

“Məhəmməd Əmin Rəsulzadə”
Fondunun Nəşri

DEMOKRATİK DÖVLƏTLƏRİN TELEVİZİYA VƏ RADIÖ SİSTEMİ

**Kitabın redaktoru və
layihənin direktoru:** Nesiman Yaqublu

Məsləhətçi: Qrek L. Diker

Rəyçi: Zeynal Məmmədli

461
-
1136

Kitab ABŞ-in Məlumat Xidmətinin
(USIS) Azərbaycan nümayəndəliyi
tərəfindən maliyyələşdirilmişdir.

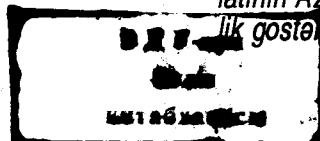
This book was sponsored by
Azerbaijan Representation
of USIS

917

"Demokratik dövlətlərin Televiziya və Radio
sistemi" kitabında altı dövlətin - ABŞ-in, İngiltərə-
nin, İtaliyanın, Fransanın, Almanyanın və Türki-
yenin televiziya, radio strukturları, mövcud qan-
unları haqqında mə'lumatlar, başlıca fəaliyyət
istiqamətləri verilmişdir. Kitab televiziya və radio
işçiləri, eləcə də jurnalistika fakültələrinin tələbə-
ləri üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Kitabın nəşrinə ABŞ-in "Internyus" təşki-
latının Azərbaycan nümayəndəliyi də kömək-
lik göstərmişdir.

245204



D 470206000 - 99
047

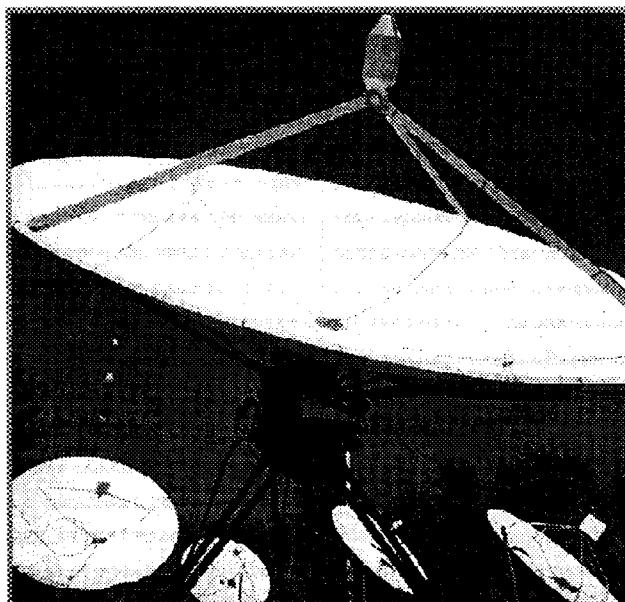
© «Ozan» nəşriyyatı - 1999

DEMOKRATİK DÖVLƏTLƏRİN TELEVİZİYA VƏ RADIÖ SİSTEMİ



**THE TV /RADIO SYSTEM IN
DEMOCRATIC STATES**

AMERİKA BİRLƏŞMİŞ ŞTATLARININ TELEVİZİYA VƏ RADIO YAYIMLARI, MÖVCUD QANUNLAR



ABŞ TELEVİZİYA VƏ RADIO YAYIMLARI

XX əsr də elmin, texnikanın yüksək tərəqqisi kütləvi informasiya vasitələrinin də inkişafına güclü təkan verdi. Geniş auditoriya-ya malik olan kütləvi informasiya vasitələri ictimaiyyəti infor-masiya ilə tə'min etmək probleminin hellində əhəmiyyətli rol oynadı.

XX əsrin 20-ci, 30-cu illərindən başlayaraq kütləvi informasiyalar sırası-na yeni vasitələr - radio və televiziya da qoşuldu. ABŞ-ın radio və televi-ziya sisteminin inkişafı da məhz bu illərə təsadüf edir. Artıq 1928-ci ilə qə-dər Birləşmiş Ştatlarda üç milli radio şəbəkə fəaliyyət göstərirdi. Onlardan ikisi "En-Bi-Şi" ("neşnə brodkastinq kompanii" - milli geniş yayılmış korpo-ra-siya), biri isə "Si-Bi-Es"-ə ("Kolombia brodkastinq sistem") - (Kolumbiya geniş yayılmış xidmət) aid idi: ilk vaxtlarda ABŞ-da radionu daha çox əy-ləncə formasında dinləsələr də, tezliklə hadisə yerlərində hazırlanmış ra-dioreportajlar özünə geniş auditoriya topladı. Radionun belə sür'ətlə inkişafı, müxtəlif dalğalarla efirə çıxmazı, tez-tez başqa stansiyaların veriliş-lərinə daxil olması dinləyicilərdə narazılıq doğurduğundan Kongres bu problemin həlli vacibliyini hökumətə çatdırıldı və ona səlahiyyətli olaraq ra-diostansiyaların fəaliyyətini lisenziyalasdırmağı tapşırıldı. Həmin vaxtdan e'tibarən həm radio, həm də televiziya milli ləyaqət forması olaraq icti-maiyyətin maraqlarını ifadə etməkdədir.

Qeyd edək ki, hələ 1927-ci ildə ABŞ-da yaradılan Federal Radio Komis-siyasının 1934-cü ildə adı dəyişdirildi və həmin vaxtdan Federal Rabitələr Komissiyası olaraq fəaliyyətini davam etdirdi. Federal Rabitələr Komissi-yası əvvəllər radionun, sonralar isə televiziyanın inkişafına nəzarət edir-di. Komissiya ilkin növbədə radio və televiziya stansiyalarının yaradılma-sı üçün lisenziyalar verir və tələblər hazırlayırdı. Özünün stansiyasını ya-ratmaq istəyən hər bir şirkət bu tələblərə cavab verməli idi.

Şirkət özünün texniki təchizatla təminata və xüsusi stansiya yaratmağa kifayət qədər vəsaiti olduğunu sübut etməli, göstərməlidir ki, o belə bir stansiya yaratmaqdə hüquqludur. Federal Rabitələr Komissiyası isə qanunların pozulmamasını izləyir və onun pozulması hallarında lisenziyanı geri almaq hüququna malikdir.

Federal Rabitələr Komissiyasının başlıca tələbi belə idi: şirkət hər şey-dən əvvəl ictimaiyyətin marağı ilə hesablaşmalı, ictimai problemlərin azad mühakiməsi qaydalarını həyata keçirməlidir. Eyni zamanda Komis-

siya programın məzmununu da izləməli və mə'lumatlı olmalı idi. Lakin Komissiyanın qarşısında duran bu vəzifə qaranlıq olduğundan, ona başçılıq edənlər ilkin olaraq hansı problemi nəzarətə götürməkdə çətinlik çəkirdilər. Kennedy administrasiyasında fəaliyyət göstərən Nyuton Minou kimiləri komissiyanın məqsədini aşağıdakı istiqamətdə görürdülər, o yalnız həddi-buluşa çatmayanlara aid programların məzmununu izləməlidir. Başqaları isə, məsələn, Nikolas Conson və Kennet Koks komissiyanın başlıca vəzifəsini ictimai azlıqlara həsr edilmiş programlara diqqəti olmaqdə görür və ABŞ ərazisində yaşayan, tutaq ki, qaradərilə insanların marağında olan stansiyaların işinə müdaxilə etməyi mümkün sayırıllar. Belə fikirdə olanlar da vardı ki, programların məzmununa istənilən tə'sir Konstitusiyanın pozulması ilə nəticələnə bilər.

1948-ci ilin sentyabrından başlayaraq Federal Rabitələr Komissiyası lisenziyaların verilməsini 1952-ci ilin iyun ayının 1-nə qədər dayandırdı. Bu müddət ərzində komissiya televiziyanın inkişafını tənzimləyən çoxlu qanunlar işləyib hazırladı. Müqayisəli formada götürsək, bu dövr olduqca səkit keçdi, belə ki, lisenziyaların verilməsi qərarı ləğv edildikdən sonrakı bir il müddətində televiziya stansiyalarının sayı üç dəfə artdı.

Televiziyanın bundan sonrakı sürətli inkişaf dövründə Federal Kommunikasiya Komissiyası (FKS) demək olar ki, verilişlərin məzmununa tə'sir etməyə çalışır və öz funksiyasında ABŞ ərazisinin televiziya ilə əhatəsi tələbini yerinə yetirirdi. Eyni zamanda, komissiyadan rəngli televiziyanın meydana gəlməsi ilə bağlı yeni problemlərin həlli tələb olunurdu. 1951-ci ildə ABŞ-da ilk rəngli televiziya programı efirə buraxıldı. 1952-ci ildə isə Radio və Televiziya Verilişləri Milli Assosiasiyesi televiziyanın müstəqiliyi qaydalarını tə'min edən, ictimai maraqları və verilişlərin keyfiyyətini əsas götürən Televiziya kodeksini hazırladı.

Qeyd edək ki, 1960-ci illər ABŞ-da kommersiya televiziyasının yüksək inkişaf dövrüdür. Bu illərdə fəaliyyət göstərən üç şirkətin verilişləri ("Si-Bi-Es", "En-Bi-Si" və "Ey-Bi-Si") öz xüsusi stansiyaları vasitəsi ilə ABŞ ərazisinin 70 faizini əhatə edirdi. Televiziya stansiyalarının mərkəzləşməsi iqtisadi və siyasi səbəblərə görə baş verirdi. Bunun birinci səbəbi onunla bağlı idi ki, böyük şirkətin kapital cəlb etmək imkanları, ayrı-ayrılıqdakı stansiyalardan daha yüksək idi. Digər səbəbi isə, güclü siyasi tə'sirə müqavimətdə ayrı-ayrı stansiyaların böyük kampaniyalarla müqayisədə davamının zəifliyi idi.

Hər üç şirkətin programlarına ABŞ ərazisinin hər guşəsində baxmaq mümkündür. ABŞ ərazisində verilişləri bu şirkətlər iki üsulla həyata keçirirlər. Birincisi, xüsusi stansiyaların köməyi ilə, hansı ki, 1984-cü ilin aktına

uyğun olaraq onların sayı on ikiyə qədər məhdudlaşdırılmışdır. Və bu stansiyalar ilkin növbədə Nyu-York, Los-Anceles, Çikaqo və digər böyük şəhərlərdə yerləşdirilmişdi. Belə stansiyalar iki "o" işaretli başlıqla işarələnir və qəbul edilən, idarə olunan mə'nalarındadır. İkincisi isə, səxslə stansiyalarla məhdudiyətsiz sayda affilyasiya (dostcasına-tabecilik) müqavilələri bağlaya bilər. Beləliklə, bu stansiyalar öz şəbəkələri istifadə olunmaqla və bunun müqabilində böyük şəbəkələrdən pul almaqla sadəcə programları efirə buraxırlar. Məsələn, CBS-in (ABŞ-da 4 əsas televiziya geniş yayım şəbəkəsindən biri) 200-dən çox belə müqaviləsi var.

Artıq 1956-57-ci ildən başlayaraq kommersiya televiziyası tənqidə mərruz qaldı və Televiziya strukturlarının dəyişdirilməsi ilə bağlı layihələr irəli sürüldü. Əger əllinci illərin sonunda kommersiya televiziyanın ünvani-na olan tənqid daha çox yerli xarakter daşıyırdısa (yəni yerlərdən tənqid), artıq altmışinci illərin sonuna yaxın ciddi dəyişikliklər istəyənlərin sayı da-ha da artmağa başladı. İlkin növbədə ciddi narazılıq yaradan çoxlu sayda kommersiya e'lənlərinin programlarda verilməsi idi. Sosiooloji tədqiqatlar göstərirdi ki, rə'yini soruşulanların 67 faizi televiziyanı reklamsız görmək isteyirdilər. 1967-ci ildə çağırılan Karneqi komissiyası televiziyanın yenidən formalamaşması istiqamətində çoxlu təkliflər irəli sürdü.

Komissiya ABŞ ərazisində fəaliyyət göstərən 124-dən çox təhsil stansiyası ilə əlaqəyə girdi və ilkin diqqət yetirilən sadəcə kommersiya xarakte-ri daşımayan universitetlərə məxsus stansiyalar oldu. Artıq təhsil stansiyaları şəbəkələrindən kommersiya şəbəkələri ilə rəqabət apara bilən və bütün Amerikada yayınlanacaq keyfiyyətli televiziya verilişləri hazırlanması tələb olunurdu. Bu iş üçün maliyyə mənbələri tapmaq lazım idi. Bundan ötrü komissiya kommersiya olmayan televiziyaların yaradılmasını federal və ştatların bütçəsindən, munisipialistlərin pulundan maliyyələşdirmək təklifi ilə çıxış etdi. Eyni zamanda, komissiya kommersiya olmayan televiziyanın inkişafını və pulun mövcud stansiyalar arasında bölüşdürülməsini tə'min etmək üçün yeni təşkilat yaratmaq təklifini irəli sürdü. Bu təşkilat stansiyaların fəaliyyətinə rəhbərlik etməməli, eyni zamanda maliyyə yardımçıları ilə onlara tə'sir göstərməməlidir. Qeyri - kommersiya stansiyalarla bütün danışqlar onun vasitəsi ilə aparılmalı idi. Bu təşkilat qazanc gətirməməli, bütövlükdə dövlət institutu olmalıdır. Komissiyanın institutun yaradılması ilə bağlı Konqresə göndərdiyi tələbnamədə də onun üç mənbədən maliyyələşməsi göstərilirdi: Səhiyyə departamentlərinin substansiyalarından, təhsildən və ictimai müdafiədən. Eyni zamanda fiziki və hüquqi şəxslərdən üzvlük haqqı alınması, satılan hər telequrğudan faiz götürülməsi də nəzərdə tutulurdu.

Komissiyanın təqdimatı cəmiyyətdə reaksiya doğurdu və 1967-ci ilin martında Kongres belə bir təşkilatın yaradılması haqqında qərar qəbul etdi. Əvvəlcə C.P.B. (İctimai Geniş Yayım Üçün Korporasiya) yaradıldı və onun ilk işi Kongresin ayırdığı vəsaiti bölüşdürüməsi oldu. Bundan sonrakı problemlərlə, xüsusən ictimai Televiziya Proqramlarına aid olan işlərlə P.B.S. (İctimai Geniş Yayım Xidməti) məşğul olmalı idi.

Dördüncü Amerika Televiziya şəbəkəsi bütövlükdə ictimai və əhəmiyyətli şəkildə mərkəzləşdirilməmiş oldu. 1970-ci ildə P.B.S. 20-yə qədər stansiya ilə əməkdaşlıq edirdi. Proqramlar hazırlayan, şəbəkələrlə ötürüllən başlıca stansiyalar ABŞ-in aşağıdakı əsas şəhərlərində yerləşirdi: Nyu-York, Boston, Çikaqo, San-Fransisko, Los-Ancelos, Pitsburq. İctimai Televiziya Proqramlarının əsas hissəsini onlar hazırlayırdılar. Kommersiya xarakterli olmayan ən böyük program yaradıcılarından biri də Nyu-Yorkda Uşaq Televiziya verilişləridir ki, özünün məşhur "Sezam küçəsi" teleserialı ilə bütün dünyada tanınmaqdadır.

İctimai Televiziya, əlbəttə ki, kommersiya televiziyası ilə ciddi rəqabətə girə bilməzdi və əslində onun vəzifəsi bu deyildi. Onun yaradılmasının başlıca məqsədi reklamsız, yalnız əyləncə xarakterli yox, eyni zamanda təhsilə üstünlük verən alternativ televiziya formalaşdırmaq idi. Və P.B.S. tezliklə bu məqsədine nail oldu.

Qeyd edək ki, 1967-ci ildə İctimai Verilişlər Korporasiyasının yaradılması (Si-Pi-Bi) və İctimai Verilişlər Xidmətinin formalaşdırılması kommersiya olmayan telestansiyalara özünəməxsus milli üslub formalaşdırılmasına kömək etdi. Məsələn, tezliklə məşhur uşaq verilişlərindən olan "Tilsimli küçə" və "Şedevrlər şairi" adı ilə göstərilən yüksək keyfiyyətli dramatik Britaniya quruluşları ictimai televiziyanın auditoriyasını kəskin şəkildə yüksəltdi. Federal büdcənin artması və Pi-Bi-Si-nin milli proqramlarının çoxalması 1995-ci ildə kommersiya olmayan telestansiyaların sayını 400-ə çatdırıldı.

ABŞ-in Pi-Bi-Es şirkəti hazırda ölkədəki ictimai televiziya şəbəkəsini idarə edərə edir və ilk dəfə olaraq sputnik şəbəkəsindən istifadə etmişdir.

1985-ci ildə isə o, bütünlüklə yer xəttindən sputnikdən istifadə sistemini keçdi. (Bundan sonra kommersiya olmayan radiolar və kommersiya verilişləri şəbəkəsi də Pi-Bi-Es-in təcrübəsinə qoşuldular). Pi-Bi-Es-in əksər proqramları bir neçə böyük telestansiyalar vasitəsi ilə (Bostonda, Nyu-Yorkda, San-Fransiskoda, Vaşinqtonda yerləşən), xarici verilişlər kampaniyalarının köməyi ilə (xüsusən Britaniyanın) və müstəqil prodyusserlərlə hazırlanır. Bəzi ştatlar isə ictimai telestansiyalar şəbəkəsini idarə edir ki, bu da onlara ərazilərində baş verən hadisələri işıqlandırmağa imkan ya-

radır.

Kabel televiziyası sənayesinin də müəyyən mənada "ictimailiyi" vardır. *Vaşinqtonda yerləşən Si-SPEN* (İctimai Tədbirlərin Kabel-Sputnik Şəbəkəsi) verilişlərində reklam vermir və eyni zamanda kabel televiziyanın istənilən abonentini əlavə ödəmə haqqı vermədən onun proqramlarına baxa bilər.

Qeyd edək ki, 1988-ci ildən başlayaraq qeyri-kommersiya televiziyanın auditoriyası 2,5-3 faiz səviyyəsində stabillaşdı. Baxmayaraq ki, musiqi və konsern proqramları televiziya tamaşaçılarının 10 faizini cəlb edirdi. Proqramlar əsasən stansiyaların özləri tərəfindən yaradılır (50 və 70 faiz arasında); 20-25 faiz müstəqil studiyalarda, 15 faiz isə xaricdən daxil olurdu.

P.B.S.-in əsas işi stansiyaların maliyyələşdirilməsidir. P.B.S.-ə sponsorluq edən təşkilatların sayı isə durmadan artmaqdadır: 1993-cü ildə 334 milyon dollar pul alınmışdır.

