lazım gəlir. Məsələn, əgər TKP universitetlə müqavilə bağlayırsa, sifarişçi hiss etmək istəyir ki, Timin komandası ali təhsili yüksək qiymətləndirir və bu sahədə əsas problemləri və nailiyyətləri başa düşür. Əgər firma monax ordeni ilə məşğul olursa, monaxlar ümid edirlər ki, TKP-da onların əhəmiyyətini və əqidəsini başa düşürlər.

TKP öz işinin keyfiyyəti və effektivliyi ilə qürur duyur. Bu qiymətli başqaları da razıdır. Firma bir neçə dəfə beynəlxalq, milli və yerli mükafatlar, o cümlədən təhsilin yaxşılaşdırılması və dəstəklənməsi üzrə Şuranın iki milli mükafatını, Devenport şəhəri barədə layihə üzrə “Şəhər barədə ən yaxşı film” mükafatını və İllinoys universiteti barədə ən yaxşı film üzrə beynəlxalq konkursun prizini qazanmışdı.

Şirkət artıq avadanlığın ilkin qiymətini vermişdi. Hazırda onun gəliri 50% təşkil edir. 1999-cu il TKP üçün uğurlu il oldu-gəlir 300000 dollar təşkil etmişdi. Lakin bu biznesdə hər şey bir neçə müştəridən asılı ola



...r. “Gələn il biz 100000 qazana bilərik. Buna görə də mən həmişə
qara gün üçün saxlayıram”, - Tim dedi.

Mövcud şəxs

Tim ssenari müəllifi, rejissor və filmlərin redaktoru idi. Onun Ayova universitetinin ingilis dili üzrə bakalavr və psixologiya üzrə magistr diplomu var idi. 1983-cü ildən 1988-ci ilə qədər o Ayova universitetinin video-mərkəzini rejissoru və aparıcı ssenasi müəllifi kimi bir çox mükafatlar almışdı. Sonra Tim Nebraskada Krit şəhərində Duan kollecində kino və televiziya üzrə dərslər demiş, 1991-ci ildə “Timoti Keyn Prodakşn” təsis etmişdi.

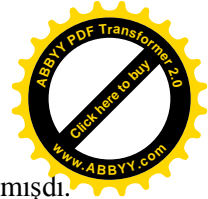
Operator və redaktor Endryu Klark Sanderlenddə ingilis universitetində tarix üzrə bakalavr diplomu və Londonda Middlseks universitetində kino üzrə magistr diplomu almışdı. “Timoti Keyn Prodakşn”a gələndə qədər Endryu BBC daxil olmaqla müstəqil televiziya işləmişdi.

Kit Poulman TKP-nın işlədiyi kommersiya təşkilatları üçün proqramları öyrətməklə məşğuldur. Onların arasında “Con Mir” və “Motorola” da var.

Dilemma

Tom abort probleminə mənfi baxışları olan iki qeyri-kommersiya təşkilatları ilə müqavilə imzaladı. İndi TKP-da abort edilən klinikalara qarşı informasiya mərkəzinin yaradılmasına vəsaitin yığılmasına çağıran 10 dəqiqəlik video-rolikin istehsalı üçün abort əleyhdarı olan təşkilatı ilə 15 000 dollar məbləğində kontrakt var. Klinikaya Ayovanın cənub-qərbində kiçik bir şəhərdə yerləşir.

İkinci kontrakt 20 dəqiqəlik video filmin istehsalı üçün ginekoloji klinika ilə 25 000 dollar məbləğinə bağlanmışdı. Tibbi prosedurlarla yanaşı, orada abort da edilir. Klinikaya ştatın əsas universitet şəhərlərinin birində yerləşir. Abort əleyhdarları ilə müqavilənin müddəti 1999-cu ilin aprelindən iyuna qədər, klinika ilə 1998-ci ilin noyabrından 1999-cu ilin iyununa qədərdir.



Müştərilər

Ginekoloji klinikasını 1973-cü ildə qadın təşəbbüs qrupu yaratmışdı. Bu, Ayovada abortların ambulator şəraitdə edildiyi ilk klinika və Mərkəzi Qərbdə ilk qadın klinikası idi. Onun prinsipi-mühakimə etməmək və bütüncü adınlara kömək etməkdir. TKP-nın hazırladığı filmlərdə professional diktorun kadr arxası səsi klinikanın şəraiti barədə danışır və müxtəlif suallara cavab verir-məsələn, klinikada konfidensiallıq qorunurmu, bərpa edici proses nə qədər davam edir, hansı yaşdan valideynlərin abort etməyə razılığı tələb olunmur? Filmin məqsədi-potensial xəstələrə informasiyanın ötürülməsidir. Klinikanın özünü isə TKP-da göstərməməri qərara aldılar. Filmdə ancaq həkimin qəbulu göstərilir.

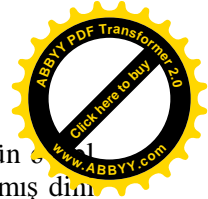
Abort əleyhdarları vəsaitlərin yığılması üzrə 10 dəqiqəlik rolük göstərdilər. Onun məqsədi-tamaşaçılara informasiya mərkəzinin yaradılmasına pulu vermələri üçün emosional stimül verməkdir. Film əsasən müsahiblərdən, həm də alternativ abort təklif edən dini şəxslərin çıxışlarından ibarətdir. Abort əleyhdarları klinikasını bağlamağa məcbur etmək və onun binasında muzeyin açılmasına ümid edirlər.

Hər iki sifarişçi mütəmadi olaraq bir-birini tənqid edir və Timin komandası ilə söhbətdə bir-birlərini lağa qoyurlar. Belə hallarda TKP əməkdaşları narahatlıq hissi keçirir və necə reaksiya verməyi bilmirlər. Tim və onun komandası tez-tez bu xoşagəlməz kiçik münafişəni müzakirə edirlər. əməkdaşlar adətən klinikanın tərəfini tuturlar, Tim onları ədəbsizlikdə günahlandırır və ya abort əleyhdarlarının filmi üzərində iş zamanı şübhəli kommentariyalar verir.

Həqiqət anı

Abort əleyhdarları ilə ağır görüşdən sonra Tim endryu ilə söhbət etmək qərarına gəldi.

- Bilmirəm nə edək, - o dedi. Bizim müştərilərin bir-biri barədə düzgün olmayan fikirləri var. Mən burda eşitmişəm ki, abort əleyhdarları klinikadakı qadınları qatil adlandırırlar. Onlar hesab edirlər ki, qadınlar elə hissiyatsızdırlar ki, öldürməyə də hazırdırlar. Bu ədalətli deyil axı! Klinikadan olan qadınlar mənim xoşuma gəlir. Onlar mehribandırlar.



- Mən səni başa düşürəm, - Endryu cavab verir. Bir neçə gün əvvəl klinikadakı qadınlar dedilər ki, abort əleyhdarları yerindən oynamış din fanatlarıdır. Guya onların inamı daş dövrünə aiddir və onlar qadınları insan saymırlar. Mənə elə gəlir ki, onlar müasir qadınlardır. Sadəcə onlar abortu ölüm hesab edirlər və ətrafda olan hamını buna inandırmağa cəhd edirlər.

- Mən özümü siyasətçi hiss edirəm. Bu fikrə nifrət edirəm, -Tim dedi.

- Mənim aborta olan fikirlərim hər zaman dəyişir. Mən ya onlarla, ya da o biriləri ilə razılaşıram. Məni katolik kimi tərbiyə ediblər, ona görə də mənə elə gəlir ki, abort-ümmümiyyətlə düzgün deyil. Əgər həyat yoldaşım indi hamilə olsa, mən deyərdim: "Bizə daha bir uşaq lazım deyil". Və klinikaya zəng edərdim. Bax hər gün belə əzab çəkirəm. Problem ondadır ki, -Tom davam edir-əgər mən bu məsələyə meyl göstərirsə, firmanın maraqlarını hansı mərhələdə birinci yerə qoymaq lazımdır. Firmanın məqsədi-qeyri-kommersiya təşkilatlarına xidmət göstərmək, filmlər çəkməkdir. Ancaq mənim son məqsədim-şirkəti saxlamaq üçün, işçilərə pul vermək və həyat yoldaşımı və üç uşağımı saxlamaq üçün pul qazanmaqdır. Əgər hansısa layihələr məndə narahatçılıq yaradarsa, mən hansı vaxtda deməliyəm: "Yox, mən bunu etməyəcəm, çünki bununla razı deyiləm?"

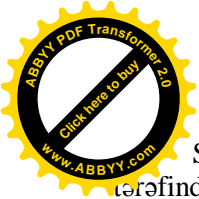
Tim sifarişçilərin bir-birlərini danladığını daima eşitməkdən və iş qrafikinə uyğun aborta olan fikirlərini dəyişməkdən yorulmuşdur. Ona elə gəlirdi ki, o, müştərilərin qarşılıqlı təhqirlərinə reaksiya verməməli və onların hər birinin fikirlərini əsaslandırmağa çalışmalıdır.

- Bizim hər iki sifarişçi qarşısında öhdəliyimiz var. Biz onlarla razı olub-olmamağımızdan asılı olmayaraq, bizim işimiz-onların tərəfində olmaqdır. Biz hər birinə arqumenti yaxşı formada təqdim etməliyik, - Tom bildirir.

- Səninlə tamamilə razıyam, - Endryu dedi. Sadəcə onlara demək lazımdır ki, onların bir-birlərini təhqir etmələri bizim üçün xoşagəlməz haldır.

- Biz bele ede bilmirik - Tom cavab verir. Onlar bilmirlər ki, bizim hər ikisi ilə müqaviləmiz var.

- Sən dəli olmusan! - Endryu heyrətləndi. - Biz hər dəfə onların bir-birlərini təhqir etmələrinə qulaq asmalıyıq? Bu mənim xoşuma gəlmir.



Sən guya başa düşürsən ki, abort əleyhdarları bizim onları tərəfində olmağımıza tam əmin olmasalar, müqaviləni dərhal pozacaqlar. Klinika, bizim hər iki tərəfə işlədiyimizə görə etiraz etməyəcək. Sən fikirləşirsən ki, onlara demək lazımdır? Bizə iş lazımdır. Bəlkə, onlara deməyə, sadəcə xahiş edək ki, öz acı şərtlərini özlərinə saxlasınlar?

- Mən bu axşam bu barədə fikirləşərəm, - Endryu təklif edir. Sabah səhər işin başlanmasına qədər danışarıq.

Timin firması sifarişçiləsinə onların rəqibi ilə işlədiyini deməlidirmi? Əgər onlar bu barədə öyrənsələr, firma hər iki müştərisini itirəcəkmi? Tim onlardan birinin layihəsindən imtina etməlidirmi? Ya hər ikisindən də? Ya da ikinci müqavilənin olduğunu gizlədib heç birindən imtina etməsin?

Timə məlumdur ki, Siz aspiranturada marketing etikasını öyrənirsiniz və Sizin məsləhətiniz istəyir. Siz ona nə deyərdiniz?



18. Fil Uitt jurnalist vəzifəsi ilə xeyriyyə fəaliyyəti arasındakı fərq qalır

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbəsi Kristofor Furmans tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Fil Uitt kreslodə oturdu və WDAF-TV kanalının xəbərlər şöbəsində özünün mini-ofisində divara baxırdı. Öz jurnalist işinin sayəsində Fil Kanzas-Sitidə tanınırdı və xeyriyyəçiliklə məşğul olurdu. Lakin indi o, öz jurnalist vəzifəsini yerinə yetirmək üçün xeyriyyə fəaliyyətini yaddan çıxarmalıydı və bunun da günahı başqa şəxsə idi. Filə xoşagəlməz suala cavab vermək lazım idi: o və WDAF-TV rəhbər vəzifə tutduğu xeyriyyə fondu barədə informasiyanı necə verir?

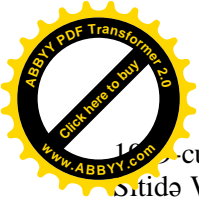
Fil Uitt

Fil Nebraska ştatını şərqiində kiçik şəhərdə böyüyüb. O jurnalistika ilə yeniyetmə olarkən maraqlanırdı. 6-cı sinifdə Fil başa düşdü ki, onu radio və televiziya daha çox cəlb edir. 1963-cü ilin noyabrı idi. Prezident Kennedinin ölümünü və bu hadisədən sonra baş verənlər televizorda göstərilirdi. Bunu görə Fil öz gələcək sənətini keçdi. O, amerika televiziyası ilə yaşdı idi.

Hələ məktəbdə oxuyarkən Fil Ueyn şəhərində kiçik radiostansiyada müxbir düzəlmişdi. O bazar günləri və boş vaxtlarda işləyirdi.

1974-cü ildə Fil Linkolnda Nebraska ştatının universitetini “radio və telejurnalistika” ixtisası üzrə bitirmişdi. Tələbə praktikasını o Ayovada Siu-Sitidə KMEG-TV kanalında keçmişdi. Fil xəbərlər şöbəsinin redaktorunun xoşuna gəlmiş, buna görə də universiteti bitirdikdən sonra onu işə götürdülər. O müxbir idi, hərdən xəbər aparıcısını əvəz edirdi, idman xəbərlərinin aparıcı idi, hava proqnozunu verirdi və hətta bir il reklam üzrə direktor oldu.

KMEG-TV-da 3 il işlədikdən sonra Fil De-Moynda KCCI-TV kanalına keçdi. Həftə içi o müxbir, istirahət günləri aparıcı işləyirdi.



1982-ci ildə Fil nəhayət böyük şəhər gəldi. Onun 27 yaşı var idi. Kanzas-Sitidə WDAF-TV kanalı onu həftə içi müxbir və istirahət günləri aparıcı işləməyə dəvət etdi. Maaş yaxşı idi, bundan başqa Fildoqma Nebraskanın yaxınlığında yerləşmişdi. O həvəslə təklifi qəbul etdi və Kanzas-Sitiyə köçdü. İki ildən sonra Fil 6 saatlıq xəbərlər buraxılışının əsas aparıcılarından, 3 -5 ildən sonra 10 saatlıq buraxılışın aparıcı oldu. Və o zaman bu buraxılışların daimi aparıcısı başqa kanala keçdikdən sonra Fil onun yerini tutdu.

İctimai fəaliyyət

1983-cü ildə Fil “Vahid yol” xeyriyyə təşkilatının Kanzas şöbəsinin üzvü oldu. Cəmiyyətdə olmaq və xeyriyyəçiliklə məşğul olmaq onun xoşuna gəlirdi. 1990-cı ilin yayında “Vahid yol”un şurası Kanzas-Sitidə Fili ictimai fəaliyyət bölməsinin sədri seçdi. İndi o, müxtəlif insan qrupları qarşısında çıxış etməli və illik kompaniyanın keçirilməsini təşkil etməliydi.

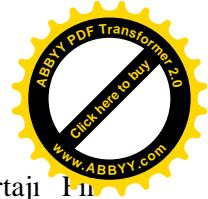
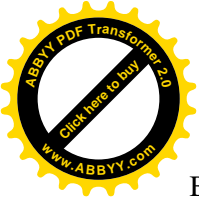
Skandal

1991-ci ilin günəşli payız günündə Fil işə gələrkən çətin dilemmanın onu gözlədiyindən xəbərsiz idi. Həmin günün səhəri xəbərlər şöbəsinə “Vahid yol”un prezidenti Bill Aramoni ilə skandal barədə informasiya daxil oldu. Bu məlumatlara görə, Aramoni “Vahid yol”a verilən xeyriyyə pulunun mənimsənilməsində ittiham olunurdu. Aramoni fondun pullarını incəsənətə, bahalı işgüzar kostyumlara və bahalı avtomobillərə xərcləmişdi. Özünə bəraət verərkən bütün bunların hamısını təşkilatın xeyri üçün etdiyini deyirdi.

İclas

Fil xəbərdən məyus oldu. O başa düşürdü ki, skandal “Vahid yol”un yerli bölməsinə zərər yetirər. Xeyriyyə fondunun rəhbəri kimi Fil qorxurdu ki, Kanzas-Sitinin sakinləri pul köçürməzlər.

Lakin jurnalistika işi Fil üçün hər şeydən mühüm idi. Buna görə də kanalın konfrans-zalında iclasdan sonra o xeyriyyə fondu ilə əlaqələrindən danışdı. Əgər Fil reportajı etsə, tamaşaçılarda kanalın qərəzsizliyinə şübhə yaranacaq. Xəbərlər bölməsinin redaktoru Mayk Makdonald Fillə razılaşıdı.



Buna görə də qərara aldılar ki, skandal barədə reportajı Fil aparmasın. Lakin onun üçün WDAF-TV-in bu skandala necə cavab verməsi əhəmiyyətsiz deyildi. Fil istəyirdi ki, Mayk və digər əməkdaşlar başa düşsünlər ki, skandalın “Amerikanın vahid yolu” təşkilatında ümummilli səviyyəyə keçməsinə oxuculara çatdırmaq çox vacibdir. “Vahid yol”un yerli şöbələri milli təşkilata üzvlük haqqı verir. Bu pullar həqiqətən xərclənə bilər, lakin qalan vasitələr təhlükəsiz idi. Yerli təşkilatların yığdığı pulların əsas hissəsi şəhərin sosial müəssisələrinin saxlanması üçün xərclənir, buna görə də ümummilli səviyyədə sui-istifadə Kanzas-Sitidə ianələrə təsir göstərməməlidir. Fil bütün bunları iclasda çatdırdı.

Bununla yanaşı “Vahid yol” ölkədə ən böyük xeyriyyə təşkilatı idi, skandalsa günün sensasiyası idi.

- Biz hər hansı reportaj göstərməliyik, - Fil dedi. Bizim rəqiblər skandal barədə dərhal məlumat verəcəklər. Biz bunu başqa cür edə bilərik. Kiçik reportajla zərbəni azalda bilərik, ya da bütün mövzunu göstərə bilərik.

- Əgər biz mövzunu yumşaltmağa və oxucuların diqqətini skandalın yayındırmağa cəhd ediriksə, onlar fikirləşə bilər ki, biz Filin “Vahid Yol”da işlədiyinə görə ona kömək edirik, - müxbirlərdən biri dedi.

- Bəs fond necə olsun? - Fil soruşdu. Əgər biz sərt reportaj hazırlasaq, fond bir nəfərin ucubundan zərər çəkəcək. “Vahid yol” yaxşı təşkilatdır. Mən istəmirəm ki, onun nüfuzu zərər çəksin. Bu reportaja görə ianənin həcmi aşağı düşə bilər.

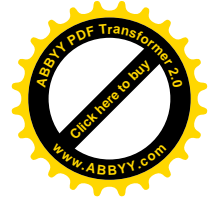
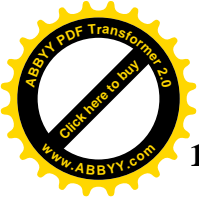
- Bu bizim problem deyil, - digər müxbir dedi. Bizim vacib xəbərimiz var və onu işıqlandırmalıyıq. Digər kanallar yəqin ki, aqressiv çıxış edəcək və biz onlardan geri qalmaq üçün səbəbimiz yoxdur.

Fil başa düşürdü ki, reportajsız keçinmək olmaz, lakin bilmirdi ki, WDAF-TV skandalı necə qələmə verməlidir. Şübhəsiz, kanal informasiyanı tamaşaçıların diqqətinə çatdırmalıdır. Lakin “Vahid yol”un üzvü kimi Fil əmin deyildi ki, skandalı açmaq lazımdır. Bəlkə, yerli



“...id yol”a və onun dəstəklədiyi digər təşkilatlara zərər vurmanın
uçun reportajı yumşaltmaq lazımdır.

Təsəvvür edin ki, Fil Sizin köməyinizi istəyir. Siz ona və WDAF-TV-in digər müxbirlərinə nə məsləhət verərdiniz? Öz qərarınızı izah edin.



19. “Sizin ev” jurnalı və İnternet

Culi Maksvell

Culi Maksvell İnterneti çox sevirdi. Xəbərləri o CNN saytıdan oxuyur, kitabları Amazon.com-dan alır, səhəyətlərdə isə Yahoo serverindəki kartlardan istifadə edirdi. Lakin indi dünya şəbəkəsi çıxış yolu olmayan bir problemə çevrilmişdi.

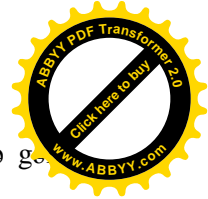
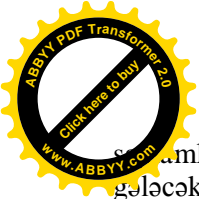
Maksvell tanınmış jurnallar dərc edən beynəlxalq nəşriyyatda - “Keyn Pablişinq”- də internet-direktor işləyirdi. 1995-ci ildə Culi Şimail-qərbi universiteti “inteqrasiya olunmuş marketing əlaqələri” ixtisası üzrə bitirmişdi. Universitetdən sonra o, “Çıkaqo Tribyun”da reklam və satış şöbəsində 1 il işləmiş, sonra “Kliviend pleyn diler”də yeni KİV-lərin satışı şöbəsinə keçmişdi. Orada başa düşdü ki, KİV-lərin veb-səhifələrin səmərəliliyinin saxlanması üçün rəklam kifayət etmir. Gəlir gətirmək üçün saytlar bu və ya digər gəlir mənbəyinə malik olmalıdır. O zamandan Culi öz düzgünlüyünə inanırdı. 1998-ci ildə o “Keyn Pablişinq”ə düzəldi.

“Sizin ev” jurnalı

“Keyn Pablişinq” 14 məşhur jurnala və təxminən 20 ticarət və sahə nəşrlərinə məxsus idi. Onlardan iki moda jurnalı hər biri öz auditoriyasına görə tanınırdı. Lakin illər keçdikcə aydın olurdu ki, şirkətin ən məşhur məhsulu “Sizin ev” jurnalıdır. Onun mövzusu ev təsərrüfatının bütün mümkün aspektləri, ipotekadan interyerə qədər hər şey idi.

Lakin jurnalda əsas mövzu “tanınma nişanı” idi. “Sizin ev” və “Keyn Pablişinq” müxtəlif malların testləşdirilməsi üçün geniş laboratoriyaya malik idi. Jurnalda reklam olunan bütün məhsullar bu laboratoriyaların yüksək standartlarını təmin etməli idi. Məhsullar sınağı müvəffəqiyyətlə keçdikdən sonra “Sizin ev”ion ikiillik təminatını və “tanınma nişanı” alırdılar. Bir çox firmalar belə işarəni almağı arzulayırdılar, belə ki, istehlakçılar ona inanırdılar və o tez-tez alqı-satqıda həlledici faktor olurdu. “Sizin ev”in jurnalistləri onlarla hadisə bildirdilər ki, şirkətlər “tanınma nişanı” almaq üçün öz məhsullarını dəyişir və yaxşılaşdırırdılar. Jurnal əməkdaşları qürur duyurdular ki, onların səyi nəticəsində oxucuların həyatı yaxşılaşdı.

“Sizin ev”in təsisçisi və ilk redaktoru Abdrea Knoblok jurnalı missiyasını belə formalaşdırırdı: “Əgər biz birinci yerə oxucularımızın



amliliğini və xoşbəxtliyini qoysaq, bunun ardınca nailiyyət və gələcək”

“Keyn Pablişinq”

Keyn Pablişinq” beynəlxalq nəşriyyat bazarında əsas oyunçularından biri olmasına baxmayaraq, o, daha məşhur jurnalların onlayn-versiyaları sahəsində rəqiblərindən geri qalırdı. Culi Maksvellə “Keyn” nəşriyyatının İnternetdə ənənəvi mövqeyini möhkəmləndirmək tapşırığı verilmişdir. Bundan başqa, rəhbərlik demişdir ki, bu saytları gəlirli etmək yaxşı olardı. Və hər cür yeni ideyaları alqışlamağı söz verdi.

Culinin fikrincə, ticarət markasının genişləndirilməsi üçün yeganə səbəb gəlirin artırılması və ya itkinin azaldılması idi. “Keyn” jurnalı İkinci vəzifənin öhdəsindən asan gəldi,-onlar həqiqətən xərcləri aradan götürdülər, axı saytı olmayan bütün jurnallar köhnə dəbli hesab edilirdi.

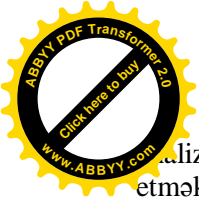
Lakin saytlar öz-özlüyündə zərərli idi. Onların gəlirinin yeganə birbaşa mənbəyi reklam idi və burada Culi nəyisə təkmilləşdirdi, lakin reklamdan gəlirlər saytın ehtiyacını örtə bilmirdi. Yeni oxucuların tələblərinə görə onların saytına giəndən sonra “Keyn” jurnalına az adam abunə olmağı qərara alırdı.

Gözəl ideya

Bugünkü günə qədər “Keyn” jurnalının saytında onların onlayn-versiyasını tapmaq olurdu. Lakin bir səhər Culinin əlinə daxili hesabat düşdü. Orada göstərilirdi ki, mətbuatda tez-tez “tanınma nişanı” xatırladılır və onun ağılına yeni ideya gəldi, onun fikrincə, “Sizin ev” saytını jurnaldan kənara çıxarmaq lazımdır. Yeni sayt açmaq lazımdır və orada “Tanınma nişanı” almış məhsulları sifariş etmək və jurnalın laboratoriyasında hazırlanmış araşdırmaların nəticələri ilə tanış olmaq olar.

Culi bu ideyanı məhsulun iki istehsalçısı ilə müzakirə etdi və onlar dəhşətə gəldilər. İş günün sonunda o hazır layihəni marketing üzrə direktorun yanına apardı.

Layihənin mənası sadə idi: məhsul istehsalçısı ilə razılaşma imzalamaq (aydın idi ki, istəyənlər olacaq, lap elan et). Yeni sayt YourHomeSells.com (tərcümədə sizin ev satır) yaratmaq və orada “Tanınma nişanı” almışlar məhsullar olacaq. Bu məhsulların müqayisəli



...alizini dərc etmək, istehlakçılara məhsulları birbaşa saytdan s...
etmək imkanı vermək. “Sizin ev” və “Keyn Pablişinq”də olacaq hər ö...
məhsul üzrə gəlir faizlərini istehsalçılarla müzakirə etmək.

- Bu mənim xoşuma gəlir, - marketing üzrə direktor Devid Cekson dedi. Bu ideyalara görə sizi işə götürmüşük. Ancaq məni saytın adı qane etmir - “Sizin ev” satır. Jurnal həmişə neytral müşahidəçi, istehlakçının köməkçisi olub. əgər biz “satır” sözünü “Sizin ev”lə yanaşı yazsaq, bu markaya zərər gətirməzmi?

- Adsız da keçinmək olar, - Culi dedi. Əsas-jurnalda bizim sayt barədə və onun “Tanınma nişanı” ilə əlaqələri barədə yazmaqdir. Əgər biz oxuculara izah etsək ki, saytın çeşidi bu işarə ilə müəyyən olunur, onda hər şey qaydasındadır. O zaman başqa ad da uyğun olar. goodbuys.com necə?

- Əladır, - Cekson dedi. Bunu növbəti idarə iclasında müzakirə edərik.

Iclasda mübahisə

5 gün keçdikdən sonra Maksvell “Keyn Pablişinq”in idarə iclasında Goodbuys.com ideyasını təqdim etdi. (belə iclaslar ayda iki dəfə keçirilir) Bu 5 gün ərzində o 12 istehsalçı ilə layihəni müzakirə etmiş və onlar həvəslə onda iştirak etməyə (hələ ki, qeyri-rəsmi) razı olmuşlar.

Culi hətta yeni saytın modelini hazırlamış və nümayiş etdirmişdi. Orada “Sizin ev”ə keçid də var idi. Saytın bölmələrindən biri “Tanınma nişanı”na həsr olunmuşdu. Orada düzgünlükdən və qərəzsizlikdən danışılırdı.

Təqdimat bəyənildi və yeni saytın neçəyə başa gələcəyi, onun nə zaman açılacağı və gəlirin necə bölünəcəyi barədə bir sıra suallar yaratdı. Elə gəlirdi ki, etiraz olmayacaq. Lakin birdən “Sizin ev”in redaktoru rebekka Pinter ayağa qalxdı.

- Mən dəhşətdəyəm, - o dedi. Mən inana bilmirəm ki, belə ideya kiminsə ağılına gələ bilər. Əgər biz jurnalın söykəndiyi bütün prinsipləri məhv etsək, yaxşısı budur onu bağlayaq.

- Rebekka, siz nə demək istəyirsiniz? - Maksvell soruşdu. Jurnalın gəlirinin artması-bu məhvetmədir?

- Sizin üçün “maraqların münaqişəsi” sözü nəşə bildirir? - Pinter dedi.



