



MEDİADA SENSASIYA SİNDROMU VƏ JURNALİST ETİKASI

A.T. Rzayeva

Bakı Slavyan Universiteti, Süleyman Rüstəm, 33, Bakı, Azərbaycan
e-mail: rzayevaaise6@gmail.com

Xülasə. Mediada etik normalara əməl olunması vacib məsələlərdəndir. Təhlillər göstərir ki, etik normaların pozulması hallarına daha çox televiziya verilişlərində rast gəlinir. Məqalədə etik normaların pozulmasını şərtləndirən amillərə nəzər salınır. Araşdırmalar göstərir ki, burada ön sırada reyting toplamaq naminə sensasiyalı informasiyalara daha çox yer verilməsi dayanır ki, bu da jurnalist etikasına ziddir.

Açar sözlər: Media, informasiya, jurnalist etikas, norma, sensasiya, ajiotaj, reyting.

Giriş

Mediada jurnalist etikas, ən mühüm məsələlərdəndir. Dünyanın bütün demokratik KİV orqanlarında jurnalist etikas, etik problemlər diqqət mərkəzində saxlanılır. Etik normalar qanun halında təsbit olunmasa da, oturuşmuş beynəlxalq doktrinalar kimi dünya jurnalistləri tərəfindən dönmədən əməl olunur. Azərbaycanda da jurnalist etikasına kifayət qədər ciddi və aktual məsələ kimi baxılır. Təsadüfi deyildir ki, “Azərbaycan jurnalistlərinin etik davranış qaydaları” [1], “Azərbaycan Respublikası jurnalistlərinin peşə etikas, kodesi” [2] və bu qəbildən olan digər sənədlərdə etik normaların pozulması halları müəyyənləşdirilmişdir. Lakin aparılan müşahidələr göstərir ki, mediada etik normaların pozulması halları hələ də davam etməkdədir. Audiovizual Şuranın qərarları ilə bəzi televiziya kanallarının cəzalandırılması buna bariz nümunədir.

Dezinformasiya və onun fəsadları

Təhlillər göstərir ki, bəzi informasiyalar və paylaşmalar cəmiyyətdə müəyyən ajiotaj və sensasiya yaradır. Elə hallar olur ki, cəmiyyət üzvləri bu qəbildən olan informasiyaların doğru və ya yalan olması ilə maraqlanmır, sadəcə xəbərə fokuslanırlar. Belə paylaşmaların müəllifləri, adətən, media sahəsində çalışmayan insanlar olurlar və onlar sosial şəbəkələrdə və ya digər platformalarda dezinformasiya yayırlar. Tanınmış şəxslərin guya ölümü ilə bağlı xəbərlər və s. bu qəbildəndir. Fakt dəqiqləşdirilmədən, sensasiya üçün yayılan belə xəbərlər şəxsin ailəsində, yaxınlarında mənəvi gərginlik yaradır. Ona görə də həssas mövzularda paylaşmalar edərkən diqqətli olmaq lazımdır. Hətta bəzən vəziyyət o yerə gəlib çıxır ki, “öldü” deyilən şəxs xəbəri