Lakin P.B.S. gəlir verməyən təşkilatdır. 1994-cü ildə şəbəkənin büdcəsi təqribən 2 milyard dollara bərabər idi ki, bu da toplanan vəsaitdən yarım dəfə çox idi. Senator Preslerin təşəbbüsü ilə Konqres İstintaq Komisiyası yaratdı. Problemin həlli üçün üsul təklif olundu: ya ticarətdən faktiki satış, ya da ictimaiyyətin güclü maliyyə köməyi. Hər ehtimala qarşı ikinci yol seçildi və P.B.S. yeni maliyyə mənbəyi olan fondlardan, kommersiya və kommersiya olmayan təşkilatlardan, şəxsi adamlardan kömək aldı. 1997-ci ildə P.B.S. bir neçə yeni layihə hazırladı və bunların arasında incəsənti əhatə edən təhsil kanalı da vardı.

80-ci illərin əvvəllerindən başlayaraq televiziya üç proseslə xarakterizə olunurdu. Birincisi, mə'lumatlar ötürən yeni texnologiyadan inkişafı; burda "sputnik-kabel" sistemi mə'lumatların ötürülməsinin yeni yollarının yaranması nəzərdə tutulur. İkincisi, televiziyanın və bütün kommunikasiyanı əhatə edən Federal Rabitələr Komissiyasının fəaliyyəti. Və nəhayət, üç başlıca şəbəkənin bir qədər əvvəl kiçik şəxsi kampaniyalar sayılan rəqiblərindən fərqiinin tədricən azalması.

80-ci illərin ortalarında ABŞ-da, eləcə də digər ölkələrdə televiziya sənayesi strukturunda müxtəlif dəyişikliklər başladı (məsələn, Fransa televiziyası strukturunda ilk dəfə olaraq xüsusi kanallar yarandı). ABŞ-da prezident Reyqanın apardığı siyaset bütün Amerika iqtisadiyyatında dəyişikliklər yaradı. Onun siyaseti bütün işgüzar dairələrdə öz əksini tapdı.

Ötən dövrdəki 30-40-cı illə müqayisədə televiziya strukturları sahəsində böyük yeniliklər edildi. Məsələn, biznesin elitarası sayılan üç aparıcı teleşəbəkəni Ar-Si-ey özündə ərtidi; bunlar aşağıdakılardır: Ey-Bi-Si (ABŞ-in ən

böyük televiziya və radio verilişləri) korporasiyalardan biri olan bu şirkət 1945-ci ildə En-Bi-Si-nin filialı bazasında yaradılmış "Kepitl Sitiz"la birləşmişdir; "Ceneral elektrik" (ABŞ-ın elektro-texnoloji monopoliyası adlanır, əsası 1892-ci ildə qoyulmuşdur və elektron texnikası, elektron sənayesində birinci yeri tutur, eyni zamanda aviakosmos texnikası, hərbi qurğular istehsal edir). Bu dövrde Lourens Tişin Si-Bi-Es-ə gəlişi onu Ted Terneerin korporasiyasının borclarından xilas etdi. 80-ci illərin ortalarından kabel televiziyanın xüsusi yüksəlşəm dövrü başlayır, sputnik vasitəsilə verilişlər aparılır, videoapartura genişlənir, müstəqil stansiyaların sayı artır. Bütün bu inkişaf reklamın da başqa xarakter almasına imkan yaratır.

80-ci illərin birinci yarısından reklamın illik həcmi televiziya eñirində 12,1% artır ki, bu da ABŞ-ın milli məhsulunun həcmindən hətta yüksəkdir. Bu dövrde televiziya reklamı qəzətdən sonra ikinci yeri tutur. Reklamın həcminin 22 faizi televiziyanın payına düşür. Əsas reklamçılar ərzaq məhsulları istehsal edən şirkətlər idi. Məsələn, "Procter end Qembl", "Ceneral motors", "Ceneral fudz", "Ford", "Koka-kola" və s. Bu şirkətlər televiziya reklamı həcminin 50 faizini təşkil edirdi.

Bələliklə, televiziya getdikcə inkişaf edir, getdikcə hər bir amerikalının başlıca informasiya mənbəyinə çevrilirdi. Televiziyanın imkanları hesabına insanlar dramatik və çoxlu hadisələrlə dolu olan verilişləri izləyə bilirdilər. Onun vasitəsi ilə tamaşaçı hadisənin birbaşa şahidinə çevrilirdi. Milyonlarla amerikalı dünyanın hər guşəsindən alınan xəbərlərə, şou-programmlara həvəslə baxırdılar. Bu nəhəng televiziya auditoriyaları Uolter Kronkayt, Den Razer, Con Çenselor, Barbara Uolters və Piter Ceninqs kimi təbliğatçılara milli şöhrət gətirdi.

Televiziyanın məshhurluğu və onun reklamçılar tərəfindən dəsteklənməsi ilkin vaxtlar belə təəssürat yaradırdı ki, adamların başqa kütləvi informasiya vasitələrinə marağını azaldacaq. Lakin əksinə alındı. Əslində televiziya amerikalıların informasiyaya marağını daha da artırdı. Kitab nashirlərinin müşahidəsinə görə məhz televiziya insanların oxumağa həvəsinə çoxaldır. Amerikanın bir çox böyük şəhərlərində bə'zi qəzetlər bağlandı, şəhərətrafi yerlərdə yeniləri nəşrə başladı. Yenə bə'zi kütləvi jurnallar qapansa da, onların yerini yüzlərlə ixtisaslaşmış nəşrlər əvəz etdi.

1984-cü ildə ABŞ-da kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə özünün rekord seviyyəsinə çatmışdı. Amerikalıların 98 faizindən çoxunun evində heç olmasa bir televiziya qurğusu vardı. Ümumi tirajı 65,7 milyon olan 9151 qəzet nəşr ediliirdi. 11 minə qədər sayı olan jurnal, bülleten və məcmuələr çap ediliirdi.

Şübhəsiz ki, buraya elmin, texnikanın inkişafı da öz əhəmiyyətli tə'siri-

ni göstərməkdə idi. Beləliklə, kabel televiziyanın fəaliyyət göstərməsi ilə televiziyanın inkişafında yeni mərhələ başlanır. İlk vaxtlarda bu kiçik şəhərlərdə efir programlarının ötürülməsi üçün bir vasitə idi. Lakin 70-ci illərin ortalarından yaradılan "Xoum boks offis" şirkəti yeni programların yaranmasına təkan verdi. Onun yaranmasından sonra programların seçimi daima artmağa başladı və 1987-ci ildə televiziya qəbul edicilərinin artıq 50 faizi kabel televiziyanına qoşuldu. Bundan sonra kabel və efir televiziyləri arasında tamaşaçı auditoriyası və reklam uğrunda əsl rəqabət başladı. Əlbəttə ki, kabel televiziyası reklamının həcmi efir televiziyası həcmi ilə müqayisədə böyük olmasa da, lakin o, daima çoxalır və artırdı. Yalnız 80-ci ildə reklama 58 milyon dollar, 88-ci ildə 1.5 milyard dollar, 1990-ci ildə isə 2 milyard dollar həcmində pul sərf edilib.

Kabel televiziyada reklamlar müxtəlif kanallar üzrə bölünür. Əlliye qədər program həmin reklamları bölüşdürürlər. Əlbəttə, burada bə'zi istisnalar vardır, məsələn, Si-En-En - hər gün işləyən informasiya programı, eləcə MTB - musiqi kanalı, İCPN - əyləncəli idman kanalı, Si-Bi-En - dini program və digər uşaq programları.

Lakin efir televiziyası ilə rəqabətdə heç də hamısı uğur qazana bilmədi. Məsələn, 60-ci illərdə yaranan bə'ziləri, ilk dövrdə yüksəlsidə olsalar da, 80-ci illərin ortalarından zəifləməyə başladılar. Məsələn, abunə televiziyası olan STV-nin 80-ci illərin əvvəllərində 1.300.000 abonentti olsa da, 1985-ci ildə artıq onun sayı 166 minə enmişdi.

Televiziyanın inkişafında daha bir mərhələ sputnik antenalarının və programlarının yayılması oldu. Beləliklə, 1976-ci ildən şəxsi antennaların qurulması dövrü başladı. 1981-ci ildə onların sayı 20 minə, 1985-ci ildə 1400-ə, 1990-ci ildə isə 3,5-4,7 milyona çatdı.

1995-ci ildə ABŞ-da 4 milyon ailənin xüsusi "çanaqları" vardı. Proqnozlara görə 2000-ci ildə bu rəqəm artıb 15 milyona çatacaq. ABŞ televiziyada əsas kabel kanalları aşağıdakılardır: Discoveru channes (69,4); USA Network (68,2); CNN (67,8); TBS (67,7), TNT (67,6); CSPAN (67,1), ESPN (67,0) mö'tərizələrdə abonentlərin sayı faizlə göstərilmişdir. Əldə olunan gəlir 1980-ci illə müqayisədə iki milyon beş yüz qırıq doqquz min dollardan 1995-ci ildə iki milyon dörd min altı yüz on doqquz dollara qalxmışdır.

Şübhəsiz ki, Internetin də yaranması informasiya sisteminin inkişafında mühüm rol oynadı. Internet - Internetdə dünya kompüter şəbəkəsi yerləşir ki, onun köməyi ilə müxtəlif informasiyaları əldə etmək mümkündür. Bir qədər əvvəl informasiya alınıb ötürülməsinin sürəti videosignalların çatdırılması üçün yetərincə oldu və artıq bəzi verilişlərə şəbəkədə baxmaq

mümkün idi. Ehtimal ki, çox tezliklə hər kanal öz verilişlərini internet xətti ilə yaymağa üstünlük verəcək.

Si-SPEN ABŞ Kongresinin hər iki palatasında iclas zallarında baş verənlər haqqında mə'lumat və paytaxtda baş verən digər hadisələri verir. Digər Kabel informasiya şəbəkələri "İncəsənət və Əyləncə", "Təhsil Kanalı", "Tarixi Kanal", "Açıq Kanal" daxil olmaqla ictimai televiziyaların məzmununa uyğun və əlbəttə ki, reklamçıların dəstəyi ilə verilişlər təqdim edir.

Qeyd edək ki, Si-SPEN ("Keybl-Setellayt Pablik Affearz Netuork") Palatalar müvafiq iclaslarını keçirmədiyi təqdirdə müsahibələr, polemik proqramlar hazırlayırlar, qanunvericilik komitəsinin iclaslarının gedisi verir, siyasi mövzularda çıxışlar və simpoziumlar göstərir. Kommersiya xarakterli olmasa da "Si-SPEN" kabel televiziyası sistemindən və videoyaziların satışından alınan gəlir hesabına fəaliyyət göstərir.

Lakin sputnik antenalarının yaranması kabel televiziyası sahibləri üçün ciddi problemlər yaratdı. İş bunda idi ki, sputnik televiziyası yalnız eftirin yox, eyni zamanda kabel televiziyasının da signallarını qəbul edirdi. Bu isə əsl mənimsəmə idi. Vəziyyətdən çıxış yolu olaraq Kabel Televiziyası kanallarının "kodlaşdırılması" əsas götürüldü.

Televiziyanın inkişafında daha bir mühüm hadisə də videoaparaturaların yaranması oldu. 1980-ci ildə tamaşaçıların 2,4 faizinin, 1985-ci ildə 30 faizinin, 1988-ci ildə 58 faizinin videomaqnitofonu vardi. Və ABŞ sakinləri getdikcə öz həyatlarını videomaqnitofonsuz təsəvvür etmirdilər. Bununla əlaqədar vidoteklərin sayı sür'ətlə artmağa başladı. Eyni zamanda, videoteklər kabel televiziyasına və kinoteatr biznesinə ciddi rəqibə çevrilirdi. Məsələn, çoxlu filmlər kabel kanallarından oğurlanıb göstərilirdi ki, bu da təbii narazılıq doğururdu. Bundan ötrü kabel televiziyalarında müdafiə nişanları qurmağa üstünlük verdilər. Ekranda bütün program müddətində filmi, yaxud verilişi təqdim edən müvafiq şirkətin emblemləri göstərildi.

Kabel sisteminin yarısı, təqribən 50 faizi kiçik şirkətlərdən ibarətdir. Onların çoxunun abunaçılının sayı minden çox deyil. Odur ki, mərkəzləşmə prosesinin də getdiyini nəzərə alıb çoxları birləşirdi. Məsələn, Ti-si-ay şirkəti (Con Melouna məxsusdur) 1984-87-ci illər arasında 150-dən çox kabel şirkətlərini almışdır. Bundan sonra Melounu ABŞ-da "Kabel televiziyasının şahı" və yaxud "Kabel sənayesinin xaç atası" adlandırıldılar. Melounun qarşısında hətta MTB və ICPN kimi şirkətlər məglubiyətə uğradılar.

1981-ci ildə Ceferson-siti soveti (Missouri ştatı) Ti-Si-Ay-dan uzaqlaşmağa çalışdı. Ti-Si-Ay şirkəti cavabında şəhər hakimiyyətini şantaja başladı

və "Sentral Telekommyunikeyşn" onu məhkəməyə verib ticarətə maneçilikdə günahlandırdı. Lakin bu Ti-Si-Ay-a yenidən müxtəlif şirkətlərin aksiyalarını almağa maneçilik törətmədi. Məsələn, kabel sistemi aksiyalarını alan şirkət Ti-Bi-Es-in ("Terner Brodqasting sistem) 37 faiz aksiyalarını eldə etdi.

80-ci illərdə müstəqil stansiyalar da yüksək inkişafə başladılar və artıq 1988-ci ildə onların sayı 320-yə çatırdı. (Qeyd edək ki, 80-ci illərin əvvəllərində bu rəqəm 129-a qədər idi). Lakin onlar rəqəbat aparmaq imkanında deyildilər və bütün kommersiya stansiyalarından ən zəifi məhz bu müstəqil şirkətlər idi. Yaranmış şəraitdə davam getirmək üçün onlar koperativlərdə, korporasiyalarda birləşməyə başladılar. Belə ki, 1975-ci ildə "Tribyun-Ko" informasiyanın toplanmasını və yayılmasını sputniklə həyata keçirən informasiya kooperativi yaratdı. Artıq 1980-ci ildə bu kooperativin üzvləri üçün xüsusi yarımsaatlıq gündəlik xəbərlər programı efirə çıxdı. Kooperativ getdikcə inkişaf etdi və 1987-ci ildə onun üzvlərinin sayı 115-ə çatdı ki, bu da müstəqil televiziya stansiyalarının ümumi sayının 1/3-nə bərabər idi.

Belə vəziyyətdə Müstəqil Televiziya Stansiyaları Assosiasiyanının (MTSA) prezidenti müstəqil stansiyaların və kabel şəbəkələrinin informasiya toplanması və reklam işlərinin qanuni həlli tələbini irəli sürdü.

Lakin sindikatlaşdırılmış (birləşdirici) proqramlar xərcin artırılmasını tələb edirdilər. Belə ki, 1980-ci ildən 1985-ci ilə qədər xərclər iki dəfə artmışdı və 1990-ci ildə sindikatlaşdırılmış proqramların satış həcmi 2,5 milyon dolları təşkil edirdi.

Müstəqil stansiyaların həyatında yeni addım onlar üçün proqramlar hazırlanıb verən xüsusi televiziya şəbəkələrinin yaradılması oldu. Bununla müstəqil stansiyaların kinoteatrılarda göstərilmək üçün çəkilmiş filmlər almaq imkanları yaranırdı. Məhz buna görə də bir çox müstəqil şirkətlər öz istiqamətlərini bir qədər dəyişdilər, bununla birgə auditoriyalarını genişləndirdilər.

80-ci illərin ortalarında əsas müstəqil şirkətlər aşağıdakılardır: Hamburq telesirkəti, "Torimar-telepikçers", "Yuniversal televijn", "Paramaut televijn", "20 əsr-foks", "Kolombiya pikçers televijn", "Vayekom enter prayzis" və s.

Doğrudur, kabel proqramları məhdud auditoriyaya yönəlsə də, onlar rəngarəng və müxtəlif idi.

70-ci illərin əvvəllərində tamaşaçının 4-5 kanal seçmək imkanı vardısa, indi bu rəqəm 20-25-ə qədərdir. Beləliklə, harda kabel sistemi varsa, orda televiziyyaya daha çox baxırlar.

Lakin şəbəkələr etrafında isə daima debatlar gedir və Proqnozlara baxmayaraq şəbəkələr fəaliyyət göstərməkdədirlər. Məsələn, Ey-Bi-Si Proqram şirkətlərdən birinin (ICPN-nin) 80 faiz aksiyasını almışdır. Belə bir si-tuasiya Ey-Bi-Si-də də təkrar olunmuşdu. Bununla bağlı televiziyanın inkişafında yeni bir mərhələ - kabel televiziyasının və şəbəkələrin yaxınlaşması dövrü başladı.

Qeyd edək ki, kabel şəbəkəsi olan şirkətlər informasiya, idman, tədris və əyləncə proqramları hazırlayırlar, onlar belə verilişləri Ey-Bi-Si, Si-Bi-Es, En-Bi-Si və Pi-Bi-Es kimi milli teleşəbəkələrdən, yaxud da şəxsi pullu televiziya şirkətlərindən alırlar. Belə şirkətlər arasında "Xoumboks offis" (XBO) və "Sinemaks" xüsusi fərqlənir. Belə proqramların qiyməti aylıq abonent haqqına əlavə olunur.

Şübhəsiz ki, pullu televiziya şirkətləri kabel şəbəkəsi hesabına yarandı. Əvvəllər kabel televiziyası şirkətləri eyni ilə milli teleşəbəkələrin verilişlərini göstərirdi. Bəzəyi istisnalar yerli xəbərlərin və hava mə'lumatlarının hazırlanmasında olurdu. Sonradan belə razılığa gəlindi ki, kabel şəbəkəsin dən bəhrələnən hər bir tamaşaçı daha bir neçə dollar ödəyib çoxlu filmlərə baxmaq imkanı qazana bilər.

İlk dəfə olaraq belə film 1972-ci ilin 8 noyabrında kabel şəbəkəsi ilə Pensilovani şirkətinin Allentaun şəhərində göstərilmişdi. Bu filmə bir neçə yüz tamaşaçı baxmış və aylıq abunə haqqını - 3 dollar 95 sent ödəməklə həm də bütün filmlərə baxmaq imkanı qazanmışdılar. Bu fikir çoxlarının xoşuna gəlmışdı və hazırda XBO şirkəti iyirmi milyona qədər ailəyə xidmətdədir. Tezliklə bu şirkət ilə rəqəbat aparıldı və tamaşaçılara müxtəlif mövzulu idman, musiqi və digər proqramlar təqdim edilməyə başlanıldı.

Bu proqramlara əlavə olaraq əksər kabel şirkətləri yerli xarakter daşıyan xəbərlər və hava mə'lumatları da verirlər. Eyni zamanda, onlar öz efir imkanlarını ictimai təşkilatların müxtəlif tədbirlərinin transliyasına, məktəb komandaları arasında futbol oyunlarına verirlər. Yerli ictimai təşkilatlar öz xüsusi proqramlarını hazırlayıb kabel şəbəkəsi kanalları ilə ötürə bilərlər. Bu, əlbəttə ki, böyük xərc tələb etse də, kabel şirkətləri onu ödəməyə məcburdurlar. Çünkü, yerli hakimiyət kabel şəbəkələrinin öz ərazisində yayılmasına özünün də istifadə etməsi şərti ilə razılaşır.