Bəli, ancaq mən burada münaqişə görmürəm,-Maksvell cavab verdi. Sizin üçün “səhm dəyərinin artması” sözü əhəmiyyət daşıyır?

- Culi, jurnal mallara müstəqil və obyektiv qiymət verərək onları sata bilməz.

- Jurnal onları satmayacaq, - Maksvell etiraz etdi. Onları sayt satacaq - hətta “Sizin ev” saytı deyil başqası satacaq. Məgər siz orada “Tanınma nişanı”nın obyektivliyini göstərən bölməni görmürsünüz?

- Mənim gördüyüm odur ki, biz pulu öz müstəqil qiymətimizə görə yığıraq, - Pinter dedi. Maraqların münaqişəsi də elə bundadır və o bizim jurnalın, yeri gəlmişkən, bizim ən gəlirli jurnalımızın əsaslandığı hər şeyi məhv edə bilər.

- Məncə, bu bizim əməkdaşlar üçün təhqiredici səslənir,-Cekson işə qarışıdı. Laboratoriyada işləyənlər heç vaxt marketinq şöbəsi ilə münasibət qurmur. Onlar tamamilə bir-birindən ayırıdır. Ona görə də maraqların münaqişəsindən söhbət gedə bilməz.

- “İstehlakçılar üçün informasiya” jurnalının müxtəlif məhsulları müqayisə edən saytı var,-Pinter dedi. –abunə ayda 2,95 dollar təşkil edir. Lakin onlar yazdıqları məhsulları satmırlar. Siz necə fikirləşirsiniz, nə üçün?

- Lakin “İstehlakçılar üçün informasiya”da reklam yoxdur, “Sizin ev”də isə var,-Cekson qeyd etdi. Rebekka, siz alma ilə apelsini müqayisə edirsiniz.

- Bu istehlakçıların etibarından sui-istifadədir. Bu etik deyil, Devi - Pinter cavab verdi.

- O halda olar ki, bizim əməkdaşlar özlərini qeyri-etik aparırlar, bu isə olmayacaq,-Cekson bildirdi.

Bu zaman baş direktor IV Adam Keyn ayağa qalxdı: – Biz kifayət qədər fikir eşitdik. Culi, bizim ticarət markamıza İnternet-əlavələri ilə məşğul olduğunuz üçün sizi işə götürmüşük. Bu layihəni ətraflı fikirləşin, iki həftədən sonra gələn iclasda necə etməli olduğumuz barədə bizə bildirin...

...Maksvell öz ofisində oturmuşdu. Onun beynində bir-birinə zidd fikirlər var idi. **Təsəvvür edin ki, Siz Culiylə bir neçə ildir ki tanışsınız. Sizin marketinq etikası üzrə təcrübənizi bilərək o Sizə zəng edir və məsləhət istəyir. Siz ona nə məsləhət görərdiniz?**



20. Art Brisbeynin dilemması: bu qaydada informasiya toplamaq etikdirmi?

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbəsi Key Si Traier tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

“Kanzas Siti Star”ın baş redaktoru Art Brisbeyn etik dilemma üzərində fikirləşirdi. Redaktor Mark Ziman indicə informasiya almaq üçün “Star”ın müxbirinin tətbiq etdiyi qeyri-adi tədbirlər və ictimai işlər üzrə şəhər idarəsinin əməkdaşı tərəfindən edilən sui-ifadə halları barədə bir hadisənin detalları barədə ona məlumat verdi.

Arta elə gəlir ki, müxbir jurnalistika etikası qaydalarını pozub. O marka reportajı hələ dərc etməməyi xahiş edir və nə etməli olduğu barədə fikirləşir.

Art Brisbeyn

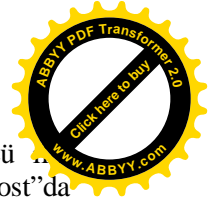
1992-ci ildə Art “Kanzas Siti Star”da redaktor olana qədər onun karyerası asan başa gəlməyib.

1973-cü ildə Art Qarvardda bakalavr diplomu aldı. O zaman o, psixologiya ilə ciddi maraqlanırdı. Onun ilk iş yeri Nyu-York ştatında Belmontda psixi xəstəxana olmuşdur ki, orada o, qüsurlu uşaqlar üçün yay lagerində tərbiyəçi işləyirdi.

1974-cü ilin payızında Art sosial işçi karyerasından əl çəkdi və rok qrupunda gitaraçı oldu. Lakin o tezliklə musiqidən getməyi qərara aldı və öz doğma şəhərində “Qlen Kouv Qardian” qəzetində müxbir düzəldi.

Artın jurnalistikaya uyğun keçmişi var idi. Onun babası Artur Brisbeyn “Nyu-York Jurnal” daxil olmaqla, Uilyam Rendolf Hersin bir neçə qəzetində redaktor işləmişdir. Lakin böyük Brusbeynə bir neçə qəzetdə dərc olunan icmal yazılar şöhrət gətirdi.

Və hadisə təkrarlandı. İki il müxbir işləyərək Art yeni yaradılmış qəzetdə icmalçı vəzifəsini tutdu. Bu iş onun xoşuna gəlirdi. O ümumiyyətlə yazmağı, xüsusən insanların maraqları və hadisələr barədə yazmağı xoşlayırdı. Beləcə 5 xoşbəxt il keçdi.



Lakin Art öz yerində uzun müddət otura bilmədi. 1984-cü il fevralında o şəhər şurasında “Vaşinqton Post”da müxbir oldu. “Post”da işlədiyi 6 il ərzində Art şəhər xəbərlərinin redaktor köməkçisi və şəxsi müxbiri olmasını bacardı.

Lakin Vaşinqtonda yaşamaq tezliklə onun xoşuna gəlmədi. Art ailə həyatına və stabilliyə çalışırdı, buna görə də 1990-cı ilin martında Kanzas-Sitiyə köçdü və yenidən icmalçı oldu. Bu iş onun xoşuna gəlməsinə baxmayaraq o durğunluğa düşməyi və inkişafdan qalmaqdan qorxurdu.

Lakin durğunluğa qədər iş getmədi. “Star”ın redaktoru Co MakQaff keçmiş icmalçı kimi pensiyaya çıxmışdı. Artın rəhbər olmaq üçün şansı yarandı. O, “qara at” hesab edilməsinə baxmayaraq, konkursda iştirak etməyi qərara aldı.

Mak Qaff ictimaiyyətin etibarını qazanmışdı. “Star” rəhbərliyi qərara aldı ki, Art digərlərindən fərqli olaraq, bu etibarı saxlaya bilər.

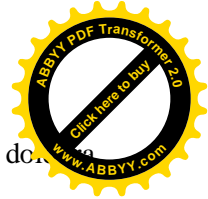
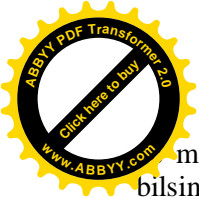
Xəbər-tələ

Markın sözlərinə görə, hər şey xidmət stansiyasının operatorunun şəhər xəbərləri şöbəsinin redaktoru Devid Qoldşteynə zəng vürməsi və ona ictimai işlər üzrə şəhər idarəsinin işçilərindən birinin asfalt qarışığını ondan 30 dollara almasını məlumat verməsindən sonra başladı. Bu qarışıq asfalt örtüyündə dəşikəri örtüdü. Başaqa sözlə, idarə əməkdaşı dövlətə məxsus olan materialı şəxsi istifadə üçün satmağa (nağd) cəhd etmişdi.

Operator işçidən və onun yoldaşından bir neçə vaxtdan sonra gəlməyi xahiş etdi, özü isə qəzetə zəng etdi və hadisə barədə məlumat verdi.

Xəbərlər şöbəsində hesab etdilər ki, bu hadisə oxucu diqqətinə layiqdir. Qoldşteyn reportyoru stansiyaya göndərdi. Ora gələn kimi o, ilk növbədə operatorla danışmağa getdi. Lakin onlar salamlaşan kimi, ictimai işlər idarəsinin yük maşını stansiyaya gəldi. Müxbir operatorndan nə etməli olduğunu soruşdu. O asfalta görə ödəmək üçün ondan 30 dollar istədi.

Bir neçə saniyə düşünərək jurnalist pulu çıxartdı və operatora uzatdı. Operator pulu işçilərə verdi və onlar asfalta yerə tökdülər. Onlar hətta bel



malanı orda saxladılar ki, stansiya işçiləri deşikləri asfaltla döşəyib bilsinlər.

Reportyer bütün bunları gördükdən sonra işçiyə yaxınlaşıb onun öz hərəkətləri barədə nə düşündüyünü soruşdu. Bundan sonra o, ictimai işlər idarəsinə zəng etdi vəstansiyadan asfaltı götürdülər, işçini isə qovdular. Onun yoldaşı öz istəyi ilə getdi.

Art fikirləşdi ki, belə metodlar oxucuların qəzetə inamını itirə bilər, lakin əməkdaşları ilə məsləhətləşməmiş qərar qəbul etməməyi qərara aldı.

NBC hadisəsi

Art yaxın vaxtlarda baş vermiş və ictimaiyyətin mətbuata inamına dəlalət edən hadisəni diqqətə almaya bilməzdi.

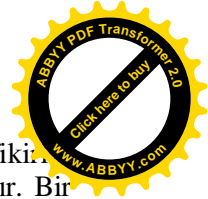
Bir neçə həftə əvvəl NBC kanalında “Ceneral Motors” firmasının yükmaşınlarının təhlükəsizliyi barədə reportaj verirdilər. Reportaj müəllifləri iddia edirdilər ki, bu yük maşınları tez-tez toqquşmadan sonra yanırırlar. Bunu nümayiş etdirmək üçün onlar maşına partlayıcı qoydular. Bundan sonra mətbuatın xəbərləri necə manipulyasiya etməsi barədə söhbətlər gedirdi.

Arta elə gəlirdi ki, belə metodlar informasiyanın ötürülməsində qəzetin müstəqil vasitəçi kimi rolu ilə uyğun gəlmir. Axı onları hiyləgər kimi qələmə verə bilərlər. “Biz iştirakçı deyil, müşahidəçi olmalıyıq, -Art fikirləşdi. Bizim vəzifəmiz hadisədə iştirak etmək deyil, onu işıqlandırmaqdır. Mane olmaqla biz öz müstəqil mövqeyimizi təhlükə altına qoyuruq”.

Dərc etməli ya yox?

Art hazırkı vəziyyətdə “Star”ın müstəqilliyinin böyük sual altında olduğu hissindən ayrılı bilmirdi. Reportyer tərəfindən ödənilən 30 dollar məhkəmə iddiası ilə nəticələnə bilər. Pis halda “Star”ın jurnalist metodu tele və radio verilişlərində və hətta digər qəzetlərdə ətraflı analiz oluna bilərdi. Art belə hallardan “Star”ın hərəkətlərini müdafiə edə biləcəyinə əmin deyildi.

Hissiyatı ona bildirirdi ki, reportajı dərc etməmək yaxşıdır. Lakin bu qərar yaxşıdır mı? Heç bir redaktorun məqalənin müdafiəsi üçün



hətta başa olaraq heç nə deməsinə baxmayaraq, Art bilirdi ki, fikri...
övlünmüşdür. əksər əməkdaşlar hesab edirdilər ki, reportaj yaxşıdır. Bir
çoxları reportyorun işçilərə pul verməsi də daxil olmaqla bütün faktların
dərc edilməsini bildirdilər. Bu halda oxucular inanardı ki, qəzet onlara
tam informasiya verir və öz metodlarını gizlətmir.

Belə yanaşma Arta şübhəli gəlirdi. Bu halda “Star”ın metodlarını
düzgün olması məsələsi açıq qalırdı. Art hiss edirdi ki, işin belə üslubu
gələcəkdə mənfi reaksiyaya səbəb ola bilər.

Lakin hətta hüquqi nəticələr və ictimai fikirlər Artı reportyorun
qəzetin etik normalarını poza bilməsi qədər Artı çox narahat etmirdi.
“Star”ın etik prinsiplərində bun auyğun vəziyyətlər yox idi, lakin Art
jurnalistin reportaj üçün hətta bu 30 dollar təşkil edirsə belə pul
ödəməsinin düzgün olmadığını əməkdaşlarına və oxucularına izah etmək
istəyirdi.

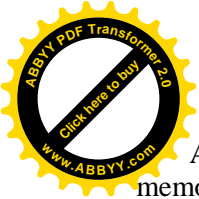
İcmal köşəsi?

Art qəzetin sədri Cim Heyllə məsləhətləşdi. Heyl dedi ki, onun
fikrincə, oxucularla axıra qədər düzgün qalmaq lazımdır.

Arta elə gəlirdi ki, hadisə barədə şərhçinin köşəsində yazılısın və belə
metodlar barədə redaksiyanın fikri izah olunsun. Əgər qəzet qəti mövqe
tutsa, oxucu inamını qorumaq olar və eyni zamanda gələcəkdə baş verə
biləcək belə hadisələrin qarşısını alan qəti presedent yaranar.

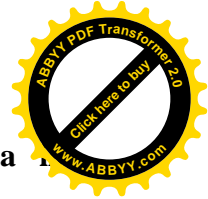
Lakin belə addımın mənfi nəticələri də ola bilər. Əgər məqalə kifayət
qədər aydın olmasa, onda necə? Hətta ən aydın və qəti məqaləni düzgün
olmadan şərh vermək olar. Oxucular onlarla razılaşarmı? Əgər insanlar
hər şey barədə sütundan öyrənəcəksə, onda xəbər reportajını niyə
çəkirlər?

Bundan başqa, Art bilirdi ki, belə məqalə jurnalistlərin mənəvi
vəziyyətinə yaxşı formada təzahür etməyəcək. Buna oxşar vəziyyətlər
artıq yaranmışdır. Jurnalistlər belə ciddi senzuraya görə kifayət qədər
yumşaq olmazlarmı? Hər şey ondan başlayan reportyoru hamı sevir və
hörmət edirdi. Məqalənin onun ünvanına bir məzəmmət olduğunu
əməkdaşlar fikirləşməyəcəkmi?



Art fikirləşdi ki, daha yumşaq vasitələrlə, məsələn, [ca.az](#) memorumla keçinmək olar. Lakin bu məqalənin icmal olması qədər təsirli olacaqmı? Əgər bu vəziyyət nə vaxtsa ümumi icmala düşərsə, onu mühüm faktların gizlədilməsində ittiham etməzlərmiz?

Müxbir artıq məqaləni yazmışdır. O “Star”ın komputer sistemində olduğu müddətdə qərar qəbul edilməsində Artın vaxtı çox deyildi. Təsəvvür edin ki, o xatırlayır ki, Sizin buna oxşar etik problemlərin həll edilməsində təcrübəniz var və Sizdən kömək istəyir. Siz ona nə deyərdiniz? Nə üçün?



21. Ken Fortenberrinin seçimi: polisdə korrupsiya mübarizə aparmalı yoxsa şəhərdən çıxıb getməli?

Bu material Kanzas universitetinin keçmiş tələbəsi Mark Spenser tərəfindən Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

Ken Fortenberri bir qədər qorxmuş halda öz həyat yoldaşı Annaya baxdı. Yataqdakı ekizlər artıq oyanmışdılar.

Cənubi Karolina ştatı, Makkormik şəhəri, Ken və Anna Fortenberrinin evləri

Təxminən iki il əvvəl Fortenberri ailəsi Kenin çoxdankı arzusunu - qəzet sahibi olmaq arzusunu gerçəkləşdirmək üçün Floridadan bura köçmüşdülər. Indisə bu arzu gözlərdə məhv olurdu.

- Mən bilirəm ki, biz haqlıyıq, ancaq sən şəhərə lazım olmayan qüruru ola bilmərsən, - deyərək Anna sakitcə cavab verdi.

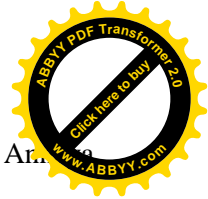
Ken artıq şəhərdə iki korrupsiyalaşmış məmuru ifşa etmiş və birini də ifşa etməyə hazırlayırdı. Ancaq buna görə zorakılıq halları baş vermişdi. Bir ay ərzində 2 əldəüzəltmə bomba az qala onların evini dağıdacaqdı. Kim bilir, daha bir məqalə çıxsa nə baş verəcək?

Ken Fortenberri

70-ci illərin əvvəllərində Ken Fortenberri Cənubi Karolina universitetini bitirmiş və qonşu ştatda qəzetdə işə düzəlmişdi. Növbəti 15 il o cənubi Karolina, Şimali Karolina, Corciya və Floridada qəzetlərdə müxtəlif vəzifələrdə işləmişdi. “Qrinvill Nyus”da şəhər xəbərlərinin redaktoru olarkən Ken gələcək həyat yoldaşı ilə tanış oldu.

80-ci illərin əvvəllərində o Floridada “Vinter Heyven Nyus”da məsul redaktor oldu. Onun bu vəzifədə olduğu dövrdə “Nyus Çif” 22 milli mükafat aldı.

Lakin 1985-ci ildə Ken dəyişikliklər barədə düşündü. Onun Anna ilə artıq 3 övladı-14 yaşlı Lesli, 7 yaşlı Coui və 6 yaşlı Ancela vardı. Ken övladlarının yavaş-yavaş “MTV nəslı”nin bir hissəsi olması çox narahat edirdi. Bundan başqa, ətrafda çoxlu narkotik vardı. Həmçinin iş də yorucu idi.



- Mən bu korporativ yarışlardan yorulmuşam,- bir dəfə Ken Ar. dedi. Fikirləşirəm ki, əgər şans yaranarsa, irəli getmək lazımdır.

Və şans tezliklə yarandı. Ken öyrəndi ki, Makkormikdə 2,5 min tirajla satılan və 80 illik tarixi olan gündəlik qəzet çıxarılır. Ken qərara aldı ki, bu şəxsi qəzet sahibi olmaq və heç kimdən asılı olmamaq onun qızıl şansındır. Ən yaxşısı Floridadan köçüb getməkdir. Kenə elə gəlirdi ki, həyatının ordakı qaydasından o həyat yoldaşı və uşaqları ilə bir-birindən ayrılır.

Bir aydan sonra Fortenberri ailəsi iri həcmli pul aldı və Makkormikə-cənubi Karolinanın şimal-qərbində 80 minlik əhalisi olan bir şəhərə köçdü. Tezliklə yerli əhalinin geriləməsi və köhnəpərəstliyi (mühafizəkarlığı) Keni hirsələndirirdi. “Tərəqqi-dəyişiklikdir, dəyişikliksə-Makkormik əhalisinin var gücü ilə müqavimət göstərdiyidir”,- sonralar o bu şəhər haqqında kitabında yazmışdı. Kenə elə gəlirdi ki, şəhər əhalisi öz fikirlərini 20-ci əsrin əvvəllərində basdırıb.

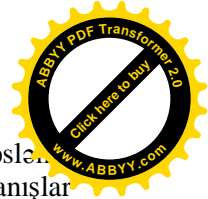
Makkormik savadsızlığın və işsizliyin səviyyəsinə görə ştatda birinci yeri tuturdu. Çox vaxt bu göstəriciyə məktəblərdə müvəffəqiyyət də əlavə edilirdi. Kendə belə təsəvvür yaranırdı ki, şəhər türmələrində yalnız sərxoşlar və saxta çeklər verənlər yatır. Şəhər mərkəzi köhnəlmiş, bir neçə bina tamamilə boşalmışdı. Ken tez-tez rasizmin yaranmasını müşahidə edirdi.

Makkormik qraflığında yeganə qəzet olan “Messenger” həftədə bir dəfə 4-cü günlər çıxırdı. Kendən başqa, orada həmişə, zəruri hallarda iki ştat işçisi işləyirdi. Anna reklam və səhifənin montajına kömək edirdi. Avadanlıqlardan yalnız köhnə sadə çap maşını var idi. “Messenger”in gündəlik tirajı qonşu şəhərdə Corciyada tipografiyada nəşr olunurdu.

Makkormikə xoş gəlmisiniz!

Ken alqı-satqı haqqında müqaviləni imzalayandan iki ay sonra “Messenger”in sahibliyinə daxil olmaq mümkün oldu. Bu müddət ərzində onlar ailəsi ilə birlikdə gölün sahilində yaşamış və aldıkları köhnə evi təmir edirdilər.

Gölün ətrafında yaşayarkən Fortenberri Makkormikin sakinləri ilə qarşılaşmamışdılar. Ancaq qəzetin yeni sahibi və onun ailəsi barədə şayiələr tez yayıldı və tezliklə onların yanına gölə ilk qonaqlar gəldi.



Keni iki şəhər restoranından biri olan “Sallivanz”-a məsləhət görmüşdü. Tezliklə Ken oranın daimi sakininə çevrildi və çoxlu tanışlar tapdı.

- Çoxdandır bizim qəzetimi yoxdur. Ken, tezliklə işə başlayaydın, insanlar deyidilər.

Bu Keni çox sevindirirdi. O dərhal başa düşdü ki, qəzetin saxlanması üçün dəyişikliklər etmək lazımdır. Xəbərlərin çoxu darıxdırıcı və əhəmiyyətsiz idi. “Qəzet xəbərlərin Makkormikn həyatına necə təsir göstərməsini göstərməlidir”, -deyə Ken fikirləşdi. Onun qəzeti Vinter Heyvendə belə işləyirdi və bu oxucuların xoşuna gəlirdi.

Başqa ideyalar da var idi. “Şəhər natəmizdir, -Ken fikirləşdi. – Sponsor şirkəti tapmaq lazımdır ki, onu gözəl etsin”.

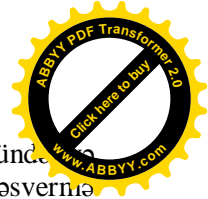
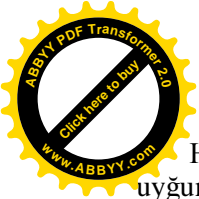
Bundan başqa Keni həm də yerli yeniyetmələr narahat edirdi. Onda belə təsəvvür yaranırdı ki, onların əyləncəsi üçün əlçatan olan yarışlardır.

12 iyul 1985-ci ildə Ken nəhayət, qəzetin sahibliyinə başladı. Şəhər əhalisi bunu dərhal hiss etdilər və qəzetin tirajı dərhal artdı.

Ken işləməyə başlayır

Müsbət fikirlərdən ruhlanan Ken şəhəri təmizləmək ideyasını həyata keçirməyi qərara aldı. Qəzet parkı və baş küçəni təmizləmək üçün təmizlik günü təşkil etmişdir. İnsanlar buna maraq göstərdilər və bir neçə həftə keçəndən sonra bütün şəhər təmizləndi.

Ken bununla sakitləşmədi. O, yeniyetmələrin asudə vaxtlarında yarışlardan başqa nəyləsə məşğul olmaları üçün incəsənət mərkəzi yaratmağı qərara aldı. Təmizlikdə olduğu kimi, Ken ilk səhifədə əhalini və hakimiyyət orqanlarını belə mərkəzin fəalyyəti üçün təşkilata kömək etməsinə çağıran bir neçə sətir yerləşdirdi. Ken fikirləşdi ki, mərkəz yerli vergilərdən maliyyələşərsə, şəhər əhlində mülkiyyətə hiss yaranar. Onlar görürlər ki, büdcə düzgün istifadə olunarsa, yerli hakimiyyət xeyir gətirə bilər. Bəlkə, o zaman şəhər yaxşı olmaq üçün nəsə edə bilsin. Lakin bir çox yerli siyasətçilər büdcə pulunu mərkəzə xərcləmək istəmirdilər. Onların etirazı şəhər şurasının yığıncağında mərkəzin açılması məsələsi müzakirə getdiyi zaman açıq-aşkar görünürdü.



Həmin axşam iclas zalında çoxlu insanlar toplaşdılar. Gündəlik işin uyğun olaraq, şura şəhər əhalisinin arqumentlərini dinləməli və səsverməyə keçirməlidir. Ancaq təyin olunmuş vaxta şuranın heç bir üzvü gəlmədi.

Ken heç nə başa düşməyərək şuranın binasını gəzməyə çıxdı və aşkar etdi ki, məmurlar başqa bir otaqda problemi tək özləri, şahidlərsiz müzakirə edirlər. Ken otağın qapısını açdı və özünün də iştirak etməsini tələb etdi. Söhbət vergi-ödəyicilərinin vasitələri haqqında gedirdi, Cənubi Karolina qanunlarına görə isə belə məsələlər yalnız açıq iclasda müzakirə olunmalıdır.

Ken bu barədə şura üzvlərinə bildirdi və onlar öz məxfi söhbətlərini davam etməyə və onları kütlə gözləyən zala keçməyə razı oldular. Mərkəzin maliyyələşdirilməsi barədə qərar qəbul edildi. Kenin fikrincə, bu Makkormikin vergi ödəyiciləri üçün böyük qələbə idi.

Lakin tezliklə Kenin qulağına çatdı ki, bu hadisəyə görə yerli hakimiyyət orqanları onu əmin-amanlığı pozan kimi qələmə verməyə başladılar. Sonra atası nə vaxtsa şerif olan şerif Cimmi Qeyblə bir hadisə baş verdi.

Ken və Cimmi

Ken istəyirdi ki, "Messenger"də hər gün həbslər barədə məlumat dərc olunsun. O bu məlumatı Qeybdən almağa cəhd etdi, lakin o bundan imtina etdi.

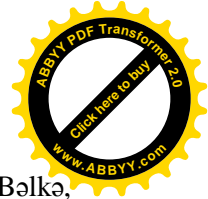
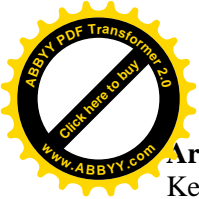
- Mən həbslər barədə məlumatları görmək istəyirəm, - Deyə Ken xahiş etdi.

- Bəs başqa heç nə istəmirsən? - Qeybl cavab verdi.

- Cimmi, bunlar ictimai sənədlərdir, - Ken xatırlatdı.

- Mən üç ildən sonra pensiyaya çıxıram və mən heç kimə mənim işimə qarışmağa imkan vermərəm, - deyə Qeybl qışqırdı. Qapını görürsən, Rədd ol burdan, yoxsa özüm səni qovaram!

O zaman Ken Qeyblə formal məktub yazaraq həbs barədə bütün məlumatların hamıya əlçatan sənədlər olduğunu göstərdi. Həmçinin şerifin xidməti maliyyə sənədləri də istənilirdi. Qeybl cavab verdi ki, Ken həbs barədə məlumatlarla tanış ola bilər, ancaq maliyyə sənədlərini ona göstərməyəcək. Və bu zaman jurnalist Qeyblin maliyyə işləri barədə informasiya toplamağa başladı.



Araşdırma

Ken aşkar etdi ki, Qeyblin şəxsi maliyyə problemləri var. “Bəlkə, xidməti maliyyədə də hər şey düzgün deyil”, - fikirləşdi və bu halı da araşdırmağa başladı.

Ken hiss etdi ki, kimsə onun informasiya toplaması barədə Qeyblə nəşə deiyb, çünki şerifin idarəsində o həmişə açıq düşmənçiliklə qarşılaşırdı. Hətta əməkdaşlığın formal əlamətləri də yox idi.

“Əgər Qeyblin yoluna keçsə...”

Ken nəhayət şerifin öz şəxsi borclarını xidməti hesabları ilə ört-basdır etməsinə dair imzaladığı bir neçə saxta çek aşkar etdi. Ken dərhal bu barədə məqalə yazdı.

- Mən sahibkaram və bu şəhərdə yaşayıram, - deyə Ken analiz etdi. Əgər şerif düz adam deilsə, onda bu mənə birbaşa aiddir. O getməyə nə qədər, yaxşı heç nə baş verməyəcək.

Əvvəlcə məqalə şerif üçün heç bir təsir yaratmadı, lakin bir neçə insan Keni xəbərdar etdilər ki, Cimmi Qeyblə baş qoşmasın.

- Heç vaxt bilmirsən ki, onun yoluna keçsən nə baş verəcək, - onlardan biri Kenə dedi.

İlk əvvəl Ken fikirləşdi ki, bu sözlər-hərdən öz xidməti vəzifəsindən sui-istifadə edən insanın xarakterininin gərginliyindən asılıdır. Lakin tezliklə o başa düşdü ki, belə deyil.

Saxta çeklər barədə məqalə çıxdıqdan bir neçə həftə keçəndən sonra Kenə bəzi şaiyələr çatdı. Sən demə, Ken narkotik alveri ilə məşğul olur və buna görə də qanun keşikçisini şəhərdən qovmaq istəyir. O həmçinin federal hakimiyyət agentidir və bütün yerli şəhər polisini federal polislə əvəz etməyə çalışır.

Əvvəlcə Ken bu cəfəng ittihamla güldü. Lakin sonra o öyrəndi ki, bəzi sakinlər onlara inanıblar. Şaiyələrin mənbəyinin şerif olduğunu hesab etməyə ciddi əsaslar var idi.