təkzib etmək məcburiyyətində qalır. Müşahidələr göstər ki, bəzən bu cür sensasiyalar televiziyalarda çalışan jurnalistlər tərəfindən də yaradılır. Reyting toplamaq üçün şişirdici və ya qeyri-dəqiq məlumatlar izləyicilərin diqqətinə çatdırılır. Bu isə həmin televiziya kanalına olan etibarını sarsıdır. Başqa bir nümunə gətirsək, bəzi hallarda başlıqla təqdim olunan informasiya üst-üstə düşür. Tamaşaçı informasiyanı həvəslə gözləyir, amma sonda onu düşündürən suallarının cavabını tapa bilmir. Bu isə izləyicinin aldadılması, vaxtının boşuna alınması deməkdir. Beləcə, böyük əksəriyyətin inandığı platforma olan televiziyanın etibarını sarsıdılar. Artıq insanlar nəyə, kimə inanacaqlarını bilmirlər. Cəmiyyətdə yaranan bu güvən boşluğu kifayət qədər təəssüf doğuran məqamdır. Çünki sadıq izləyici reytingdən, baxış sayından daha üstündür. Amma zaman dəyişib, cəmiyyətdə olan “birinci olmaq yarışı” bütün dəyərləri üstələyib. Öz işinə vicdanla, yanaşan insan sayı xeyli azalıb. Bu isə sözsüz ki, keyfiyyətə də mənfi mənada öz təsirini göstərir. Artıq, efirlərimiz əvvəlki kimi düzgünlüyün, dəqiqliyin, dürüslüyün mərkəzi deyil. “Günün xəbərləri”ndən bir informasiyaya diqqət yetirək. 3 sentyabr 2025-ci il tarixində paylaşılan məlumatın başlığı belədir: “Faciəvi şəkildə vəfat etdi. Xalq artisti Alim Qasimov...” [5]. Əlavə edilən şəkil isə solda hansısa şəxsin dəfn mərasimi, sağda isə Alim Qasimovun fotoşəkli. Təbii ki, ilk baxışda, yəni xəbərə baxmadan dəfn mərasiminin kimə aid olduğu anlaşılmır. Məlumatla tanış olduqdan sonra görünür ki, əslində bu, Abşeronda süni göldə batan şəxsin ölüm xəbəridir. Sadəcə baxış toplamaq üçün başlıq bilərəkdən belə seçilib. Əslində, işə də yarayıb. Çünki sözügedən video təkcə yutub platformasında 10 mindən çox izlənilib. Amma məsələnin bir də vicdani tərəfi düşünülməyib. Həmin xəbər şəxsin ailəsinə, yaxınlarına hansı formada təsir edə biləcəyi nəzərə alınmayıb. Digər tərəfdən isə məsələnin hüquqi tərəfi də var. Hansı ki, adından dezinformasiya paylaşıldığı üçün şəxs media mənsubunu və ya başqa bir şəxsi məhkəməyə verə, hətta təzminat da tələb edə bilər.

Peşə etikası və mənəvi məsuliyyət məsələsi

Başqa bir nümunə göstərək. Xüsusən Vətən müharibəsi və ondan sonrakı dövrlərdə biz sensasiya yaradan xeyli definformasiyanın şahidi olduq. Sosial şəbəkələrdə şiddətli döyüşlərin getdiyi, çoxlu yaralıların və şəhidlərin olduğu, dəstəyə ehtiyac duyulduğu kimi başlıqlar gördük. Kifayət qədər həssas mövzunu bəzi “jurnalistlər” sensasiyaya çevirdilər. Köhnə videoları paylaşaraq insanları təşvişə saldılar. Bu isə hər kəsdə stress və narahatlıq yaratdı. Ən böyük həyəcanı isə sözsüz ki, övladları döyüş bölgəsində olan valideynlər yaşadılar. Halbuki bunlar dezinformasiya idi. Bu cür yalan informasiyalar paylaşan bəzi xəbər saytlarının əməkdaşları nəinki

insani keyfiyyətlərə, heç peşə mədəniyyətlərinə də hörmətlə yanaşmadılar, etik normaları kobud şəkildə pozdular. “Azərbaycan Jurnalistlərinin peşə etikası kodeksi”ndə yer alan IV maddədə deyilir: “Jurnalistin vəzifəsi peşə borcunu vicdanla yerinə yetirməkdən ibarətdir. Bunun üçün yaradıcılıq imkanlarından tam istifadə edir, ümumi, peşə mədəniyyətini və səviyyəsini daim artırmaq üçün səy göstərir. Vicdan jurnalistə diktə edir ki, faktları hərtərəfli və bütün incəliklərinə qədər yoxlasın, sənədlərə və başqa qaynaqlara dönə-dönə müraciət etsin, dərc olunmaqdan ötrü (efir üçün) nəzərdə tutulan yazıdakı faktların doğruluğuna tam əmin olsun. Belə olarsa, yazı barədə yozmalara, şayiələrə yer qalmır. Yazısında səhvə yol vermiş müəllif dərhal səhvin qarşısını ala biləcək tədbirlər görür, mənəvi ziyan çəkmiş şəxsdən (şəxslərdən) rəsmən üzr istəyir, onun (onların) jurnalisti bağışlamasına etika çərçivəsində nail olur” [3].

Mediada olan sensasiya sindromu və etik normalarla bağlı məsələlər öz aktuallığını hər zaman qoruyub saxlayır. Bununla bağlı bir çox heç bir elmi istinadlar, yerli və əcnəbi alimlərin əsərləri var.