Aşağıdakı nümunəni təqdim etməklə ABŞ-da kabel şəbəkəsi xidmətinin rəngarəngliyi haqqında tam təsəvvür qazanmaq mümkündür. ABŞ-ın Bal-timor şəhərində istənilən abunəçi növbəti sıradan olan proqramlara baxa bilər:

- kinofilmlər, yeni və köhnə. Bu filmləri "Xoum boes offis", "Şoutaym", "Muvicçennel", "Sinemaks", "Pleyboy çennel", "Omsney çennel" və bir ne-

çə başqa şirkətlər göstərir;

- idaman proqramları, "Yu-Es-Ey netuork", ICPN və "Xoum Tim sports"un ("Bizim idman komandalarımız") yerli studiyalarla idman xəbərləri;
- xəbərlər, əsasən "Geybl nyus netuork", "Ey-Pi-Nyus uayer", "Reyter Nyus uayer" və başqa telestansiyalarla verilir;
- ölkənin maliyyə xəbərləri "Faynenşl nyus netuork", "Dau Cons keytl informeyşn servis" və "Dau Cons keybl nyus" şirkətləri tərəfindən tamaşaçılara çatdırılır;
- ictimai televiziyanın "Si-SPEN" və başqa 12 kanalla olan verilişlərini "Yunayted keytl korporeyşn" xüsusi olaraq yerli hadisələrin işıqlandırılmasına yönəldir;
- bundan əlavə müxtəlif başqa verilişlər də maraqlıdır. Məsələn, "Kris-çen brodkasting sistem" şirkəti dini proqramlar, "Naşvill neturok" və Kantri myuzik televijen" kanalları musiqi proqramları hazırlanır, "Layftaym" studiyasından həkimlərin məsləhət, "Uezer çennel" kanalından meteosodollar verilir. Bu hələ kabel şəbəkəsinin xidmətini bütövlükdə əhatə etmir;
- Ey-Bi-Si, Si-Bi-Es, En-Bi-Si və Pi-Bi-Es telesirkətlərinin verilişlərinə tamaşaçılar özlerinin çöl antennaları ilə baxa bilərlər. Bu halda kabel şəbəkəsinin üstünlüyü, yəni təsvirin aydın görünüşü seçilir.

Baltimoreda kabel şəbəkəsinə qoşulma haqqı 29 dollar 95 sentdir. Efirə çıxan əsas proqramların və ictimai televiziyaların proqramlarının aylıq haqqı - 4 dollar 95 sentdir. 60 kanalla qəbul edilən, ICPN, Si-En-En, "Faynenşl nyus servis", "Layftayms" və başqa şirkətlərin sputnikle ötürülən proqramlarının aylıq ödəmə haqqı 5 dollardır. Pullu televiziyanın XBO, "Muvi çennel", "Şoutaym", "Sinemaks" və başqa kanallarla ötürülən proqramlarının hər birinin ödəmə haqqı 9 dollar 95 sentdir. Bütün kanalların bütövlükdə aylıq ödəmə haqqı 60 dollara yaxındır.

Lakin qeyd edək ki, ABŞ-da yaşayanların heç də hamısı bütün kanallara abunə yazılmırlar.

Kabel televiziyasının meydana gəlməsi və ABŞ cəmiyyətində formallaşması problemsiz keçinmir. Bir zamanlar kabel televiziyasına göstərilən maraq sonradan geniş olaraq müşahidə edilmədi. Və getdikcə bu telesirkətlərin sahibləri abunəçilərin sayının azalması problemi ilə də üzləşdilər. Bundan əlavə bir çox şirkətlər proqramlarının mənimsənilməsini tez-tez vurğulamağa başladılar. Belə olduqda, 1984-cü ilin sonunda ABŞ Kongresi prezident Reyganın sonradan təsdiqlədiyi bir qanun layihəsini təsdiqlədi. Həmin sənəddə göstərilirdi ki, parabolik(çanaq) antennaların sahibləri maneəsiz olaraq sputnik antennaları ilə ötürülən bütün verilişləri qəbul

edə bilərlər, bir şərtlə ki, bundan gəlir mənbəyi kimi istifadə etməsinlər. Belə olduqda, pullu televiziyaların şirkətləri öz programlarını transiyasiya edərkən "boğmağa" başladılar. Buna görə də parabolik antennaların sahibləri yeni 395 dollarlıq antennalar almağa və pullu televiziyanın baxmaq istədikləri hər bir kanalı üçün ayda 10 dollarlıq abonent haqqı ödəməyə məcbur oldular.

Bununla əlaqədar, bir çox kabel şirkətləri yeni abunəçilər cəlb etmək üçün onlara yalnız baxdıqları filmə görə ödəmə haqqı verməyi təklif edirlər. Məsələn, əgər kabel televiziyası maraqlı bir film nümayiş etdirirse və abunəçi də məhz həmin filmə baxmaq isteyirsə, onda o, şirkətə zəng edib şəbəkəyə qoşulmasını xahiş edir. Bundan ötrü o, 3 dollar 99 sent ödəyir ki, bu da olduqca əlverişlidir.

Texnikanın belə sistemi getdikcə inkişaf etməkdədir. Bu forma abunəçinin şirkətlərlə ikitərəfli əlaqə qurmasına imkan yaradır. Belə sistemlərdən biri olan "Kyu-Yu-Bi-i" şirkəti vaxtıla Oqayo ştatının Kolumbus şəhərində qurulmuşdu. Mütəxəssislərin fikrincə texnikanın belə imkanları və hər bir verilişə görə ödəmə haqqının verilməsi qaydası getdikcə daha geniş əhalini cəlb edəcək və kabel televiziyasına məşhuriyət getirəcək. Eyni zamanda, hər bir abunəçi ikitərəfli kabel teleəlaqələrdən istifadə imkanına da malikdir. Tamaşaçı tədris programlarının mühazirəçilərinə sualları vermək, ictimai fikrin öyrənilməsi ilə bağlı keçirilən telesorğularda iştirak etmək imkanı qazanır.

ABŞ İnformasiya agentliyinin hələ 1987-ci ildə nəşr etdiyi "ABŞ-da İnformatika" kitabında kabel televiziyası ilə bağlı verilən mə'lumatlara dıq-qat edək. Boston mənzillərindən birinə baxaq və kabel şəbəkəsi kanallarının pultunu əlimizə götürək.

Boston rayonunda teletamaşaçı 29 əsas kanaldan istifadə etdiyi üçün ayda iki dollar ödəmə haqqı verir. (Buraya yerli televiziya stansiyalarının verilişləri də daxildir). Yaxud, 46 kanal üçün 12,5 dollar ödəyir. Bundan əlavə o, ayda 12,5 dollar ödəməklə digər pullu kanallara da qoşula bilər. (Müqayisə üçün deyə bilərik ki, şəxsi müəssisələrdə işləyən amerika fəhləsi hər saatda 8,5 dollar qazanır ki, bu da onun orta aylıq maaşının 1200 dollardan çox olduğunu göstərir).

Budur, 50 televiziya stansiyasından yalnız 10-nun siyahısını veririk ki, hansı ki, bunlardan Bostonda yaşayan hər bir ailə bəhralənir:

- siz gənclik musiqi kanalına baxmaqla, əsasən, qısa pop-musiqilər (üç-dən-altı dəqiqəyə qədər) verən gənclik musiqi kanalını (Em-Ti-Vi) tutmaqla "Rollinq stouns" rok ansamblının, Maykl Cekson və başqalarının video-yazılara baxa bilərsiniz. Roken-rollun məşhur müğənnilərinin videoyazı-

ları işiq effektləri yaxud surrealistik təsvirlərlə, tez-tez kompüter qrafikası və videotexnikanın yeni nailiyətlərindən istifadə olunmaqla efirə verilir. Em-Ti-Vi Efiopiyada aclıq qurbanlarına kömək programında iştirak etmiş və Sovet İttifaqının "Avtoqraf" ansamblının konsertini göstərmişdir;

- teletamaşacılar kabel programının xəbərlərinə də (Si-En-Ən) qoşula bilərlər. Si-En-Ən 15 müxtəlif ölkədən verilişlər göstərməklə yanaşı, bütün günü özünün ayrı-ayrı dövlətlərdə olan 20-dən çox bürosu ilə daxili və beynəlxalq həyata aid ən son xəbərləri də çatdırır;

- mədəniyyət həyatı ilə maraqlananlar beynəlxalq incəsənətə - musiqiye, rəqsə, opera və dram teatrına böyük diqqət yetirən "İncəsənət və əyləncə" şəbəkəsinə qoşula bilərlər;

- selektoru işə salmaqla biz idman yarışlarına baxa bilərik. Bize bu imkanı verən idman verilişlərini hazırlayan "İSPN" və "Yu-Es Ey" şirkətləridir;

- başqa kanalları axtararkən biz ABŞ qanunvericilik orqanlarının - Nümayəndələr Palatasının, yaxud Senatın iclaslarını izleyə bilərik. İctimai həyat problemlərini işıqlandıran kabel sputnik şəbəkəsinin iki kanalı ilə (Si-SPEN) kongresmenlərin müzakirələrdəki çıxışlarını müşahidə edə bilərik. Bu şəbəkə gündə üç dəfə telefon müsahibələri proqramlarını translasiya edir ki, bu da ölkənin hər yerindən adamların tanınmış siyasi xadimə telefonla sual vermək imkanı yaradır;

- əgər siz ailə və uşaq proqramları maraqlandırırsa, onda "Nikelodion"-un multiplikasiya filmlərinə, rok-musiqiçilərə və yetkinyaşlılar üçün macəra seriallarına baxa bilərsiniz;

- əgər siz balıq tutmağa getmək istəyirsinizsə, onda havanın necə olacağını da öyrənə bilərsiniz. "Hava Telekanalı" bütün ölkədə və yerlərdəki ən son hava mə'lumatlarını daim diqqətinizə çatdırır;

- kabel televiziyanın bə'zi şəbəkələri və xristian verilişləri ümummilli şəbəkəsi dini verilişlər nümayiş etdirir. "Milli dini verilişlər" xüsusi təşkilatının mə'lumatına əsasən, 414 müxtəlif dini təşkilatların hazırladığı dini filmlər və proqramlar 220-dən çox televiziya stansiyası ilə nümayiş etdirilir. Bə'zi dini proqramlar tez-tez bazar günlərində səhərlər göstərilir;

- etnik azlıqlar üçün də televiziya kanalları vardır. Məsələn, zənci televiziyası qaradərili amerikalılar üçün filmlər və ictimai-siyasi proqramlar verir, beynəlxalq ispandilli şəbəkə isə milyonlarla latinamerikalı əsilli vətəndaşlar üçün xəbərlər, idman, musiqi, əyləncə verilişləri hazırlayır.

Kabel televiziyanın əsasını pullu kanallar təşkil edir. Onların hər biri ilə ayda 50-dən çox film nümayiş etdirilir ki, onların aylıq haqqı 10 dollara yaxındır, daha doğrusu, kinoteatrın iki biletli qiymətiндədir. Filmlər pullu ka-

nallarla nümayiş etdirildikdən bir neçə il sonra ödəncsiz teleşəbəkələrlə göstərilir.

"Disney çənnəl" kanalı uşaqlar üçün əyləncə və öyrənmə verilişləri göstərir. Uşaq proqramları sırasında ən yaxşı program hesab edilən bu kanal həm multiplikasiya, həm də bədii filmlər göstərir.

Yeni teleproqramlar da görünməkdədir. Məsələn, "Evə alıcılıq" kabel telesəbəkəsi sanki tələbat malları kataloqu funksiyasını yerinə yetirir. Tamaşaçılar telefondan istifadə etməklə sifarişlərini verə bilərlər.

Göründüyü kimi, ABŞ-da kabel televiziyası olduqca rəngarəng və məraqlıdır.

Artıq 90-cı illərdə əldə edilən inqilabi nailiyyətlər informasiyanın mədəniyyətinin genişləndirilməsi və yayılmasında ciddi dəyişikliklər tələb etdi. Çünkü bu dövrə ev videolarının yaranması pullu kabel şirkətlərinin xidməti, sputnik kanallarının fəaliyyəti, kompüter və digər amillər ABŞ-in KİV sistemində əsaslı dəyişikliklərin vacibliyini göstərdi. Bu illərdə də yaranan mürəkkəb şərait kütłəvi informasiya vasitələrinin mərkəzləşməsini tələb edirdi. Buna əyani sübut olaraq 90-cı illərin əvvəllərində onlarla kiçik kabel şirkətlərinin Con Melounun başçılıq etdiyi "Tele-kommyunitş in" - Ti-Si-Ay (Tele-Communications Inc - TCI) sistemində birləşməyini göstərmək mümkündür. Məhz belə mərkəzləşmə olmadan kabel sənayesinin yeni texnologiya ilə təchizatı da qeyri-mümköñ idi. Çünkü televiziyanın yüksək görünüşlü olmasına, interaktivliyinə çoxlu vəsait lazımdı.

Eyni zamanda, həm də iqtisadi cəhətdən mərkəzləşmənin, istehsalın və proqramların yayılmışının bir əldə toplanması özünün yüksək rentabilitiyyini sübut etdi. Bir sözlə, şəhəri integrasiyanın kütłəvi informasiya sisteminde və program yaradıcılığında yüksək göstəriciliyi danılmaz oldu. Baxmayaraq ki, hələ 80-ci illərin ortalarından belə mərkəzləşmənin işləmətləri görünmiş və o zaman nəhəng kino və teleməhsul şirkəti olan "Uorner komyuniķeşn" böyük informasiya konserni olan "Taym ihm"ə çevrilmişdi, artıq 90-cı illərin ortalarından bu tendensiya yenidən özünü doğrultmağa başladı.

İnformasiya-mədəniyyəti məhsulunun inkişafında yeni bir mərhələ kimi 1995-ci ilin oktyabrında "Taym-Uorner" konserninin Tedu Ternerə məxsüs Ti-Bi-Es şirkəti ilə birləşməsinin elanı oldu. Bu birləşmə nəticəsində dünyada informasiyanın çoxlu kanallarla yayılmasına imkan yaradan nəhəng yayım şəbəkəsi meydana çıxdı. Qeyd edək ki, Melounun Ti-Si-Ay şirkəti özünün "Liberti media" müəssisəsi ilə birgə əhəmiyyətinə görə yeni konserndən sonra ikinci yeri tutsa da, artıq uzun illər bir-biri ilə rəqabət aparmış hər iki kabel operatorlarının - Ti-Bi-Si və Ti-Si - Ay-ın iqtisadi maraqları

lارının birləşmeyindən danışmağa əsas vardı.

Güman edilir ki, yeni strukturun illik gəliri 20 milyard dollara çatacaq. Xüsusiləşmənin birləşmiş vahid idarə olunması ilə bağlı bütün qaydalar bir neçə səhifəni əhatə edir. Məsələn, "Taym-Uorner" nəhəng şirkətlərdən sayılan "Uorner Brazers" və 1948-ci ildən olan filmoteka studiyasını, 11,5 ev sahibinə xidmət edən "Xoum Boks Offis", "Sinemaks" və digər kabel xidməti sistemlərini və "Taym Ink"-in nəşrləri olan ("Taym", "Pipl", "sporte ilstred", "mani") bir neçə kitab və jurnal nəşri şirkətlərini, eyni zamanda "Tematic" parkları və mağazaları özündə birləşdirir.

Bu sahədə T. Ternerin xidməti daha əhəmiyyətli idi, belə ki: "Uorner Brazers" in 1948-ci ilə qədərki filmotekasının və "Metro Qoldvin Meyer", "Yunayted Artists" filmotekasının alınmasının Melounun aksiyalarının hissəsinə güzəştə getməsi; iki istehsal şirkəti olan - "Kastl Rok Enterteynement" və "Nyu Layn Sinema"; Kabel şirkətləri olan "Si-En-En", "Si-En-İnterneşnl", "Xedlayn nyus", "Pi-En-Ti", nəhəng "Dabl-Yu-Ti-Bi-Es", multfilm və klassik kino kanalları, eyni zamanda iki məşhur basketbol komandası və digər başqa müəssisələr.

Əlbəttə ki, belə mürəkkəb strukturu mərkəzləşmiş qaydada idarə etmək də çətindir. Bə'zi mütəxəssislər belə hesab edir ki, "Taym ink" və "Uorner kommunikeşnz" şirkətlərinin birləşdiyi altı il müddətində müəyyən istisnalar olmaq şərti ilə onlar əslində birgə fəaliyyət göstərməyiblər. Lakin bu mərhələ Teda Ternerin gəlişi ilə yekunlaşdı və o vitse-prezident postundan əlavə Ti-Bi-Es-in və kabel şirkəti olan "Xoum Boks Offis" in bütün mülkiyyətini özünüidarəetmək hüququ qazandı. Böyük aksiyalar paketinə sahib olduqdan sonra Terner siyasetlə də məşğul olmağa başladı. Konsernin rəhbərliyinə daxil olan digər şəxs D. Meloun idi ki, o da qətiyyətli qərarlar qəbul etməyi bacarırdı.

1995-ci ildə daha bir birləşmə hadisəsi oldu. Belə ki, həmin ilin iyulun 31-də aparıcı kino-tele-videoistehsal şirkəti olan "Uolt Disney Ko" vəefir, kabel kanallarının sahibi kimi tanınan "Kepital Sitiz/Ey-Bi-Si-nin birləşməsi" e'lən edildi.

Bazar qiyməti 45 milyard dollarlıq olan yeni birləşmiş şirkət "Kepital Sitiz/Ey-Bi-Si" şirkətinə daxil olan aşağıdakılari birləşdirdi: Ey-Bi-Si-nin bütün ölkə üzrə 225 filialı da daxil olmaqla teleşəbəkə, 10 televiziya və 21 radiostansiya; 3400 stansiyani əhatə edən radioşəbəkə; kabel idman kanalı olan İ-Es-Pi-En və İ-Es-Pi-En 2; Ey end İ netuok" və "Layftaym" telesirkətləri, eləcə də bir neçə nəşriyyat, qəzet və jurnal. Ən qiymətli və uğurlusu isə "Kepital Sitiz Ey-Bi-Si-nin Almanıyanın, Fransanın, Böyük Britaniyanın, İspanıyanın, Yaponıyanın və Skandinaviya ölkələrinin kabel və

efir televiziyalarına tə'sir göstərən beynəlxalq əlaqələrinin əldə edilməsi oldu.

Qeyd edək ki, bu nəhəng şirkətlər milli yox, daha geniş ölçünü əhatə edir. Bunun nəticəsidir ki, "Uolt-Disney" 24 saatlıq geniş kabel idman yayımı kanalı olan "I-Es-Pi-En"-i (ESPN-Entertainment Srorts Programming Network) özünün "Kepital Sitiz/Ey-Bi-Si-de" ən əhəmiyyətli qazancı e'lan etdi. Həmin kanala nəinki 67% amerikalı evlərdə, eyni zamanda dünyanın çox ölkələrində 95 milyon ailə də baxa bilir. "Uolt Disney"in prezidenti Maykl Aysner "Kepital Sitiz/Ey-Bi-Si" ilə birləşdikdən dərhal sonra bildirdi ki, onun məqsədi "I-Es-Pi-En" mexanizmindən beynəlxalq bazara çıxmak üçün tramplin kimi istifadə etməkdir.