Tezliklə qəzetin iqtisadi problemləri başladı. Reklamdan gələn gəlirlər böyük deyildi və yerli supermarketin direktoru “Messenger”də reklamını dayandırdı. Onun ardınca kiçik reklamverənlər reklamı dayandırdılar. Və Ken yenə də bu işin şerif tərəfindən edildiyini aşkar etdi.

Problemlər ciddi olmasına baxmayaraq, “Messenger” heç bir abunəçisini itirməmişdi.



Lakin bir gecə vaxtı Fortenberri ailəsinin evinə və maşınına yurtdışına atdılar. Bu bir neçə gecə davam etdi.

Bir neçə vaxtdan sonra Kenin 14 yaşlı qızına məktəbdə hücum etdilər. Ciddi heç nə baş vermədi, sadəcə bir neçə kobud söz dedilər və yüngülcə itələdilər. Lakin növbəti bir neçə həftə ərzində belə hücumlar tez-tez təkrarlanırdı.

Azyaşlı uşaqlar deyirdilər ki, velosiped sürərkən, onları bir neçə dəfə yük maşınları vurmağa cəhd edib. Yük maşını uşağın yanında saxlamış və onun qabaq qapağı velosipedin arxa təkərinə dəymiş, bundan sonra sürücü qaza basmış və uşaq yıxılmışdı.

Sonra zənglər olunmağa başladı. Onlar hamısı hədələrlə idi, lakin Ken bundan narahatlıq hissi keçirmirdi, lakin bir dəfə zəng edən anonim bir şəxs xatırlatdı ki, Kenin həyat yoldaşı ekiz uşaqlar gözləyir.

- Bunun sizə aidiyyəti yoxdur, - Ken qəfil onu kəsdi.

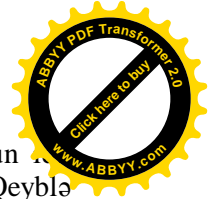
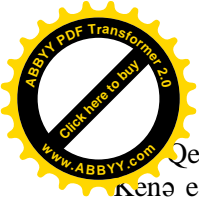
- Əgər sən Cimmie Qeybli rahat buraxmasan, ekiz uşaqlarının yeriməsinə qədər yaşamayacaqsan, - deyə yad kişi bildirdi və dəstəyi asdı.

İttham və kədər

Kenin məqaləsini yuxarıdakılar da aşkar etdi və şerifə qarşı federal araşdırma başlandı. Qeybla qarşı federal məhkəmədə saxta çeklərə görə ittham irəli sürülməsi günün gecə vaxtı Fortenberrilərin evinin qarşısında əldə düzəltmə bomba partladı. Partlayışdan pəncərə şüşələri cingillədi və divardan şəkillər yerə düşdü. Onu Fortenberrinin evindən yarım kilometrə qədər eşitmək olardı. Ken və Anna öz uşaqlarının təhlükəsizliyi üçün qorxdular.

Qərribə dostlar

Qeyblə ittham irəli sürülməsinə bir gün qalmış o istefa verdi. Bu hala və bombaya görə Ken ifşa etməklə məşğul olmağı dayandırdı. O, vaxtının böyük hissəsini “Messenger”in gəlirliyini saxlamaq və informasiya mənbələri, reklam verənlər və abunəçilərlə normal münasibətləri saxlamaq üçün keçirirdi.



Qeyblin əvəzinə müvəqqəti şerif təyin etdilər. Bu Cək Kyun Kenə elə gəlirdi ki, Kyun və Qeybl əvvəllər yaxın dostlar olub, Qeyblə ittiham irəli sürüldükdən sonra onlar daha da yaxın oldular.

Kyun Ken üçün zərərsiz əclaf idi. Buna görə də o Kyunun seçkilərdə qalib gəlmək üçün rüşvət vermək istədiyini eşitdikdə çox təəccübləndi.

Kyunun təyinatından bir neçə ay sonra yeni şerifin seçkiləri keçirilməli idi. Kyun bu vəzifəni özündə saxlamaq istəyirdi. Onun əsas rəqibi Qeyblin, indisə Kyunun birinci müavini Corc Reyd idi.

Kenə belə informasiya daxil oldu ki, Kyun öz namizədliyini geri çəkmək üçün Reydə pul təşkil edib, Reydsə Kyunu cinayət başında tutmaq üçün qonşu qraflıqdan polis çağırmışdır.

Ken yeri və əməliyyat vaxtını öyrəndi və kamera ilə kolluqda gizləndi. O gördü ki, Kyun Reydə pul uzatdı. Polis Kyunu həbs etdi, Ken bütün bunları kamerya çəkdi. Məqalə növbəti gün dərc olundu. Bu hadisəyə üç gün qalmış Qeybl həbs cəzasına məhkum olundu.

Lakin Fortenberrinin ailəsinə qarşı olan hücumlar və evin yaxınlığında partlayışın araşdırılması nədənsə gecikdirilirdi.

Pisdən ən pisinə

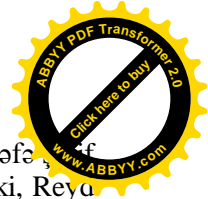
Ken şübhə etmirdi ki, Kyunun həbsi və Qeyblə çıxarılmış hökm ona və “Messenger”ə qarşı ədavəti gücləndirirdi. Makkormikin əhalisi get-gedə hesab edirdi ki, Kenin onların şəhərinə yaxşı niyyətlə gəlməyib. Ken isə hesab edirdi ki, şəhəri korrupsiyalaşmış məmullardan qoruyaraq vacib ictimai vəzifəni yerinə yetirir.

Bununla yanaşı təhlükəli zənglər dayanmırdı. Demək olar ki, hər gün evi və məişini yumurta atırdılar. Evin girəcəyində mismar tapılırdı. İlk bombanın atılmasından 4 həftə sonra Ken və onun ailəsi ikinci bombanın səsinə oyandılar.

- Bunlar necə insanlardır! - Ken yatağında oturaraq dedi. Partlayışın səsi hələ də onun qulaqlarında idi.

Ən pisindən ...

Kyuna rüşvət verilməsində ittiham irəlki sürülməsinə baxmayaraq Kyun və Reydin iştirakı ilə şerif seçkiləri keçirildi. Reydə 1228 səs, Kyuna isə 1120 səs verildi.



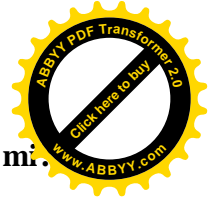
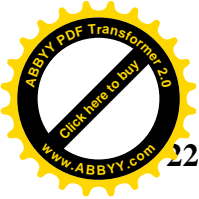
Ken Reydin keçmişini öyrəndi və heç nə tapmadı. Reyd iki dəfə, üç dəfə, dörd dəfə və beş dəfə öyrəndi, lakin tapmadı. Reyd öyrənmək üçün məcburi yazılı testi keçə bilməmişdir. Ken əmin idi ki, Reyd ümumiyyətlə yazmağı və oxumağı bacarmır.

Qəzetin yeni nömrəsi üçün məqalə hazır idi.

Necə olmalı?

Yeni doğulmuş ekizlər Con və Ben sakitcə anasının əllərində yatırdılar. Kern onlara baxaraq fikirləşirdi. Bəlkə, Makkormikin vicdansız şəhər olması doğrudur? Bəlkə “Meccencer”i satmaq və başqa vəzifə tapmaq lazımdır? Məgər onun bu cəhdləri ailəsinin zərər çəkməsi üçün şəhəri canlandırmaq üçün dəyərmə? Maliyyə nöqtəyi-nəzərdən hər şey riskli idi. “Meccencer” zəif nəfəs alırdı.

Əgər Ken Sizdən bu vəziyyət üçün məsləhət istəsəydi, Siz ona nə deyərdiniz? Nə üçün?



22. “Luisvill Kuryer Cornal” dəhşətli şəkli dərc etməli mi.

Bu material Kanzas universitetinin aspirantı Liza Kosmillo tərəfindən Uilyam Allen uayt jurnalistika universitetinin jurnalistika professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə olunmaq üçün nəzərdə tutulub.

“Lusivill Kuryer Cornal” qəzetinin redaktoru Devid Xoupun qarşısında onun şəhərinin tarixində ən faciəli hadisələrindən birinin şəkilləri var idi. Bu şəkillərin dərc olunması və dərc olunarsa hansılarının seçilməsini o qərara almalı idi. Şəkillər faciəli şəkillər idi. Lakin redaktor başa düşürdü ki, onların dərci Luisvill şəhərinin bir neçə ailəsinin dərdini artırma bilər.

Devi öz işində təzə deyildi, lakin indiyədək belə çətinliklə rastlaşmamışdır.

Devid Xoup

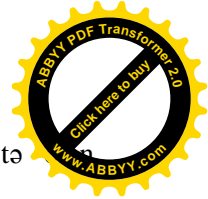
Devid Kentukkidə anadan olmuş və orada böyümüşdü. Onun 4 yaşı olanda, ailəsi Luisvillə köçmüşdü. O Kentukki universitetinin jurnalistika fakultəsini və məktəbini bitirmişdi.

Universitetdən sonra Devid “Assosşeyted Press”də müxbir işləməyə başladı. 2 il ərzində o, Kentukkinin şərqudə dağ rayonlarında yaşayışın işıqlandırılması ilə məşğul idi. Çox vaxt ştatlarda bədbəxt hadisələr barədə yazır və ölənlərin ailələri ilə söhbət edirdi. Ştatın şərqudə çoxlu kömür şaxtaları var idi və onların hesabına Devidin əsas reportajı aparılırdı.

İki il “Assosşeyted Press”də işlədikdən sonra, Devid Floridada “Sankt-Peterburq Tayms” qəzetinə gəldi. İki ildən sonra o Kentukkiyə qayıtdı, bu dəfə “Kuryer Cornal” qəzetində işlədi. 1987-ci ildə o redaktor oldu, buna qədər işə müxbir, icmalçı, redaktor müavini və şəhər xəbərləri üzrə redaktor işləmişdi.

Güllələnmə

14 sentyabr 1989-cu ildə Devid işə səhər saat 8-də gəldi. Redaksiyada hələ heç kim yox idi. Ona xəbər çatdı ki, saat onun



asında “Standart Qravyur” poliqrifik fabrikinin ruhi xəstə əməkdaşı tapança ilə 12 həmkarlarını və özünü güllələyib.

“Standart Qravyur” fabriki “Kuryer Cornal”a yaxın məsafədə yerləşir. Onların binası qalereya ilə birləşirdi. Polislər bütün qurbanları tapmaq və qatilin ölməsinə əmin olmaq üçün hər iki binadan insanları evakuasiya edib. Devid və onun əməkdaşları 3 saat öz iş yerinə gedə bilməyib. Onlara yalnız günorta vaxtı binaya daxil olmağa icazə verildilər.

“Kuryer Cornal”ın jurnalistləri üçün bu faciə haqqında material hazırlamaq asan deyildi. Axı onlar bütün qurbanlarla işləmiş, onlarla nahar etmiş, koridorda salamlamışlar, bəzilərini isə Devid şəxsən tanıyırdı.

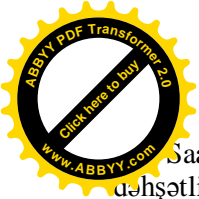
Silah üzərində nəzarət: agrılı sual

Faciə Devidə və başqalarına odlu silah üzərində nəzarət probleminin Kentukkidə hələ əvvəldən qalmasını xatırlatdı. Ştatın bir çox sakinləri kimi Devid hesab edirdi ki, silah əldə etmək çox asandır. Luisvilldən olan konqresmen silah üzərində nəzarətə tərəf çıxan Breydi qanun layihəsinin əsas tərəfdarlarından biri idi. Lakin ştatın sakinləri arasında Milli atıcılıq Assosiasiyasının (MAA) üzvləri var idi ki, onlar hər hansı məhdudlaşdırmaya qarşı idilər. MAA-nın yerli şöbələri öz mövqelərini aktiv şəkildə təbliğ edirdilər.

“Standart Qravyur”sa güllələnmə hadisəsindən bir neçə ay qəzetdə Devid tərəfindən silah üzərində nəzarət mövzusunda bir neçə məqalə dərc olunmuşdu. Məqalələrdə odlu silahların tez-tez ölümə səbəb olması və ştatda bu mövzuda qanun qəbul edilməsinə cəhdlərin uğursuzluğa düşər olması qeyd edilirdi. Bu günkü səhər problemin ciddiliyini və reallığın faciəsini göstərdi. Devid başa düşürdü ki, faciənin işıqlandırılmasına ehtiyatla yanaşmaq lazımdır. Məqalənin məzmunu üzrə suallar yox idi, ancaq şəkli seçmək çox çətin idi.

Şəklin seçilməsi

“Kuryer Cornal”ın fotoqraflarından biri hadisə yerinin bir neçə şəklini çəkməyə nail oldu. Kadra həm də meyid salınmışdı.



Saat 4-də redaktorlar müzakirə üçün otağa yığıldılar. Stolun üstündə dəhşətli şəkillər var idi. Redaktorlar şəkillərə baxaraq və yaxşısını seçməyə cəhd edərək yavaş-yavaş stolun ətrafına dolanırdılar. Demək olar ki, hamı ölən şəxsin böyük bükülmüş qəzet kağızının yaxınlığında olmasına dair şəklin ən yaxşı şəkil olması fikrinə gəldilər. Burada kifayət qədər çox detal var idi, lakin ölən şəxsi eyniləşdirmək çox çətin idi. Şəkil çox təsirli idi və hətta onu ağ-qara varianta dərc etsələr, yaqın ki oxucuları şoka salacaq.

Şəklin qəzet üçün çox təsirli və aqressiv olub-olmaması və onun dərc olunması üçün səbəblərin kifayət qədər olması barədə müzakirələr aparıldı.

Fotoredaktor Tom Hardin çoxluğun fikri ilə razılaşdı.

- Şəkli çap etmək lazımdır,-deyə o bildirdi. Məqalədə oxucunu güclü qıcıqlandırıcı nəşə olmalıdır və bu kadrda yaxşısı yoxdur.

Devid qəzetin oxucuları dəhşətli xəbərlərdən qorunmalı olmasını hesab etmirdi, lakin onları səbəbsiz yerə zərər vurmasını istəmirdi. Hissiyatı ona bildirirdi ki, insanların baş verən hadisənin mühümlüyünü hiss etməsi üçün şəkillər çap olunmalıdır. Lakin ölənlərin ailələrinə mərhəmət də var. Onların şəxsi həyatına belə daxil olmaq olarmı?

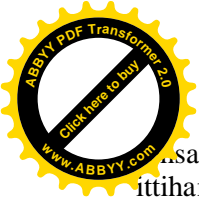
Redaktor Linda Raymer Devidi fikirlərindən ayırdı.

- Mən bilirəm ki, Tom şəkilləri çap etmək istəyir, ancaq mənə bu düzgün olmayacaq,-deyə o bildirdi. Fotoşəkillər çox dəhşətlidir və o ölənlərin ailələrinə lazımsız ağrı verəcək. Biz hətta bir neçə oxucunu itirə bilərik.

- Ancaq biz oxucularda yalnız narahatlıq yaratdığına görə belə edə bilmərik,-deyə Tom etiraz etdi. Binadan 19 meyid çıxarılıb, bundan heç hara qaçmaq olmaz. Bu dəhşətli və qanlı faciədir. Şəkilsə onu yalnız əyaniləşdirir.

Devid şəkillərin faktları dəqiq əks etdirməsi fikri ilə razı idi, lakin Lindanın dediklərini düşünməmək olmazdı.

Əgər şəkillər çap edilsə, ölən şəxsin adını bildirmək lazımdırmı? Bir tərəfdən, bu onun ailəsinə və yaxınlarına əlavə zərər yetirər, digər tərəfdən, onlar onsuz da bunu biləcəklər. Devid fikirləşdi ki, kimsə qəzeti

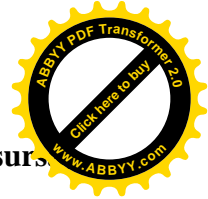


İnsaniya dalınca qaçdığına və oxucuların hissələri ilə oynadığına ittiham edə bilər. Bəlkə, şəkli gözə çarpmamaq üçün ilk səhifədə çap eləməsinlər? Devid əmin idi ki, qəzet faktları bildirməlidir. Lakin ailənin şəxsi faciəsinə müdaxilə etmək jurnalistin borcudurmu?

Devid saxtaçılardan yazdığı vaxtlar yadına düşdü. O zaman o öyrəndi ki, hərdən kiminsə evinə hüzn düşəndə, istəyirlər ki, onların kədəri barədə çox adam bilsin. Onlara elə gəlir ki, nəşr olunmaq onların faciəsinə daha dərin və yüksək edir. Devid xatırlayır ki, ölənlər saxtaçılardan həyat yoldaşlarında onlardan və təhlükəli işlərindən danışmaq istəyi yaranırdı. Lakin indi vəziyyət başqa cür idi.

Qərarın qəbul edilməsi

Devid saata baxır və görür ki, vaxt azdır. Siz ona hansı qərarı qəbul etməyi məsləhət görürdünüz?



23. Əgər şəxsi etika ilə professional öhdəliklər toqquşursa, nə etməli?

Müəllimin həyatı

Karol Mettyuz öz kabinetində oturub tələbələrin işini yoxlayırdı. O, Arkanzas universitetində bir neçə kommunikasiya kursu keçmişdi. Tələbələrin inkişafı onu heyretə gətirmişdi. Onlardan bəzilərini o, hələ birinci kursda öyrətmiş və indi onlar kommunikasiyanın ən çətin kursuna qədər çatmışdılar.

Karol kreslodə arxaya söykəndi və gülümsədi. Pəncərə arxasında qönçələr zoğal kolunun arxasından çiçək açmağa başlamışdı. O Ozarkda ilin bu vaxtını sevirdi. Həmişəlik burada qalmaq yaxşı olardı.

Bu il onun universitetin daimi ştatına götürülməsi məsələsinə baxılmalıdır. Əgər təsdiq etsələr, burada qalib işləmək olar. O adyunkt-professor vəzifəsində işləyər və ona maaşa əlavələr də edərlər. əgər təsdiq etməsələr, başqa iş axtarmaq lazım gələcək.

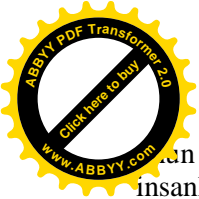
İş təkəcə Karolun karyerasında deyildi. Sadəcə o ailədə “yaxşı qazanan” idi. Onun həyat yoldaşı doktorluq dissertasiyası üzərində işləyirdi və iki uşağına baxırdı. Əgər Karolu ştata salsalar, yaşamaq bir az asanlaşar.

Gözlənilməz fürsət

Qapının döyülməsi Karolu fikirdən ayırdı. Uilyam Kleyton içeri daxil oldu. Universitetdə hamı professor Kleytonu çox sevirdi. O tələbələrə psixologiyaya əsl məhəbbəti aşımalağı bacarmışdı və o psixologiya fakultəsinin hüdudlarından kənar həmkarlarının hörmətindən istifadə edirdi. Təcrübəli psixoloqlar və hüquqşünaslar ondan tez-tez məsləhət alırdılar. Kleyton universitetin əsl qüruru idi.

Professor Karolun yoldaşı və uşaqlarının necə yaşaması barədə və işlərin necə getdiyini soruşdu. Necə oldusa, söhbət marketing barədə oldu və Kleyton Karolun ona kömək edə bilməsini soruşdu.

Karol belə fürsətdən çox sevindi. Bir çoxları kimi professor Kleyton onun üçün ideal bir obraz idi. O fikirləşdi ki, hər şey çox əla alınır. O



anın xoşuna gələn və fikirləri onun universitetdə qalmasına qərar verən insanlar üçün az əhəmiyyətli olmayan insana kömək edəcək. Əlbəttə, reklam materiallarının və press-revizlərinin yığılması-ciddi elmi nəşrlər kimi deyil, ancaq bu da yaxşıdır.

Karol razılaşdı. Professor Kleyton çox razı idi. O izah etdi ki, onun təşkilatının həyata keçirəcəyi konfransın reklam olunmasına kömək lazımdır və Karola iş üçün informasiya materialları ilə dolu zərf verdi. O köməyə görə minnətdarlığını bildirərək Karoldan xahiş etdi ki, istənilən məsələ ilə bağlı ona müraciət etməsini xahiş etdi və getdi. Karol isə öz işinə qayıtdı.

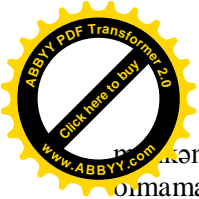
Etik dilemma

Karol işin yoxlanmasını qurtararaq professor Kleytonun verdiyi materiallara baxmağı qərara aldı. Təsadüfən o konverti yerə saldı və proşuralar, press-revizlər, məqalələr və Amerika məhkəmə məsləhətçilərinin cəmiyyətinin (AMMC) konvensiyanın gündəliyi yerə düşdü. Bu cəmiyyətin üzvləri məhkəmə proseslərində, elmi işlərdə və müəllimlikdə məsləhət vermə ilə məşğul olurlar.

Karol məhkəmə məsləhəti barədə nəşə oxumuşdu. Bilirdi ki, onlar andlıları seçməkdə vəkillərə kömək edirlər ki, andlılar da böyük ehtimalla onların müştərilərinin tərəfini tuturlar. Çox vaxt məhkəmə məsləhətçiləri iclas zalında otururlar, andlıların davranışını öyrənir və andlıların verdiktinə təsir göstərmək üçün hansı sualların verilməsi və hansı argumentlərin irəli sürülməsində vəkillərə məsləhətlər verirlər.

Akademik jurnallardan biri məhkəmə məsləhətçilərinin müdafiəsinə dair məqalə dərc etmişdi. Orada göstərilirdi ki, dövlət ittihamçılarında o qədər üstünlük və resurslar var ki, təqsirləndirilən şəxs belə müdafiə olmadan keçinə bilmir. Məqalənin ümumi mənası belə idi ki, məhkəmə məsləhəti təcrübəsi yaxşı deyil, lakin ittihamın istifadə etdiyi əsassız üstünlükləri nizamlamaq üçün vacibdir.

Bu işdə ictimai əlaqələrin mühümlüyü və müştəriyə ictimai fikrin göndərilməsi zəruriliyi barədə bölmə Karolun xoşuna gəlmədi. Məqalədə



Məhkəmə prosesinin məqsədinin təqsirləndirilən şəxsin təqsirli olub-olmamasını müəyyənləşdirməsi barədə heç nə bildirilirdi. Bu hal nədənsə diqqətdən yayınmışdı.

Təəccüblü deyil ki, professor Kleyton kimi insan AMMC üçün qızıl insan idi. Karolun fikrincə, məhkəmə məsləhəti ictimai əlaqələrin bütün sahələrinə və təbii ki, ədalət mühakiməsinə təhlükə yarada bilər. Bəlkə, professor Kleyton ona nisbətən daha dərin bu işə yanaşır?

Karol məqaləni oxumqada davam etdi və AMMC-nin əsas məqsəd və vəzifələrinin siyahısına rast gəldi. Orada göstərilirdi:

“Amerika məhkəmə məsləhəti cəmiyyətinin əsas məqsəd və vəzifələri aşağıdakılardır:

1. Məhkəmə məsləhəti və məhkəmə proseslərinin elmi araşdırılması və pedoqoji fəaliyyətlə bağlı olan sahəsində ümumi professional maraqları olan insanlar arasında dialoq və münasibət üçün şəraitin yaradılması;

2. Cəmiyyətin üzvlərinin professional artımına kömək etmək, məhkəmə məsləhəti sahəsində ideyaların, fikirlərin, bacarıqların, təcrübənin və nəticələrin mübadiləsi üçün şərait yaratmaq;

3. məhkəmə təcrübəsində elmi texnologiyaların tətbiq olunmasına uyğun metodların inkişafı və təkmilləşdirilməsinə kömək etmək;

4. məhkəmə məsləhəti qaydalarının hüquqşünaslar tərəfindən effektiv və etik istifadəsini təbliğ etmək;

5. məhkəmə məsləhəti barədə dəqiq informasiya vermək və həmişə belə informasiyanın alınmasına çalışmaq”.

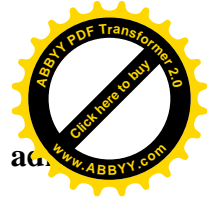
4-cü bənd Karolu daha çox maraqlandırdı. Əgər Amerika məhkəmə məsləhəti cəmiyyəti həqiqətən “məhkəmə məsləhəti qaydalarının etik istifadəsində” maraqlıdırsa, onda professor Kleytonun orda nə etdiyi başa düşüləndir. Karol bilirdi ki, Kleyton namuslu və ləyaqətli, ancaq hamı belə deyil.

Məhkəmə məsləhəti ideyasının özü isə onun yenə də xoşuna gəlmirdi. Axı məsləhətçilər ictimai əlaqə qaydalarını qarşıdakı məhkəmə prosesləri barədə ictimai fikri formalaşdırmaq üçün istifadə edirlər. Bu halda təqsirsizlik prezumpsiyası öz əhəmiyyətini itirir.



Karol onun köməyinin nədən ibarət olması barədə soruşmağa Kleytona kömək etmək barədə dərhal razılıq verdiyinə görə təəssüflənir. Əgər o bilsəydi, imtina etmək üçün səbəb tapardı. İndi necə etməli-aydın deyil.

Onun seçimi çox deyil. O ya ədalət mühakiməsinin həqiqəti bahasına vəkillərə işi udmağa kömək etmək üçün mövcud olan təşkilata kömək etsin, ya da dostlarına və həmkarlarına verdiyi sözü unutsun. Onun universitetdəki gələcəyi bundan asılıdır. Əgər Karol ikinci variantı seçsə, onun ştata salınması necə olcaq? Nə etməli?



24. Mühakimə olunmaq ya yox: qeydə alınmış adı istifadəsi ilə etik dilemma

Əgər xəbər yoxdursa, deməli bu yaxşı xəbərdir

KIV-lə iş üzrə menecer Cina qayğılı halda Çakanın kabinetinin qapısının yanında dayanmışdı.

- Daha bir məqalə - o "Ayova Deyli Herald"ın təzə nömrəsini ona uzadaraq dedi. Bu artıq bizimdir.

Çak yaxşı bir şey hiss etməyərək qəzeti götürdü və əsas anları qeyd edərək tez məqaləyə baxdı. Faktların obyektiv verilməsini etiraf etmək lazım idi, lakin onların təşkilatı nədənsə yaxşı formada görünmürdü.

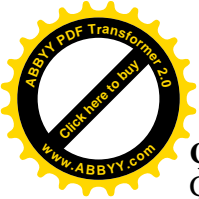
Çak Qeyns artıq dörd ildir ki, Ayova ştatının iqtisadi inkişaf xidmətinin marketing şöbəsinin (İDEA) rəhbəri idi. Onun vaxtının və gücünün böyük hissəsi GreatState proqramına gedirdi. Bu proqramın məqsədi iş dünyasında Ayova ştatının müsbət imicini yaratmaq idi.

Əvvəlcə hər şey yaxşı gedirdi, lakin son zamanlar ilk problemlər yarandı. Bir neçə ay əvvəl, 1997-ci ilin aprelində İDEA-da öyrəndilər ki, onların rəsmi qeydə alınmış adı Nyu-Yorkda başqa təşkilat tərəfindən istifadə edilir. Oxşar hadisələr əvvəllər də baş vermişdi, lakin İDEA həmişə münaqişələri aradan qaldırmağa müvəffəq olmuşdur. Bu təşkilat isə inadkar idi və hətta məhkəmə çəkişməsindən qorxmurdu. Çak Cinanın bacarıqlarına şübhə etmirdi, lakin o mətbuatda müharibəyə başlamaq istəmirdi.

- Bütün faktlar düzgün qeyd edilib. Düşünürəm ki, Ayovada insanlar bizim doğru olduğumuzu başa düşürlər, - Çak dedi, lakin onun səsində qətilik yox idi. Yəni onlar bu barədə könüllü yaza bilməzlər? Həm də ki biz yerliyə.

- Mən çalışdığım qədər həll etməyə çalışdım, - Cina dedi. Ancaq hər şey David və Qolias mövzusunda qayıdır-böyük şirkət balaca şirkəti məhv etməyə çalışır. Hərdən elə olur ki, sən hətta həqiqət sənin tərəfində olsan belə haqlı olursan.

- Cina, narahat olmayın, - Çak öz əməkdaşını sakitləşdirməyə çalışdı. Siz hər şeyi düzgün etmişiniz. Və hər şey yaxşı olacaq. Mən hər bir halda bunu Fredlə müzakirə etməyə hazırlaşırıdım. Mən sizi işin gedişi ilə tanış edəcəm.