“Mediada sensasiyalaşdırma xəbərin informativ və analitik dəyərindən daha çox onun emosional təsir gücünə əsaslanan təqdimat formasıdır. Bu yanaşma auditoriyanın diqqətini cəlb etsə də, xəbərin obyektivliyini və ictimai əhəmiyyətini zəiflədir” [7]. Burada qeyd olunan fikirləri təhlil etsək görərik ki, sensasiya əslində informasiyanın emosianallaşdırılaraq təqdim edilməsi nəticəsində yaranır. Ona görə də izləyicilər tərəfindən daha çox maraqla qarşılır və qısa zaman ərzində geniş kütləyə çatdırılır.

“Jurnalistikanın əsas vəzifəsi həqiqətə sədaqət və ictimai marağa xidmət etməkdir. Sensasiyaya üstünlük verilməsi isə faktların dəqiqliyini arxa plana keçirərək etik prinsiplərin pozulmasına zəmin yaradır” [6]. Əsərdə də qeyd edildiyi kimi sensasiya sindromunun yaradılması ümumiyyətlə etik normalara: obyektivliyə, dürüstlüyə, qərəzsizliyə və başqa bu kimi qaydalara ziddir. Bu həqiqəti arxa planda qoya bilər.

“Faciə və zorakılıq hadisələrinin sensasiyalaşdırılması qurbanların ləyaqətinə zərər vurur və cəmiyyətin hadisələri sağlam şəkildə dərk etməsinə mane olur” [4]. Xüsusilə insan həyatı, ölüm, faciə kimi olaylarla bağlı sensasiya xarakterli yazıların yazılması, dərc edilməsi etik baxımdan doğru deyil. əsərdən olan nümunədə də qeyd olunduğu kimi bu həmin insanların şəxsiyyətini alçalda, cəmiyyətdəki mövqelərini sarsıda bilər.

Nəticə

Yekun olaraq qeyd edə bilərik ki, sensasiya naminə həqiqəti təhrif etmək jurnalist etikasının pozulması ilə yanaşı hüquqi məsuliyyət də yaradır. Dünyanın aparıcı media qurumları bu məsələyə xüsusi həssaslıqla yanaşırlar. Azərbaycan KİV-də bu sahədə müəyyən işlərin görülməsi vacibdir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycan jurnalistlərinin etik davranış qaydaları- Azərbaycan Mətbuat Şurası / [Elektron resurs] /-24 sentyabr, 2022. URL: <https://presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan>
2. Azərbaycan Respublikası jurnalistlərinin peşə etikasi kodeksi / [Elektron resurs]
URL: https://communicationacademy.az/azerbaycan-respublikasi-jurnalistinin-pese-etikasi_kodeksi/
3. Azərbaycan Respublikası jurnalistlərinin peşə etikasi kodeksi [Elektron resurs]
URL: https://communicationacademy.az/azerbaycan-respublikasi-jurnalistinin-pese-etikasi_kodeksi/
4. Berry, M., Garcia-Blanco, I., & Moore, K. Press Coverage of the Refugee and Migrant Crisis. Cardiff University 2016 / [Elektron resurs]
URL: <https://orca.cardiff.ac.uk/id/eprint/87078/1/UNHCR-%20FINAL%20REPORT.pdf>
5. Günün xəbərləri informasiya proqramı [Elektron resurs] /-3sentyabr, 2025
URL: https://youtu.be/WuEc2LT05Jo?si=1X8IIjsj_jvZeF0j
6. Kovach B., & Rosenstiel T., (2014), The Elements of Journalism, Three Rivers Press, New York, 352 p.
7. McQuail D., (2010), McQuail's Mass Communication Theory. London [Elektron resurs]
URL: https://www.academia.edu/36441695/McQuails_Mass_Communication_Theory

SENSATIONALISM SYNDROME IN MEDIA AND JOURNALISTIC ETHICS

A.T. Rzayeva

Baku Slavic University, Suleyman Rustam, 33, Baku, Azerbaijan

Abstract. Adherence to media ethics is one of the crucial issues. Analyses show that violations of ethical standards are more commonly observed in television programs. The article examines the factors that contribute to the violation of ethical norms. Research indicates that the primary reason for this is the emphasis on sensational information to boost ratings, which contradicts journalistic ethics.

Keywords: Media, information, journalistic ethics, norm, sensation, hype, rating.