Əlbətə ki, hər bir reklamçı prinsip etibarı ilə çoxlu sayda reklam edənləri işinə cəlb etsə də, çoxkanallı yayımının yeni texnoloji imkanları tamaşaçıların milli efir teleşəbəkələrinə marağını azaltmağa başladı. Və bu siyasiya getdikcə şəbəkə televiziyasındaki böhranı dərinləşdirməkdədir.

ABŞ-in çoxillik təcrübəsi olan efir televiziyası Si-Bi-Es şirkəti vəziyyətdən çıxış yolu arayaraq özünün program siyaseti üzərində ciddi işləməyə başladı. Lakin şirkət rəhbərlərinin və'dlərinə baxmayaraq 1995-ci ilin maliyyə göstəriciləri yüksək olmadı. Si-Bi-Es-in bütün əməliyyatlardan əldə edilən gəliri 4 faiz aşağı enmişdi. Bu vəziyyət baş verərən, En-Bi-Si-nin reytingi getdikcə artmış və gəliri 16 faizə çatmışdı (1994-cü illə müqayisədə iki dəfə çox idi). Eyni zamanda En-Bi-Sinin bütün əməliyyatlardan əldə olunan gəliri 47,6 faiz bərabərində idi. R. Merdona məxsus olan FOKS (FOX) şirkətinin reytingi də yüksəlir və bazarda uğurlar əldə edirdi. FOKS şirkətinin illik gəliri iki dəfə artmış (38,3 faiz) və bütün əməliyyatlardan 26% qazanc götürmüştü. Ey-Bi-Si şirkətinin də vəziyyəti qənaətbəxş idi. Şəbəkə informasiya programlarının lideri olan Ey-Bi-Si şirkəti də stabililik göstərərək gəlirinin 8,5% artığını və bütün əməliyyatlardan qazancının 3,1 faiz artığını göstərirdi. Bundan əlavə 90-ci illərdə iki şirkətin fəaliyyəti də diqqəti cəlb edirdi. Belə ki, milli şəbəkə sisteminə daxil olan "Uorner Brazers" (Dabl-yu-bi) və "Paramaunt" (Yu-Pi-En) şirkətlərinin programları ilk dəfə 1995-ci ilin yanvarında efirə çıxsa da, tamaşaçı auditoriyasını maraqlandırıa bildilər. Şəquli integrasiya prosesini davam etdirmək, hər ikisi milli auditoriyaya üz tutub əsasən şəhər gənclərini, sıralarında çoxluq təşkil edən azlıqları və mühacirləri əhatə etməyə çalışdılar. Televiziya şirkətlərinin kinostudiyalara birləşməsini qadağan edən antiinhisar məhdudiyyətlərindən sonra bu şirkətlər nəhəng kinoməhsul və teleprogramlar istehsalçıları tərəfindən yaradıldı. Onların məqsədi öz xüsusi proqramlarını gündəlik olaraq yaymaq idi.

Yeni milli efir televiziyası şirkətlərinin yaranması bütövlükdə tamaşaçıları şəbəkə programlarına marağıını tə'min etmədi. Bu həm də səksəninci illərin sonunda və 90-cı illərin əvvəllərində professor Rassel Nyumanın qeyd etdiyi və kütləvi auditoriyada dolaşan iki tendensiyadan (yəni pasiv halda populyar programlara baxmaq və yaxud əksinə, fərdi tələbatlar üçün informasiya və programlar hazırlamaq) sonuncunun özünü doğrultmağa başladığı hiss olunurdu. Milli bazarda 6 efir televerilişinin - Ey-Bi-Si, Si-Bi-Əs, En-Bi-Si, Foks, Dabl-Yu-Bi və Yu-Pi-En-in şəbəkə televiziyası auditoriyası bir az da azaldı və əgər onlar 1995-ci il mövsümündə saat 19-dan 23-ə qədər televiziya ekranları qarşısında əyləşən 76 faiz potensial tamaşaçısı vardısa, 1996-ci ildə bu rəqəm 74 faizə enmişdi. Xüsusiyyən dörd aparıcı şirkətin ümumi gəliri 65 faizə düşmüşdü.

Müxtəlif şirkətlər arasında gedən mübarizə milli efir verilişləri arasında tamaşaçıların yeni bölgüsünü müəyyənləşdirdi. Belə ki, məhz bu bölgü nəticəsində Ey-Bi-Si daha çox itkiyə mə'ruz qaldı. Çünkü bu şirkətin aparlığı siyaset yeni rəqiblərin meydana çıxmadığını nəzərə almamışdı. Bu şirkət üçün şəbəkələrin ümumi auditoriyası 19 faizdən 17-yə qədər azalmışdı. En-Bi-Si və FOKS-un itkiləri olsa da, çox deyildi. Təqrübən 1 faiz miqdardında idi. Lakin aparılan düzgün program siyasetinin nəticəsində Si-Bi-Əs nəhayət ki, öz uğurlarını gördü. Tamaşaçılar üçün hazırlanan programlar şirkətin baxıcılığını və maraqlı olmasına 16 faizdən 18-ə qaldırdı. "Paramaunt" və "Uorner Brazers" auditoriya ölçüsü 5 və 4 faiz arasında idi.

Son illərin göstəriciləri sübut edir ki, bu gün tamaşaçılar daha çox kabel xidmətinə üstünlük verirlər. Görən bu nə ilə əlaqədardır və ümumiyətlə kabel televiziyasının yaxın gələcəkdə stabil vəziyyəti gözlənilirmi? Bu sualları təhlil etdikdə müəyyən aydınlaşmanın şahidi oluruq.

1995-ci ildə kabel şirkətlərinin gəlirinin 22,6 faizə çatması və ilk dəfə olaraq bu rəqəmin 19 milyard dollar həcmini ötməsi bu sahənin yüksək inkişafından xəbər verirdi. Nəhəng kabel şirkəti olan Ti-Si-Ay 1995-ci ildə 5,4 milyard dollar qazanc əldə etmişdi və bu ötən illə müqayisədə 28,8 faiz çox idi.

Təəccübü də olsa, artıq 1996-ci ildə kabel biznesi nəhəndləri özlərini o qədər də rahat hiss etmədilər. Belə ki, "Taym Uorner Keybl" şirkəti 17,5 milyard dollar, kabel sənayesi lideri Ti-Si-Ay isə 14,5 milyard dollar çatışmamazlıqla qarşılaşdırılar. Ti-Si-Ay-ın vəziyyəti o dərəcədə həyəcan doğurdu ki, xəstələnmış Meloun məcbur olub tə'cili şirkəti idarə etməyə qayıtdıvə tezliklə kifayət qədər çətin qərarlar qəbul etdi. Bu qərarlara aşağıdakılardaxil idi: 2500 işçi yerinin ixtisarı, rəhbər hey'ətin əmək haqqının

5-20 faiz azaldılması, şirkətə məxsus olan dörd təyyarənin satılması, kabel əməliyyatlarının yenidən təşkili, interneşlə bağlı özünümaliyyələşdirmə biznesinə nail olmağın tələbi və s.

ABŞ televiziya şirkətləri arasında rəqabət daima davam etməkdədir. Bəs bu rəqiblər necə yaranır? Məsələn, kabel sənayesi qəfildən sputnik verilişləri olan "Di-Bi-Es" (DBS) tərəfindən rəqabətin başlandığını hiss etdi. Bunun müqabilində kabel sənayesi aşağı qiymətə keçməyə və yerli məzmun daşıyan verilişlərə üstünlük verdi. Bu, hələlik Di-Bi-Es-in üstünlüğünün qarşısını almaqdadır. Bunun nəticəsində Yu-Es-Bi (ÜSSB) şirkəti ilə 2 milyon abunəcisi olan "Dayrentiv" (Directive) şirkəti özünün əvvəlcədən nəzərdə tutduğu plandan imtina etməyə məcbur oldu. Həmin planda 1996-ci ilin sonuna qədər 3 milyon abunəçi nəzərdə tutulsa da, 2,3 rəqəmində dayanmaq məqsədə uyğun sayılırdı.

Artıq 1997-ci ildə Rupert Merdokun yeni sputnik verilişi olan "Ey-Skay-Bi" (FSKYB)-ni efirə hazırlamasından sonra kabel televiziyanın bir çox üstünlüyü də azalacaq. Çünkü, bu yeni şirkət daha ucuz avadanlıqlardan istifadə edəcək və kabeldən fərqli olaraq efirə 2 televizor çıxaracaq, ABŞ evlərində məşhur olan yerli stansiya programlarını verəcək.

ABŞ televiziya məkanında rəqəmlə kabel televiziyasına kecid haqda da ciddi düşünülməkdədir. Bununla bağlı çoxlu şirkətlər planlar hazırlayırlar. Xüsusən Ti-Si-Ay şirkəti 1996-ci ildə özünün məhsulu olan Ey-El-El-Ti-Vi (ALLTV)-ni sınaqdan çıxarıraq tezliklə ölkənin 40 telebazarında işini davam etdirməyi planlaşdırır. Əlbəttə, burada da bir çox problemlər mövcuddur. Məsələn, tamaşaçı kifayət qədər baha qiymətə olan cihazı almağa hələ hazır deyildir. Hələ 1994-cü ildə "Taym-Uorner" şirkəti ilk dəfə olaraq Florida ştatının Orlando şəhərində belə bir şəbəkəni yaratmağı planlaşdırırdı. Lakin cihazın qiymətinin bahalığı ucbatından (1000 dollar məbləğində) bu ideya reallaşmadı. Lakin iki ildən sonra həmin cihazların qiyməti 400 dollara endi və geniş istifadəsi mümkün oldu. Problem isə hələ tam aradan qalxmamışdı. Həmin cihazı yalnız "General instrument" şirkəti ayda 50 min ədəd istehsal etmək imkanında idi. Vəziyyətin yaxşılaşacağı gözlənilsə də, kabel sənayesine Di-Bi-Es və rəqəmlə televiziya ilə rəqabət aparmaq çox çətin olacaq.

Qeyd edək ki, rəqəmlə televiziya standartlarına kecidlə bağlı ABŞ mühitində çoxlu mübahisələr davam etməkdə idi. 1995-ci ilin oktyabrında Federal Rabitələr Əlaqələrinin məşvərətçi komitəsi FKS-ə televiziya verilişləri nümayəndələrini birləşdirən "Böyük alyans"ın təkliflərini qəbul etməyi bildirdi. "Böyük alyansın bu təklifinə qarşı kompüter sənayesinin başçısı Bill Qeyts etiraz etdi. Onu bu şərait tə'min etmirdi. Eyni zamanda Qeytsə

məxsus olan "Maykroft" şirkəti öz layihəsini irəli sürdü. Bununla yanaşı standartları Stiven Spiberq kimi nüfuzlu kino istehsalçıları nümayəndələri də müdafiə etmədilər və bu qənaətdə qaldılar ki, kinofilmlərin nümayişi üçün təklif olunmuş televizion ölçüləri məqbul deyildir. Federal Rabitələr komissiyasında fikir birliyi olmadı və sədr Sind Xundt eyni standartın qəbuluna şübhə ilə yanaşdı. Klinton administrasiyası da tərəddüdü mövqədə dayanırdı. Santa Monikidən daxil olan "DemoQraFeks" şirkəti tərəfindən hazırlanmış daha bir layihənin müzakirəsi başladı. Beləliklə, getdikcə uzanan bu prosesə son qoymaq və bütün mövqelərin ümumi razılığa gətirilməsi üçün son müddət 1996-cı ilin noyabrın 25-nə tə'yin edildi. Az keçməmiş standartlarla bağlı variantlar da tapıldı və rəqəmli televiziyyaya keçidə bağlı digər problemlərin həlline başlanıldı.

1995-96-ci illərdə Federal Rabitələr Komissiyası tamaşaçılara televiziya programlarındakı zorakılıq səviyyəsi haqqında mə'lumat vermək məs'uliyyətini üzərinə götürərək xüsusi reytinq sisteminin fəaliyyətə keçdiyini bildirdi. Belə bir sistemin hazırlanması qərarı prezident Klintonun 1996-cı ilin 8 fevralında imzaladığı Kommunikasiya aktında göstərilirdi. Bu da hər şeydən əvvəl zorakılıq səhnələri ilə bağlı teleprogramların uşaq auditoriyasına mənfi tə'sirindən ictimai narahatlığını yaranması idi.

Qeyd edək ki, 1996-cı ildə Kongres tərəfindən qəbul edilən və prezident Klintonun imzaladığı telekommunikasiyalar haqqında qanun 1934-cü ildəki kommunikasiyalar aktını daha da müasirləşdirdi. Yeni qanun rəqabətin güclənməsinə və maneələrin aradan qaldırılmasına təkan verdi.

Əlbəttə ki, telesirkətlər bu aktı sakit qarşılamadılar. Televiziyanın kino, internet, video ilə rəqabət apardığı bir zamanda onlar buna rəqabət imkanlarının məhdudlaşdırılması mövqeyindən yanaşdırılar. Lakin prezident Klinton 1996-cı ilin 23 yanvarındaki "İtifaqın veziyəti" müraciətində bildirdi ki, əger şirkət rəhberləri könüllü olaraq öz aralarında konsensusa gəlməsələr, onda reytinq sisteminin hazırlanması işi xüsusi qrupa həvalə ediləcək. Nəhayət, 1996-cı ilin dekabrında telesənaye zorakılıq reytinqini müəyyənləşdirib auditoriyaların yaş qruplarına bölgüsünü müəyyənləşdirdi. Dörd əsas telesəbəkə 1997-ci ilin yanvarın 1-dən verilişlərinə başladı.

Teleprogramlar isə altı qrupa istiqamətlənməli idi. TV-U reytinqi programlarına bütün uşaqların baxmağına imkan yaradır. Yeddi yaşından yuxarı olan uşaqlar üçün hazırlanmış programlar TV-U7 reytinqini alır. Bu programlarda zorakılıq yalnız komediya situasiyalarında göstərilə bilər. Bütün yaş qruplarına isə TV-G reytinq proqramları aididir. Onlarda zorakılıq səhnələri, demək olar ki, yoxdur və anormal leksikadan istifadə edilmir. Bu reytinqə aid proqramlarda seks və zorakılıq səhnələrinə az

rast gəlmək mümkündür. Belə verilişlərə azyaşlı uşaqlar valideynlərin müşaiyəti ilə baxmalıdır. TV-14 reytinginə aid verilişlərə valideynlər ehtiyatla yanaşmalıdır. Çünkü, belə verilişlər 14 yaşılı uşaqlar üçün məqbul deyildir.

Və nəhayət, TV-M reytinginə aid verilişlər yalnız yaşlı adamlar üçün nəzərdə tutulur. Belə verilişlərə 17 yaşına qədər uşaqların baxması məqbul deyildir.

Reyting göstəriciləri bütün programlarda veriliş başlayandan 15 saniyə müddətində kadrın sol küncündə işarələnir. Əgər program bir saatdan artıq davam edirsə, onda reyting işarəsi yenidən göstərilir. Bu işarələr yalnız xəbərlər programlarında olmur. Bir məşhur informasiya-əyləncə programlarında isə reyting işarəleri görünür. Əgər belə programlarda ölkənin birinci şəxsi və digər rəsmiləri ilə müsahibələr verilirsə, onda bu programlar reyting işarəsi göstərilmədən efirə çıxır.

Amerika Kino assosiasiyasının prezidenti Cek Valenşti öz qarşısına bütün valideynlərin istifadə edə biləcəyi bir sistem yaratmayı qoymuşdur. Bu cihazın vasitəsi ilə (Bu-run adlı cihaz) valideynlər müəyyənmiş reytinglərlə programların qarşısını ala biləcəklər. Əlbəttə ki, bu qurğuların televizor cihazlarına yerləşdirilməsi də problemdir və əlavə xərc tələb edir. Digər tərəfdən 200 milyona qədər televiziya cihazında bu işin aparılması olduqca mürəkkəbdir.

Şübhəsiz ki, bütün ölkələrdə olduğu kimi, ABŞ Televiziya və Radio sistemində başlıca problemlərdən biri programlar üçün materialın, faktin əldə olunmasıdır. Verilişlərin hazırlanması və efirə buraxılışı olduqca mürəkkəb bir programdır. ABŞ Televiziya və Radiosundakı verilişləri şərti olaraq belə bölgüləndirmək mümkündür: 1) əyləncəli televerilişlər; 2) xəbərlər və informasiya mə'lumatları; 3) uşaq verilişləri; 4) idman; 5) radio verilişləri.

Əyləncəli televerilişlər kabel və geniş yayılmış efirin əsas hissəsini tutur. Televiziya verilişləri əsasən Los-Anceles rayonunda yerləşən müstəqil şirkətlər tərəfindən hazırlanır. Eyni zamanda musiqi və informasiya verilişləri isə başqa şirkətlər tərəfindən edilir.

“Praym-Taym” (axşam saatları, ABŞ-in şərq və qərb bölgələrində adamlar adətən ən çoxu saat 20-dən 23-ə qədər, mərkəzi və dağlıq hissələrdə isə saat 19-dan 22-yə qədər televizora baxırlar) ən rəqabətədö-zümlü verilişlərin göstərilmə vaxtidır. Bu verilişlər adətən telequrumlar və komediyalarla efirdə göstərilir. Hər ilin yazında yeni “Telefəsil” üçün formalaşan verilişlər setkasının (cədvəlinin) sentyabrda açılışı olur. Uğursuz Programlar (aşağı reytingli) il ərzində yeniləri ilə əvəzlənir. Ətən ildə yer

tutan köhnə verilişlerin təkrarı yay dövründə rəqabət üçün əsl meydana چevrilir və əlavə verilişlərin istehsalını stimullaşdırır. Yerli "affiliat"lar (yəni müqavilə əsasında bir şəbəkənin programını göstərən geniş yayılmış stansiya) öz şəbəkələrinin verilişlərini "Praym-Taym" zamanında, bir hissəsi ni isə gündüz zamanında göstərirler. Qalan vaxtda isə efirdə (əksər teles-tansiyalar günün 18 saatını, çoxları isə bütün günü efirdə olurlar) birləşdi-ri əyləncəli verilişlərlə (əsasən, şou yarışları və şəbəkə verilişlərinin təkrarları), eləcə də yerli xəberler, hava haqqında mə'lumatlar və idman mə'lumatları verilir. Sindiqatlaşmış proqramlarda, stansiya proqramları iki-üç dəfə yerli şəraitdə müyyəyen müddətdə göstərmək üçün müstəsna hüquqlar əldə edir. Məhz uğurlu Amerikadaxili və beynəlxalq sindikasiya ədətən teleseriallardan gəlir getirse də, yaxşı verilişlərin şəbəkədə ilkin göstəril-məsi sərf olunan xərci hələ tam ödəmir.