Çak Qeys, İDEA və GreatState

Çakin dostu və rəisi Fred Qrin prezident olarkən o 1993-cü ildə İDEA-ya gəldi. Buna qədər Fred və Çak birlikdə İllinoysda iqtisadi inkişaf üzrə dövlət xidmətində böyük müvəffəqiyyətlə işləmişlər. Hətta Fred tərəddüd etmədən öz köməkçisini İDEA-ya aparmışdı.

İDEA-Ayovanın müsbət obrazının bütün ölkə və bütün dünya üzrə iş mərkəzlərində yaradılması ilə məşğul olan qeyri-kommersiya təşkilatıdır. O müxtəlif təşkilatların pulu və dövlət vasitələri hesabına fəaliyyət göstərir. ODEA ştata bir çox iri firmaları cəlb etməyə kömək etmişdi.

Çak yeni iş yerində işə tez başladı. O bir neçə ay Ayovanı yüksək texnologiya və rəqabətlə biznes üzrə yaxşə şərtlərə malik ştat kimi xarakterizə edən GreatState proqramını hazırladı. İdeya Fredin xoşuna gəldi və Çak onun üçün marketing strategiyası hazırladı. Onlar sənədləri hazırladılar, GreatState.com saytını qeydiyyatdan keçirdilər, mətbuatda reklam yerləşdirdilər. Hər şey hazır olanda, Çak şirkətin hüquqşünaslarının köməyi ilə rəsmi olaraq GreatState-n adını qeydiyyatda aldılar. Bu 1994-cü ildə olmuşdu.

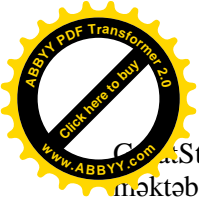
Layihə böyük nailiyyət qazandı. Yerli sahibkarlar və siyasətçilər onu dəstəklədilər və ştata investorlar gəlməyə başladı.

Layihə get-gedə məşhurlaşmağa başladı və Çak başa düşdü ki, öz adını digər ondan istifadə etmək istəyənlərdən qorumaq lazımdır. Xoşbəxtlikdən, belə münaqişələr az idi və hamısı asan həll olunmuşdu. Qaydaları pozanlara hörmətlə onların günahını başa salmış, zəruri hallarda onları məhkəmə ilə hədələmişdilər. Lakin heç bir iş məhkəməyə getməmişdi.

Nyu-Yourkdan GreatState, Inc.

1995-ci ildə qeyri-kommersaiya təşkilatı olan Greatstate, Inc. yarandı. O, Nyu-York ştatında tələbələrə İnternetə ucuz çıxışının təmin olunması ilə məşğul olurdu. Bir neçə məktəb şuraları və İnternet-provayderləri ilə əməkdaşlıq razılaşmaları sayəsində GreatState, Inc. Ay ərzində cəmi 8 dollara bütün şəbəkəyə daxil olmağı təklif edə bilirdi. Həmin zaman bu ən aşağı qiymət idi. Təşkilat Nyu-York ştatının iqtisadi rəqabət qabiliyyətinin qaldırılmasını öz məqsədi kimi elan etdi.

Ayda cəmi 175 dollara məktəb şuraları öz rayonları üzrə bütün məktəblilər üçün İnternetə pulsuz çıxışı ala bildirdilər. 1997-ci ildə



GreatState, Inc. Artıq yüzlərlə məktəb şurası ilə işləyirdi və 4 milyard dollarlıq məktəbli və tələbə üçün, həmçinin onların müəllimləri və valideynləri üçün dünya şəbəkəsini əlçatan etmişdi. Nailiyyət elə başgicəlləndirici idi ki, şirkət İnternetə çıxışı digər kateqoriya insanlara daha yüksək, lakin uyğun qiymətə təklif etməyə başladı.

GreatState-in əməkdaşları öz işlərinə inanırdılar. “Biz heç kimin etmədiyini eləməyə çalışırıq. Əksər provayderlər ayda 8 dollara internetə çıxışı satmağı özlərinə sərfəli saymırlar”, - 1997-ci ildə şirkət direktoru Elis Kenson dedi. Çıxışdan əlavə, GreatState, Inc. əlaqənin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üzərində işləyirdi.

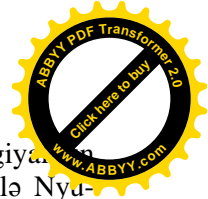
Great State adlanmaq hüququ uğrunda mübarizə

Çak Nyu-Yorkda GreatState, Inc-in mövcudluğu barədə 1997-ci ilin əvvəllərində öyrəndi. O fikirləşdi ki, bu təşkilata adını dəyişməyə məcbur etmək lazımdır, axı o yüksək texnologiya ilə işləmiş və Nyu-York ştatında İDEA üçün hakim mövqedə idi. Bundan əlavə, Yahoo siyahısında GreatState, Inc. Onların təşkilatından bir addım əvvəldə dayanırdı.

Çak fikirləşdi ki, əgər nyu-yorklular GreatState adını işlətməyə davam etsələr, bu uzun müddət İDEA –nın üzərində işlədiyi markaya zərər yetirər. Həmçinin şübhə yox idi ki, GreatState, Inc.-də İDEA-nın proqramının mövcudluğu barədə bildirdilər, axı onlar GreatState.com saytını ala bilmədilər və GreatSt.com saytı ilə kifayətlənməli oldular.

İDEA-nın hüquqşünasları Greatstate-ə ilk məktubu 1997-ci ilin əvvəlində göndərmişdilər. Məktubda bildirilirdi ki, GreatState adına olan hüquq İDEA-ya məxsusdur, GreatState, Inc. İsa İDEA bu adı qeydə alandan sonra istifadə edib və bu müəlliflik hüququ haqqında qanunun pozuntusunu təşkil edir. GreatState, Inc.-də adı dəyişməkdən imtina etdilər. O zaman İDEA-nın hüquqşünasları GreatState, Inc.-i məhkəmə ilə hədələməsi barədə daha bir məktub göndərdilər.

Lakin Nyu-Yorkda buna ancaq sevindilər. Onlar İDEA-nın xəbərdarlığında bütün ölkə üzrə pulsuz reklam almaq imkanını görürdülər. GreatState-in layihəsinin müvəffəqiyyətini qiymətləndirərək GreatState, Inc.-də məhkəməyə qədər münafişəni mətbuatın diqqətinə çatdırmağı qərara aldılar.



- Biz qeyri-kommersiya təşkilatı olaraq elektron texnologiyaya yayılması ilə məşğul oluruq. Mən başa düşmürəm ki, Ayova ilə Nyu-Yorku necə səhv salmaq olar, GreatState, Inc.-in təsisçisi Stüart Korcill Nyu-york qəzetinə müsahibəsində bildirdi. Bizdə ancaq könüllülər işləyir və bütün aktivlər 500 dolları keçmir, -o ictimai rəyi öz tərəfinə çəkmək üçün əlavə etdi.

İDEA adından onun prezidenti Fred Qrin çıxış etdi. O dəqiq və qısaca olaraq faktları qeyd etdi: Biz öz saytımıza və ona istinadları az qoymamışıq. Təşkilatın belə adla mövcudluğu qarışıqlığa səbəb olur və bu da bizə işləməyə mane olur. Bizə əlaqələr üçün aydın vasitə lazımdır.

Korcilin savabı məntiqli olmasa da emosional idi.

- Bu iddianın heç bir əsası yoxdur. Bu məsələ aydınlaşacaq! - o dedi.

Nyu-York qəzetindəki məqalədən sonra İDEA ilə həmişə sıx əməkdaşlıq edən yerli KİV-lərə xəbər çatdı. Onlar Cinə kommentariya üçün müraciət etdilər, lakin o yalnız Fredin sözlərini təkrarlamaq bildi və əlavə etdi ki, qanun İDEA-nın tərəfindədir. Lakin gələcək Amreika uğrunda mübarizə aparən kiçik şirkət gənclərin İnternetə çıxışını təmin etməsinin təqdim edilməsi yolu ilə açıq-aydın bu kağız üzərində müharibəni uduurdu.

GreatState-in aqibəti

Cinanın səhər gətirdiyi bütün materialları və qəzetləri götürərək Çak Fredin kabinetinə getdi. Daxil olarkən o, qapını örtüdü.

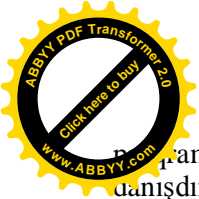
- Çak, əyləş. Belə ciddi olmaq lazım deyil. Bizim dəhşətlərimiz və kədərimiz olub.

- Ola bilər. Ancaq bizim indiki vəziyyətdə seçimimiz xoşuma gəlmir. Sən "Ayova Deyli Herald" da bugünkü məqaləni oxumusan?

- Oxumuşam. Bizim müştərilər də oxuyub, mən bu gün onlardan bəzisi ilə danışmışam. Bu onları narahat etmir.

- Bu yaxşıdır,-Çak rahatlaşdı. -ancaq mən yenə də qorxuram ki, bu nyu-yorklular və qəzetlər əl çəkməsələr, bizim markaya zərər dəyər. Onlar yaxşı şirkətdirlər və uşaqlara xeyir verirlər. Əgər biz bunu etsək, uşaqlara zərər vura bilərik.

- Axı biz onları bağlamırıq! - Fred etiraz etdi. Biz sadəcə onların adını dəyişməsinə xahiş edirik. Məsələn, götürək GreatSt-1, bu onların saytının adıdır və onları belə adla tapmaq asan olar. Həm də biz bu



- Amma az pul, vaxt və güc qoymamışıq. Mən dünən hüquqşünasları danışdım və onlar deyirlər ki, biz qalib gələcəyik. Qanun bizim tərəfimizdədir.

- Ancaq burda iş təkcə qanunla bitmir, Fred. GreatState, Inc. Emosiyalarla oynayır. Bizim marka mətbuatda bu hisslərə görə zərər çəkib. Əgər biz məhkəməyə müraciət etsək, müxbirlər 10 dəfə çox olacaq və onlar daha kəskin olacaq. Sən əminsən ki, bizim müştərilər və markamızın imici buna dözə biləcək?

- Çak, əgər biz geri çəkilsək, bizim markaya zərər dəyməzmi? Axı biz heç vaxt belə etməmişik. Əgər biz məhkəməyə müraciət etməsək, müştərilər bizə hörmət etməz.

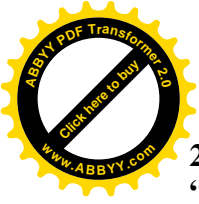
Fred Çakın qaygılı sifətinə baxaraq gülməyə başladı: Bax buna görə mən səni bura gətirmişəm. Sən həmişə marketinq üzrə yaxşı analiz aparırsan. Mən sənin narahatlığını başa düşürəm, bəs sən bilirsən bizi məhkəmədə nə gözləyir? Sən qərar verirsən. Biz məhkəməyə gedirik ya yox, bəlkə sənin başqa variantın var?

- Fred, mən hələ bilmirəm. Bəlkə səhərə qədər fikirləşim?

- Oldu! Nə olursa olsun, sən qərara gəldiyin kimi olacaq. Sabah yanıma gəl və bu məsələni qurtaraq.

İndi şirkətin necə hərəkət etməsi Çakdan asılıdır. O kimləsə məsləhətləşməyi qərara alır. Sizin marketinq etikası probleminə təcrübənizdən məlumatlı olaraq, o məsləhət üçün Sizə müraciət edir.

Siz ona nə məsləhət görürdünüz?



25. “Yüksək ball” firmasının dilemması: abituriyentə “xahiş etmək” düzgündürmü?

Şon Simpson öz dəri kreslosuna söykəndi. O elə indicə Dallasın məktəb əyalətinin “Yüksək ball” firmasının yeni müştəriləri üçün təhsil kursu planına son dəyişikliyi etdi, firma rəhbərliyi öz tələbələrini standart buraxılış testlərinə olan nəticələrini yaxşılaşdırmaq istəyirdi. Şon sakitləşmək və istirahət etmək istəyirdi ki, ofisin qapısı açıldı və onun partnyoru Troyanın yüksək səsi eşidildi.

- Mən indicə telefonla Pol Qleyzerlə danışdım, -o bildirdi.

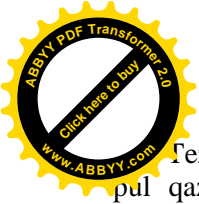
Sakitlikdən iz belə qalmadı. Qleyzer Rio-Grand-Vellidə iri məktəb əyalətində riyaziyyat proqramına rəhbərlik edirdi. “Yüksək ball”ın ilk və nəhəng müştərilərindən biri ilə müqaviləsini artırma bilməsi ondan asılı idi.

- O müqavilə barədə nəse dedi? - Şon soruşdu.

- Yada saldı, - Troy dedi. Biz yaxşı danışdıq. Onun oğlu Texas Universitetinin fizioterapevt bölməsinə daxil olmaq istəyir. O qəbul komissiyasından Co Siski barədə soruşdu. Sən bir neçə il bundan qabaq onunla standart testləşdirmədə işləmişən.

“Yüksək ball” firmasının tarixi

Şon Simpson və Troy Rocers 1994-cü ildə yuxarı siniflər üçün nəzərdə tutulmuş proqramda tanış olublar. Tezliklə onlar dostlaşdılar. Şon milli akademik müsabiqənin qalibi olub və SAT və PSAT testlərini yaxşı bacarırdı, (bu testlər kollec və universitetlərə qəbul imtahanlarında rol oynayır). Troy da SAT testləri üzrə yaxşı təcrübəsi var idi. Hər ikisini testə hazırlıq üzrə yaxşı firmaların xidmətləri yüksək keyfiyyətli olmasına baxmayaraq, çox baha olması narahat edirdi. 1996-cı ilin sentyabrında Troy və Şon Ostində SAT-a hazırlıq üzrə yeni şirkət yaratdılar və onu “Yüksək ball” adlandırdılar. Milli akademik müsabiqənin 5 lauretı tərəfindən hazırlanmış metodika əsasında onlar əksər ailələr üçün əlçatan olan sadə hazırlıq sistemi yaratdılar. Onların şirkəti bütün arzu edənlərə testlərdə öz nəticələrini yaxşılaşdırmaq imkanı yaradırdı. Əvvəlcə onlar valideynləri yüksək ali təhsilə malik olmayan abituriyentlərə istiqamətlənmişdilər. Digər rəqiblərə nisbətən qiymətlər iki dəfə aşağı idi.



Tezliklə Şon və Troy başa düşdü ki, təkcə abituriyentlərdən çox pul qazanmaq olmaz və öz tələbələrinin nəticələrini yaxşılaşdırmaq istəyən məktəb dairələrinə proqramlar satmağa başladılar. Dairələrlə iş tezliklə birinci plana keçdi. Buada şagirdlərlə fərdi məşğələlərə nisbətən rəqiblər və inzibati iş az idi.

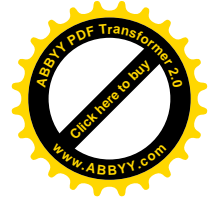
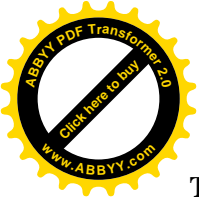
Şon Troyla birlikdə öz planlarının nailiyyətinə şübhə etmirdilər, lakin məktəb dairələrində fayət qədər möhkəm olmayan nüfuz çətinləşirdi. Baxmayaraq ki, həyəcana səbəb yox idi, hər iki müttəfiq başa düşürdü ki, yeni biznes lazımdır.

“Yüksək ball”ın proqramı adətən metodistlər və müəllimlərlə birlikdə hazırlanır. Hər bi məktəb dairəsinə firmanın fərdi yanaşması var. İşdə müəllimlər, inzibati işçilər və universitet tələbələri iştirak edirlər. Buna görə də məktəb rəhbərliyi proqramı dəstəkləyir və o tələbələr arasında məşhurdur. Firma bütün müştərilərinə testin nəticələrinin yaxşılaşacağına zəmanət verir.

Yalnız testə hazırlığa kömək edilməsini təklif edən rəqiblərdən fərqli olaraq “Yüksək ball” abituriyentlərin qəbul komissiyasının üzvləri ilə görüşünü, maliyyə köməyinin alınması üzrə pulsuz məsləhəti və təhsilin planlaşdırılması üzrə seminarları təşkil edir. Firma tələbələrin kollec həyatına qarışmasına kömək etmək üçün kompleks paket xidmətləri təklif edir. Bu xüsusən valideynləri heç vaxt institutda oxumayanlar üçün vacibdir. Bundan başqa, “Yüksək ball” qəbul komissiyasına firma proqramları ilə məşğul olan şagirdlərin siyahısını göndərir. Bu xidmət eyni zamanda həm şagirdlərə, həm də Ali məktəb müəssisələri üçündür. Firma bundan başqa gələcək tələbələrə ali məktəblərlə əlaqə yaratmağa kömək etmir. Ayrı-ayrı abituriyentlərə “Yüksək ball” zəmanət vermir. Bunu həmçinin onun rəqibləri də etmir.

Şon Simpson

Şon Simpsonun vəzifəsi inkişaf üzrə direktordur. O, Texas kənd təsərrüfatı universitetini “Tətbiqi riyaziyyat və statistika” ixtisası üzrə bitirib. Təhsil aldığı dövrdə məsləhətçi kimi kurslarda standart təslərə hazırlıq kurslarında dərs deyib və təhsil planlarının tərtib edilməsində iştirak edib. Şon Texas və cənubi Kaliforniyanın əksər ali məktəblərinin qəbul komissiyaları ilə sız əməkdaşlıq edirdi. Universitetdən sonra yuxarı siniflərə riyaziyyat dərsi keçib, sonra “Yüksək ball” yarandı.



Troy Rocers

Troy-marketing üzrə direktordur. O, Texas, Corctaunda Cənub-Qərbi universitetini “siyasi elmlər” ixtisası üzrə bitirib. Təhsil müddətində yuxarı sinif-abituriyentlər üçün bazar günü kurslar təşkil edirdi. Universitetdən sonra ailə biznesində işlədi.

Biznes

Şon və Troyun birgə işi sayəsində qəbul komissiyalarında çoxlu əlaqələr yarandı. Bu bazarda müstəsna mövqeni saxlamağa kömək edirdi və bütün yeni standartlardan, tendensiyalardan və digər vacib şeylərdən xəbərdar olmağa imkan verirdi. Bu əlaqələri sirr saxlamaq düzgün olmazdı, belə ki, onlar yüksək ixtisaslaşmış firma kimi görünürdülər.

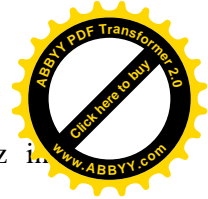
Lakin son zamanlar elə hadisələr baş verirdi ki, valideynlər, müəllimlər və abituriyentlər “Yüksək ball”ın əməkdaşlarından qəbul komissiyasına onları tapşırmağı xahiş edir, bəzən isə bu həтта yazılı formada olurdu. Bu Şonu çox narahat edirdi. Firma öz prinsiplərinə ciddi yanaşırdı, lakin müqavilələr asan başa gəlmirdi və onların saxlanması üçün elə etmək lazım idi ki, valideynlər, metodistlər və müəllimlər razı qalsın. Axı onlardan məktəb dairələrinin “Yüksək ball”la müqaviləni artırır-artırmayacağı asılı idi.

Hazırda onlar yeni biznesə başladıda, Troyun qəbul komissiyaları və ali məktəblərin inzibati heyəti ilə əlaqələrə yer ayırması Şonu daha çox narahat edirdi. “Bu əlaqələr sayəsində bizə inanırlar”,-o dedi. –Mən demək istəmirəm ki, biz qəbul komissiyasından səif uşaqları götürməyi xahiş edək. Lakin yaddan çıxarma ki, yeni biznesə başlamasaq, yaşaya bilmərik” troyun izahı Şonu tez sakitləşdirdi, ancaq qəlbinin dərinliyində xoşagəlməz hiss qaldı.

Zəng

Mən səndən Coya məktub yazmağı xahiş etməyi, sonra zəng etməyi Pola söz vermişəm, - Troy dedi. Şon gərginləşdi: Sən bilirsən ki, texas universitetinin fizioterapevt bölməsinə qəbul olunmaq necə çətindi. Ya ən yaxşısı olmalısən, ya da əlaqələrin olmalıdır.

- Bəs biz həmin oğlanı tanıyırdıqsa, onun adına necə xahiş edərik?- Şon özünü küncə sıxışdırılmış kimi hiss etdi. –Sən karta bizim markanı,



... və nüfuzunu qoymaq istəyirsən. Bundan başqa, əgər biz i...
razılışsaq, sonrakı dəfə bizdən nə istəyəcəklər?

- Qulaq as, mən özüm Polla danışmışam,-Troy tez cavab verdi. –O inandırır ki, onun oğlu çox hazırlaşır və məhz bu bölməyə daxil olmaq istəyir. Sadəcə orada yer çox azdır. əgər biz bu oğlana kömək etsək, bunun nəyi pisdir?

- Mən əlbəttə, coya zəng edə bilərəm, ancaq ondan xahiş etmək istəmirəm,-Şon dedi. Mənə elə gəlir ki, bu həm coya, həm də bizə münasibətdə düzgün deyil. Biz gözümüzü görmədiyimiz oğlana görə sən necə xahiş edə bilərsən?

- Pol deyir ki, onun SAT üzrə yaxşı nəticələri var, - Troy cavab verdi. Problem ondadır ki, o abituriyentlərin cərgəsindən çıxmır. Biz burda kömək edə bilərik. O, çox yaxşı oğlandır, ancaq vacibdir ki, onu görsünlər. əgər sən onun barəsində Coya yazsan, xüsusən onlar onu götürüb-götürməməyi tərəddüd etsələr, bu böyük əhəmiyyət daşıyacaq. Və yaddan çıxarma ki, Pol bizimlə müqaviləni artırırsa, bizə az görsənməyəcək.

Şon fikirləşdi. Bəlkə məktub yazmaqda və zəng etməkdə pis heç nə yoxdur? Ancaq nə deməli? Birdən Co suallar verməyə başlayar? Və bu presedent ola bilərmi? Digər tərəfdən, Şon imtina etsə, “Yüksək ball” bizədən mərhum ola bilər.

- Sən bu barədə fikirləş. Mən Pola sabah müqavilə üçün zəng etməyə söz vermişəm, - Troy dedi. Mən onun üçün ... və onun oğlu üçün hər şeyi etməyi ona demək istəyirəm.

Şon kresloya oturdu. Təsəvvür edin ki, siz onu uzun illərdir ki tanıyırsınız. O bilir ki, Siz marketing etikasını öyrənirsiniz və Sizin fikriniz soruşur. Siz onə neci hərəkət etməyi məsləhət görürdünüz?



26. Naşir Fil Batson və onun iş, mülki və jurnal öhdəlikləri

Bu material Kanzas universitetinin jurnalistika professoru Con Qinn tərəfindən yazılmışdır. Material real faktlara əsaslanır, lakin real şəxslərlə hər cür oxşarlıq təsadüfidir və qəsdən edilməyib. Material jurnalist etikası üzrə məşğələlərdə müzakirə etmək üçün nəzərdə tutulub.

Naşir Fil Batson yaxşı xatırlayırdı ki, 86-cı ildə öz doğma şəhəri Nortsində biznesin inkişafı üzrə şuraya rəhbərlik etməkdən imtina etmişdi. Lakin o vaxtdan çox şey dəyişmişdi.

92-ci ilin yanvar ayında Fildən turizm üzrə şəhər komissiyasının sədri olmağı təklif etdilər. Fil bilmirdi ki, bu işə razılaşsın ya yox. Hər iki qərarın xeyrinə arqumentlər ciddi idi.

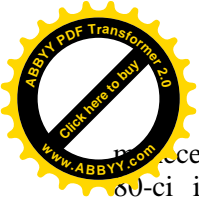
Fil Batson

III Filip Rendolf Bartson həmişə qəzet buraxmağı arzu edirdi. Buna görə də onun Nortsində yeganə olan günlük qəzeti öz atasından alan mərhum II Filip Batsonun yeganə vərəsəsi olmaq tam qane edirdi.

Batson ailəsi ştatın ilk ailələrindən biri idi. 20-ci illərdə Rendolf Batson hətta ölkə senatında onun maraqlarını təmsil edirdi. Buna görə də Fil Batson uşaqlığında özündə məşhurluğu hiss edirdi. Onun valideynləri dövlət təhsil sisteminin pərəstişkarları idilər, buna görə də Fil Nortsində adı məktəbə gedirdi. Sonra o ştatın universitetində nüfuzlu jurnalistika fakültəsinə daxil oldu, bundan sonra Çikaqo universitetində magistr dərəcəsi aldı.

Hələ məktəb illərində Fil “San” qəzetində işləməyə başladı. O zaman o yayma şöbəsinə yük maşını aparır və poçt şöbəsinə və yığıcı otağına kömək edirdi. Universitetin yay təcrübəsi qismində “Milouki Cornal” pərakəndə şöbəsində reklam verməyə başladı və Nortsindən 100 km uzaq olan Qreyson şəhərində 20000 tirajlı qəzetin müxbiri oldu.

Fil magistr dərəcəsi alaraq bir il “Atlanta Cornal”da ixtisaslaşmış elanlar şöbəsində, iki il Ohayoda kiçik gündəlik qəzetdə müxbir, yarım il “Çinçinnati Enkuayrer”də redaktor və 3 il “Luisvill Kuryer Cornal”da reklam şöbəsində işlədi. Bundan sonra o Nortsinə qayıtdı və “San”ın baş



...eceri oldu. İlk illərdə o öz atasının yanında köməkçi kimi idi. Lakin 80-ci illərin əvvəllərində ata Batsonun səhhəti pisləşdi və “San”ın gündəlik problemləri Filin üzərinə düşdü. Lakin mühüm məsələlər üzrə o əvvəlki kimi atası ilə məsləhətləşirdi.

1986-cı il. Xahiş

Onların sonuncu söhbəti 1986-cı ilin yazında yerli elit qrup biznesin inkişafı üzrə şəhər şurasına rəhbərlik etməyi Fildən xahiş edən zaman oldu. Qrupa şəhər meri, ticarət palatasının sədri, rayon şurasının rəhbəri və ştatın qanunvericilik yığıncağının iki deputatı daxil idi. Fil bundan məmnun oldu, lakin hesab etdi ki, o nəşriyyata rəhbərlik etdiyinə görə və məşhur ailədən çıxdığına görə ona müraciət ediblər.

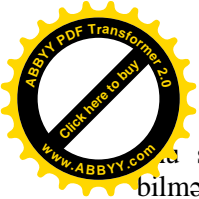
Lakin onun prezident olduğu vaxtlarda “Vahid yol” xeyriyyə proqramını dəyişdirilməsi və onun və “San”ın redaktorunun qəzet səhifələrində ağıllı iqtisadi təklif verdiklərinə dair söhbət getdi. Bu təkliflər arasında biznesin inkişafı üzrə şuranın yaradılması da var idi.

Razılışma həvəsi böyük idi. Lakin Filin əsas vəzifəsinin “San” üçün yaxşı nəşir olması hissi tərk etmirdi. Keçmişdə o öz ictimai vəzifələrini qeyri-siyasi tədbirlərə daxil edirdi ki, bu tədbirlər xəbərlər nadir hallarda düşürdü. Lakin bu iş başqa bir növ idi.

Fil hesab edirdi ki, qəzet xəbərlərin qərəzsiz mənbəyi olmalıdır, onun biznesin inkişafı üzrə şuraya bənzər təşkilatda işi isə burada problem yarada bilərdi. “San”ın müxbirləri bu şuranın sədri onların nəşiridirsə, ona xoşagəlməz suallar verə bilərdilərmə? Əsas informasiya mənbəyi Fil olan “San”ın hansısa ziddiyyətli mövzuya dair reportajına kim inanacaq?

Fil bu sualları xəstə 80 yaşlı atasına verdi.

- Razılış ki sən onlara lazımsan, -atası dedi. Şəhərdə bu işin öhdəsindən gələ bilən çox adam yoxdur. Bunu üçün bacarıq, enerji və bir çox şeylər lazımdır. Sən bu insanlardan birisən. İndiyə qədər sən bu vəzifələrdən qaça bilmisən, lakin bu həmişə davam edə bilməz. Sən şəhərə lazımsan. Bizim ailə ona borcludur. Biz burda yaşadığımızı görə bəxtimiz gətirib. Bundan başqa, zəti də yaddan çıxarma. Sənin vəzifən-



...da sağ və möhkəm saxlamaqdır. Əgər sən bunun öhdəsindən bilməsən, sənin insanları məlumatlandırma, onların maraqlarının keşiyində durma və xeyir gətirmə kimi bütün öhdəliklərin heç nəyə dəyməyəcək...