ƏYLƏNCƏLİ PROQRAMLAR çox baha olduğundan yerli stansiyalarda istehsal edilmir. Eləcə də, kommersiya stansiyaları xarici proqramları, de-mək olar ki, göstərmir. Bu proqramlar əsasən, ictimai televiziyalarda göstərilir. Proqramlar auditoriyani müxtəlif yollarla, ən ənəvi kinoteatrlardan və telestansiyalardan başlamış yeni vəsaitlərə (kabel və sputnik) qədər əhatə edir. Bu proqramları hətta yerli mağazadan videoprokata da götürmək mümkündür.

XƏBƏRLƏR VƏ İNFORMASIYA MƏ'LUMATLARI. Çoxlu sayda rə'yələr göstərir ki, amerikalılar əksər informasiyanı televiziya vasitəsi ilə əldə edirlər. Büyük şəhərlərdə isə yerli stansiyalar öz proqramlarına gündə iki-üç saat xəbərlər daxil edir. Göründüyü kimi, xəbər janrı tamaşaçılar və eləcə də reklamçılar üçün en məşhurudur. Kabel xəbərləri şəbəkəsinin məşhurluğunun artması ilə bu tendensiya daha da gücləndi. Qəzet və ra-dioya marağın artımına gəldikdə isə, qeyd edək ki, qəzet tirajının artımı əhalinin qəzetoxuma artımından geri qalır, əvvəlki oxunma məşhurluğunu itirir. Radio isə o qədər də əhəmiyyətli informasiya mənbəyi rolunu oynamır. Televiziya yenilikləri həvəskarlarının əksəriyyəti, adətən, axşamlar efirdə verilən yarımsaatlıq xəbərlərə baxır (məsələn, Den Razerin Si-Bi-Es-də, Tom Brokaunun En-Bi-Si-də və Piter Cenninqin Ey-Bi-Si-dəki apa-rıcılığı çox məşhurdur). Xəbərlərin əldə olunmasında milli xəbərlər agentlikləri (Assoşieyted Pres və Yunayted Pres İnterneşnl) əsaslı rol oynasa da, əksər Amerika şəbəkələri uzaq rayonlarda özlərinin xüsusi yaxud ştat-dankənar müxbirlərindən istifadə edirlər. Xaricilər, adətən, Amerikanın xəbərlər buraxılışını daha çox dünya hadisələrinin böhranlı məqamlarını göstərməkdə və təhqiq etməkdə tənqidə tuturlar. Qeyd edək ki, son illərdə Si-En-En-in iki şəbəkəsi və digər informasiya şəbəkələri xarici televiziya

programlarının gösterilmesine imkan yaratmıştır.

Diger ciddi veriliş növləri olan müsahibə, ictimai-siyasi programlar, sənədli filmlər Amerikada getdikcə öz məşhurluğunu itirir. Belə verilişlər, getdikcə televizionlarda az göstərilir. Çünkü bu verilişlərin auditoriya imkanları geniş deyildir və onlar reklamvericiləri cəlb etmir. Əsasən, xarici, Britaniya istehsalı olan sənədli filmləri ictimai televiziya və bə'zi kabel televiziyası kanallarında görmək mümkündür.

UŞAQ VERİLİŞLƏRİ. Amerikada uşaqlar üçün ən məşhur olan veriliş Uşaq Televizionunun istehsalı - "Tilsimli küçə"dir. Bu veriliş ilk dəfə efirə 1969-cu ildə çıxdı. İndi Büyük quş, Kermit qurbağa və digər kukla obrazları öz milli variantlarında aktyorların yüksək oyunu sayəsində bütün dünyada məşhurdur. Təəssüflər ki, digər məşhur uşaq verilişləri "Tilsimli küçə" qədər gərekli rol oynamır. Bazar günləri səhərlər bütün telesəbəkələr (eləcə də bir çox kabel multiplikasiya şəbəkələri) uşaqlara multiplikasiya savaş filmləri göstərirler. Onların bə'ziləri olduqca amansızdır və efirdə göstərilərkən malların reklamı ilə müşahidə olunur. (Adətən belə reklamlar ərzaq məhsulları və müxtəlif oyunlar olur). Çoxları belə verilişlərin ayzyaşlı uşaqlar üçün zərərli olduğunu qeyd edirlər.

1990-cı ildə ABŞ Kongresi uşaq verilişləri zamanı reklamların məhdudlaşdırılması haqqında (bu, KIV-də reklamların sayının azaldılması haqqında ilk qanunverici məhdudiyyət idi) qanun qəbul etdi. Bu qanunda uşaq verilişlərinin ictimai istiqamətinə üstünlük verilməsi tələb olunurdu.

Qeyd edək ki, bu günə qədər mövcud qanun verilişlərin məzmununa ciddi tə'sir göstərə bilməmişdir.

IDMAN. Televiziyyada daha çox məşhur olan və geniş işıqlandırılan idman növlərindən biri peşəkar və tələbə Amerika futboludur. Radio, Televiziya və bə'zi kabel xidmətləri beysbol və basketbol oyunlarının da göstərilmesinə çoxlu saatlar ayırırlar. Digər idman növlərinin göstərilmesinə isə az vaxt həsr olunur. Məsələn, amerikalılar bütün dünyada məşhur olan futbola, demək olar ki, laqeyyddirlər. Televiziya şəbəkələri peşəkar futbol və beysbol oyunlarını, eləcə də, dörd ildən bir keçirilən olimpiya oyunlarını göstərmək hüququ uğrunda daima mübarizə aparırlar. Onlar belə hüququ qazanmaq üçün milyonlarla dolları sərf etməyə hazırlırlar. Bə'zi kabel şəbəkələri, xüsusən, İ-Es-Pi-En, demək olar ki, bütün efir vaxtını idman proqramlarına həsr edir.

RADIO VERİLİŞLƏRİ. Qeyd edək ki, radionun ilkin fəaliyyət dövrü I Dünya müharibəsindən əvvəlki dövрə təsadüf edir. Belə yayımlar sporadik cədvəllərlə həftədə bir neçə saat işləyirdi. Dünyadan ilk geniş yayımın tarixi də 1906-cı ildən güman olunur. Belə ki, həmin illi Massaçusets ştatı

nın Boston şəhərinin cənubundakı radioverici aparatdan Recinald Fesenden vermişdir.

AM (və yaxud radioveriliş dalğası) radio geniş yayımı müntəzəm əsasda 1920-ci illerin sonlarında başlanmışdır. 1927-ci ildə Birləşmiş Ştatlar Kongresi radio stansiyalarının müntəzəm proqramlara çıxış etmək razılığına gəldi. 1941-ci ilə qədər geniş yayım ancaq AM stansiyalarından ibarət idi. 1941-ci ilin sonlarında FM (yaxud VNF) radio və televiziya geniş yayımının müntəzəm fəaliyyətinə razılıq verildi. 1958-ci ildən sonra səsi yüksək dəqiqliklə verdiyinə görə FM radio stansiyası inkişafə başladı. 1979-cu ildə artıq FM radiosunu AM radiosundan daha çox adam dinləyirdi. 10 il sonra isə radio dinləyicilərin hamısının dördə üçü FM radiosuna qulaq asıldı.

Hazırda ABŞ-da əsas marketlərin də 30 və ya daha artıq radiostansiya-sı vardır. Radio şəbəkələrinin əksəri proqramı ya peyk vasitəsi ilə, ya də lent yazısı ilə yayırlar. Radio stansiyalarında reklama daha geniş yer ayılır. Onlar çox hallarda bir saatlıq verilişdə 18-20 dəqiqəni reklama verirlər.

Qeyd edək ki, ABŞ-da qeyri-kommersiya radiolarının sayı da durmadan artmaqdadır. 1990-ci ildə qeyri kommersiya radio sənayesi 1400-ə qədər genişləndi. 1963-cü ilə qədər qeyri-kommersiya radiosu üçün federal fondlaşdırma yox idi. Bu funksiyani xeyriyyəçilik yolu ilə Ford Fondu təmin edirdi. 1967-ci ildə İctimai Geniş Yayım üçün Korporasiya formalasdı və bir il sonra o Dövlət İctimai Radionu yaratdı. Və bu qayda qeyri-kommersiya radiosunun inkişafına güclü təkan verdi.

Kristofer Sterling "Elektron məlumat vasitələri" məqaləsində yazar: "Son zamanlara qədər qeyri kommersiya stansiyalarının və şəbəkələrinin fəaliyyətinə maddi yardım üçün verilən bütün pulların yarıya qədəri İctimai Geniş Yayım Korporasiyası vasitəsilə federal fondlardan vergilərdən və bu və ya digər ştatda stansiyalara yardım üçün həmin ştatda tutulan vergilərdən gəlirdi. Vergilərdən gələn yardım bütöv gəlirlərin 1990-ci ildə 40 faizinə qədərini təşkil edirdi. Qalanı isə biznesi təmin edən proqramlara verilən və "zəmanətli" adlanan pul ödənclərdən, fərdi xeyriyyə pullarından, fondlaşdırımalardan və başqa mənbələrdən gəlirdi..."

İctimai geniş yayım üçün Korporasiya və iki şəbəkə kimi, radio üçün Dövlət İctimai Radiosu və Televiziya üçün İctimai Geniş Yayım Xidmətinin fəaliyyəti Vaşinqton siyasi sahəsində qeyri kommersiya geniş yayımıni geniş şəkildə təmsil edir.

Dövlət İctimai Radio (NPR) 250-ə yaxın radio stansiyasını birləşdirir. NPR axşam düşərkən və həftə ərzində səhərlər kütləvi yeniliklər proqram-

ları təmin edir. NPR stansiyaları təmin etmək üçün verilişlər hazırlayırlar.

ABŞ radiolarının əksəriyyət verilişləri məşhur musiqi lentlərinin oxudulmasından ibarətdir. Büyük şəhərlərdə bə'zi stansiyalar xəbərlər və danişq verilişlərinə daha çox üstünlük versələr də, çoxu musiqi lentlərinə, xəbərlər oxunuşuna hədsiz sayıda reklamlara üstünlük verirlər. Əllinci illərə qədər əhəmiyyətli rol oynayan şəbəkələr, sonradan televiziya rəqabəti ilə sıxışdırıldı. Son illərdə radioverilişlərin geniş yayımı üçün sputniklərdən istifadə olunması və kabelə audiooxidmet verilişlərinin çatdırılması ümumiyyəti verilişlərin ölçüsünü bir qədər dirçəltmişdir.

REYTİNLƏR. 1930-cu ildən başlayaraq radiodinləyicilərin və tamaşaçıların zövqü ilə bağlı aparılan tədqiqatlar təkmilləşir və televerilişlərin proqramlaşdırılması tendensiyasına güclü tə'sir göstərirdi. Reytinqlərin müəyyənləşməsi üzrə başlıca ümummilli şirkətlər aşağıdakılardır: "Ey-Si-Nilsen" (Dan end Bredstrit" şirkətinin bölməsi) və "Arbitron" ("Kontrol Deyt" şirkətinin bölməsi). "Nilsen" şirkəti yerli və kabel televiziyalarının reytinqləri haqqında, "Arbitron" isə yerli radioların reytinqlərlə bağlı mə'lumatlar hazırlayır. Bu şirkətlər hər hansı bir təşkilat tərəfindən qarşılıqlı məraq əsasında işləmirlər.

Reytinq aşağıdakı qaydada müəyyənləşir: mövcud rayonda radioqəbuledicilərin və televizorların ümumi sayıdan asılı olaraq göstərilən proqrama baxan ailənin nisbəti reytinqlər keçirilərkən reklamvericilər həm də ayrı-ayrı televerilişlərin auditoriyasının sayını və tərkibini də öyrənirlər.

Bu informasiyalar həmçinin reklamvericilərin öz məhsullarını harda yerləşdirməsi ilə bağlı ilk müəyyənləşdirmə rolunu oynayır. Veriliş və kabel şirkətləri məhz bu reytinqlər əsasında öz auditoriyalarını reklamvericilərə "satırlar". Reytinqlər seçimin elmi prinsiplərinə əsaslanır. Məsələn, "Nilsen" ölkənin müxtəlif coğrafi regionuna məxsus və əhalinin ayrı-ayrı ictimai təbəqələrini əhatə edən təqribən 5 000-ə qədər ailənin milli reytinqini müəyyənləşdirir. Güman edilir ki, bu reytinqlər dinləyicilərin və tamaşaçıların milli strukturunun düzgün əks olunmasında başlıca rol oynayır.

Reytinqlərin toplanmasında başqa üsullardan da istifadə edilir. Ən yeni üsullardan biri "adamlar saygacı"ndan istifadədir. Belə kiçik cihazlar televiziyada yerləşdirilir və tamaşaçılar məsafəli idarəetmə vasitəsi ilə mə'lumatları və rə'yəri oraya ötürürülər. Beləliklə, "adamlar saygacı" qəbuledici işləyərkən, hər hansı kanaldadırısa, ailə tərkibi ilə bağlı mə'lumatları asanlıqla qeyd edə bilir. Daha ən'ənəvi üsullar sırasında telefon sorğuları və qeydiyyat jurnallarıdır ki, onların vasitəsi ilə diniñənmiş və baxılmış həftəlik verilişlərlə bağlı mə'lumatlar qeyd olunur.

FEDERAL RABİTƏLƏR KOMİSSİYASI. Kristofer Sterioinq ABŞ-da Fe-

deral Rabitələr Komissiyasının fəaliyyətini belə izah edir: "1934-cü ildə Kongres daha əhatəli Rabitələr Qanunu qəbul etdi. Bu qanun telefon və radioverilişləri tənzimləmələrini bir agentlikdə birləşdirdi və o zamandan bir neçə dəfə müvafiq düzəlişlər verildiyinə baxmayaraq, Federal Tənzimləmə siyasetini indi də o, idarə edir. Bu qanun "PICON" ("İctimai maraqlar, rahatlıq və zəruriyyət") standartını davam etdirdi və FRK-ni təsis etdi. Qərargahı Vaşinqton şəhərində yerləşən Federal Rabitələr Komissiyası ABŞ-in rabitə və kütləvi elektron vasitələrini nizamlayır. Federal Rabitələr Komissiyası adətən hüquqsunaşların təmsil olunduğu beş komissiya üzvündən ibarətdir. Onları ABŞ prezidenti təyin etsə də, Senat tərəfindən də qəbul olunmalıdır. Federal Rabitələr Komissiyasının tərkibində 2000-ə qədər işçi çalışır və onlar müasir telekommunikasiyanı nizamlayan gərəkləi hüquq, iqtisadi və texniki işi yerinə yetirirlər. Federal Rabitə Komissiyasının illik büdcəsi təqribən 175 milyon dollara bərabərdir ki, bu da federal idarələrin büdcələri nisbətindədir. Kabel Xidmətləri Bürosu kabel lisenziyalarını vermək hüququndadır. Federal Kommunikasiya nəzdindəki KIV üzrə Büroda çalışan 300-ə qədər adam verilişlərə nəzarət və əsasən lisenziya verilməsini həyata keçirir.

Lisenziyalar aşağıdakı müddətə verilir: radiostansiyalar yeddi il, telesirkətlər isə beş il müddətinə nəzərdə tutulur. Lakin müddət başa çatdıqdan sonra lisenziyaları yeniləşdirmək elə çətinlik yaratmır. Qeyd edək ki, Federal Rabitələr Komissiyasının başlıca funksiyası lisenziyalasdırmadır və bu qurum istər tənzimləmədə, istərsə də nəzarətdə həmin funksiyadan çıxış edir. Kabel sistemləri, adətən, yerli hakimiyyətdən icazə almalıdır və bu halda kabel xidməti bürosu ümumi nəzarəti həyata keçirir və bəzi ölçüdə tarifləri nizamlayır.

Federal Rabitələr Komissiyası yeni qaydalar qəbul edə bilir (qeyd edək ki, yalnız qaydalar, cünki, ancaq Kongres qanun qəbul edə bilər və qanunda dəyişikliyi həyata keçirə bilər). Eyni zamanda Federal Rabitələr Komissiyası köhnəlmış qaydaları ya ləğv etmək, yaxud yeni düzəlişlər əlavə etmək səlahiyyətindədir. Eyni zamanda Federal Rabitələr Komissiyasına Kongres tərəfindən telekommunikasiya xidməti üçün texniki standartları müəyyənləşdirmək səlahiyyəti də verilmişdir. Lakin qayda üzrə, şirkətlər və müəssisələr özləri daha uyğun gələn müxtəlif sistemləri sınaqdan keçirir və sonra onu komissiyanın təsdiqinə verirlər. Ağ-qara və rəngli televiziya sistemləri (En-Te-Es-Si) və stereo Radio-UKV sistemi standartları mehz belə üsulla qəbul edilmişdir.

Bəs ABŞ televiziya və radio sistemində verilişlərin məzmunu necə nizamlanır? Qeyd edək ki, bu ölkədə verilişlərin məzmununun nizamlanma-

sı qaydaları elə böyük deyil. Başlıca səbəbi isə, yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi ABŞ Konstitusiyasına birinci düzəlişin mövcudluğudur. Burada hətta efirə seçkili vəzifələrə namizədlərin buraxılması tələbi də vardır. Federal Rabitələr Komissiyasının yalnız uşaq verilişlərinə müəyyən tələbləri olsa da, programların məzmununa az təsir göstərməkdədir. Müxtəlif ştatlarda isə böhtan və şəxsi həyata müdaxilə ilə bağlı ayrıca öz qanunları mövcudur. Qalan problemləri isə, yeni kabel və efir şəbəkəsi verilişlərinin məzmunu ilə bağlı sualları hakimiyət deyil, şirkətlərin rəhbərliyi həll edir. Ən mühümü odur ki, xəbərlərin və ictimai siyasi verilişlərin məzmununa nəzarətə icazə verilmir.

70-ci illərdən başlayaraq Federal Rabitələr Komissiyası bəzi sualların nizamlanması problemində öz uzunmüddətli mövqeyini dəyişməyə başladı. Reyhan administrasiyası dövründə (80-ci illərdə) Mark Faulerin sədrliyi ilə Federal Rabitələr Komissiyası Televiziya stansiyalarının fəaliyyətini məhdudlaşdırın çıxlu qayda və təlimatları azaldıb ləğv etdi. 1987-ci ilin avqustunda, əvvəllər stansiyalardan yerli problemləri müzakirə etmək üçün efir vaxtının ayrılması ilə bağlı tələb olunan "həqiqət doktrinası"nı da ləğv etdi. Belə bir doktrinə qəbul edərkən Federal Rabitələr Komissiya-sı rəqabət aparan çıxlu sayıda stansiyaların və xidmətlərin mövcudluğunu nəzərə alıb 1949-cu ildə qəbul edilmiş bu qaydanı (o zaman efirdəki stansiyaların sayı olduqca az idi) vaxtı ötmüş hesab etdi.

Hazırda ABŞ-da yeni xidmətlərə lisenziyalar keçmişdə olduğu kimi administrativ qaydalarla yox, materiya və auksionların keçirilməsi ilə verilir. Bundan əlavə, azsaylı auditoriyalara malik çıxlu yeni xidmətlər, demək olar ki, nizamlanmışdır. Bu üsulu isə ictimaiyyət geniş şəkildə müdafiə edir.