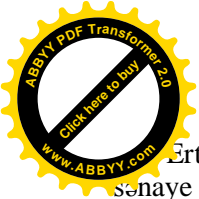
- Bəs iqtisadiyyat yaxşı formada deyil. Bizdə əvvəllər problem yox idi, çünki şaxta, meşə təsərrüfatı və üç avtomobil zavodu işləyirdi. Ancaq bax, indi nə baş verir. Şaxta işləmir. Avtozavodlarda ixtisarlaşma baş verir. Meşə hazırlığında isə yeni texnologiyalar var və onlara da əvvəlki illərdəki kimi çoxlu işçilər lazım deyil. Bütün bunlar “San”a da təsiri edir,-ata öz fikrini bitirdi. –Bütünü çətinliklər reklam hasilatına və tirajına keçir. Mən şadam ki, sən və sənin komandada bunlara dözmək üçün ağıl çatır. Lakin bu həmişə belə olmayacaq. Əvvəl-axır şəhərin zəifləmiş iqtisadiyyatı qəzeti də ardınca aparacaq. Əgər iqtisadiyyat zəifləməyi dayandırmasa, şəhər məhv olacaq, hələ qəzetdən danışmıram. Sənin borcun isə-qəzeti saxlamaqdır. Fil bir çox şeylərdə atası ilə razı idi. Onu gələcəkdə gözləyən risk və problemlərə görə bögyük qorxu olmasına baxmayaraq, o demək olar ki, şuranın sədri olmağa hazır idi.

İndi bu qərarı həyat yoldaşı Betlə müzakirə etmək qalırdı. Yeni iş o demək idi ki, yoldaşına və 3 uşağına Fil az vaxt tapacaqdı.

Hər şeyin həll olunduğu düşünülürdü, birdən 2 gözlənilməz hal baş verdi. Ertəsi gün atası ilə söhbətdən sonra Fil böyük zərbə aldı. 10 gündən sonra o öldü. Bu müddət ərzində Fil demək olar ki iş məsələləri ilə məşğul olmadı. Onun başqa qayğıları var idi - dəfn, vərəsəlik, və şəxsi hüzn...

Fil öz vəzifələrinə qayıtdıqdan 3 gün əvvəl gözlənilməz hadisə də baş verdi. “San”da belə bir məqalə dərc olundu ki, müdafiə sənayesinin nəhənglərindən biri Nortsində təcili 400 alim və mühəndis üçün elmi-araşdırma mərkəzi tikmək istəyir.

Bir ildən sonra şirkət ağır hərbi texnika üzrə zavod tikməyə hazırlaşdı. Biznes-planın bir hissəsi gizli saxlanılırdı, lakin məlum idi ki, zavoda minlərlə işçi lazım olacaq, bundan başqa, avtomatika və robotlar da olacaq.



Ertəsi gün belə bir məqalə çıxdı ki, müdafiə layihəsi Nortsində di-
senaye nəhənglərini də cəlb edəcək. “Biz gözləyirik ki, bizim iri
yayıcılarımız anbar, quraşdırma zavodu və ola bilsin bizim zavod
yaxınlığında elmi mərkəz tikintisi məsələsinə baxsınlar”- müdafiə
nəhənginin rəhbəri bildirdi.

Bundan sonra biznesin inkişafı üzrə şuranın yaradılması ideyası
aktual olmadı. Fil meri və digər təşəbbüs qruplarının rəhbərlərini
asanlıqla inandıra bildi ki, şura səfri ola bilməyəcək. Bununla yanaşı,
xüsusi olaraq vurğuladı ki, şuranı yaratmaq lazımdır. Lakin hamı elə
vəziyyətdə idi ki, heç kim onun sözlərini eşitmədi və beləcə şura
yaradılmadı.

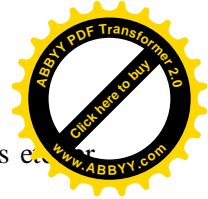
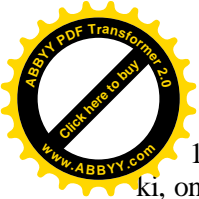
Yeni elmi mərkəz

Bəzi çətinliklərə görə elmi mərkəzin açılışı 2 il uzandı. Lakin 19879-
cu ilin yanvar ayında təntənəli mərasim keçirildi. Mərkəzin açılışı barədə
bütün yerli və regional mətbuat xəbər verdi. Mərasimə çoxlu siyasətçilər,
sahibkarlar və yerli, hətta milli səviyyədə alimlər gəlmişdi.

Çətinlik personalın yığılmasında idi. Mərkəzin açılmasının birinci ili
cəmi 50 işçi işləyirdi. Onlardan yarısı digər şirkətlərdən gəlmişdi.
Mərkəzin özündə nə baş verməsi barədə informasiya az idi. Tullanılan
layihələr və müdafiə nazirliyində maliyyənin gecikdirilməsi barədə
şayiələr gəzirdi.

Zavodun tikintisi barədə daha heç nə bildirilmirdi, baxmayaraq ki,
“San”ın jurnalistləri tez-tez bu sualı verirdilər və sonra şirkətin susması
barədə yazırdılar. Müdafiə nazirliyinin maliyyənin gecikdirilməsi və
“unudulmuş” zavodun tarixi ilə bağlı hansı rola malik olması barədə
Nortsin senatorları və konqresmenlərinə sorğu göndərilmişdir. Lakin heç
nə öyrənmək mümkün olmadı.

Nəhayət 1991-ci ildə şirkət elan etdi ki, müdafiə nazirliyi SSRİ-nin
dağılması və ABŞ müdafiə siyasətinin dəyişməsinə görə Nortsində olan
bütün layihələri bağlayır. Və elmi mərkəz də bağlandı.



1991-ci ilin siyasi hadisələrindən sonra Nortsin liderləri hiss etdilər ki, onların ayağı altından torpaq qaçdı.

1990 və 1991-ci illərdə milli iqtisadi tənəzzül dövründə Nortsin sakinləri yalnız müdafiə layihələri hesabına optimizmi saxlamağa müvəffəq oldular. Hazırda bu imidlər puç olmuş və şəhərdə qəm havası hökm sürürdü.

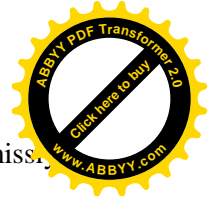
Yeni xahiş: turizm üzrə komissiya

13 yanvar 1992-ci ilin səhəri Fil Batsonun yanına Nortsin ictimai qruplarından biri də gəldi.

- Bildiyin kimi, Fil, biz şəhərin üzərinə düşən zərbəni aradan qaldırmaq istəyirik, mer Coy Kempbel dedi. Bizim analiz göstərdi ki, şəhərin iqtisadiyyatına həyat verməyin bir mümkün variantı var. Bu turizmdir. Bizim dağ xizəyi, gözlə mehmanxanalar, göl, yaxşı yollar və yaraşıqlı aeroportumuz var. Və indi bizim əsas vəzifəmiz-ağıllı plan qurmaq, yaxşı firma tapmaqdır və prosesi elə yönləndirmək lazımdır ki, bizim gözəl yerlərimiz bulanmasın. Biz hesab edirik ki, bununla turizmle xüsusi komissiya məşğul olmalıdır və ona sən rəhbərlik etməlisən. Biz direktoru və komandanı təyin etmək üçün sənə resurslar verərik, ancaq sənsiz biz iş görə bilmərik. Ancaq sən bizim turistləri necə cəlb etməyimiz və bununla həyatın düzgün axarını pozmadığı daha yaxşı tapa bilərsən. Bundan başqa sən biznesi bilirsən və elə edə bilərsən ki, bizi şübhəli partnyorlar aldatmasın. Həmçinin sən insanları seçə bilirsən, bunsuz isə yaxşı komanda yaratmaq mümkün deyil-mer dedi. –Sən bizə kömək edərsən?

Fil fikirləşmək üçün bir neçə gün vaxt istədi. Vaxt keçdi, o isə bir qərara gələ bilmədi.

O bütün arqumentləri “müsbət” tərəflərini fikirləşdi. Şəhərə doğrudan güclü təkan lazım idi ki, turistləri cəlb etmə ideyası həyata keçirilsin. Fil razıydı ki, Nortsin üçün bu iqtisadi böhrandan çıxmağın ən yaxşı yolu idi. O öz yerinə başqa şəxi təklif etməyi fikirləşdi. Belə adamlar cəmi iki nəfər idi. Biri firma direktoru idi. Ancaq o kommersiya layihələrində iştirak etmək istərdi, deməli komissiya rəhbəri ola bilməzdi.

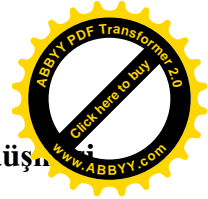


Heç bir isə yeni öyrənib ki, onda prostat xərçəngi var və onu komissiyaya maraqlandırmırdı.

Fil 1986-cı ili xatırladı. O zaman o narahat idi ki, qəzetin sahibi eyni zamanda informasiya mənbəyi olardısı, qəzetə inanmayacaqdılar! İndi isə hər şey daha da pisdir. Turizm haqqında xəbərlər yəqin ki çox olacaq və ziddiyətli hallar da baş verəcək. Ola bilsin ki, nəyisə gizlətmək lazım oldu. Onda o bütün həyatı boyu səmimiyyət uğrunda mübarizə apararaq bunu necə edəcək?

Fil atasının şəhər qarşısında olan borc və qəzetin saxlanmasının vacibliyi haqqında sözlərini unutmadı. Keçən il özünün 90 ili ərzində “San”ın tirajı və reklamdan gəlir aşağı düşmüşdür. Və tənəzzül davam edirdi. Biz zamanlar reklamdan gəlir ildə 10 milyon dolları keçirdi, indi isə onlar 9 milyona güclə çatır. Tiraj 40 mindən 37 yarıma düşmüşdü. Gəlir də azalmışdı, ancaq hələ də sərfəli səviyyədə idi.

Fil xatırlayır ki, Siz bir neçə dəfə çətin etik qərarlarla işləmisini və Sizdən məsləhət istəyir. Siz ona nə məsləhət görərdiniz? Niyə?



27. Miduest zooparkının həsəd olunan vəziyyətə düşməsi haqqında

Fevralın 8-i səhər soyuq idi, ancaq günəşli idi. Di öz maşını ilə Miduest zooparkının inzibati binasına tərəf gedərkən quşların civiltisini eşitdi. “Tezliklə bahardı”, - o fikirləşdi. Əhvalı yaxşı idi.

Di katiblə salamlaşdı və ofisinə tərəf getdi. Bugün onun, ictimaiyyətlə əlaqələr şöbəsinin rəhbərinin çox işi vardı. İri korporasiyanın, sponsorun imtina etdiyi kukla tamaşası üçün pul tapmaq lazımdı. Bundan başqa, zooparkın yerli telekanalla birlikdə həyata keçirdiyi “Şimpanzeyə ad fikirləş” adlı konkursla məşğul olmaq lazımdır. Zooparkda 10 meymun var idi və onlardan biri Lyusi tezliklə doğacaqdı. Di ona göndərilən ad variantlarına baxmalı bə şimpanzeyə qulluq göstərn əməkdaşlara qalibi seçmək üçün imkan verməli idi. Di həmişə onlara reklam tədbirlərində iştirak etmək imkanı verirdi. Axı onlar çox işləyir və az qazanırlar, onlarda döyüşkən ruhu dəstəkləmək lazımdır. Bundan başqa, bu onlara zooparkın bazarda yer uğrunda necə mübarizə aparmasını başa düşməyə kömək edir.

Dinin zooparkda işlədiyi 5 il ərzində tamaşaçıların sayı iki dəfə artmış, ildə 800 minə çatmışdı. O bilirdi ki, bunların çoxu marketinqin fəallığı və mətbuatla yaxşı əlaqələr sayəsində mümkün olmuşdu. Tamaşaçılar isə zooparka hava kimi lazım idi, dövlət onun ancaq 1/3 hissəsini maliyyələşdirirdi, qalan pulu isə qazanmaq lazım idi.

Səhər saat 10-da zoopark müdiri Konli zəng etdi. Gecə Lyusinin balası olub. Həkim Suonson çəkisini, cinsini və ölçüsünü müəyyənləşdirmək üçün körpəni anasından almağa cəhd edir.

Bu elə də çətin olmadı. Bir neçə saat sonra Lyusi balasını yerə qoydu və getdi. Əlbəttə, adətən analar belə etmir, ancaq ilk doğumda belə olur. Suonson körpəyə baxaraq dedi ki, bu qızıdır və sağlamlıq vəziyyəti yaxşıdır.

Zoopark işçiləri balaca şimpanzedən uzaqlaşmırdılar və Lyusi pis ana oldu. Bir neçə gün keçmişdi və hər şey əvvəlki kimi idi. Lyusi həmişə qızını digər şimpanzelərin yanında qoyur və çıxıb gedirdi, baxmayaraq ki,



ki, belə getsə, bunun axırı qəmli qurtaracaq. Körpəni xilas etmənin bir yolu qalırdı-onu anasından almaq və əllə bəsləmək.

Bu çox çətin qərar idi. Əməkdaşlar başa düşürdülər ki, balaca şimpanzeyə sutkalıq diqqət və qayğı lazımdır. Lakin bu onun xilas etmənin yeganə yolu idi.

Əllə bəsləmə 8 martdan başladı. Zoopark işçiləri körpənin böyüməsi və möhkəmlənməsi üçün hər şeyi edirdilər. 6 aydan sonra onu digər şimpanzələyin yanına buraxacaqlar: orada onu 34 aylıq şimpanze Patti saxlayacaqdı. Onun heç vaxt balası olmamışdı, ancaq o yaxşı xala idi.

... Dinin mətbiatla münasibətləri əla idi, buna görə də o və heyvanlara qulluq edənlər jurnalistlərə deməyi qərara aldılar ki, körpəni əllə bəsləyirlər və o böyüyənə qədər onun şəklini çəkmək olmaz. “Ad fikirləş” konkursu böyük populyarlıq qazanmışdı, buna görə də Di qərara gəldi ki, insanlar bilməli ki, nə üçün onlara körpəni göstərmirlər. Jurnalistlərə isə Borneo adasından olan hamilə oranqutanın şəklini çəkməyi təklif etdilər.

Sonrakı bir neçə ay ərzində jurnalistlər özlərini yaxşı aparırdılar. Onlar eksklüziv müsahibə vermək üçün Dini incitmirdilər, lakin mütəmadi olaraq balaca şimpanzenin səhhəti barədə maraqlanırdılar. Bununla yanaşı, onlar bildirdilər ki, əgər zoopark rəhbərliyi öz qərarını dəyişsə, onlar körpə haqqında reportaj çəkməyə razı olarlar.

Lakin ona qulluq edənlər isə foto çəkməyin əleyhinə idilər. Əvvəlcə körpənin böyüməsinə əmin deyildilər, ancaq sonra başqa problem yarandı. əgər insanlar balaca şimpanzeni insan əlində və uşaq əskisi ilə görsələr, onlar nə fikirləşər? Bu zooparkın həmişə onlara inandıрмаğa çalışdığı şeylərə zidd olardı.

Əlbəttə, vəhşi heyvanları tez-tez “Devid Lettermanın şousu” kimi axşam verilişlərində görmək olar. Belə proqramların sayəsində San-Dieqo zooparkı məşhurlaşmışdı. Lakin bununla bağlı iki fikir var.

Bir neçə zooparklar istənilən vəhşi heyvanları ictimaiyyətə göstərilməsində pis şey görmürlər. Onlar heyvanları televerilişlərə və sponsor tədbirlərinə aparır. Lakin digər zooparklar hesab edir ki, bu



İnsanlara və heyvanlara böyük zərər vurur, çünki vəhşi hüvyarın ördülməsi və ev heyvanlarına çevrilməsi təsəvvürü yaranır.

Miduest zooparkı amerikan zooparklarının əksəriyyətinin olduğu ikinci mövqeyi dəstəkləyir. Lakin insanlar onlara ən əkzotik heyvanları göstərməyə hazır olan insanları eşidir və görür. Miduest zooparkı hərdən iri bəbirlər, primatlar və digər məməli heyvanlar istisna olmaqla, öz öyrədilmiş heyvanlarını aparır. Zoopark insanların vəhşi heyvanların həyatına və onların saxlanma yerlərinə hörmət etməsinə cəlb etməyi öz missiyası hesab edir. Buna görə də Miduest işçiləri vəhşi heyvanların ev şəraitində saxlanmasının qəti əleyhinə idilər və öz məməlilərinin (xüsusən primatların) insanla oxşarlığını qeyd etməzlər.

May ayında Amerika zooparklar və akvariumlar assosiasiyası (AZA) Diyə zəng etdi. Di bir neçə dəfə onların mətbuat katibi Cudi ilə işləmişdi, lakin ona AZA-nın mərkəzi KİV-də yaydığı məlumatlarda Miduesti baş qəhrəman etmək mümkün olmamışdı. Lakin hazırda vəziyyət başqa cür idi.

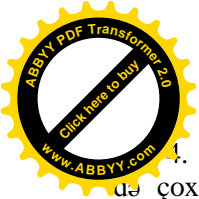
- Salam, Di! Bildiyimə görə, hazırda sizdə əllə bəslənən şimpanze var, - Cudi dedi. Siz onunla Devid Lettermanın şousuna gəlmək istəmirsiniz? Kolambus zooparkında əllə bəslənən balaca qorilla var, ancaq mən qərara gəldim ki, sizə də şans vermək lazımdır. Biz sizini Konli ilə Nyu-Yorka gəlməyinizin xərclərini ödəyirik.

Di ona həmin gün cavab verməyə söz verdi. O özü bu variantdan həyrətə gəlmişdi, lakin bu barədə əməkdaşlarından necə soruşacağını təsəvvürünə gətirməyə qorxdu. Razılaşmaq üçün səbəbsə az deyildi:

1. Miduest zooparkı əvvəldən digər amerikan zooparklarının hörmətini qazanmağa çalışırdı və belə veriliş vəhşi təbiətin və digər maraqların saxlanması üzrə proqramın lobbiləşdirilməsində ona kömək edə bilərdi.

2. Veriliş zooparka yeni partnyorlar və sponsorlar, o cümlədən kukla tamaşası üçün sponsor tapmağa kömək edə bilərdi.

3. AZA-dan olan Cudi üçün mərkəzi KİV-lərlə gələcək projelərə Miduesti cəlb etməyə daha çox səbəb olacaq.



4. Yerli sakinlər öz zooparkları ilə daha çox qürur duyacaqlar, heç də çoxlu tamaşaçılar və “Zooparkın dostları” klubunun yeni dostları olacaq ki, bu da maliyyə nəticələrinə təsir edəcək.

5. Nəhayət, San-dieqo, Kolambus və Omaha zooparkları ilə yanaşı “yüksək liqa”ya düşmək Miduest üçün şərəfdir. Bu zooparklarsa belə televerilishlərdə qəhrəman kimi mütəmadi iştirak edirlər.

Di zoopark direktoru Mett Uaylini, həkim Suonsonu, balacaya qulluq edən Konli və debbini dəvət etdi. Suonson təbii ki, razı deyildi, baxmayaraq ki, onu tək-cə balacanın səhhəti deyil, tamaşaçılarda yarana biləcək obraz narahat edirdi. Bu Konlini də narahat edirdi, lakin o başa düşürdü ki, əgər onlar razılaşmasa, bunu Kolambus edəcək. Lettermanın şousu Debbinin də xoşuna gəlmirdi, ancaq o başa düşürdü ki, ikinci belə şans bütün ölkə üzrə bir də olmaz.

Di dedi ki, onun etik problemlərin həll edilməsində böyük təcrübəsi olan dostu var. Bəlkə onlara o kömək edə bilər? Uayli hər kəsə fikirlərinə görə minnətdarlıq bildirdi və dedi ki, onlar Di ilə birlikdə bu dostla danışarlar.

Təsəvvür edin ki, Siz elə həmin dostsunuz. Siz Uayli və Diyə nə məsləhət görərdiniz?



28. Poçt yeşiklərini partladan şəxslərin adlarını dərc et. lazımdır mı?

Material Kanzas universitetinin jurnalistika professoru Con Qinn tərəfindən yazılmışdır. Material məşğələlərdə müzakirə etmək üçün nəzərdə tutulub.

“Lourens Cornal Uorld”un redaktoru Bob Nordayk 20 mart 1992-ci il tarixdə bütün səhəri nə etməli olduğu barədə düşündü. Bu gün o “Topika Kapital Cornal”dan oxudu ki, Lourensdən olan bir neçə yeniyetməyə qarşı öz şəhərlərində poçt qutularının məhv olunması üzrə ittiham irəli sürülüb. Bob başa düşürdü ki, qəzetinin axşam buraxılışında bu hadisə barədə nəsə yazmalıdır. Ancaq əvvəlcə nəyi yazmağı fikirləşmək lazımdır.

Xəbər

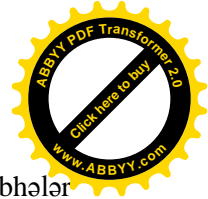
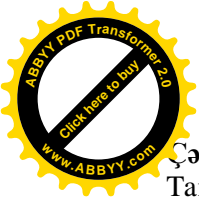
1991-ci ilin noyabrın 13-dən 18-nə qədər Lourensdə 6 poçt yeşiyi partladılmışdı. Bütün partlayışlar axşam vaxtlarında edilmişdi.

Belə hadisələr əvvəllər də başqa şəhərlərdə baş vermişdi. Ancaq indi şəhərin bir çox sakinləri hesab edirdilər ki, indiki partlayışlar əvvəlkilərinə nisbətən daha ciddi və daha təhlükəlidir. “Bu lap ağ oldu”, - əhali qərara aldı.

“Cornal Uorld” bir neçə dəfə partlayışlar barədə yazmışdı, lakin polislər hər dəfə elan edirdi ki, şübhəli şəxs yoxdur. Ancaq Boba xəbərlər gəlirdi ki, Lourensin bir neçə tanınmış sakinlərinin oğulları şübhə altına alınıblar.

Etibarlı bir mənbənin sözlərinə görə şübhəli olanlardan biri şəhər hakiminin oğlu, digəri polis xəfiyyəsinin oğlu idi.

Aydın idi ki, bu xəbərlər təkcə Boba çatmırdı. “Cornal Uorld”a ən azı iki dəfə zəng etmiş və qəzetin şübhəli şəxslərin şəxsiyyətini nə üçün gizlətdiyimi soruşmuşlar. Zəng edənlərin fikrincə, Bob və onun əməkdaşları tanınmış insanların imicini qorumaq üçün qəsdən oxuculardan informasiyanı gizlədirlər. Buna görə də Bob şübhə etmirdi ki, bugünkü xəbər əvvəlkiləri ilə eyni deyil, ancaq “Cornal Uorld”un bir çox oxucuları üçün böyük maraq daşıyır.



Çətin məsələ

Tanınmış insanların uşaqlarının bu işdə əli olmasına dair şübhələr təsdiq olundu. Polis 13 yeniyetməyə yandırma və yandırıcı əşyaların qanunsuz tətbiq eilməsi üzrə ittiham irəli sürdü. Onlardan dördünün valideynləri ən görkəmli insanlar idi. Şayiələrə görə, onların arasında rayon hakimi, polis xəfiyyəsi, Kansas universitetinin bədən tərbiyə fakültəsinin müdiri və rahib var idi.

Hazırda Boba 2 suala cavab vermək qalırdı:

13 təqsirləndirilən şəxsin adlarını dərc etmək lazımdır mı, baxmayaraq ki onlardan 12-si yetkinlik yaşına çatmayanlardır? Əgər lazımdırsa, onların valideynlərinin adlarını da dərc etməli?

Kansas qanunları cinayətdə təqsirləndirilən yetkinlik yaşına çatmayan şəxslərin adlarını qəzetdə dərc etməyi qadağan etmir. Adətən “Cornal Uorld” bunu etməyib, lakin istisna hallar olub və Boba elə gəlirdi ki, indi həmin vəziyyətdir. Hadisə vacibdir, oxuxular həyəcan keçirir, bundan başqa informasiyanın gizlədilməsində qəzeti günahlandırılar və qanun da bizim tərəfimizdədir - deyər Bob fikirləşdi.

Ancaq valideynlərlə iş elə də asan deyil. Onların heç birinin adını çəkməmək olar, ya hamısının adını, yaxud da cəmiyyətdə tanınan insanların adını çəkmək olar. Əgər ikinci və ya üçüncü variantı seçsək, onları vəzifələrinin adları ilə dərc etmək olarmı?

Əlbəttə, onların ictimai vəziyyəti olmasaydı, hakim, xəfiyyə, kafedra müdiri və rahib belə məşhur olmazdı. Ancaq bu səbə kifayət edərmə ki, qəzetdə onların iş yeri göstərsin? Bəs onda digər valideynlərlə necə olsun? Ancaq tanınmış valideynlərin iş yerini göstərmək etik olarmı?

Adətən belə reportajlarda hətta yenitətmələrin adları dərc olunursa, valideynlərin vəzifəsi göstərilir. Valideynlərin sırasında tanınmış adamlar olduğuna görə onların hamısının vəzifələrini sadalamaq ədalətli olarmı?

Digər bir problem də var. Əgər indi tanınmış valideynlərin adları və vəzifələri dərc olunsa, sonra qəzetlərin jurnalistləri informasiya üçün hakimə, xəfiyyəyə, kafedra müdirinə və rahibə necə müraciət edəçəklər? Bundan başqa, Bob hakimi öz dostu hesab edirdi. Əgər qəzet onun adı və vəzifəsini dərc etsə, bu dostluq necə olacaq? Bunun üçün dostu itirmək lazımdır mı?

Bəs Siz Boba nə məsləhət edərdiniz?



29. Reklam agentliyinin rəhbərliyinin daxili mübarizə kazinonu reklam etmək lazımdır mı?

“Kun və Uittenborn”un icraçı direktorundan başqa, bütün insanların adı uydurmədir.

Uayti Kun

Uaytu Kun-Kanzas-Sitinin Missuri hissəsində reklam agentliyi olan “Kun və Uittenborn”un sahibidir. Agentlikdə təxminən 55 əməkdaş var və hər birinin fikri, xüsusən bu əməkdaşlar rəhbər vəzifələrdə işləyirsə, adətən nəzərə alınır.

1995-ci ildə müştərilərlə iş və yeni layihələr üzrə direktor Culi Robinson idi. Bir dəfə ona “Arqosi” kazinosunun direktoru Fil Selyuter zəng etdi və “Kun və Uittenborn”dan tenderdə kazino ilə əməkdaşlıqla iştirak etməyi xahiş etdi. Culi dərhal məlumatı Uayta çatdırdı.

- Onların hazırda işlədiyi agentliklərdən onun xoşu gəlmir. Mənə elə gəlir ki, Selyuter artıq hamısından bezib, telefon kitabçasını götürüb və bütün agentliklərə ardıcıl zəng edib,- Culi dedi.

“Kun və Uittenborn” və “Arqosi” bir-birini tanımırdılar, ona görə də agentliklərin əməkdaşları bir neçə dəfə Fillə görüşmüşlər. Bundan sonra agentlik kazinonun təklifi barədə fikirləşməyi söz verdi və tender üçün ərizə verdi.

- Kazino adətən yerli səviyyədə reklam etməyi xoşlayır, buna görə də onlara yerli agentliklə işləmək sərfəlidir, - Uayti dedi.

Həmin zaman qumar oyunlarının sənayesinin Kanzas-Sitinin həyatına və iqtisadiyyatına necə təsir eləcəyini söyləmək çətin idi. Əgər “Kun və Uittenborn” bura daxil olarsa, onun rolu böyük olacaqdı, çünki o məhsulu yeni bazarda dəstəkləyəcəkdi.

Eyni zamanda qumar oyunları ilə bağlı fikirlər bir-birinə zidd idi. Uayti bildirdi ki, “Kanzas-Siti Star” və digər qəzetlər Missuridə qumar oyunlarının qadağan olunmasının tərəfdarı idilər.

Lakin əvvəlcə kazino ilə iş Uayta maraqlı və bir çox şeyləri vəd edən kimi gəldi. Belə yerlərdə hər bir dəqiqədə müştərilər nə qədər pul itirir, buna görə də agentlik dərhal öz işinin nəticəsini gölə bilir. Və pul ən yüksək keyfiyyətin reklamına bəs edər.



Sonda Uayt fikirləşdi ki, qumar oyunları insanların itirdiyi pulların sayını nizamlayır. 1995-ci ildə qəbul edilmiş qanuna görə, ştat qumar oyunlarından gələn gəlirdən bütün vergiləri ilk və orta təhsilin maliyyələşməsinə xərcləməlidir. 1999-cu ilin iyununa qədər onların televiziya reklamına ciddi məhdudiyətlər var idi. Hazırda bu məhdudiyətlər götürülmüş, lakin oyun oynayan insanları göstərmək əvvəlki kimi qadağan idi.

Kanzas-Sitidə “söhbət” kazinosu yeni idi, buna görə də ora hansı müştərilərin getməsi başa düşülmürdü.

- Kazino özünə bunu imkan vermədiyi insanların arzularının predmeti olacaqmı? - Culi soruşur.

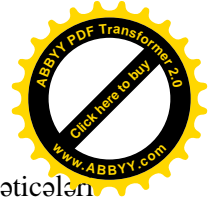
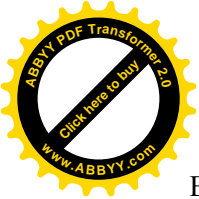
Agentlik kazinoya gələnəri müşahidə etdi. Aydın oldu ki, onlar əsasən orta yaşlı biznesmenlərdir, bəzilərinə kifayət qədər çox pul var. Digər böyük qruplardan biri-dostları ilə kazinoya istirahət etmək üçün gələn balacaq uşaqların analarıdır. Onların çox varlı deyil, lakin onlar da kifayət qədər çox pul xərcləyir.

Culi dedi ki, bir çoxları haldan düşmək üçün oynamağı xoşlayır. Mahiyyətə, bu məşğələdə eyiblik yoxdur. Uayti razılaşdı, ancaq onda bəzi şübhələr qaldı.

İki zərrəcikdən daha az?

Vaxtilə Uaytın agentliyində tütün şirkətinə işləyən hüquq firması ilə əməkdaşlıq təklif olunmuşdur. O siqaretin onu çəkənlərin və xüsusən onların yanında olanların sağlamlığına vurduğu zərəərə görə təklifdən dərhal imtina etdi. Uayti siqaret çəkməyin reklamına qarşı idi. O zaman bu onun agentliyi idi və o qərarları tək qəbul edirdi.

- Mən “Kanzas-siti reklam klubunun” prezidenti olanda, biz Vaşinqtonda reklam sənayesinin 3 əsas lobbistlərindən biri olan-Amerika reklam federasiyasının bir hissəsi idik,-Uayti bildirir. –O zaman tütünün reklam olunmasının qadağan olunması müzakirə olunurdu. İndi isə bu elə də asan deyil. Şəxsən mən tütünü reklam etmək istəmirəm. Lakin bununla yanaşı hesab edirəm ki, əgər məhsul qadağan olunmayıbsa, o reklam hüququna malikdir. Mənə elə gəlir ki, nəyisə qadağan etmək lazımdırsa, reklamın özünü yox, məhsulu qadağan etmək lazımdır. Əksinə necə olar? Demək olar ki, şirniyyət uşaqlar üçün zərərli, onların reklamı isə hər yerdədir.



Bəs onda kazino ilə necə olsun? Qumar oyunlarının mənfi nəticələri ilə nə etməli? Uayta elə gəlirdi ki, əgər onun agentliyi konkursda qalib gələrsə, o buna izah tapa bilər. Həm də qumar oyunları-siqaret çəkmək deyil. Əlbəttə, tədbirlər görülməsə, hər şey, o cümlədən oyun da pis qurtarar. Lakin tütün istehsalından fərqli olaraq, qumar oyunları sənayesi bu əyləncənin təhlükəliyini açıq olaraq tanıyır və müxtəlif anonim oyunçular qrupunu və asılılıqdan xilas olmanın digər üsullarını fəal dəstəkləyir.

Uayt “Aqrosi” reklamının müsbət tərəfləri barədə düşünməyə bilməzdi. İşin maliyyə tərəfləri barədə danışmadan, bu müştəri onun agentliyinin sifariş portfelini artıracaqdı. Uayt istəməirdi ki, “Kun və Uittenborn”un ancaq müəyyən sahələri reklam etməsi barədə imici olsun. Kazino əyləncə sənayesi sahəsində ilk müştərilərdən biri ola bilərdi. Öz-özlüyündə əyləncəli olan şeyi reklam etmək yaradıcı komandaya asan və maraqlı gələrdi. Bundan başqa, televiziya və xarici reklam daxil olmaqla, bir neçə reklam vasitələri ilə işləmək olardı.

- Elə bir şey etmək lazımdır ki, digər reklamda mümkün olmasın,- Uayt dedi. Yumordan istifadə etmək olar. Axı kazino-öz təbiətinə görə çox da ciddi deyil.

Ümumilikdə, Uayt razılaşmağı qərara aldı. Bu təklifin rəhbərliklə müzakirəsi qalırdı. Lakin onun əsas yaradıcı işçilərinindən birinin buna qarşı olacağını o heç cür gözləməirdi.

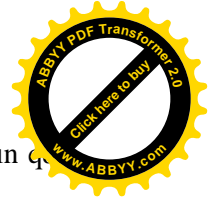
Qumar oyunlarının mənfi tərəfi

“Kun və Uittenborn”un yaradıcı direktorunun müavini Bob Cons agentliyin kazinonu reklam etməyin mümkünlüyünü araşdırmasına inanmadı.

-Şəxsən mən qumar oyunlarına qarşıyam, və mənə elə gəlir ki, biz onlarla əməkdaşlıq etməməliyik,-Bob dedi. – Bu çirкли işdir.

Bobda kazino narkotik, mafiya və Las-Veqasın digər stereotipləri birlikdə formalaşır, Culi izah etdi.

Uayti bilirdi ki, Bob-dərin inamlı insandır, hətta bir qədər fanatiktir. Əksər insanlar şəxsi dini inanclarını və işini ayırırlar, Bob elələrindən deyildi. Onun inamı həyatın bütün aspektlərinə, o cümlədən işə yayılmışdı. Qumar oyunları Bobda sərxoşluq və siqaret çəkmək kimi



...larla birləşirdi. Və o Uaytın kazinonun təklifinə razılışmasının q...
...leyhinə idi.

Bir halda ki, “Kun və Uittenborn” böyük olmayan agentlik idi, Uayt əməkdaşlarının fikirləri ilə hesablaşmaya bilməzdi. Bundan başqa, Bobun fikirlərində ağıllı toxum var idi. Agentlikdə bu mövzu barədə az söhbət getmədi.

- Heç bir üsyan olmayıb, - sonra Culi dedi. Ancaq mən dəqiq bilirəm ki, bəzi əməkdaşlar gizlicə Bobu dəstəkləyirdi. Buna görə onun fikrini nəzərə almamaq olmaz.

Hər şeydən çox Bob qumar oyunlarında kazinonun özünə ən zəifləri qurban seçməyinə nifrət edirdi. O əmin idi ki, kazino oynaya bilməyənlərə pul qoyur. Inanan insan kimi o əmin idi ki, daha az bəxti gətirənə kömək etmək lazımdır. Bob vəziyyəti ağ-qara fonda görürdü və heç bir kompromisə getmək istəmirdi. Onun fikrincə, agentlik kazinonu reklam etməli deyil.

Digər müştərilər nə fikirləşər?

Uayt çətin vəziyyətdə qalmışdı. O bir az əyləncə xətrinə qumar oynayıb və elə insanlar görüb ki, onlar bunu özülərinə sığışdırmırlar, buna baxmayaraq oynamışlar.

- Mən bilirəm ki, elə insanlar var ki onlara oynamaq olmaz, - o dedi.

Həmçinin “Kun və Uittenborn”un nüfuzunu da yaddan çıxarmaq olmaz. əgər agentlik kazino ilə işləsə, digər müştərilər nə deyər? Uayt əmin idi ki, müştərilərin fikirlərinə hörmət etmək lazımdır. Buna görə də o elə təsəvvür etdi ki, onlar bu vəziyyətə düşüblər. Bəlkə, onlardan bəziləri agentliyin xidmətindən imtina edəcək? Əgər bu əvvəlki müştərilərin hissələrini təhqir edəcəksə, kazino ilə müqavilə bağlamaq lazımdır?

Qərar Uayta əvvəldəki kimi sadə deyildi. O hər şeyi yenidən fikirləşməyi qərara aldı. Bəzi əməkdaşlarla münasibətləri korlamağa, yaradıcı direktor müavini itirməyə oyun dəyərimi? Bəs əvvəlki müştərilərdən hansımsa itirmək necə? Karta çox şey qoyulub.

Bal boçkasında qatran qaşığı

Vəziyyət onsuz da sadə deyildi, rəqiblər də bura müdaxilə etdilər. Agentlikdə fikir ayrılıqları barədə şəhərin iri agentliklərindən biri olan

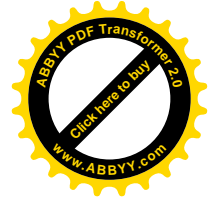
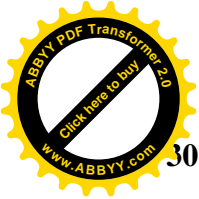


Barkli və Everqrin” də bildilər. Bu çətin deyildi, çünki “Kun və Uittenborn”a gələnə qədər Bob Cons “Barkli”də işləmiş və orada öz dənə mövqeyini gizlətməmişdi. “Barkli”nin menecerləri “Kun və Uittenborn”a ziyan vurmaqdan imtina edə bilməzdilər. Onlar “Arqosi” sahibinə zəng etdilər və bildirdilər ki, əgər kazino “Kun və Uittenborn”la müqavilə bağlasa, o ən talantlı əməkdaşından məhrum olacaq.

Fil dərhal Culiyə zəng etdi və bunun doğru olub-olmadığını soruşdu. Culi izah etdi ki, əgər “Kun və Uittenborn” kazino ilə işləsə, bu iş müavin deyil, yaradıcı direktorun özü rəhbərlik edəcək. Və Fili inandırdı ki, onların əməkdaşlarının şəxsi mövqelərinin necə olmasına baxmayaraq, “Kun və Uittenborn” həmişə yüksək keyfiyyətlə işəyəcək.

Culi dəstəyi qoyaraq uaytla xəbələri bölüşməyə getdi. O isə hələ də qərar qəbul edə bilməyib. Əgər “Kun və Uittenborn” konkursu qalib gəlsə, necə etməli? Kazino ilə işləməli ya yox?

Siz nə məsləhət görürdünüz?



30. Qvatemalaya qardolin satılmalıdırımı?

Material “Dünya etikasında işgüzar etika” kitabından Karen Markis və Coanna Siullanın “Puredrug dilemması”na və həmçinin “Conson və Conson” şirkətinin təqdim etdiyi məlumatlara əsaslanır.

Mariya Ernande

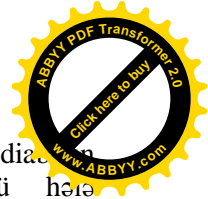
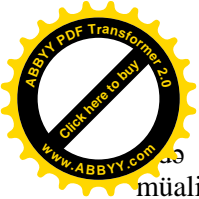
Mariya Ernandes öz ailəsinin qürurudur. Onun babası və nənəsi Meksikanın sərhəd şəhəri olan Nuevo-Progressodan Texasa emiqrasiya olunmuşdu. Mariyanın valideynləri artıq Amerika vətəndaşları idilər. Yeganə qızlarının ali təhsil ala bilməsi üçün onlar iki işdə işləməyə məcbur idilər. Onlar Texas şəhəri olan Ueslakoda yaşayırdılar.

1979-cu ildə Mariya Texas universitetinin marketing fakültəsini bakalavr diplomu üzrə bitirdi və orta dərman şirkəti - “Floritin” korporasiyasında işə düzəldi. 6 il sonra o Çikaqo universitetində magistr dərəcəsi aldı və Amerikada ştab qərargahı olan “Statorfleks” iri beynəlxalq şirkətə düzəldi. O “Statorfleks”in dünyada öz vətəndaş mövqeyi və dərmanların keyfiyyəti ilə məşhur olduğuna görə qürur duyurdu. Onun kabinetinin divarında “Statorfleks: Bizim əsas prinsiplərimiz” lövhəsi asılmışdı. Bu sənədin əvvəlində yazılırdı: “Bizim həkimlər, tibb bacıları, pasientlər, ailələr və bizim məhsullar və xidmətimizdən istifadə edənlər qarşısında vəzifəmiz onlara yazılı təlimatların verilməsidir. Müştərilərin tələbatını ödəmək üçün bizim məhsullar yüksək keyfiyyətli olmalıdır. Biz xərclərin azaldılması üçün bütün gücü sərf etməliyik ki, məhsulları mümkün qədər aşağı qiymətə sata bilək. Biz məhsullarımıza olan sifarişləri tez və dəqiq yerinə yetirməliyik”.

“Statorfleks”

“Statorfleks”in dünyada böyük hörmətinə baxmayaraq, Dallasdakı mənzil-qərargahda vəziyyət gərgin idi. Son 10 ildə illik gəlir orta hesabla 17% artırdı. Ziyan 1983-cü ildən olmurdu. Lakin indi hər şey dəyişmişdi.

Birincisi, şirkət siqaret çəkənlərə siqareti tərgitmək üçün nəzərdə tutulan preparat - Lankatrola olan patentdən məhrum olmuşdu. Patent olunmamış dərmanlar bazarı ələ keçirmiş və firma mallarının satışından



...ə olunan gəlir qəfil düşmüşdü. Bundan başqa, uşaqlarda diazepam müalicəsi üçün yeni preparatın gözləntiləri də özünü hələ doğrultmamışdı. Bu dərmanın böyük potensialı var idi, lakin ciddi və bahalı təkmilləşdiməyə ehtiyac duyulurdu. Yaxın bir neçə il ərzində ondan gəlir gözləmək lazım deyildi.

Nəticədə firma 10 il ərzində rübü ziyanla başa vurdu. Böyük maliyyə analitikləri ehtiyatla optimizmi saxladılar, lakin o zaman tele şərhçilərdən biri xərclərə baxmayaraq “Statorfleks”in səhmlərini dərhal satmağı məsləhət gördü. Beynəlxalq farmaçevt bazarının digər iri şirkətlərinin firmanı udmasının qarşısını almaq üçün səhmlərin düşməsinin qarşısını almaq lazım idi.

Qardolin

Bütün dünyada geniş tətbiq edilən difteriyaya qarşı preparat olan qardolin “Statorfleks”in üfüyündə aydın ləkə kimi dururdu. “Yaxşı ki, bizdə qardolin qalıb” - menecerlər deyirdilər. Və bu həqiqət idi, lakin dünənki günə qədər.

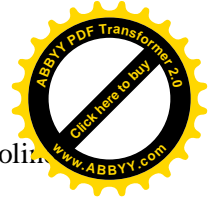
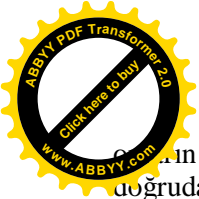
Dünən ərzaq mallarının və dərmanların keyfiyyətinə sanitar nəzarət üzrə federal idarə ABŞ-da qardolinin yayılmasına qadağa qoydu. Preparat yeni testdən keçmədi. Normadan imtina çox kiçik idi, lakin bu heç nəyi dəyişdirmirdi.

Ölkənin əksər yerlərində indiyə qədər tətbiq edilən testin əvvəlki variantında qardolin tez keçirdi. Toksinin olması o demək idi ki, qardolin bir çox xəstələrdə yüksək temperatura səbəb ola bilərdi. Zəif xəstələrdə isə hətta sonda ölümə səbəb ola bilərdi. Federal idarə bu əlavə təsirin necə yaranması barədə xəbərsiz idi, lakin ekspertlər 4 dəfə test etdilər və qardolinin təhlükəli olması barədə onlarda heç bir şübhə qalmadı.

Mübahisə

- Daha yaxşı vaxt fikirləşmək çətin idi, - firma prezidenti Malkolm Hart kədərləndi.

- Biz, əlbəttə, idarənin qərarını mübahisələndirəcəyik, baş hüquqşünas Enn Brayt deyir. Ancaq düzünü desək, mən çoxdandır ki,



Qardolin öz məlumatlarında belə əmin olmalarını görməmişəm. Qardolin doğru dan da bu toksinlər var.

- Ancaq belə kiçik ölçüdə dəyişikliklər çətin baş verir, maliyyə işləri üzrə vitse-prezident Con Şeffild qeyd edir.

- Bəli, əgər onlar varsa, temperatur yüksələ bilər. Difteriyanın ağır formasında olan xəstələr bundan ölə bilər, - Hart deyir.

- Az ağır xəstələri qardolin xilas edə bilər, Şeffild bildirir. O boş yerə bütün dünyada yüksək tələbatla istənilmir.

- Mariya, siz marketing üzrə direktorsunuz. Necə edək? – Hart soruşur.

- Mən artıq bu barədə düşünmüşəm, - Ernandes cavab verir. Bildiyiniz kimi, qardolində böyük saxlama müddəti yoxdur. Əgər biz Amerikada satmağı planlaşdırdığımız bu ehtiyatları məhv etsək, biz çox şey itirərik.

- Onda nə etməli? – Hart soruşur.

- Qiyməti azaltmaq və Qvatemalada satmaq lazımdır. Onlar həmişə deyidilər ki, əgər siz qiyməti azaltsanız, biz onları həvəslə alarıq, - Ernandes deyir.

- Səhmdarlara və əməkdaşlara münasibətdə qiyməti aşağı salmaq düzgün deyil, - Şeffild deyir. Bizim düzgün və ədalətli gəlir normamız var.

- Razıyam, - Ernandes cavab verir. Lakin indi başqa vəziyyətdir. Qvatemala belə yüksək partiya almağa qadir olan yeganə müştəridir. Bizim seçim imkanımız çox deyil - aşağı qiymətə satmaq ya da məhv etmək.

- Onda problem nədir? – Şeffild soruşur. Qiyməti aşağı salırıq və Qvatemalaya satırıq.

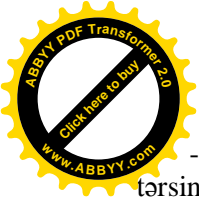
- Birdən mətbuat bu barədə bilərsə? - Brayt dedi.

- Federal idarə deyir ki, qardolin təhlükəlidir, Hart dedi.

- Bəli, ancaq ABŞ-da, - Şeffild dedi. O Qvatemala standartlarına tam uyğundur. Düzdür, Mariya?

- Prinsipcə, bəli, - Mariya tərəddüdlə cavab verir. Lakin bu o demək deyil ki, o təhlükəsizdir.

- Mariya, Qvatemalada difteriyadan minlərlə uşaq xəstələnir, - Brayt dedi. Hətta qardolin keyfiyyətdən uzaqdırsa, heç nə olmadansa, bu yaxşı deyil?



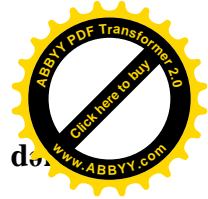
- Deməli bizim üçün o kifayət qədər yaxşı deyil, onlar tərsinədir? - Mariya soruşdu.

- İki gün əvvəl o bizim üçün də elə idi, Şeffild dedi.

- Yaxşı, Mariya, biz nə qərara gəldik? - Hart soruşdu.

- Mənə zəng etmək lazımdır, - Mariya cavab verdi. Bəlkə, mən sizə nahardan sonra deyərəm?

Təsəvvür edin ki, siz Mariya Ernandesini uzun illərdi ki tanıyırsınız. O bilir ki, siz marketing etikasını ilə məşğul olursunuz və Sizdən məsləhət istəyir. Siz ona nə deyərdiniz?



31. Meyid üzərində təhqiramiz hərəkətlər olan şəkli də etmək lazımdır mı?

Bu material Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında Kanzas universitetinin keçmiş tələbələri Benn Qrouv və Sara Bennet tərəfindən yazılmışdı. Material məşğələlərdə müzakirə etmək üçün nəzərdə tutulub.

“Assoşieyted Press”in böyük fotoredaktoru və fotoqrafı Tom Steqtis bir çox dəhşətli və qanlı şəkillər görmüşdü. Ancaq beləsini ilk dəfə görürdü. Onun qarşısında Somalının paytaxtı Moqadişonun küçələrində gəzən kütlənin ayaqları altında lüt amerikan əsgərinin şəkli vardı.

Tom başa düşürdü ki, bu şəkillər partlayan bomba təsirinə səbəb ola bilər. Xüsusən indi, bir çox amerikanlar hesab edir ki, Somalidə amerikan döyüşçüləri olmalı deyil. Bu kadrlar elə təsirli idi ki, Tomun karyerasına, “Assoşieyted Press”ə və hətta ölkə siyasətinə təsir edə bilərdi.

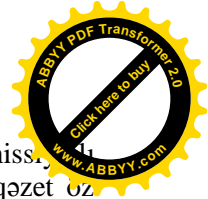
Tom Steytis

Karyerasının əvvəllərində Tom Floridada kiçik qəzetdə fotoqraf işləyirdi. Orda ən dəhşətli çəkilişlər - yol qəza hadisələri idi. Qəzetdə bir neçə il işləyəndən sonra Tom qərara gəldi ki, burda azadlıq çatışmır və “azad rəssam” oldu. O bir neçə informasiya agentlikləri ilə əməkdaşlıq edirdi, onların arasından “Assoşieyted Press” xüsusilə seçilirdi. Buna görə də ona fotoredaktor vəzifəsi təklif ediləndə, o fikirləşdi və razılaşdı.

Tom həyatda ən çox şəkil çəkməyi xoşlayırdı, buna görə də kameradan ayrı qalmaq asan deyildi. Lakin sonra ona gənc fotoqraflara məsləhətlər vermək və hansı fotoların günün hadisəsi barədə daha yaxşı məlumat verdiyini qərarlaşdırmaq xoşuna gəldi.

Yeni vaxtlar

Şimali Amerika üzrə böyük fotoredaktor olan Tom agentliyin hansı şəkilləri teleqrafla göndərmək məsələsində son sözə malik idi. Bu xidmətdən dünyanın minlərlə qəzeti istifadə edirdi. Bununla yanaşı, o bütün dünya üzrə ən dəhşətli şəkillərin göndərilməsi barədə qərarı qəbul etməli və öyrənməlidir. O, tez-tez hərbi əməliyyatlar zonasından olan şəkillərlə iş görürdü və həmişə onların keyfiyyətinə və məlumatlılığına baxırdı. “Əsassız şokyaradan” şəkillər ləğv edilir, özündə informasiya əks



dirən və hadisə barədə məlumat verən şəkillər dəhşətli və hissətli olmasından asılı olmayaraq adətən göndərilirdi. Sonra hər bir qəzet oxucularının ehtiyaclarına və maraqlarına əsaslanaraq qərar qəbul edirdilər.

Tom “Assoşieyted Press”ə yeni gələn vaxtlarda qəzetlərə dəhşətli kadrlar göndərilən kimi şikayət edirdilər. Bir çox qəzetlər, o cümlədən “Nyu-York Times” heç vaxt meydnlərin şəkillərini dərc etmirdilər. Buna görə də agentliklər adətən onları göndərmirdi.

Lakin tədricən qəzetlər şokyaradıcı şəkillərə sakit münasibət göstərməyə başladılar və onların göndərilməsi qərarını qəbul etmək Toma asan gəldi.

Somalidə sülhməramlı cəhd

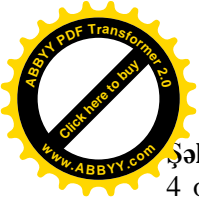
Somali bir neçə tayfa arasında bitməyən müharibələrlə əhatə olunan Afrika ölkəsidir. Bu müharibə nəticəsində orda aclıq hökm sürürdü.

Somalidə baş verən hadisələri bütün dünya mətbuatı izləyirdi. Amerikanlar artıq televiziya və qəzetlərdə zəif anaların acından ölənlərini yedizdirməsini və milçəklərdən qaçmağa taqəti olmayan canlı insanları görməyə adət etmişdilər.

1993-cü ildə prezident Buş Somaliyə BMT-nin humanitar aksiyası çərçivəsində qüvvələr göndərdi. Onu əvəz edən Bill Klinton da bu aksiyanı dəstəklədi.

Somali hərbi liderlərindən biri Fərəh Aydid düşünürdü ki, BMT-nin missiyası onun üçün təhlükə törədir. Aydid və onun tərəfdarları əmin idilər ki, BMT qüvvələri onların ərazisini tutmaq və idarə etmək istəyir. Onlar sülhməramlı qüvvələrin üzərinə hücum etməyə və aclar üçün nəzərdə tutulmuş ehtiyat yeməkləri məhv etməyə başladılar. Əvvəlcə hamı düşündü ki, Aydid və onun adamları adi kiçik bir bandadır. Lakin bir neçə vəhşi cinayətlərdən sonra anlaşıldı ki, onları düzgün qiymətləndirməyiblər.

Bir neçə səbəbə görə BMT-nin Somalidə olması bir çox yerli sakinlərin xoşuna gəlmirdi. Onlar tez-tez sülhməramlı qoşunların yolunda mühasirə yaradır, yük maşınlarına hücum edir və yeməyi oğurlayırdılar. Bütün bunlar mətbuata məlum olurdu və amerikalılar görürdülər ki, rəhimli olmaq dəhşətə necə çevrilir.



Şəkillər

4 oktyabr 1993-cü ildə Tom səhər tezdən adəti üzrə öz Nyu-York ofisində dünyanın müxtəlif yerlərindən ona göndərilmiş şəkillərə baxırdı. Tom bilirdi ki, Somalidə həmin gün qarşudurma baş vermiş və bir neçə amerikan əsgəri öldürülmüşdür. Tomun stolunun üstündə hərbi əməliyyatların keçirildiyi yerdən bir neçə şəkil var idi. Onlardan birində somali uşaqları vurulmuş amerikan vertolyotunun vintində oynayırdılar.

Saat 11-in yarısı beynəlxalq xəbərlərin redaktoru Mec Steycer “Toronto Star”ın fotoqrafı Pol Uoller tərəfindən çəkilmiş inanılmaz şok və dəhşətli kadrları gətirdi. Bu kadrlarda somali bandaları küçələrdə amerikan əsgərinin əllərini bağlayaraq meyidini sürüyürdülər. Şəkillərin birində əsgərin bütün bədəni görünürdü və Tom digər redaktorlarla birlikdə qərara gəldilər ki, bu kadri göndərməsinlər, bədənin ancaq yuxarı hissəsi görünən kadri seçdilər.

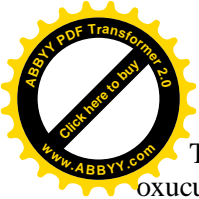
Bütün redaktorlar razılaşırdılar ki, bu kadr onların həyatında gördükləri ən yaxşı kadrlardan biridir. Onlar şübhə etmirdilər ki, amerikan qəzetinin oxucuları onlardan az olmayaraq dəhşətə gələcəklər və çoxları bu şəklinin dərcinə qarşı çıxacaqlar. Tom və fotoredaktor Vina Alabizonu çətin qərar qəbul edilməsi gözləyir.

Şəkil bütün şöbəni həyəcanlandırdı. Kompüter ətrafına 12 insan yığılaraq, şəklin hansı nəticələrə səbəb olacağını müzakirə edirdilər. Hətta “Assoşeyted Press”in prezidenti Lu Bokkardi şəklə baxmaq üçün kabinetindən çıxdı.

Lu ağıllıqda 1967-ci ildən işləyir. Prezident kimi o nadir hallarda şəkillərin göndərilməsinə qarışırdı. Lakin həmin gün Tom və Vin ondan məsləhət istədilər.

- Lu, qulaq asın, - Tom dedi. Əlbəttə şəkil şokyaradıcıdır. Lakin o, bugünkü xəbərlərin simvolidir. O, amerika hərbiçilərinin bu gün Somalidə itkilər verməsi barədə məlumat verir. Amerikan ordusunun sülh niyyətlərinə baxmayaraq, Somali əhalisinin bir hissəsi onların burdan çıxarılması üçün hər şeyə hazırdır. O həm də deyir ki, Somalidəki BMT-nin missiyası faydasızdır.

- Şəkil dəhşətlidir - Lu razılaşdı. Xüsusən həmin əsgəri tanıyanlar, yaxud Somalidə yaxınları olanlar üçün. Belə başa düşürəm ki, bu şəkil sabahkı qəzetlərə çıxana qədər bu oğlanın ailəsi onun başına nə iş gəldiyini bilməyəcək.



Tom fikirləşdi. O bildirdi ki, adətən səhər kafesi ilə bir neçə oxucuların əlinə daha çox təəsüratlı şəkillərin düşməsi Lunun xoşuna gəlmir.

Lu dedi ki, bu şəklın göndərilməsinin bütün mümkün nəticələrini nəzərə almaq lazımdır. Şokla yanaşı, onda digər həyəcanlandıran, o cümlədən dini xarakterli momentlər var. Axı ölü əsgər Xristian pozasında uzanmışdı.

Lu görüşə tələsirdi, lakin Toma onların agentliklərinin missiyasını xatırlatdı.