SIYASI TƏNZİMLƏNMƏ. Kommunikasiya vasitələri ABŞ Konstitusiyasının iki maddəsi ilə tənzimlənir: 1) "Kommersiya haqqında maddə" (1789-cu il, 1-ci maddə, 8-ci bölmə) Konqresin ştatlar arasında və ştatlar-la xarici dövlətlər arasında ticarəti tənzimləmək hüququ vardır. ABŞ Konstitusiyasına birinci düzəliş (1791-ci ildən) metbuat və söz azadlığını təmin edir. Kommunikasiya sahəsində hökumətin bütün fəaliyyəti bu iki Konstitusiya maddəsinə əsaslanır.

1910-cu və 1912-ci illərdə Konqres telegrafı tənzimləyən qanun qəbul etdi. Yalnız 1927-ci ildə xüsusi olaraq radiostansiyaların lisenziyalasdırılmasının tənzimləyən ilk qanun qəbul edildi. Bu qanun "ictimai maraqların əlverişli və gərəkliliyi"nin vacib prinsipini müəyyənləşdirdi ki, bu da hazırlı dövrde lisenziya verilməsi və digər tənzimləmə formaları ilə bağlı problemlərin həll edilməsində mühüm rol oynayır.

1934-cü ildə Konqres Kommunikasiyalar haqqında bütöv bir qanun qə-

bul edir. Bu qanun həm telefon əlaqələrinin, həm də Federal Rabitələr Komissiyasının geniş yayılmış sənayesinin tənzimlənməsinə kömək edir ki, bu da hazırkı dövrdə də federal tənzimləmə siyasetinin təhləblərinə cavab verir. 1934-cü ildə qəbul edilmiş bu əsas qanuna sonrakı illərdə müəyyən dəyişikliklər əlavə edildi. Məsələn, 1967-ci ildə ictimai televiziyalara, 1984 və 1992-ci illərdə kabel televiziyası, 1996-ci ildə "Efirdə zor; zoraklıq" halları ilə bağlı ciddi dəyişikliklər oldu.

Telereklam yaradıcılığı

Hər il müxtəlif çeşidli reklamlara 300 milyard dollar pul sərf edilir ki, onun yarısı Amerika Birləşmiş Ştatlarının payına düşür. 90-cı illərin ortalarından başlayaraq televiziya reklamların verilməsi həcmində qəzetləri ötərək birinci yerə çıxdı. Aşağıdakı cədvəldə Televiziya ilə reklama ayrılan xərcləri daha aydın görmək mümkündür:

İllik ümumi xərclər

1975-ci il -	5,3 mld dollar
1980 -	11,5 mld dollar
1985 -	21,1 mld dollar
1990 -	29,1 mld dollar
1995 -	37,5 mld dollar
2000 -	52,8 mld dollar (<i>proqnoz</i>)

Eyni zamanda ümumilli və yerli televiziyalarda reklama çəkilən illik xərclər:

	<i>Ümumilli</i>	<i>Yerli</i>
1975-ci il	3,9 mld dollar	1,4 mld dollar
1980-	8,6 mld dollar	2,9 mld dollar
1985-	15,2 mld dollar	5,9 mld dollar
1990-	20,6 mld dollar	8,5 mld dollar
1995-	25,9 mld dollar	11,6 mld dollar
2000-	36,1 mld dollar	16,7 mld dollar (<i>proqnoz</i>)

ABŞ Mətbuat və Radio-Televiziya sistemində reklam mühüm rol oynayır. Bu ölkədə jurnalların gəlirinin yarısından çoxunun, qəzetlərin 75 faizinin, kabel-sputnik televiziyalarının 15 faizinin, efir kommersiya televiziyalarının isə 100 faizinin gəlirini reklamlar təşkil edir. Hər bir amerikalı ailəsində televizor orta hesabla gündə altı-yeddi saat baxılır. Mövcud qanunlar

telereklamların həcmində məhdudiyyətlər qoymur (uşaq verilişləri istisna olmaqla). Belə düşünülür ki, tamaşaçının qəbuletmə dözümüz ölçüsdə də reklamlar vermək mümkündür. Əgər hər hansı bir kanalda reklam çox verilirsə, (məsələn, 1 saatda 10-12 dəqiqə) onda auditoriya rəqib kanalların xeyrinə işləyir və həmin kanal ümumi qaydalara tabe olmaq məcburiyyətində qalır.

Amerikalılar ekranda reklamların çoxluğundan şikayətlənsələr də, onu hazırlayanların yaradıcı fantaziyalardan heyrlənlərlər. Tə'rif etmədən demək mümkündür ki, reklam öz maraqlılığına görə televiziya əyləncələrində ən diqqətli elementlərdən biridir. Lakin reklamın hazırlanması həm də böyük xərc tələb edir. Qeyd edək ki, 30 saniyəlik reklam rolikinin istehsalına orta hesabla 200 min dollar sərf edilir.

Kino-aktyorlar kinofilmlər və televiziya verilişləri ilə müqayisədə ümumilikdə reklamdan daha çox gəlir götürürlər. Reklamlar aktyorların, rejissorların dramaturqların və digər peşə adamlarının yaradıcı işi olaraq ortaya qoyulur. Ən baxılan vaxtda ("Praym-Taym" zamanında) 30 saniyəlik reklama sıfırıçı 350-400 min dollar pul sərf edir. Belə reklamın dəfələrlə göstərilməsi çoxmilyonlu müəssisə üçün böyük gəlir gətirir. Şübhəsiz ki, reklamın belə gəlir verməsi təbii bir sual doğurur: doğrudan reklam belə imkanlara malikdir? Klassik bazar nəzəriyyəsi aydınlaşdırır ki, bəli, istehsalçı tələbatda uyğun olaraq öz məhsulu ilə alıcının tələbatını təmin etməyə çalışır. ABŞ ümummilli televiziyanın yüz nəhəng reklamvericiləri sırasından 80 transmilli korporasiyası filialları ilə birlikdə bütün dünyani əhatə edir. Tələbatı nəzərə almadan belə böyük miqyasda məhsul buraxmaq, sadəcə təhlükəlidir. Tələbatlar isə yalnız reklamın üstünlüyü ilə mümkündür.

Dünyanın heç bir ölkəsində Amerikadakı kimi telereklam gündəlik həyata təsir etmir. Hələ bundan başqa, uşaq danışmağa başlayan kimi, televiziyanın eştidiyi reklam mahnılarını oxumağa çalışır. Hətta reklam e-lanlarındakı mahnılar, şüarlar və yumorlar müasir Amerika folkloruna daxil olmuşdur. 1960-ci ildən başlayaraq telereklamların və onlarla yaxşı reklam roliklərinin illik festivalı keçirilir və qaliblərə "Klio" mükafatı təqdim olunur. Həmin reklam rolik-laueratlar videokasetlərə köçürülrək reklamı xoşlayan və ondan istifadə edən insanlara satılır. Elə buna görədir ki, reklamı Amerika incəsənət forması adlandırırlar.

ABŞ-da reklam sənayesi ilə 200 mindən çox adam məşğul olur. Hər il Amerika kolleç və universitetlərində müxtəlif həcm və rakurs üzrə 16 mindən çox adam təhsil alır, 5 mindən çox reklamçı mütəxəssis ixtisaslaşır.

ABŞ-da KİV, MÖVCUD QANUNLAR

Qeyd etdik ki, ABŞ-da söz və mətbuat azadlığına tə'sir göstərən hər hansı bir məhdudiyət yoxdur və dövlətin Konstitusiyasına Birinci düzəliş bu təminatı verir. Birinci düzelişdə yazılıb: "Konqres söz azadlığını, mətbuat azadlığını və xalqın yığıncaq keçirmək azadlığını məhdudlaşdırın qanunlar qəbul edə bilməz". İki yüz ilə yaxındır ki, bu Amerika təcrübəsi uğurla davam edir və mətbuatata, vətəndaşlara fikirlərini azad ifadə etmək imkanı yaradır. Konstitusiya isə ölkənin əsas qanunudur və yalnız böyük tə'sirlə ona düzəlişlər etmək mümkündür.

"Fikri azad ifadəetmə" anlayışı altında şəxsi hüquqlar da başa düşülür ki, bu da aşağıdakı Amerika hüquq prinsiplərinə uyğundur:

- hər bir şəxsin özünün xüsusi fikri və inamının olması;
- istənilən obyektlə bağlı azad informasiya mübadiləsi hüququnun olmasına;
- suallara cavab verməmək hüququnun olması;
- başqa insanlardan informasiya almaq hüququnun olması;
- bütün mənbələrdən xahiş edib informasiya almaq hüququnun olması;
- başqa şəxslərlə münasibət yaratmaq, əlaqə qurmaq hüququnun olmasına.

Göründüyü kimi, ABŞ-da hər kəsin fikrini azad ifadə etmək hüququ vardır. Bu ölkədə söz azadlığına hörmət o dərəcədə yüksəkdir ki, söz azadlığını müdafiə özünüifadənin ən yüksək forması kimi yayılır. Hətta Ali Məhkəmənin 1989-cu ildəki qərarı əsasında milli bayrağın yandırılması hali fikrini azad ifadə etmək hüququ ilə Birinci düzelişə uyğun olaraq ey ni maddə altında müdafiəyə düşür.

Söz azadlığı hər bir şəxsin öz qabiliyyətini açmaq və reallaşdırması üçün birləşdirilir. Professor Tomas Emerson bu haqda konkret olaraq yazdı: "İnsan həyatının məqsədi şəxsiyyət kimi öz qabiliyyətini açıb göstərməkdir. Bundan ötrü azadlıq lazımdır. Buna əsaslanıb demək mümkündür ki, hər hansı bir fikrin ifadəsinə təzyiq göstərilməsi şəxsi ləyaqət hissələrini təhqir edir və onun insan kimi şəxsiyyətini ləkələyir". ABŞ-da senzuraya belə yanaşırlar: o yalnız söz azadlığını deyil, eyni zamanda şəxsiyyəti də boğur. Bir daha ABŞ Ali Məhkəməsinin fikrinə diqqət edək: "Bizim vətəndaşların və siyasi institutların yaşamaq qabiliyyətliliyi söz azadlığından asılıdır. Bizim cəmiyyəti totalitar rejimdən fərqləndirən məhz öz fikrini açıq demək və müxtəlif ideyaları, programları irəli sürmək hüququnun olmasınadır.

ABŞ dövlətində müxtəlif formalarda hüquqi normalar mövcuddur. Bu, il-

kin növbədə ölkənin Konstitusiyasıdır ki, burada cəmiyyətdə insan fəaliyyətinin başlıca qaydaları təsbit edilmişdir. Eyni zamanda qanunvericilik orqanlarının qəbul etdiyi qanunvericilik aktları da mövcuddur. İcra orqanlarının da hüquqi normaları vardır. Digər tərəfdən məhkəmələrin qərarı əsasında formallaşan ümumi hüquqi normalar da cəmiyyətin tənzimlənməsinə tə'sir göstərir.

Amerika hüquq sistemi bütün bu formaları özündə təcəssüm etdirir. İşin mürəkkəbliyi həm də ondadır ki, Amerikanın hər bir ştatının öz konstitusiyası, icra orqanlarının hüquqi aktları və ümumi qaydaları vardır. Lakin bütün bu sistemlərin başında Konstitusiya durur. Həc bir qanunverici akt, icra orqanının qərarı və məhkəmənin hökmü Konstitusiyaya qarşı çıxa bilməz. Hər bir Amerika vətəndaşının başı üzərində ABŞ Konstitusiyası dayanır. Hər bir Amerika ştatı əsas qaydalar və hüquqi prinsiplər toplumu olan bu Konstitusiyaya tabe olmalıdır. ABŞ-da mətbuat, radio və televiziyada tənzimləmə mexanizmi bir sıra qanunvericilik aktlarına əsaslanır. Məsələn, diffamasiya (bir şəxsi ləkələyən mə'lumatın mətbuatda çap edilməsi) haqqında qanunvericilik, informasiya azadlığı haqqında qanun, hökumətin açıqlığı haqqında qanun, kommunikasiyalar haqqında qanun və s.

Bu qanunların bə'zi məqamlarını da açıqlayaq.

Övvəlcə qeyd edək ki, ABŞ-da (eləcə də İngiltərədə) 1964-cü ilədək böhtan xarakterli nəşrlərlə bağlı işlər ümumi hüquqi normalar əsasında aparılırdı. Yalnız 1964-cü ildə böhtan haqqında ayrıca qanun qəbul edildi.

Diffamasiya haqqında qanunvericilikdə kütləvi informasiya vasitələrinin hansı halda mə'suliyyət daşıdığı, ayrı-ayrı dövlət və ictimai xadimlərlə, şəxslərlə bağlı verilmiş mə'lumatların təhqiqredici və şübhəli olması göstərilir. Eyni zamanda kütləvi informasiya vasitələrinin milli təhlükəsizlik baxımından hüquq və vəzifələri də araşdırılır. Jurnalistin öz informasiya mənbəyini qoruması imkanlarına toxunulur. Dövlət orqanları tərəfindən kütləvi informasiya vasitələrinin tənzimlənməsi də diqqəti cəlb etməkdədir.

Söz azadlığı və mətbuat azadlığına Amerika Konstitusiyasına Birinci düzəlişlə tə'minat verilir. Demokratik dövlət quruculuğu üçün azad informasiyanın alınış-verilməsi qaydası mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ali məhkəmə özünün məşhur "Nyu-York Tayms" Sallivana qarşı" işi üzrə verdiyi qərarda "dövləti məsələlərin azad, sağlam və açıq mühakimələrlə" aparılması vacibliyinə xüsusi olaraq diqqət yetirmişdi.

Lakin söz azadlığı təminatına qarşı olan digər gərəkli problem ayrı-ayrı şəxslərin şərəf və ləyaqətinin qorunmasıdır. Beləliklə, hər bir Amerika şta-

tında ingilis qanunvericiliyi sistemindən götürülmüş ümumi qaydalar mövcuddur və bu istənilən şəxsə aid informasiyaların təhriflə açıqlanmasının qarşısını alır.

Bəs şərəf və ləyaqət elementləri hansılardır?

Ümumiyətlə isə, böhtan anlayışı altında altı başlıca element nəzərdə tutulur: 1) Açıqlanma (böhtan yazılı və şifahi olaraq radio və televiziya ilə yayılmış bilər). 2) "Faktin təsdiqlənməsi" (Diffamasiya fakt haqqında düşünməkdir). Nə qədər ki, belə düşünmələrin həqiqiliyi, yaxud yalançlığı mahiyyətcə təsdiqlənməyib, onda bu, böhtan kimi qəbul edilə bilməz. 3) "Yalan" (Düşünmək sadəcə yalan deyildir, iddiaçı onun yalançlığını sübut edə bilər). Düşünmək əslində mə'naca yalan olmalıdır. Başqa sözlə, o, texniki cəhətdən yalan olaraq veriləbsə, oxucu üçün həqiqət kimi qəbul edilir və məhkəmə istintaqına təqdimə ehtiyac yoxdur. Məsələn, tutaq ki, qəzet, radio, televiziya Con Dounun 20 min dollar cərimə edilməsi haqqında mə'lumat verirse və əgər bu cərimə 15 min dollar həcmindədirsə, onda iddia qəbul edilmir. Rəqəmlərdəki fərq oxucu, tamaşaçı üçün əhemmliyət kəsb etmir. 4) "İddiaçıya münasibət" (Açıqlama iddiaçıya o dərəcədə aid olmalıdır ki, oxucular, tamaşaçı və dinişyicilər onu diffamasiya subyekti kimi qəbul etsinler. Burada onun adının şəxsi hallandırılmasına ehtiyac yoxdur. Məsələn, futbol komandasının kapitani, yaxud yerli polisin rəisi fikirlərini söyləmək kifayətdir. Əgər ifadə belə işlədirse ki: "Polis işçilərindən biri" və belələri şəhərdə yüzlərlədir, onda bu da iddiaya səbəb ola bilməz). 5) "Şərəf və ləyaqətə zərbə" (Təsdiqləmədə insanın şərəf və ləyaqətinə vurulan zərər olmalıdır. Bundan ötrü maliyyə zərərinin vurulması əsas deyildir. İddiaçının ünvanına deyilən yalana görə ətrafdakıların onun haqqında pis fikirləşdiyini sübut etməsi kifayətdir). 6) "Günahkarlığı-n dərəcəsi" (Söz azadlığı Konstitusiya ilə qorunur və yalan, nüfuzdansalma mə'lumatının açıqlanması bu fikri söyləyən adamın mə'suliyyətə cəlb olunması üçün kifayət etmir. Bundan ötrü kütləvi informasiya vasitəsi nümayəndəsinin günahını sübut etmək lazımdır).

Ali məhkəmənin qərarı ilə iddiaçılar iki kateqoriyaya bölünür. Birinciye dövlət xadimləri (buraya seçilmiş şəxslər, mə'murlar, polislər, dövlət məktəblərinin müəllimləri aiddir), ictimai xadimlər (buraya idman və kino ulduzları, məşhur adamlar aiddir). Belə adamlar tanınmış olduqlarından və daima mətbuatın diqqət mərkəzi onlara yönəldiyindən, eləcə də onlar haqqında mə'lumatlar geniş ictimaiyyəti maraqlandırıldığından həmin şəxslərin iddiaçı kimi çıxış etməsi çox çətindir. Onlar ünvanlarına yönələn faktin qəsdən, bilerəkdən böhtanlığını sübut etməyi bacarmalıdırılar.

İkinci kateqoriyaya - şəxsi adamlar daxildir. Birinci ilə müqayisədə bu,

bir qədər yüngül qəbul edilir və adətən öz işinə vicdanla yanaşmamaq ki-
mi münasibət göstərilir. Belə hallarda adətən ona bu sualları müraciət
edilir: o, mə'lum problemlə bağlı kifayət sayda adamlardan müsahibə gö-
türübmü? Bu adamlar e'tibarlı idimi? Jurnalıstin müvafiq sənədləri var-
mı?

Cavabdehin arqumentləri. Qeyd edək ki, əgər iddia bütün sadaladığı-
mız tələblərə cavab versə də, cavabdehin iddia üzrə öz e'tirazını bildir-
mək imkanları vardır. Onun xeyrinə olan ən geniş yayılmış arqument dərc
etdiyi faktın həqiqətə uyğunluğunun təsdiqidir. Həqiqəti sübut etmək çox
çətindir. Əksər jurnalıstlər sübuta gəlib çatmadan işi udurlar.

Cavabdehin xeyrinə olan ikinci arqument - onun öz şəxsi fikrini söylə-
mək hüququdur. Qeyd olunduğu kimi, şəxsi fikir iddianın irəli sürülməsi
üçün əsas götürülə bilməz. Əksər jurnalıst üçün başlıca arqument - onla-
rin rəsmi mərasim və tədbirlərlə bağlı fikirlərini bildirmək hüququdur.
Əgər jurnalıst hər hansı məhkəmə prosesindən, rəsmi görüşdən reportaj-
lar hazırlayırsa, onun məzmunundan asılı olmayaraq (böhtan, yaxud həqiqət)
o, müdafiə hüququnu qoruyub saxlayır. Bu, onunla izah olunur ki, hö-
kümetin fəaliyyət və rəsmi görüşlərdən hesabatlar həqiqətə necə uyğun-
iuğundan asılı olmayıaraq ictimaiyyətə gərəklidir.