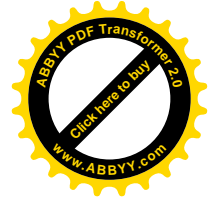
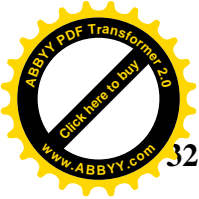
-“Assoşieyted Press”in vəzifəsi daha effektivli üsullarla məlumat bildirməkdir, - o dedi. Və bir çox hallarda ayrı-ayrı qəzetlərin redaktorları oxucularının nəyi görmək lazım olduğunu həll edirlər.

Tom bir neçə il əvvəl onlara göndərilmiş şəkli xatırladı. Həmin şəkildə İraq əsgərinin yanmış cəsədi yanmış yük maşınının pəncərəsindən çıxarılırdı. O zaman söhbət hansı materialların qəzetlərə göndərilməsindən gedirdi. Tom bildirdi ki, bir çox qəzetlərin redaktorları belə şəkilləri görmək istəmirlər. Onlar qərarın onlar adından “Assoşieyted Press” tərəfindən verilməsinə üstünlük verirlər. Digər tərəfdən, digər redaktorlar bütün materialları görməyə və onların hansının qəzetlərinə uyğun gəlməsini müstəqil həll etməyə üstünlük verirdilər.

Tom həmçinin ölən əsgərin ailəsi barədə fikirləşdi. Amerika hərbi komandanlığı hələ də onu tanımamışdı. Hətta tanınsaydı belə, ailəsinə bu barədə məlumat verməyə vaxt tapmayıblar. Lakin onun yaxınları artıq hər şeyi bilirlərsə, bütün dünya bu kadri görsə, onlar hansı hissləri keçiricəklər? Bu ailənin özəl həyatına müdaxilə olmayacaqmı?

Hələ günorta olmasa da, Tom başa düşür ki, əgər “Assoşieyted Press” bu şəkli göndərməyə qərara alsın, qəzet redaktorlarına onun dərc olunmasını fikirləşməsi üçün vaxt lazım olacaq.

Təəvvür edin ki, Tom bilir ki, Sizin etik problemlərin həllində təcrübəniz var və Sizdən məsləhət istəyir. Siz ona nə deyərdiniz? Nə üçün?



32. Kansas-Sitidə tarixi vağzal xilas etmək olarmı?

Kevin Yost və onun “Seylor və Yost-İnkorporeytd” şirkətinin tarixi

Kevin Yost artıq 15 il idi ki, Kansas-Sitidə reklam-marketing firmasının prezidenti və icraçı-direktoru idi. Uşaqlıqdan sahibkar olmağı arzu edən Kevinə çox gözləmək lazım gəlmədi. Kolumbiyada Missuri universitetini bitirdikdən sonra dostu Con Seylonla birlikdə “Seylor və Yost”u təsis etdilər, şirkət bir müddət sonra illik gəliri 7 milyon dollar olan korporasiyaya çevrildi. Onlar bütün ölkə üzrə marketing, reklam və ictimai əlaqələr sahələri üzrə böyük və kiçik şirkətlərə kömək edərək 50 reklam roliki çəkildilər.

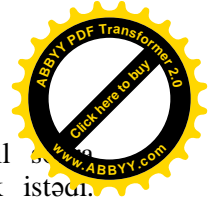
Kevin öz şirkəti və işi ilə fəxr edirdi. Öz reklamı üzrə o, 3 “Klio” mükafatı almış, Kansas-Siti reklam klubu isə onu ilin reklamçısı elan etmişdi. O yemək ərzaqlarından tutmuş binokl və sığortaya qədər hər şeyi reklam edirdi. Bundan əlavə, Kevin iri qeyri-kommersiya təşkilatları ilə, o cümlədən xəstəxanalarla işləyirdi. Bir dəfə o Kansasda ilk dəfə orqanların köçürülməsi üzrə əməliyyatla bağlı mətbuat-konfransı keçirmişdi.

Lakin son illərdə, xüsusən 1976-cı ildə biznes tənəzzülə uğramağa başladı. Firmanı saxlamaq üçün Kevin və Con yeni imkanlar və yeni müştərilər axtarmağa başladılar.

Kevin Kansas-Sitini sevirdi, şəhərin həmişə belə gözəl saxlanması üçün hər bir cəhdi həvəslə dəstəkləyirdi. Hazırda şəhərin əsas yerlərindən biri - dəmiryol vağzalını təhlükə gözləyirdi. Kevin bu tarixi abidənin qorunması üçün hansı rol oynayacaq? Firma üçün bu qərar gələcək perspektivlərə gətirib çıxara bilər.

Kansas-Sitidə vağzalın tarixi

Vağzalın rəsmi açılışı 31 oktyabr 1914-cü ildə keçirilmişdi. Prezident Vudro Vilson özünün təbrik teleqramında yazırdı ki, bu vağzal “qərbə böyük qapıdır”. Bu böyüklüyünə görə Nyu-Yorkda Qrand-mərkəzdən sonra ölkədə ikinci vağzal idi. Qatarların sayına görə rekord 1917-ci ildə müəyyən edilmişdi. Həmin zaman vağzaldan hər gün 271 qatar keçirdi. İkinci rekord 45-ci ildə müəyyən edildi, həmin vaxt 678 363 hərbi və digər sərnəşinlər evə qayıdırdılar. 1972-ci ildə vağzal



Axı obyektlərin milli siyahısına salındı. Lakin bir neçə il əvvəl hakimiyyətin razılığı ilə Kanada Tikinti Şirkəti onu sökmək istədi. Vətəndaşların geniş protesti vəqzalı qorudu. Onun xilas və qorunması üzrə bir neçə ictimai təşkilat yaradıldı.

1977-ci il seçkiləri

1977-ci ilin yazında vaxtından əvvəl yarış başlandı. Vaqzalı inkişafı üzrə komitə (USDC) meydana çıxdı ki, onu da Kanzas-Sitinin meri və konqresin gələcək üzvü və ümumiyyətlə perspektivli gənc siyasətçi Kimberli MakBeyd dəstəkləyirdi. Komitə yaz reklam kompaniyası üzərində işləmək üçün şəhərdə əsas reklam agentliklərindən birinə, "Seylor və Yost" a müraciət etdi. Kampaniyanın məqsədi seçiciləri satış üçün yeni vergiləri dəstəkləməyə inandırmaq üçün idi ki, bu vasitələr vaqzalı restavrasiyasına və elmi muzeyin tikintisinə yönələcəkdi.

USDC-nin əla ideyası

Komitə üzvləri Kanzas-Sitinin sakinlərini inandırmanın bir neçə vacib üsullarını müzakirə etdilər, onlar sakinləri inandıracaqdılar ki, restavrasiya və muzeyə vergi ödəyicilərinin vasitələrini xərcləməyə dəyər. Vaqzalı əfsanəvi keçmişi, onun şəhər və sakinlər üçün əhəmiyyəti barədə güclü və qəti məlumat hazırlamaq yaxşı olardı.

- İnsanlara necə yaxınlaşaq? - mer soruşdu. Lazımdır ki, onlar öz qərarlarının ciddiliyini hiss etsinlər - bu vaqzalı xilas edilməsi üçün yeganə üsuldur.

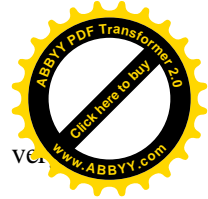
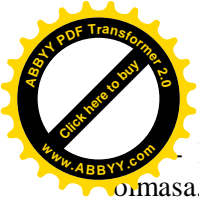
Kimberli də həmin fikirdə idi.

- Mən də vaqzalı xilas edilməsinin tərəfindəyəm, ancaq biz hardan bilirik ki, bu axırıncı şansıdır? - Kevin bildirdi. Axı bu verginin tətbiq edilməsində ilk ciddi cəhddir.

- Mən merlə razıyam - Kevinin partnyoru Con Seylor dedi. Əgər biz bu kampaniyanı qazanmaq istəyiriksə, daha möhkəm vurmalıyıq.

- Yaxşı, - Kevin təslim oldu. Siz nə fikirləşmişiniz?

- Bir neçə il əvvəl vaqzalı sökməsinə qarşı kütləvi etirazlar yadınızdadırmı? - Kimberli soruşdu. - Məhz bu mövzunu istifadə etmək lazımdır. Mən fikirləşirəm ki, buldozerlər və dağıdılmış vaqzal şəkilləri hazırlamaq lazımdır.



- Bu həddən artıq deyil? - Kevin səsini qaldırdı. Axı bu və...
olmasa, vəğzalı itərəciyimizə dair heç bir sübut yoxdur.

- Prinsipcə yoxdur, ancaq bu istisna deyil, - mer bildirdi. Con daxil olmaqla hamı bunu bəyəndilər.

Ken hiss etdi ki, ondan təcili qərar istəyirlər, bu da onun xoşuna gəlmədi. – Mən indi sizə cavab verməyə hazır deyiləm, bunu gələn görüşdə müzakirə edərik, - o bildirdi. Ona fikirləşmək və Conla məsləhətləşmək üçün vaxt lazım idi.

- Sən doğrudan fikirləşirsən ki, bu yaxşı ideyadır? Otaqdan çıxandan sonra Kevin partnyorundan soruşdu.

- Mən güclü, emosional obrazın istifadə edilməsində pis şey görmürəm, - Con cavab verdi. Bəli bu merin də xoşuna gəlir. Bizə öz nüfuzumuzu gözləmək lazımdır, şəhər hakimiyyəti ilə yaxşı münasibətlər ona zərər yetirməz.

- Bilmirəm, - Kevin cavab verir. Mənə fikirləşmək üçün bir gün verərsən?

Təsəvvür edin ki, siz Kevinin dostusunuz və o bilir ki, Siz etikanı öyrənirsiniz. Siz hansı məsləhəti ona verərdiniz?



33. Rasist lətifə: acılı olmayan zarafat və ya qərar qəbul etmək üçün ciddi bəhanə?

Bu material Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında Kanzas universitetinin keçmiş tələbələri Denis Nevl və Sara Bennet tərəfindən yazılmışdı. Material məşğələlərdə müzakirə etmək üçün nəzərdə tutulub.

Ted Frederikson “Kanzas-Siti Tayms” redaksiyasında öz stolunda oturaraq yaxınlarda baş verənlər barədə fikirləşirdi. Yüksək dövlət məmuru qeyri-adi rasist bir lətifə danışmışdı. Və indi bu Tedin xoşuna gəlməmişdi. O bugünkü nömrə üçün məqalədə baş verənlər barədə yazmağı çətdirməmişdi, lakin dünən yuxusuz gecədə fikirləşəndən sonra işə gəldi və məqalə yazdı.

Və indi məqalə yazıldıktan sonra Ted onunla nə etdiyini bilmir. Bəlkə hər şeyi unutmaq lazımdır və xüsusən milli azlıqlar üzərində hökmran mövqedə olan məmurun danışdığı rasist lətifələrin iyrenc olduğuna dair fikirlərdən vaz keçmək lazımdır? Ya da məqalənin məmurun karyerasına son qoymasını və jurnalistlərin məlumat mənbəyi ilə əlaqələrinin itirilməsini bilərək onu çap etmək?

Ted Frederikson

Ted Kanzas-Siti ilə ştatın paytaxtı - Topik arasında yerləşən Kanzas universitetində işləyirdi. 1980-ci ildən Ted orada jurnalist bacarıqları, etika və jurnalistikanın hüquqi əsaslarından dərslər deyirdi. O Şimali Dakot və Amerikan universitetlərini “siyasi elmlər və hüquq”, həmçinin “Jurnalistika” ixtisası üzrə bitirmişdi. Dakotda “Uiciəta İql”, “Minneapolis Tribyun”, “Qrand Forks Herald” və “Vaşinqton Post”da müxbir kimi işləmiş Ted “Qrand Forks Herald”da şəhər xəbərləri üzrə redaktor olmuşdu.

Kanzas universitetinə qədər Ted Şimali Dakot, Boston, Uoşbern və Amerikan universitetlərində dərslər deyib. Şimali Dakotda o vəkilliyə imtahan verib və 1976-cı ildən məhkəmələrdə işləyib. Lətifə ilə bağlı hadisə baş verən zaman o Amerikanın 7-ci regionunun (Missuri, Kanzas, Nebraska və Ayovu) professional jurnalistlərin cəmiyyətinin etika üzrə Milli komitəsində təmsil edirdi.



Müəllim və etika üzrə Milli Komitənin üzvü kimi Ted S. dəyişikliklər və tendensiyalar barədə məlumatlı olmaq üçün özünün jurnalist ixtisasını dəstəkləməli idi. 1989-cu ilin payızında o bu məqsədlə 4 aylıq akademik məzuniyyət götürdü və Topikdə “Kanzas-Siti Tayms”da müxbir və ştatın qanunvericilik yığıncağında işləməyə getdi. “Kanzas-Siti Tayms” gündəlik səhər çıxan qəzetdir. Onun əsas rəqibi-axşam çıxan “Kanzas-Siti Star”dır.

Qətl və rasist lətifə

Özünün “Kanzas-Siti Tayms”da işinin axırıncı həftəsində Ted irqçilik zəminində 3 ölümdə şübhələnən şəxsin tutulması barədə məqalə yazmalıydı. Həbs Kanzas təhqiqatlar bürosu (KTB) tərəfindən həyata keçirilmişdi.

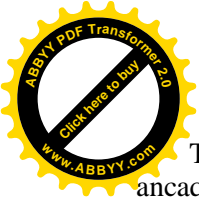
Həmin cümə günü Ted “Assoşieyted Press”in müxbiri Lyu Ferqyuson qanunvericilik yığıncağının binasının dəhlizində durmuşdular. KTB-nin direktoru Deyv Conson da yaxınlıqdaydı. O təxminən 35 il hüquq mühafizə orqanlarında işləmiş, KTB-yə isə iki il əvvəl rəhbərlik etməyə başlamışdı. Jurnalistlərə həbs barədə məlumat almaq lazım idi, buna görə də onlar Consona yaxınlaşdılar və bir sıra suallara cavab verməyi xahiş etdilər.

Ted öz adını və qəzetin adını bildirdi. Lyu KTB-nin direktorunu köhnə dost kimi təqdim etdi. Conson onlarla söhbət etməyə razı oldu və məcburi olmayan söhbət başladı. Jurnalistlər onlara şübhəli şəxsin - ağ qızla olduğu “Ramada” otelində həbs olunan qaradərili amerikalının şəklini verə biləcəyini soruşdular.

Conson izah etdi ki, hakimiyyət şahidlər tanımayana qədər şübhəli şəxsin şəklinin dərc edilməsini istəmir.

- Maraqlıdır, onlar bu qızla necə ünsiyyət qurublar, axı onlar çox fərqlidir, -Lyu qeyd etdi.

Bununla bağlı Conson öz həyat yoldaşını təmin edə bilməyib “zənci” ilə məsləhətləşməyə qərar verən ağ kişi barədə lətifə danışdı. Lətifəyə görə, “zənci” “ağ”a bildirib ki, hər şey texnikadadır. Kişiyə bir neçə üsul göstərib, hansı ki, bunlar onun həyat yoldaşını dünyanın ən xoşbəxt adamı edəcək. Kişi evə gəlib və bu üsulları tətbiq edib və həyat yoldaşından soruşub: “Xoşuna gəldi?”. “Hər şey yaxşı idi, sən “zəncilər” kimi edirsən?” – qadın bildirib...



Ted qulaqlarına inanmadı. O əvvəllər də rasist zarafatlar eşitmişdi, lakin o zamanlar o ancaq bunları dövlət məmurlarının dilindən eşitməmişdi. Məmurun belə zarafatı əyləncəli hesab etməsi Tedə pis təsir etdi. O, Consonun izah etməsini xahiş etməyə söz tapa bilmədi.

Tedi həmişə irçilik, qadınlar, homoseksualistlər və yəhudilər barədə olan lətifələr təhqir edirdi. O xatırlayır ki, bir dəfə dostunu işə aparırdı və o rasist lətifə danışırdı. Ted qəfildən onun sözünü kəsdi və bütün yol boyu sakit oturdular. Və indiyə qədər Ted ondan buna uyğun heç nə eşitmədi.

Həmin insidentdən sonra Ted belə hallarda heç vaxt susmamağı qərara aldı. Ona elə gəlirdi ki, əgər o gülərsə və ya sadəcə susarsa, elə görünür ki, o belə zarafatları bəyənir. Çünki hətta onun barəsində zarafatla danışılsa da rasizm həmişə rasizmdir, - Ted fikirləşirdi.

Consonla söhbətdən sonra Ted işə qayıtdı və onların söhbətini yazmağa başladı, lakin vaxt az idi və o bu işi sabaha saxlamağı qərara aldı.

Evdə Tom kiminlə məsləhətləşmək barədə düşündü. Onun rəisi Consona hörmət edirdi və onunla fəxr edirdi, buna görə də onunla danışmaq faydasız idi. Ted hüquq professoru Nensi Maksvellin həyat yoldaşının fikrini öyrənməyi qərara aldı.

- Mənə inanmaq çətindir ki, belə səviyyəli məmur sənin jurnalist olduğuna bilərək sənə belə lətifə danışa bilir, - Nensi dedi. Sən bu barədə susmalı deyilsən.

Sonda Ted baş verənlərlə bağlı məqalə yazmağı qərara aldı. O öz təcrübəsi və fikirləri ilə bölüşmək üçün yazını köşədə yerləşdirməyi qərara aldı.

Dərc etmək ya yox?

Səhəri gün Ted məqalənin əlyazmasını redaktor Ceyms Skotta göstərdi. Skott sitatın həqiqiliyini təsdiq etmək üçün məqaləni Lyuyə göstərməyi təklif etdi.

- Mən həmin an bildim ki, sən bu lətifə barədə yazmaq istəyəcəksən, - Lyu dedi.

-Nə üçün? Conson onu danışanda sən öz sifətini görürdün?

Lyu məqaləni oxuyaraq orda olan faktların doğru olduğunu təsdiq etdi.



Lakin bu o demək deyil ki, Conson qaradərillərə pis yanaşır, əminliklə bildirdi. Əgər sən bu məqaləni dərc etsən, onun karyerasına son qoyula bilər.

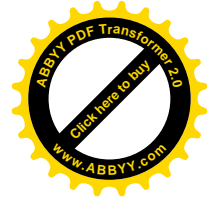
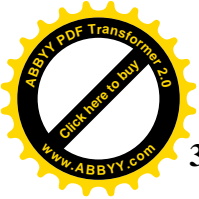
Ted öz kompüterinə tərəf getdi. O şübhə etmirdi ki, onun məqaləsi Consonun siyasi karyerasına sağalmaz zərbə vura bilər və hətta onun KTB-ndən qovulmasına səbəb ola bilər. “Digər tərəfdən, Conson müsahibənin çap üçün olmadığını bildirməyib”, - Ted fikirləşdi.

O məqalənin onun həmkarları - jurnalistlərin həyatına necə təsir göstərəcəyini fikirləşdi. Əgər hakimiyyət barədə nəşə yazırsansa, onlarla yaxşı münasibətlər qurmaq çox vacibdir. Çünki məlumat almaq lazımdır, bu işə dəhlizlərdə qeyri-formal söhbətlərlə və zarafatlarla baş verir. Ted bildirdi ki, onun məqaləsindən sonra məmurlar jurnalistlərə inanmayacaq və belə qeyri-formal münasibətlər bitəcək. Tedin “Tayms”dan çıxmasına işə az qalıb. Həmkarlarının həyatını pozmaq lazımdır? Bundan əlavə, onun bir çox həmkarları Consonla şəxsi dostluq münasibətlərində idi. Məsələn, Lyu KTB başçısını 30 ildir ki tanıyırdı. Əgər məqalə çıxarsa, Tedin bu həmkarlarla münasibətləri korlanacaq.

“Bəlkə mən boş yerə narahat oluram? - Ted fikirləşdi. Bəlkə bu adi bir zarafat idi və buna əhəmiyyət vermək lazım deyil? Xəbərlərdə onlar barədə adətən heç nə demirlər”. Sonda müsahibə şübhəli şəxsin həbs olunması barədə idi və Conson heç cür güman edə bilməzdi ki, onun zarafatı qəzet səhifələrində çıxacaq. Ted fikirləşdi ki, bəlkə elə etsin ki, heç nə eşitməyib.

Əgər o belə etsə, KTB-nin obrazı barədə oxuculardan vacib detallı gizlədəcək. Ted qorxurdu ki, bununla o hakimiyyətin rasizmə qarşı fikirlərinə göz yumacaq. Rasizm elə hüquq-mühafizə orqanlarında təhlükəlidir. Qanun qarşısında bütün irqilər bərabərdir. Əgər təhqiqatlar bürosunun rəhbəri qaradərillər haqqında belə xoşagəlməz lətifələr danışmağa özünə imkan verirsə, onlara iş yerində qərəzsiz yanaşmasını gözləmək olarmı? Bundan əlavə Consonun tabeliyində olanlar bu lətifələri rəhbərlərinin irqi ayrı-seçkiliyi bəyənməsi kimi qəbul edə bilərlər.

Təsəvvür edin ki, Ted Sizin etik problemlərin həllində böyük təcrübənizi xatırlayır, kömək istəyir. Siz ona hansı məsləhəti verərdiniz, Nə üçün?



34. Boulinq-kim uduzur?

“Ata və oğul” boulinqi üçün mal

Cerrini hamı sevirdi. Çox hündür olmayan, həmişə açıq, gülərüz və zarafat etməyə hazır olan bir şəxs xoşa gəlməyə bilməzdi. Cerri soyuducu istehsalı üzrə böyük şirkətin ictimaiyyətlə əlaqələr üzrə meneceri işləyirdi. Onun vəzifələrinə müxtəlif tok-şoularda ekspert qismində çıxış etmək, xeyriyyə tədbirlərində şirkəti təmsil etmək, yeni məhsulların buraxılmasını elan etmək və buna oxşar vəzifələr daxil idi. O həm də öz firmasında boulinq həvəskarlar klubuna rəhbərlik edirdi. Onu yarışın keçirildiyi yerin şərəfinə “Lord Lui” adlandırırdılar.

Cerrinin işi o qədər çətin deyildi. Kompaniyanın prezidenti və digər menecerləri onu uzun illərdir ki, tanıyırdılar. Onların münasibətləri böyük bir ailəni xatırladırdı, bura Cerri Rutun həyat yoldaşı və oğulları - Deyv və Rendi daxil idi.

Lakin böyük bir firma şirkəti alandan sonra hər şey dəyişdi. Şirkətin satılması belə hallarda olduğu kimi ixtisarsız ötürmədi. Və Cerri 55 yaşında heç nəsiz qaldı. Köhnə rəhbərlik ona ən yaxşısını arzuladılar, lakin ona heç nə ilə kömək edə bilmədilər. Cerri şirkətin pensiya sxemində iştirak etmədi - ona elə gəlirdi ki, qabaqda “hələ çoxlu vaxt var”. Lakin indi onun şöbəsi mövcud deyil, o isə küçədə qalıb. Bu onun pensiyaya çıxmasına 10 il qaldığı vaxta, evə və iki oğlu-tələbələrin ödənilməmiş xərclərinin qaldığı bir vaxta təsadüf etdi.

“Nə etməli”- Cerri fikirləşdi. O ictimai əlaqələr sahəsində vakansiyalara dair elanlara baxdı, lakin orada təzə başlayanlar üçün az maaş göstərilirdi. Cerri şirkətdə işləməyə öyrəşmişdi, buna görə də şəxsi işinin açılması ideyası onu qorxutdu. O, “deyəsən heç kimə mənim təcrübəm lazım deyil?”-deyə düşündü. Pul isə getdikcə azalırdı. Vəziyyət təhlükəli olmağa başlayırdı.

Bu zaman köməyə institutu qurtarmasına bir il qalmış oğlu Deyv gəldi.

- Ata qəm yemə, - o bildirdi. -Variant çoxdur. Özünün həvəskar boulinq klubunu xatırlayırsan? Siz hər il şikayət edirdiniz ki, “Lord Lui”nin uyğun köynəyi yoxdur. Bəlkə bununla məşğul olasan?

- Ancaq mən boulinq üçün köynəklər barədə heç nə bilmirəm! - ata qəmli halda bildirdi. - Kim onlar üçün mənə şəkil fikirləşəcək? Ağ



...kəməyi, çanta və digər şeyləri mən hardan alacam? “Lord Lui” üçün bazarlarda hər şey tutulub.

- Mən dizaynı təmin edə bilərəm, -oğul dedi, bu həqiqət idi. Deyv həmişə yaxşı şəkil çəkirdi və bir çox hallarda məktəb müsabiqələrində qalib gəlmişdi.

Hazırda Deyv institutda qrafiki dizaynı öyrənirdi və rəssam-multiplikator olmaq üçün Los-Ancelesə getməyə hazırlaşır.

- Səni hamı sevir, - Deyv davam etdi. O sənə satılmayan? Ətrafda o qədər insanlar var ki, “Lord Lui” ilə iş görmək istəməz. Çünki sən onların rəqibisən. Sən “Ribok” və “Nayk” kimi bouling üçün malları alternativ gətirə bilərsən.

- Yaxşı, əgər sən mənə kömək etsən, çalışaram, - Cerri köksünü ötürdü. İndi yazdır, sən tezliklə tətillə çıxırsan. Əgər sən mənə ideyalarla kömək etsən, mən daşıyıcılarla bağlı öyrənərəm və müştəriləri axtararam. Əgər bizdə alınarsa, bəlkə payıza qədər sifarişlər olar. O vaxta qədər mənim müavinətimlə dolanarıq.

- Mənim üçün narahat olma, - Deyv cavab verdi və köynək, papaq, çanta və digər əşyalar üçün şəkillərin dizaynına başladı. Cerri daşıyıcıların və müştərilərin axtarışına başladı. Deyv düz deyirdi - gülürüz və dostcanlı olan atası ticarət işinə uyğun gəlirdi. Biznes artmağa başladı, lakin maliyyə problemləri hələ də qalırdı. Buna görə də payızda Deyv instituta qayıtmağın təxirə salınmasına qərar verdi.

- Mən həmişə qayıtmağa vaxt taparam, - o atasının etirazına cavab olaraq bildirdi. Həm də institut xərc tələb edir, əgər mən getsəm, kim səni dizaynla və istehsalla təmin edəcək?

Və beləcə yeni şirkət yarandı. Belə hallarda tez-tez olduğu kimi Deyv instituta heç vaxt qayıtmadı.

İlk nailiyyətlər

Deyvin dizayn bacarıqları və onun atasının qətiyyətli xarakteri sayəsində iş müvəffəqiyyətlə keçdi. Deyv firmanı xidmətin ən yaxşı keyfiyyətlə böyük olmayan daşıyıcı kimi formalaşdırmağı qərara aldı. Bir neçə vaxtdan sonra o, zavoda daha çox sərmayə qoymağa və istehsalı öz əlinə almağa atasını inandırmağa çalışdı, bu iş əvvəl kənarında edilirdi.

Deyv yeni əməkdaşları cəlb etdi və müştərilərə daha tez xidmət göstərmək üçün anbarda hazır ehtiyat məhsulları artırdı. Bu, şirkətə gəliri



almağa və müştəriləri arasında öz imicini möhkəmləndirməyə işinə verdi. Şirkət “Lord Lui”nin idman bölməsinə baxanda bir az böyük idi. Lakin ümumi artımla yanaşı kredit xərcləri də artırdı. Buna görə də Deyv bütün vaxtda istehsal və idarəetmə məsələləri məşğul olurdu. Bu, dizayna nisbətən onun xoşuna az gəlirdi, lakin başqa yol yox idi.

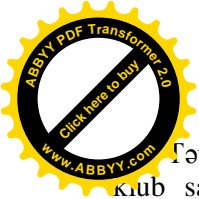
Deyvin qeyri-adi şəkilləri bütün Mərkəzi Qərb üzrə əsas moda oldu. “Lord Lui” buna oxşar nəşə etmək istədi, ancaq uğursuzluğa düşər oldu. Deyvə isə həyatında ilk dəfə dizayn birincisi mükafatı verdilər, bu sifarişlərin sayının, gəlirin, hörmətin artmasına səbəb oldu.

Həmin yaz və yay sifarişlər daha çox oldu. Hər şeyi görməyə vaxt çatmırdı. Cerri avadanlığın müasirləşdirilməsinə qoyulan kapitalla görə narahat idi, Deyv isə ona göstərmək istəyirdi ki, bu kapitallar tez alınır. Cerri üçün bu çox vacib idi, belə ki, oğlundan gizli olaraq şirkəti yaxşı məbləğə rəqibə satmaq üçün danışıqlar aparırdı. Bu zaman Deyv səhmdar kimi gəlirdən pay ala bilərdi və daha yaxşı şərtlərlə yeni sahibdə dizayna rəhbərliyə görə uzunmüddətli kontrakt ala bilərdi. Cerri hətta investoru Deyvin yerli rəssamlıq akademiyasında sonuncu kurs təhsil haqqını da ödəməyə razı salmışdı. Bütün bunlar Deyv üçün sürpriz olacaqdı. Hər şey yaxşı idi, ancaq bu xeyirxah investor Deyvin şəxsi düşməni və onların köhnə rəqibləri idi.