Bundan başqa, bə'zi əlavə aspektlərə də diqqət yetirək: **a) yenidən çap etmə.** Bütün istənilən halda kütləvi informasiya vasitəsi kiminsə fikrinin nəşrinə, yaxud efirə verilməsinə görə məs'uliyyət daşıyır. Əgər jurnalıst kiminsə ünvanına deyilən ciddi ittihamı olduğu kimi verirsə və mənbəyə kifayət qədər inamı yoxdursa, bu, onu iddia məs'uliyyətindən azad etmir. Bu qaydada yalnız bir istisna vardır - neytral reportajın verilməsi prinsipi.

b) Şaiyələr və böhtan söyləmə. Qeyd edək ki, şaiyələrə də yenidən çap etməklə aid olan qaydalar şamil edilir. Şaiyələri o halda vermək mümkündür ki, onu yayan adəmin kifayət qədər sübutları olsun. Şaiyələrin mövcudluğu faktına sadəcə istinad düzgün deyildir. **v) Cavab vermək imkanı.** Xeyrəxah jurnalıstika ən'ənəsinə görə subyektə onun ünvanına yönəldilmiş ittihamlara cavab vermək imkanı yaradılmalıdır. Lakin belə imkan iddiaya e'tiraz mə'nasını daşıyır. Bu e'tiraz materialın nəşrinə və yayımı-
nın qarşısını almaq üçün səbəb ola bilməz. Belə halda jurnalıst e'tiraza ca-
vab olaraq digər materialları üzə çıxarıır. **q) Təkzib vermə.** Əgər mətbuat-
tin, yaxud yayımın səhv mə'lumat verdiyi anlaşılsırsa, onda təkzib verilmə-
lidir və bu, onun borcudur. Təkzib iddia məs'uliyyətini istisna etmir. Əgər təkzib mövcuddursa, onda əksər Amerika məhkəmə dairələrində iddiacı-
ya dəyən zərər azaldılır. Məsələn, əksər ştatlarda əgər təkzib vaxtında ve-
rilirsə, onda məhkəmənin cərimələmək hüququ yoxdur. Bə'zi ştatlarda isə

təkzibin verilməsi halında iddiaçı dəyən zərərin ödənilməsini tələb edə bilməz. O, yalnız dəyən pul itkisinin ödənilməsi tələbi ilə çıxış etmək hüququndadır.

d) Amerika qanunvericiliyinə görə reportyorla mənbənin münasibətləri hüquqi cəhətdən müdafiə olunur. Lakin bə'zi müstəsna hallarda reportyor məxfi mənbəni açıqlaya bilər. Bu, o zaman olur ki, onda hökumət informasiyanın haradan ötürüldüyünü aydınlaşdırmaq istəyir. O zaman iş məhkəməyə çıxır ve bu hüquqdan istifadə edilmir. Məsələn, əger ittihəm diffamasiyada məxfi mənbədən alınan mənbə əsasında yaranırsa, onda iddiaçı təbii olaraq mənbə ilə maraqlanır.

E) Korporasiyaların nüfuzu. Korporasiyalar assosiasiylar və digər təşkilatlar da qanunla müdafiə olunur. Odur ki, onlar da diffamasiya ilə bağlı iddiälərdə iddiaçılardır olaraq çıxış edə bilərlər.

J) Hökumət mə'murları və müəssisələrinin ünvanına diffamasiyalar. Qaydaya görə, hökumət və hakimiyət orqanları böhtan haqqında iddia qaldırı bilməzlər. Lakin ayrı-ayrı hökumət mə'murları, əksinə, böhtanla bağlı iddia hüququna malikdirlər.

Z) Cinayət, cəza diffamasiyası, nəşrə əvvəlcədən qadağan. Amerika Konstitusiyasına görə iddiaçı qəzetdə, radio və televiziyyada onun ünvanına veriləcək faktın böhtan olduğunu əvvəlcədən bilsə də, onu qadağan etmək imkanında deyil. Belə formalı “əvvəlcədən qadağan” arzuolunmazdır. Hətta belə hallarda dövlət sırrı olan Pentaqona aid açıqlanması lazım bilinən sənədlərin nəşrini də əvvəlcədən qadağan etmək qeyri-mükündür. Böhtan hələ cinayət olaraq qəbul edilmir. Son illərdə böhtan və diffamasiya ilə bağlı hələ heç bir hadisəyə təsadüf olunmayıb. Bu, onu sübut edir ki, hakimiyət orqanları fikir söylənilməsinə görə cəza verə bilməzlər.

Ümumilikdə götürsək, diffamasiya haqqında Amerika qanunvericiliyi dövləti məsələlərlə bağlı fikirlərin ifadəsi müdafiəsini, ayrı-ayrı vətəndaşların mövqeyi müdafiəsi ilə eyni ölçüdə saxlayır. Bu, həqiqətən də çox maraqlı sistemdir. Əgər kütłəvi informasiya vasitələri daima böhtana görə məs'uliyətə cəlb olunsalar, onda mətbuat hökumətin rəsmi görüşlərinən və press-relizlərdən başqa heç bir şübhəli materialı nəşr etməyəcək. Bununla da insanların öz rəhbərləri və ümumilikdə cəmiyyət haqqında informasiya almaq və hökumətin ünvanına tənqidi materiallar toplamaq imkanları məhdudlaşacaq.

Beləliklə, azad informasiya mübadiləsini müdafiə etmək və genişləndirmək məqsədi ilə qanunvericilik bərabərliyi bə'zi hallarda mətbuat və söz azadlığı müdafiəsinin xeyrinə pozulur.

Şəxsi həyata müdaxilə. ABŞ Konstitusiyası şəxsi həyatın tam müda-

fiesine təminat verməsə də, Ali Məhkəmə belə hüquqların Konstitusiyada mövcudluğunu istisna etmir. Hakim Lyuis Brandeis şəxsi həyatın hüquqı müdafiəsini belə ifadə edir: "İnsan hüquqları odur ki, onu rahat buraxınlar, bu, ən qiymətli və gərəkli sivil insan hüququdur". Ali məhkəmənin bu problemlə bağlı fikrinin qanunla iki hissədən ibarət olduğu göstərilir: "Şəxsi həyatını çalışıb aşkarlığa çıxarmamaq istəyi və bu istəyin qəbul edilən qərarlardan asılı olmaması". Şəxsi həyata müdaxilə hüququ konsepsiyasına (Şəxsi həyatla bağlı mə'lumatı aşkarlığa çıxarmamaq) müvafiq olaraq Ali Məhkəmə şəxsi adamlarla bağlı informasiya toplanmasını məhdudlaşdırmağı e'tiraf etdi. Məhkəmə bu hüququn dörd aspektini aydınlaşdırıldı: 1) Həqiqi faktların nəşri zamanı yalan formada təqdim edilməmək hüququn olması. 2) Öz adının kommersiya məqsədləri üçün istifadəsinə imkan verməmək hüququ. 3). Kommersiya işində adı verilən şəxsin "aşkarlıq" hüququ. 4) "Şəxsi təfsilat"ların nəşrindən uzaqlaşmaq hüququ.

Bununla əlaqədar qeyd edək ki, şəxsi maraqların qorunması ilə bağlı müəyyənləşən ölçülər mətbuatın informasiya vermək hüququ və auditoriyanın ictimai əhəmiyyət daşıyan informasiyaları almaq hüququ ilə məhdudlaşdırırla bilər. Ali Məhkəmə isə qərarlar qəbul etməklə bu cür ziddiyətli qanunları yaxşılaşdırmağa, bir məxrəcə gətirməyə çalışsa da, şəxsi həyatın hüquqları ilə bağlı gələcək proseslər üçün hələ də dəqiq sərhədləri müəyyənləşdirməyib.

Dövlət orqanlarının və vəzifəli şəxslərin təhqir edilməsi. Vətəndaşın höküməti təhqir etməsi ilə bağlı məs'uliyyət daşıması ABŞ qanunları və Amerikanın demokratik dövlət konsepsiyası üçün qəbul edilmişdir. Amerikanın "banı"larından biri olan Ceyms Medisonun fikrincə: "Xalqın hökümət üzərində senzor səlahiyyəti ola bilər, hökümətin xalq üzərində üzərin-de yox".

Lakin "Nyu-York Tayms Sallivana qarşı" işindən sonra Ali məhkəmənin qəbul etdiyi qərarda vəzifəli şəxslərin böhtan atması üzrə iddialarının məhdudlaşdırılması göstərilirdi. Eyni qayda XX əsrin əvvəllerində məhkəmənin müdafiə etdiyi "dağdıcı təbliğat" ittihamına da aid edildi (daha doğrusu ABŞ-in maraqlarına ciddi zərbə vuran ideyaların yayılması). 1969-cu ildə isə "Brandenburg Oqayoya qarşı" işindən sonra məhkəmələr belə ittihamlara son qoyular. Həmin vaxtdan belə bir norma qəbul edildi ki, şəxsi fikirlərin mətbü ifadəsinə görə cəzalandırmaq olar, bir halda ki, bu fikirlər bilərkəndir və hüquqa qarşı, zoraki xarakterdədir.

Dövlət sırrı və hökumət informasiyalarına buraxılış. Ali məhkəmə Birinci düzəlişin hökumət informasiyalarına buraxılışa təminatını təsdiqləməsə də, o, düzəlişin hökümətin bə'zi mə'lumatları gizli saxlamasını məh-

dudlaşdırıldığını təsdiqləyir. Professor Trayb isə qeyd edir ki: "Bu cür məhdudlaşmalar məhkəmələrdə bə'zi mə'lumatların açıqlanmasında daha sərt olur və öz məzmununa Konstitusiya qaydalarına müvafiq ictimaiyyət üçün açıqdır". Və, əksinə, dövlətin məhdudlaşdırıldığı yerlərdə, məsələn, həbsxanalarda və döyüş əməliyyatı bölgələrində mətbuatın azad informasiya əldə etməsi qadağandır. Hökumət milli təhlükəsizliyə aid mə'lumatların açıqlanmasına müyyəyen məhdudiyyətlər qoya bilər.

Məhkəmə proseslərinə buraxılış və məhkəmə materiallarının nəşri. Mətbuat açıq ictimai məhkəmə proseslərinə buraxılır. İctimaiyyətin buraxılmadığı dinləmələr mətbuat üçün bağlıdır. Bə'zi hallarda, proses açıq getməli olsa da, ciddi bir əsas varsa, onda ictimaiyyət və mətbuat buraxıl-maya bilər.

Parlament iclaslarına buraxılış və parlament sənədlərinin nəşri. Konqresin ixtiyarı var ki, özünü təhqirlərdən qorusun, bu ixtiyar "özünü qorumaq", yəni qanunvericilik vəzifələrini yerine yetirməyi ... əslində çə-tinləşdirən hərəkətlərin qarşısını almaq hüququna söykənir.

Kommersiya sırrı və şəxsi adamlara aid informasiyalara buraxılış. Birinci düzelişə uyğun olaraq mə'murun söz azadlığının müdafiəsi yalnız dövlət müəssisələrinin işçiləri üçün təmin edilir. Lakin bə'zi hallarda dövlət və qeyri-dövlət mə'murlarının, ictimai əhəmiyyətli informasiyaların açıqlanmasında dəqiq fərqlənmə olmur. Odur ki, qanunvericilik aktları və məhkəmə qərarları belə mə'lumatların aşkarlanması ilə bağlı qeyri-dövlət məGmurlarına müyyəyen müdafiə imkanları verir.

Qabaqcadan məhdudlaşdırma. İstənilən əvvəlcədən məhdudlaşdırma Birinci düzelişə qarşı çıxır. Qeydiyyat tələbi və qabaqcadan məhdudlaşdırma lisenziyası olmadıqda ABŞ-da məhkəmə qadağanları forması qəbul edilir. Əgər aşağıdakı üç şərait sübut edilməzsə, belə qadağanların konstitusiyadan kənar olması fikrinə əsas yaradır: 1) qadağan edilmiş nəşr başlıca hüquqi qaydanı təhlükəyə salır; 2) Belə qadağan həqiqət effektli olacaq; 3) heç bir söz azadlığını məhdudlaşdırın qayda əsas qəbul edil-məyəcək.

İnformasiya mənbələrinin müdafiəsi. Jurnalistin informasiya mənbə-lərini qorumaq hüququ vardır. Jurnalistin informasiya mənbələrini açıqlamaq üstündə həbsi "Amerikalılıq" xüsusiyyətinə ziddir. Məhkəmələr çox nadir hallarda jurnalisti danışmağa məcbur edirlər və çox az hallarda etiraza görə həbs qəti imkan tədbiri seçirlər. Odur ki, jurnalistlər istintaq iş-ciləri ilə məlumatlarını bölməyə çox da tələsmirlər.

Müyyəyen şəxslərə, qruplara qarşı təhqiqredici ifadələrin məhdudlaşdırılması. Ali məhkəmə uzun illər Birinci düzelişi söz azadlığının hətta nif-

rətin təbliğinə münasibətdə təminat kimi şərh edir və bu zaman qəzet yaradılara aid edilə bilməyən xüsusi halları bu qaydalarından istisna kimi işlədir.

1992-ci ilin iyununda məhkəmə yenidən yekdilliklə təsdiqlədi ki, nifrət irqi müraciətlər müəyyən insan topumlularına münasibətdə təhqiredici olsada, məhkəmə təminatı üçün əsas ola bilməz.

Təhqiredici ifadələr hakimiyət nəzarətinin olmaması qarşılığında bir çox jurnalistlər və redaktorlar öz təcrübələrində irqi və digər azlıqların təhqir edilməsindən könüllü şəkildə imtinaya çalışırlar və onlar haqqında stereotiplərin yayılmasına mane olurlar.

Dini hissələrin təhqiri, ictimai mənəviyyatın müdafiəsi. Allah əleyhinə küfr danışmağa görə cəza konsepsiyası Birinci düzəlinin mövcudluğunda qəbul edilməzdir, çünkü, Birinci düzəliş şəxsi fikirlərə görə hər cürə izlənməni rədd edir. Beləliklə, metbuatda hər hansı bir çıxış qanundankənar sayila bilməz, çünkü o əxlaqın üstün prinsipi kimi sayılmır. Belə müraciətlər, çıxışlar hər şəydən əvvəl kiməsə ciddi, hiss edilən zərbə vurursa, o, mə'nəvi ziyanlara görə günahlandırılır, yalnız yasaqlanır.

Reklamin məhdudlaşdırılması. Məhkəmə reklam məlumatını qazanc əldə etmək və digər kommersiya məqsədi ilə xidmət və malını reklam edən çıxış kimi müəyyənləşdirmişdir. Reklam mə'lumatları siyasi çıxışlarla müqayisədə daha az müdafiə olunsa da, hazırda onlar yetmişinci illərin əvvəlləri ilə müqayisədə Ali məhkəmə tərəfindən daha əhəmiyyətli qorunurlar. O zaman hesab edirdilər ki, kommersiya xarakterli reklam mə'lumatları Birinci düzəlinin müdafiəsinə aid edilmir.

Ali Məhkəmənin kommersiya reklamları ilə bağlı son qərarlarına görə tələbedicilər icazə verilmiş kommersiyanın fəaliyyəti haqqında düzgün mə'lumat əldə etmək təminatı hüququna malikdirlər. Əksər reklamlar sağlamlıq üçün zərərlə olsalar da belə (spirtli içki və tütün) digər mallar kimi eyni reklam hüququna əsaslanırlar. Baxmayaraq ki, ştatlarda şerab-araq sənayesinin genişlənməsi və reklamın üzərində konstitusiya təminatı vardır, bununla belə, kütłəvi informasiya vasitələrində spirtli içkinin reklamına məhdudiyyət yoxdur. Tütün məhsullarının reklamına yeganə tələbat odur ki, sıqaretin sağlamlıq üçün zərərlə olması xatırladılsın.

ABŞ-in informasiya azadlığı haqqında qanunu. İformasiya azadlığı haqqında qanun 1966-cı il iyunun 20-də ABŞ-in 89-cu Konqresində qəbul edilmişdir. Qanunun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, burada göstərilmiş istisnalardan başqa federal hökumətin bütün sənədləri vətəndaşların istifadəsinə verilə bilər. Mövcud qanun hökumətinin məxfi qərarlarının naşrini

demək olar ki, yasaqlayır.

Qanun bütün hakimiyət orqanlarının sənədlərinə aid edilir. ABŞ Prezidentinin və onun müşavirlərinin, eləcə də ABŞ Kongresi və onun komitələrinin, federal məhkəmə sistemi orqanlarının sənədləri açıqlamalarda iştsna olunur. Bu qanun ştatların icra hakimiyəti orqanlarına, yerli özünüidarəyə (yerlərdə açıqlıq ştat qanunları ilə tənzimlənir) aid edilmir.

İnformasiyaya azad buraxılış “Federal redjister” bülletenində sənədlərin nəşri və həmçinin vətəndaşlara onlara tanışlıq, surətini çıxarmaq hüququnun verilməsi ilə müəyyənləşir. Belə şəraitü yaratmaq üçün əksər hökümet orqanlarının oxu zalları yaratmışlar.

Müəssisələr öz sənətlərini nəinki ictimaiyyətə təqdim etməlidirlər, həmçinin onların göstəricilərini nəşr etməklə tez əldə olunmasına köməklik göstərməlidirlər. İnformasiyanın alınması səbəbini göstərməyə ehtiyac yoxdur. Müəssisənin informasiyanı təqdim etmədiyi şəraitdə məhkəməyə şikayət etmək olar. Belə şikayətlərə məhkəmədə birinci baxılır. Əksər hallarda iddiaçı işini uğurla başa çatdırırsa, onda ona pul faizi verilir.

İnformasiya azadlığı haqqında qanun sənədlərin açıqlanması ilə bağlı qaydanın doqquz istisnasını (lakin mütləq yox!) mümkün sayırlar. Bəzi hallarda müəssisənin ondan soruşulan faktları təsdiq və inkar etmək (lakin mütləq deyildir) hüququ vardır.

Hazırda bu qanunun mətninə 1974-cü ildə “Şəxsi Həyatın Toxunulmazlıq Hüququnun Müdafiəsi Haqqında” qanunun qəbulu ilə bağlı müəyyən əlavələr, düzəlişlər edilmişdir.

Beləliklə, bu fikri deməyə əsasımız var ki, ABŞ-da Radio da, Televiziya da qəzet də, jurnal da söz və mətbuat azadlığı prinsipləri əsasında inkişaf edir. ABŞ qanunvericiliyi isə bu inkişafa yalnız köməklik göstərir.

ABŞ Televiziyasının fəaliyyət tarixinin mühüm dövrləri:

1907-ci il - Televiziya sözü ilk dəfə olaraq “Sayentifik amerikan” jurnalında işlədirilir.