Hədəfə yaxın zərbə

Yeni dizaynın hazırlanması üçün ilk sifarişlər gəldiyi bir vaxtda, Deyv öz daşıyıcısından köynəklər almağa başladı. Bu heç vaxt asan bir iş olmayıb, ancaq bu yaz və yay Deyv həddindən çox işlədi. Həmçinin onların məhsullarına olan böyük tələbata görə, o alışın həcmi iki dəfə artırmağı qərara aldı. Deyvə, artıq hamı onun şəkilləri ilə olan məhsulları almağı arzu edirdilər.

Köynəklər bir az gec gətirildi. Deyv tətildə idi, buna görə də Cerri yeşikləri açmağa və köynəklərə şəkil vurmağa məcbur oldu. İş qurtarmağa yaxın o başa düşdü ki, mal göndərən səhv edib, eyni keyfiyyətli köynəkləri göndərib, həmin zaman Deyv daha çox köynək gətirilməsini xahiş etmişdi. Köynəkləri geri qaytarmaq artıq gec idi, çünki onların üzərində şəkil var idi. Həm də mal göndərən onları geri qaytarmaq üçün sövdələşməzdi, onsuz da onlar çox məhsul sifariş vermirlər.



Tətildən qayıdan Deyv hirsələndi. Onu mükafata layiq görüblər. Klub sakinləri satış həcminə əsasən səs verəcəklər. Deməli, onlara məhsulu istənilən qiymətə vermək lazımdır. Maqazinlər Cerriyə inanırdılar və bu da onların firmalarının üstünlüyü idi - alıcı sifarişini onlar adətən 5 faizə qədər dəqiqliklə tapırdılar. Hazırda məhsulları olduğu kimi göndərsələr, onların sadıq müştəriləri bu köynəkləri sata bilməyəcəklər. “Lord Lui” kimi iri şirkətlər bütün ölçüdə olan eyni sayda məhsul verirlər, sonra satılmayan malları geri alırdılar. Cerri və Deyvin vəziyyətində isə bu qaytarılmalar zərərə səbəb ola bilərdi.

Uduzulmayan iş

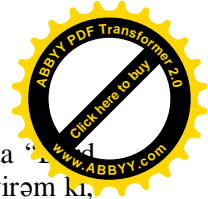
Deyv çıxış yolu axtarmağa başladı. Əgər o köynəkləri müştərilərə versə, onlar çətin ki onları sata. Yeni məhsul sifariş etməyə isə imkan tapmayacaq - əsas ticarət payızın əvvəlindən başlayır. Əgər o gətirilən mallardan imtina etsə, bütün pulları, həmçinin mükafat almaq şansını itirəcək.

- Nə üçün həmişə kiçikləri incidirlər? - o şikayətləndi. Biz mal göndərənlərlə münaqişəyə gedə bilmərik, çünki firma çox kiçikdir. Həm də payıza qədər çoxlu məhsul almağı çətdirməyir. Bizim müştərilər bu kiçik ölçülü məhsulları sata bilməz və onları geri almaqdan başqa çarəmiz yoxdur. Düşünürəm ki, bu il müküfatsız keçinərik.

- Bəlkə də lazım olmayacaq, - Cerri ehtiyatla dedi. Biz əlimizdə olanı yükləyə bilərik, qiyməti müəyyənləşdirə bilərik və həyatdan zövq alırıq, elə hesab edərik ki, mal göndərən heç nəyi dəyişik salmayıb. Müştərilər buna dözlər. onların bizdən yaxşı sifarişçiləri yoxdur. Onlar ölçülərin seçilməsində bizə inanırlar, onlara belə də deyərik ki, bizə elə gəlir ki, kiçik ölçüləri cavanlar daha yaxşı alar. Bəlkə bu alındı, əgər biz səhv edəriksə, bu faciə deyil. Bizim rəqiblər də elə səhv edirlər. amma yaşayırlar.

- Ancaq qaytarmaqdan heç yana qaçmaq mümkün deyil - Deyv bildirdi. Biz yanvar-fevrala qədər vaxt qazana bilərik, ancaq sonra hesablamaq lazım gələcək. Heç nə etmək olmaz, bizim bu müştərilər qarşısında öhdəliyimiz var. Onlar əvvəldən bizimlədir.

- Birdən yanvarda biz olmadıq? - Cerri soruşdu və oğluna “Lord Lui”nin firmanı satmaq barədə təklifini bildirdi. Sənin daha böyük mağazan olacaq, sənə hörmət edəcəklər və institutu da bitirəcəksən.



ancaq pulları da yaddan çıxarma. Hamı üçün yaxşı olacaq, hətta “Lord Lui” - onlar sənin gözəl rəsmlərini alacaqlar. Mən sənə dəqiq deyirəm ki, iş uduzusalı iş deyil.

- Necə yəni firmanı satmaq? – Deyv hirsələndi. Və kimə - “Lord Lui”yə! Bəs bizim müştərilərə qarşı necə olsun? Bizim işçilərlə, fabriklə, bizim yaratdığımız hər şeylə nə olsun? Bəs bizi olduğumuz kimi edən müştərilərlə nə olsun? Sən istəyirsən ki, mən bu köynəkləri onlara verim və nə baş verdiyini onlara xəbərdar etməyim? Bu düzgün deyil axı. Düzünü desək, bu elə “Lord Lui”nin stilində olan bir şeydir.

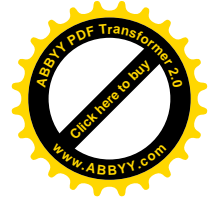
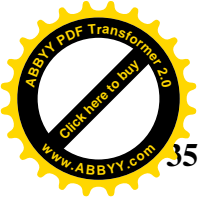
- Nə olsun ki? Onlar bunu hər mövsüm edirlər və heç nə baş vermir – Cerri cavab verdi. Sən mükafat almaq istəyirsən ya yox, Buna görə mən şirkəti satmaq istəyirəm. Yeri gəlmişkən, sənə də bundan az şey çatmayacaq. Hətta sənin burda bir il ərzində qazandığından daha çox qazanacaqsan. Bizim hansı seçimimiz var? Əgər biz şirkəti satmasaq, aldığımız məhsullar bizi müflis edəcək. Və sən anana necə deyəcəksən ki, bir il də öz köhnə dağılmış maşınında gedəcək?

- Ola bilər ki, sən haqlısan, ancaq bu barədə müştərilərə demək lazımdır – Deyv dedi.

- Nə üçün? “Lord Lui” aldığımız mallara hazırlaşsın? – ata etiraz etdi. Onlar buna öyrəşiblər, hər il bununla məşğul olurlar. Onlar böyük şirkətdir, mal göndərənlərlə razılaşırlar. Mən əminəm ki, bizim müştərilər uduzmayacaq. Əgər biz bu barədə hamıya bildirsək, şirkətə görə az pul alacağıq. Buna görə də başımızı ağrıtmayacağıq. Mən bilirəm, nə deyirəm. Yadındadır, mənim şirkətimi necə satdılar və mən heç nəsiz qaldım? Sənə elə gəlmir ki, indi mənim növbəmdir?

Evdə yemək arxasında söhbət yenə də bu barədə oldu. Necə etməli? Sakit durmaq və firmanı “Lord Lui”yə satmaq yoxsa bu müqaviləni pozmaq təhlükəsi ilə hər şeyi müştərilərə bildirmək? Əlbəttə atası cəhd edir və bu onun qocalığında heç vaxt olmadığı pul almaq şansıdır. Digər tərəfdən, bütün bunlar Deyvin xoşuna gəlmir. Onun heç vaxt xoşu gəlmədiyi bir şirkətə-“Lord Lui-yə işləməsi necə olar? Əgər o bu xarab malları onlara versə, ona xəbərdarlıq edilər.

Nə etməli?



35. Boston universitetində özünü öldürmə

Bu material Uilyam Allen Uayt jurnalistika məktəbinin professoru Con Qinnin rəhbərliyi altında Kanzas universitetinin keçmiş tələbələri David Stüart və Sara Bennet tərəfindən yazılmışdı. Material məşğələlərdə müzakirə etmək üçün nəzərdə tutulub.

Boston universitetinin tələbə qəzetinin redaktoru Ceyson Medduksanın kabinetində 3 tələbə vardı, onlar Ceysonun gözləmədiyi xahiş üçün gəlmişdilər.

1993-cü ildən “Deyli Free Press”in redaktoru olandan bəri, Ceyson nəşrə qədər mənbələrə məqalələrə baxmağa icazə vermirdi. Lakin bu günkü xahiş adi deyildi. Bu tələbələr “Free Press”in jurnalistinə onların yaxın dostunun özünü öldürməsi barədə məqalə yazmaqda çox yaxından kömək etmişlər, onlar bu materialla tanış olmağı xahiş edirdilər.

“Free Press” redaksiyası 22 yaşlı Daniel Qavillanın özünü öldürməsi barədə məqaləni sabahkı nömrənin ilk səhifəsində dərc etməyə qərara gəlmişdi. Buna görə də qərar qəbul etmək üçün Ceysonun vaxtı az idi.

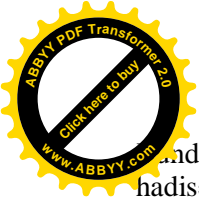
Ceyson Medduks

Ceyson Bostona Ohayodan gəlib. Boston universitetinin 1-ci kursunda oxuyanda o, “Free Press”in əməkdaşı oldu. Axırınıcı kursda artıq redaktor vəzifəsinə yüksəlmişdi.

“Daily Free Press”in tirajı 15 000-ə qədər idi. Qəzetin auditoriyası bütün ölkəyə məşhur olan universitetin 1500-ə yaxın tələbəsiydi.

Özünü öldürmə

Ceyson müxtəlif mövzularla işləmişdi, lakin onların arasında özünüöldürmə olmamışdı. O, hətta özünü öldürməyə cəhd edən şəxsləri də tanıyırdı. “Daily Free Press”də işlədiyi 4 il müddətində Ceyson belə halla 2 dəfə rastlaşmışdı. O, birinci kursda oxuyarkən qəzet tələblərdən birinin özünü öldürməyə cəhd etməsindən yazmışdı. O zaman əvvəlcə onun adını vermək istəmədilər, sonradan sağalan tələbə xahiş etdi ki, ondan müsahibə alsınlar, redaksiya onun adını dərc etməyi qərara aldı.



ından başqa bir tələbənin özünü maşın altına atması və ölməsi barədə hadisə baş vermişdi, “Free Press” onun adını və fotosəklini dərc etmişdi.

Reportaj

“Daily Free Press”də özünü öldürmə barədə xəbərlərə dair dəqiq qaydalar yox idi, lakin Ceyson hesab etdi ki, onda olan materiallar reportaj hazırlamağa kifayət edir. Ceyson bilirdi ki, belə hallarda professional jurnalistlərdə bəzi şübhələr olur, lakin düşündü ki, Boston universitetində özünü öldürmə faktı informasiya xarakterlidir. Və burada ölən Daniel Qavillanın müəllimin köməkçisi olması heç bir rol oynamırdı. Özünü öldürmənin üsulu da (böyük ehtimalla universitet binasının damından tullanma) əhəmiyyət kəsb etmirdi. Ceysonun fikrincə, əsas hadisə universitet tələbəsinin ölümü faktı idi.

Ceyson məqalənin harada yerləşdirilməsi ilə bağlı digər üç redaktorla müzakirə apardı. Bir neçə fikirdən sonra qərara gəldilər ki, günün ən mühüm xəbəri kimi ilk səhifədə çap etsinlər.

Bu qərarla başlıca rolu jurnalist Deyv Hauellin dəqiq işləməsi oynadı. Özünü öldürmə barədə o şənbə günü axşam, 19 fevralda universitetin bioloji mərkəzinin yaxınlığında meyidi tapan polisdən eşitdi. Ölümün səbəbi, polislərin fikrincə, intihar idi. Lakin motiv aydın deyildi, ölümqabağı qeydlər aşkar olunmadı. Bazar ertəsi Deyv ölən atası da daxil olmaqla, bir neçə yaxşı mənbə ilə söhbət edə bildi.

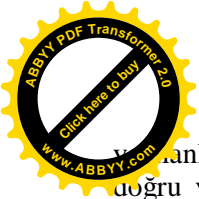
Jurnalistə Danielin dostları - Devid Krebs, Ketrin Kuek və Dana Makrat çox kömək etdi. Onlar hamısı Boston universitetinin tələbələri idi, öz dostlarının ölümü barədə danışdılar. Danielin otaq yoldaşı Dana Makrat Deyvə dəfn mərasiminə hazırlıqdan danışdı. Dana deyirdi ki, Daniel yaxşı tələbə idi və həmişə əla oxuyardı.

Devid Krebsin sözlərinə görə, Danielin dostları onun həyatında ən vacib insanlar idi. Ketrin Kuk əlavə etdi ki, psixologiya müəllimin köməkçisi kimi işləmək onun xoşuna gəlirdi.

Ceyson bilirdi ki, bu üçlük olmadan məqalə ilk səhifəyə düşə bilməzdi. Onlarsız bu məqalə adi bir nekroloq olardı.

Xahiş

Hazırda Dana, Devid və Ketrin “Free Press”in redaksiyasında durur, məqaləyə baxmaq istəyirlər. Tələbələr deyirdi ki, onların dostu barədə



Yanları onlar üçün əhəmiyyətsiz deyil, buna görə də onların fikirləri...
doğru yazıldığına əmin olmaq istəyirlər. Lakin bu Ceyson üçün çətin
məsələ idi. Belə xahişlər ilk deyildi, adətən onlar universitet rəhbərliyində
işləyən tələbələr tərəfindən edilir. Ceyson qəzetin belə xahişə razılıq
verdiyinə dair heç bir hal tanımır, bu yanaşmanı dəstəkləyirdi. Nəşrə
qədər məqalənin mənbəyini göstərmək onun forma və məzmununa
nəzarəti itirmək deməkdir. Belə presedenti yaratmaq lazımdır mı?

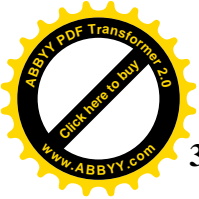
Digər tərəfdən, bu xahiş tələbə-siyasətçinin xahişindən fərqlənirdi.
Bu üç tələbə istəyirdi ki, hamı Danielin necə insan olmasını bilsin. Əgər
polis ölümün başqa səbəbini müəyyən etməsə, yəqin ki “Free Press”in
oxucuları heç vaxt Daniel Qavilla barədə eşitməyəcəklər.

Ceyson məqaləni bu tələbələrə göstərmək üçün böyük təhlükə
görmürdü. Onlar müsahibə razılıq verməklə qəzetə böyük kömək
göstərirlər. Dostunun ölümündən iki gün sonra kim özündə belə cəsarət
tapa bilər?

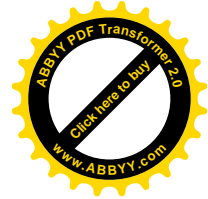
Lakin birdən onların sözlərinin necə yazılması yaxud ölən dostlarının
obrazının qəzetdə dərc olunması onların xoşuna gəlməz? Onlara
dəyişiklik etməyə icazə verilsin? Bu barədə Ceysonda ciddi şübhələr var
idi. Bundan başqa onlar öz sözlərindən imtina edə bilərlər və bu qədər
risk etməyə dəyərmə? Ceyson Deyv Hauellə inanırdı və şübhə etmirdi ki,
tələbələr sözləri dəqiqliklə yazılıb. Əgər Ceyson məqaləni tələbələrə
göstərsə, bu Deyvin və digər əməkdaşların xoşuna gələcəkmi? Bundan
başqa, Ceyson narahat idi ki, bir dəfə razılıq verməklə o gələcəkdə belə
vəziyyətlərə yol açar bilər. Və onda səbəblər müxtəlif ola bilər. Əgər
qəzetin belə istisnaya yol verdiyi məlum olarsa, bu ona olan inama təsir
göstərməzmi? “Daily Free Press” obyektiv olmağa çalışır. Bu razılıq
qəzetin qərəzsiz informasiya mənbəyi kimi obrazına xələl gətirməzmi?

Vaxt demək olar ki yoxdur, tələbələr isə cavab gözləyir.

**Təsəvvür edin ki, Ceyson məsləhət almaq üçün sizə zəng edir. Siz
ona nə məsləhət görürdünüz? Niyə?**



36. Sprint № 45



Tom Uoller

Mayın 12-də Tom Uoller işə adəti üzrə səhər tezdən gəldi. O, ABS telekommunikasiya bazarının liderlerinden biri olan “Sprint” firmasının ictimaiyyətlə əlaqələr və ticarət nişanının dəstəklənməsi üzrə ilk vitse-prezidenti idi. Artıq 10 ildi ki, bu vəzifədəydi, buna görə də firmanın bütün işlərini dəqiqliklə bilirdi. Bundan əlavə, onun firmanın prezidenti Bill Edissonla yaxşı şəxsi və professional əlaqələri vardı. Rəhbəri olmasına baxmayaraq, ailə məzuniyyətlərini Billə birlikdə keçirirdilər. Ayda bir neçə dəfə qolf oynayır, iş məsələlərini müzakirə edirdilər.

Tom korporativ sponsorluğun idarə edilməsi (KSQ) üzrə qrup da daxil olmaqla firmanın bir neçə aspektinə cavabdeh idi. “Ölkənin aparıcı idman təşkilatları ilə strateji əməkdaşlığı formalaşdırmaq” KSQ-nin əsas vəzifəsiydi. “Sprint” firması Amerika Qolf Assosiasiyasını, Amerika xizək şirkətini, həmçinin “Veyl Kurortları” və “Petti şirkəti”ni maliyyələşdirirdi. KSQ-un direktoru Brayan Danner “Sprint”də bir neçə il idi ki işləyirdi. Firmanın digər şöbələrinə şəxsi marketing - hansı məhsulu təklif etməli, hansı yarışlarda və s. məqsədlə maliyyələşdirmənin necə yaxşılaşdırılması barədə məlumatlandırmaq kimi məsələlər qrupun vəzifələrinə daxildi.

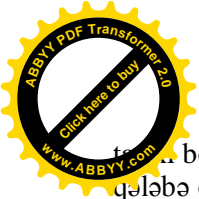
“Sprint”

“Sprint” firması əsasən telefon satışı və digər uyğun xidmətlərlə məşğul olurdu. KSQ-nin mövcudluğu həm idman komandalarına, həm də firmanın özünə kömək edirdi. Bill Edisson və Tom Uoller hesab edirdilər ki, idman müəssisələrinə sponsorluq etmək əla marketing gedişidir - müştəri Sprintin onun xoşladığı predmetə kömək etdiyini görürsə, demək onların nişanına sadıq olacaq. Əgər idmana qoyulan pullar geri qayıtmırsa, onda sponsor olmaq nəyə lazımdır?

“Sprint” məbləği 19,5 milyon dollar olan ən böyük sponsorluq müqaviləsini 3 il müddətinə “Petti şirkəti” ilə bağlamışdı.

“Petti” şirkəti

“Petti” şirkəti NASCAR-ın əfsanəvi sürücüsü Riçard Petti və onun təcrübəli sürücü oğlu Kayla məxsus idi. Riçard Petti NASCAR-ın bütün



...n boyu ən müvəffəqiyyətli sürücüsü sayılırdı. Hesabında 200-dən çox qələbə olan Riçard biznesi atası Li Pettidən 70-ci illərdə dövr almışdı. Bir neçə il əvvəl Riçard pensiyaya çıxmışdı, ailə biznesi ilə daha Kayl məşğul olurdu. Ailənin əsas ümidi Kaylın oğlu Adam idi. Adam tarixdə 4-cü nəsilədən olan idmançıdır.

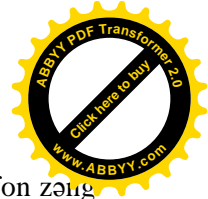
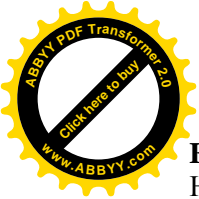
NASCAR kimi “Petti” şirkəti də ailəvi şirkət idi. Həmin dövrdə Adam “Sprint №45” maşını ilə getməli idi. “Sprint” firması onun əsas sponsoru idi. “Sprint” Kayla da kömək etmişdi, lakin onun əsas sponsorları iştirak etdiyi Winstan Cup Series-də “Mattel” və “Hot Uils” idi.

Firma “Petti” şirkəti ilə 1995-ci ildən işləməyə başladı. O zaman onların filialı Adamın professional idmançı olmaq üçün atdığı ilk cəhdini ödəmişdi. Bir il qabaq isə filial sponsorluğu baş şirkətə verdi. Bu “Sprint”in bütün bölmələrinin dəstəklənməsi və həcmnin artırılması demək idi.

Adam Petti çox istedadlı gənc idi. 19 yaşlı gənc artıq 2 yarışda qalib gəlmiş və NASCAR Busch Series-də ən gənc sürücülərdən biri hesab olunurdu. Onun mehriban və gülürüz siması vardı, həmişə gülümsəyərdi, hamının sevimlisiydi. Buna görə də Tom Uoller şübhə etmirdi ki, sponsorluq etmək üçün ondan yaxşısını tapa bilməyəcək.

Yarışlar Adamı uşaqlıqdan maraqlandırır. Həmin illərdə Kayl oğlunun karyerası ilə məşğul olmağa başladı və özünü düşünmədi. O indi qədər hər həftə Winstan Cup Series-da yarışır, lakin 28-38-ci nömrələr arasında olurdu. Ancaq bir neçə il əvvəl o həmişə ilk onluğa düşürdü.

Adam isə həm sürücü kimi, həm də “Sprint” firmasının siması kimi böyük potensiala malik idi. O ilk onluğa düşməsə də, onun nəticələri hər yarışda yaxşılaşır. Onun qabiliyyətinin sərhədsiz olduğunu düşünürdülər. Adam yeni Riçard Pettiyə çevrilə bilirdi. Bunun üçün onun hər şeyi var idi - ailəsinin cəsur keçmişi, qəti xarakteri və “Sprint”in dəstəyi.



Faciə

Həmin gün səhər Tom sakitcə kağızlara baxırdı, birdən telefon zəng çaldı. Tom dəstəkdə Brayan Dannerin səsini eşitdi, lakin əvvəlcə sözləri ayırd edə bilmədi. Brayan göz yaşları ilə bildirdi ki, bir neçə saat əvvəl Adam “Nyu-Hempşir İnternşil”şosesində yürüş edirmiş, lakin nəse işləməyib və onun maşını 220 km/saat sürətlə divara dəyib. Vertolyotla yaxınlıqdakı xəstəxanaya aparıblar, lakin o, yolda keçinib.

Ölüm daxili orqanların zədələnməsindən baş verib. Adam divara dəyəndə, kəmər onun bədəninin yerində saxlayıb, lakin daxili orqanları əvvəlki sürətlə hərəkət edirdi. Maşının analizi də şahidlərin sözlərini təsdiqləyib, mufta işləmədiyi üçün maşın idarə etməni itirib.

...Tom dəstəyi yerə qoydu. Göz yaşlarını güclə saxlayaraq dostunun və rəisi Bill Edissonun nömrəsini yığıdı, bəzi mühüm qərarlar qəbul etmək lazım idi.

Dilemma

Dəfndə Kaylın həyat yoldaşı və Adamın anası Patti Toma yaxınlaşaraq onun əlindən tutdu.

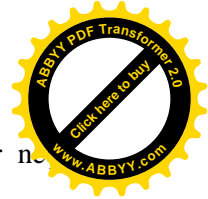
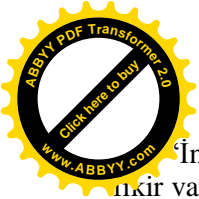
- Siz və firmanız oğlum üçün etdiyiniz hər şeyə görə sag olun. Yarışlar onun arzusu idi və siz bu arzunu reallığa keçirdiniz. Biz Kaylla istəyirik ki, bizim müqavilənin sonuna qədər maşında 45 nömrə ilə o getsin. Biz artıq bunu ailə və komanda ilə müzakirə etmişik.

Tom təəccübləndi, lakin onu qocaqlayaraq dedi:

- Bu barədə narahat olmayın və siz hazır olanda bunu müzakirə edərik. Bizə güvənin.

Səhəri gün Tom işə qayıtdı və sponsorluqla bağlı nə etmək barədə fikirləşdi. Firma artıq Adam Pettinin baş sponsoru adlanmaq üçün təxminən 20 milyon dollar ödəmişdi. Hazırda onun adı ilə bağlı olan bütün tədbirlər dayandırılmışdı. “Petti” şirkətinin nə etmək barədə qərara gələcəyinə qədər distribütorlardan bütün reklam materiallarını geri qaytarmağı və bütün tədbirləri təxirə salmağı xahiş ediblər.

Həftə ərzində distribütorlar bütün materialları geri qaytardılar və reklam programını dəyşdilər.



“İndi necə olsun?”-Tom müqaviləni oxuyaraq düşündü. Bir nəfər müqaviləni qəbul etməmişdi.

Müqavilə “sürücünün olmaması” halını nəzərdə tutmurdu, baxmayaq ki, bu idmançılarla sponsorlar arasında olan bir çox müqavilələrdə standart bənd idi. Bu onu göstərirdi ki, “Sprint” istənilən halda bütün 3 ilə görə pul ödəməli olacaq. Lakin müqaviləni uzatmağı onlara heç kim məcbur etməyib.

Tom bilirdi ki, NASCAR-ın pərəstişkarları istəyir ki, firma “Petti Şirkəti”ni Kayla görə maliyyələşdirsin, hansı ki, oğlunun xatirəsi üçün 45 nömrə ilə maşında gedəcək. Lakin onların sponsorluğu barədə bilən və NASCAR-ın pərəstişkarları olmayan insanlar hesab edirdilər ki, bu ölünün adından istismar olunmaqdır. Həmçinin elə insanlar var idi ki, onlar ümumiyyətlə Adam Petti və “Sprint”in “Petti” şirkəti ilə əlaqələri barədə heç nə eşitməyiblər.

Hər bir qrup kifayət qədər böyükdür və “Sprint”in biznesinə ciddi təsir göstərə bilər, bundan başqa, NASCAR-ın pərəstişkarları həmişə sədaqət müştərilər olublar.

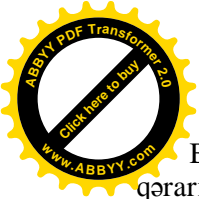
Əgər firma “Petti” şirkəti ilə müqaviləyə xitam versə, NASCAR-ın pərəstişkarları və digər sürücülər onları xain hesab edəcəklər.

Əgər o Kaylın və “Petti” şirkətinin sponsoru olaraq qalarsa, bu halda Adamın gəncliyinə və potensialına pul qoyan distribütorların dəstəyindən məhrum ola bilər.

Kayl çoxdandır ki, yaxşı nəticə göstərmir, buna görə də onun obrazının telefon satışını yaxşılaşdıracağı məlum deyildi, KSQ-nun mövcudluğunun mənası məhz bu idi.

Byanan daxil olmaqla, “Sprint”in rəhbərlərinin çoxu Pettinin ailəsi ilə dost idilər və bu vəziyyətə biznes nöqtəyi-nəzərdən baxmırdılar. NASCAR-da firmanın siması roluna yaraşan digər sürücüləri də vardı, onların da sponsoru olmaq olardı, bu halda “Petti” şirkəti ilə müqaviləni xitam etmək lazım olmayacaqdı.

Kayl Petti də firmanın siması roluna yaraşırı, o bildirirdi ki, yenidən ən yaxşı sürücü olmaq, “Sprint”lə müqaviləni saxlamaq üçün əlindən gələni edəcək.



Belə vəziyyət ilk haldır, buna görə də digər sponsorlar Tomun qərarından presedent kimi istifadə edəcəklər. Tomda belə bir hiss var ki, bütün hallarda biznesə zərər dəyəcək. Nə etməli? Bir neçə həftə əvvəl oğlu ölən maşın arxasındakı Kayl Petti ilə “Petti” şirkətini maliyyələşdirməyə davam etmək? Yoxsa müqaviləyə xitam vermək? Bəlkə az məbləğə razılaşıb başqa perspektivli sürücüyə pul qoymaq? Hansı yaxşıdır - Pettinin ailəsini ümidləndirmək - xərcləri çıxarmaq, yoxsa digər gənc sürücüyə pul qoymaq?

Təsəvvür edin ki, Tom sizin marketing etikasına olan marağınızı bilir və məsləhətləşmək üçün Sizə zəng edir. Siz ona nə məsləhət edərdiniz?