1923-cü il - V. K. Zvorikin ikonoskopu ixtira edir. Beləliklə, ilk elektron TV yaradılır.

1939-cu il aprelin 30-da Nyu-Yorkda Ümumdünya sərgisinin açılışı nümayiş etdirilir. Amerikada daimi televerilişlərin göstərilməsinə başlanılır.

1941-ci il iyulun 1-də ilk dəfə olaraq effirdə kommersiya teleeləni verilir.

1945-ci il - ilk nəhəng TV sponsorları olan “Jilett” və “Tekasso” şirkətləri yaradılır.

1950-ci il - reklamvericilər kütləvi miqyasda radiodan televiziyyaya keçir-

lər.

1952-ci ildə milli verilişlər assosiasiyanın televiziya kodeksi qəbul edilir və burada reklamın könüllü tənzimlənməsi göstərilir (1984-cü ildə bu qayda ləğv edilir).

1954-cü ildə - televiziya ümummilli reklamların başlıca yayımına çevrilir. İlk dəfə olaraq rəngli reklamların görünüşünə başlanılır.

1956-ci ildə - Si-Bi-Es kinoskop çəkilişlərindən imtina edib "Ampeks" videomaqnitofonlarından istifadəyə başlayır.

1960-ci ildə - televerilişlər ABŞ-ın 90 faiz əhalisini əhatə edir. Həmin ilin sentyabrın 26-da prezidentliyə namizəd olan V. R. Nikson və C. Kennedy arasında "böyük detalları" göstərir.

1963-cü ildə - İraq hüquqbərabərliyi hərəkatının təsiri altında ümummilli televiziya ağ və qaradərili uşaqların iştirakı ilə ilk reklam verir.

1964-cü ildə - ilk siyasi reklam roliki olan "Marqaritka" ətrafında toqquşma, səs-küy baş verir. İlk dəfə olaraq "Klio" festivalında təqdim edilmiş reklam roliklərində şoular göstərilir.

1965-67-ci illərdə - rəngli TV ekranə çıxır.

1969-cu ildə - ABŞ Ali Məhkəməsi sıqarete qarşı "əks reklama" icazə verir. Eyni zamanda Pi-bi-es-də mədəni-maariflənmə (ictimai) şəbəkəsi yaradılır.

1971-ci ildə - tütün məhsullarının reklamının qadağanı TV-ni yeddi faizlik gəlirdən məhrum edir. Eyni zamanda 60 saniyelik reklamdan 30 saniyelik reklama keçid başlayır.

1972-ci ildə - TV könüllü olaraq uşaq verilişlərində reklamın həcmini 16-dan 12 dəqiqəyə azaltmağa razılaşır.

1973-cü ildə - sorğu göstərir ki, amerikalılar 5:1 nisbətində telereklamı "pulsuz verilişlərə düzgün yük kimi" qəbul edirlər.

1975-ci ildə - pullu kabel şirkəti olan "Xoum böks ofis" ilk dəfə sputnik-dən istifadə edir. Kabel sputnik verilişləri göstərilməyə başlayır.

1976-ci ildə - ev videomaqnitofonlarının ilk dəsti satılır.

1980-ci ildə Si-en-en yaradılır.

1982-ci ildə - telefon sıfarişi ilə malların birbaşa satışı şəbəkəsi olan "Xoum şöping netufk" verilişləri fəaliyyətə başlayır.

1984-cü ildə - M. Cekson Pepsi-Kola üçün iki rolik hazırlayıır (müqavilənin qiyməti 5 milyon dollar, çəkilişinki isə 2 milyon dollar). Məşhur adamların iştirakı ilə genişmiqyaslı reklam şirkətləri fəaliyyətə başlayır.

1986-ci ildə - B. Kosbinin şou komedyalarında 30 saniyelik vaxt 300-400 min dollara satılır - bu serial verilişlərdə ən böyük rekord idi.

1987-ci ildə R. Merdon dördüncü kommersiya telesəbəkəsi olan "Foks-

"u yaratdır.

1989-cu ildə Bi-bi-di-ou reklam agentliyi məşhur müğənni Madonnaya görünməmiş məbleğdə qonorar verərək, müğənninin şəkli olan reklamlar hazırlayırlar.

1990-ci ildə TV-də uşaq verilişləri haqqında qanun qəbul edilir və ara günlərlə 1 saatlıq reklamda 12 dəqiqə, bazar günlərində isə 9,5 dəqiqəlik reklam müddəti müəyyənləşdirilir.

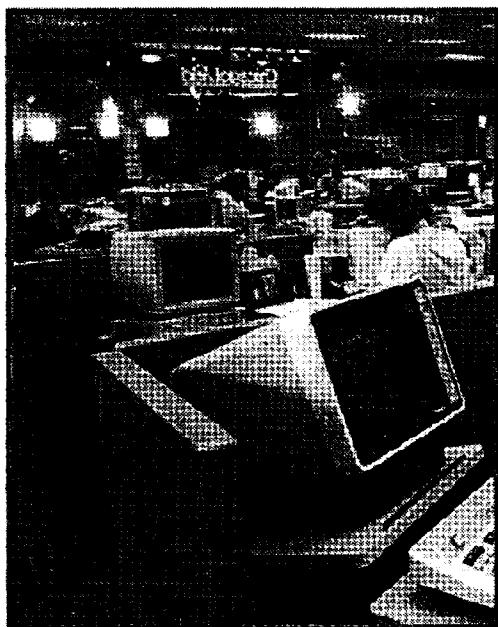
1993-cü ildə - Cəksonla reklam müqavilələri ləğv edilir. TV məşhur adamlara marağını itirir.

1995-ci ildə - interaktiv reklamla təcrübə aparılır.

1996-ci ildə - seçkiqabağı kompaniyaya 2 milyard dollar pul sərf olunur.

1997-ci ildə - 99 faiz amerikalı ailəsinin ən azı bir televizoru, 51 faizinin ən azı üç televizoru, 92 faizinin videmaqnitofonu, 10 faizinin sputnik te-leanṭennası vardır.

BÖYÜK BRİTANIYANIN TELEVİZİYA VƏ RADIÖ YAYIMLARI, YAYIM ÜZRƏ QANUN AKTI



Böyük Britaniyada Radio-Televizyon yayımları və Britaniya qanunvericiliyi: gərginliklər, uyğunlaşmalar, dinamika

Böyük Britaniyanın kültür potensialı. Birləşmiş Krallıq və onun başlıca dili olan ingiliscə bütün dünyanın mədəniyyətində çoxso-nuclu dəyişmələr yaratmışdır. Çağdaş Dünyanın informasiya mə-kanında Britaniya kültürü, siyaseti, dili çoxlu cəzibə mərkəzlərini, bildir-mə, göründürmə vasitələrini, güc xətlərinin kəsişmələrini, cütləşmələrini, toqquşmalarını törətmüşdür. Çağdaş əyləncə mədəniyyətinin və sənayesinin, çağdaş Şou industriasının "bel sütununu"nda da ingilis dili oturmuşur.

Britaniyanın dövlət siyaseti, demokratiya ənənələri və qanunçuluq mə-dəniyyəti dövlət, siyaset, demokratiya problemləri ilə bağlı dünyanın dörd tərəfində gedən araşdırmalarda tez-tez anılan, düşünülən, yozulan olay-lardır.

Tanınmış Amerika politoloqu Səmyuel Hantiqton Qərb, Batı mədəniyyə-tinin yerdə qalanlardan fərqini göstərmək istəyəndə yazar ki, bu kültürün özülündə Maqna Karta (Böyük Xartiya, yəni Böyük Bildiri) durur. Yada sa-laq ki, bu Xartiyada ilk dəfə hakimi-mütləqin davranışları qanun, müqavι-le dilində ciziğa salılmışdı. Ancaq bundan daha önəmlisi odur ki, Maqna Karta sonrakı çağlarda Britaniyada Habius Corpus Act kimi bir neçə ünlü demokratiya sənədlərinin təməlində durdu. İnsan Haqları üzrə ünlü aşar-dıcı Luis Henkin yazar ki, Maqna Karta nəcibler təbəqəsinin (aristokrat-ların), soyuların özlərinə verdikləri haqları sanksiyalayan sənəd olsa da həmin sənədin sayəsində bu haqlar yavaş-yavaş yayıldı və sonralar adi insanlara da aid edilməyə başladı.

Böyük Britaniya imperiyasında hindlilər, əfqanlar, amerikalılar kimi müstəmləkə xalqlarının mübarizəsi, sözsüz, bu Imperiyanın şəklinə sərt, qanlı çizgiler vurmuş, qoymamışdır ki, onun "portreti" tam olaraq britaniyalı centimənlerinin yarasığını alsın ("centli mən" - nəcib kişi deməkdir). Bir fakt: 1919-cu ilin Aprelində Amritsarda Britaniya hökumətinin törətdi-yi qırğında 400 min hindli öldürülmüşdü. Sözsüz ki, belə cəza aksiyasını gerçəkləşdirən dövlət zərif yarasığda görünə bilmez.

Britaniya gizli xidmətləri yüksək ustalıqları ilə yerdə qalan dünyani keç-mişdə də, indi də valeh edir, ancaq hər halda bu valehlik duyğusu da bir-mənalı müsbət münasibət daşımir.

Ancaq yenə də bütün bunlara baxmayaraq, Böyük Britaniya Rusiya ki-

mi imperiyalara baxanda tarixdə daha çox bəyənişlə anılır. Araşdırıcılar indi də Britaniyada İmperiya çağlarında hökm sürən qanunculluq mədə-niyyətini xrestomatik fakt kimi anırlar. Bu qanunculluğu aydınca bəlirtili edən hadisələri hüquqçular, hüquq müdafiəçilər dərsliklərdə, çıxışlarda söyləməkdən usanırlar. Bu yazı Britaniyada yayılma bağlı qanunvericilik durumu haqqındadır, onun üçün də həmin hadisələrdən birini giriş simvolu kimi söyləmək pis olmaz. Danışırlar ki, Britaniya İmperiyasında Hindistanla bağlı ayrı-seçkililik salan duz vergisi vardi. Buna cavab olaraq 1930-cu ildə Qandi ədalətsiz duz vergisinə görə kəndlilərin ünlü yürüşünü təşkil edir (bu vergi avropalılara duz istehsalında, ticarətində üstün şərait yaradırdı). Yürüşüllər Əhmədabadın yaxınlığından Dandi dənizinin sahilərinəcən yola düşürlər və orada başlayırlar qanunsuz olaraq duz yığıb satışa verməyə. Bu zaman Qandi milyonlarla hindlini hərkətə cəlb edir ki, onlar Britaniya qanunlarını pozsunlar.

Bu faktı tanınmış Polşa hüquq müdafiəçisi Marik Navitski məsəli pritça prinsipi ilə bir az dəyişdirib belə yozur:

- İngiltərə müstəmləkəsi çağlarında Hindistanda hindlilərə duz hazırlamaq yasaq idi. Bir dəfə 10 hindli dəniz qırğında duz yığır. Polis onları tutur. Sabahısı 100 nəfər orada duz bişirir, polis onları da tutur. O birisi gün, artıq, 1000 nəfər həmin işi görür və polis 1000 nəfəri dustaq etməli olur. Bundan sonra duz bişirənlərin sayı 10 000 çatır. Vəziyyət belə olanda Britaniya həbsləri dayandırır. Çünkü duz haqqında qanunu dəyişdirməyə məcbur olur.

Navitski bu vəziyyətlə Sovetlərdəki vəziyyəti tutuşdurub əlavə edir: Sovetlərdə də adamların sayı 10 000-ə çatanda həbslər dayandırılırdı. Ancaq qanun dəyişdirildiyi üçün yox. Sovetlərdə qanunu dəyişdirməzdilər, sadəcə, iş on minlərə çatanda hökumət özünü görməməzliyə vurardı. Hüquqi Dövlətlə Hüquqdan üstdə duran Dövlətin fərqi budur. Böyük Britaniya müstəmləkəçi dövlət olsa da hüquqi, qanuncul dövlət idi.

Britaniya Radioyayıımı: yaranma ve formallaşma tarixi. Britaniyada Radio-Televizyon yayımı ilə bağlı qanunvericilikdən səhbət açmazdan öncə, sözsüz ki, bu yayımın tarixçəsini bir az işıqlandırmaq gərəkdir. Ona görə də tarixi ekskursa bölmə ayıırıq.

Yaranışında britaniyalılar arasında "simsiz telegraf" adını almış radio-nun davamlı veriliş yayımı 1922-ci ildən başlayır. İlk verilişlər xəbərlər, çıxışlar və musiqi programlarından sıralanmışdı.

"Markoni kompani" adlanan şirkət "General elektrik" və eləcə də radioavadanlıq düzəldən başqa xırda şirkətlərle birləşəndə isə Britaniyada özəl

mülkiyyət formasında Radio monopoliyası, təkəlciliyi, yəni tək ələ yiğilmiş radioyayıımı yarandı. Bu şirkətin verilişləri Londondan, - "Markoni hauz" deyilən mərkəzdən yayılmışınağa başlandı.

Ancaq Britaniya Radiosunun başlanğıc çağları haqqında bilgilərin arasında ən ifadəlisi, Bi-Bi-Si-dir. Ona görə də onun üstündə ayrıca dayanmaq gərək.

1927-ci ildə tək ələ toplanmış özəl radioyayıımını Britaniya Parlamenti öz xüsusi Komitəsinin (qraf Korford başçılıq etdiyi üçün Korford Komitəsi adlanan qurumun) məsəlehəti ilə yox edib onu ictimai xarakterli Britaniya Yayım Korporasiyası (Bi-Bi-Si) ilə əvəz etdi (latınca "korporasiya" birlik, ittifaq deməkdir, ərəbcə "şirkət" də birlik anlamını verir).

Bi-Bi-Si-ni idarə etmək üçün Yönetimcılər Şurası yaradıldı. Öncə Şirkət Parlament qarşısında sorumlu, cavabdeh idi. Ancaq sonralar getdikcə Bi-Bi-Si-yə Parlament təsiri dolaylaşıdı. Birbaşa yönəldilməni isə Yönetimcılər Şurası yerinə yetirdi.

Bi-Bi-Si Radiosunun "qızıl çağ" 30-cu illər sayılır. Bu zaman onun nüfuzu qəfil bir yeyintiliklə artmağa başladı. Yayım məsələsində, aydın məsələdir ki, nüfuzun artmasının ilkin göstəricisi dinləyicilərin sayıdır. Bu saya görə isə Bi-Bi-Si-nin nəticələri o vaxtlar üçün, doğrudan da, parlaq idi. 1932-ci ildə ona qulaq asanlar 5 milyona çatmışdı. 1938-ci ildə isə, Bi-Bi-Si-ni Böyük Britaniya əhalisinin, artıq, 98 faizi dinləyirdi.

1932-ci ildə Bi-Bi-Si yenj bir mərkəzə, indi də qaldığı yere, "Yayım Evi"-nə (Broadcasting House) köçəndən sonra verilişlərini Britaniya adalarından qırqlara ötürməyə başladı. Öncə Britaniya İmperiyasının Avstraliya, Hindistan, Güney Afrika, Batı Afrika, Kanada kimi ölkəleri Bi-Bi-Si-yə ingiliscədə qulaq asdilar. O zaman Bi-Bi-Sinin İmperiya məkanına yönəlmış xidmətinə "Bi-Bi-Si-nin Imper Xidməti" adı verildi. Bu xidməti Forin Offis (Dış işləri Nazirliyi) maliyyələşdirməyə başladı.

1938-ci ildən Bi-Bi-Sinin qırqa yayımı "Ərəb Xidməti" vasitəsi ilə Ərəb ölkələrinə, "Latin Amerika Xidməti" ilə Latin Amerikasına doğru genişləndi. Bi-Bi-Si-nin Dış xitmətləri "External Services" fransızca, italyanca da yayima keçdi. Beləliklə, öz gəlisməsində öncə birdilli olan Bi-Bi-Si Radiosu sonra "poliqlot" Bi-Bi-Si ilə əvəzləndi.

Çağımızda Bi-Bi-Si dünya ilə 40 dildə, özü də həftə boyunca olan bütün verilişləri toplasan, 740 saat dənmiş.

69-70-ci illərdə Bi-Bi-Si dörlü dinləyicilərin gərəkləri, zövqləri üzrə "ixtisaslaşmaq" üçün radiobudaqlar atdı. İlkində "Reydio-1" stansiyası yaradıldı. O, pop-musiqi üzrə "ixtisaslaşdı". Sonralar yaradılmış "Reydio-2"də yüngül proqramlar, "Reydio-3"də klassik musiqi, "Reydio-4"də isə bütün

söz-danışq proqramları yayıldı: bu axırıncı ilə radiotamaşalar, xəbərlər, publisistika, tanınmış adamların çıxıları verildi.

Bi-Bi-Si radioyayımında faiz baxımından materiallar belə bölündü: yayımın 42.9 faizini əyləncə və musiqi tuturdu, klassik musiqiyə yalnız 21.2 faiz düşürdü. 9.1 faiz xəbərlərin olurdu, radiopyeslərə 4.8 faiz qalırdı, öyrətim (təhsil) isə vur-tut 3.6 faiz olurdu.

1967-ci ildən Bi-Bi-Si-yə 30 yerli radiostansiyalar da qatıldı.

Bi-Bi-Si-nin Britaniya teleyayımının təkəlciliyi 1954-cü iləcən, radioyayımının monopoliyası isə 1972-ci iləcən çəkdi.

1954-cü ildə Bağımsız Yayım Rəhbərliyinin yaradılması ilə öncə televizyonda, sonra radioda Bi-Bi-Si monopoliyasına son qoyuldu.

Bi-Bi-Si Radiosu üçün rəqabət şəraiti yaranan kimi Britaniyada döriü radiostansiyaların sayı göbələk kimi artmağa başladı. Hazırda Britaniyada bütün ölkə üzrə 170 Bağımsız Yerli Radio xidmətləri var. Bölgə stansiyalarının sayı altı, Milli Radio stansiyalarının sayı isə üçdür. Yüzlinin axını üçün Britaniyada 100 stansiyanın yaradılması planlaşdırılır.

Birləşmiş Krallıqdakı radioların yalnız adlarını sadalmaq, ayındır ki, böyük bir yer tutardı, ona görə də biz orada milli radio məqyasına qalxmış radioların adını çəkəcəyik:

Atlantik 252. Birləşmiş Krallıqdə Milli Radio. Kləssik FM. Tok Reydio ("Tok" danışığı, söhbəti bildirir). Vörçin Radio 1215. Reydio 5 (Danışq Radiosu) və s.

"Kləssik FM" radiosu, adından da göründüyü, klassik musiqini yayılmamaq üzrə ixtisaslaşdı. Bu radio işə başlayandan iki ay sonra onu dinləyənlərin sayı 4 milyona çatdı. Ən maraqlısı isə odur ki, klassik musiqi reklamçıları, sponsorları radiostansiyadan uzaqlaşdırmadı. Güman ki, dinləyicilərin sayı da bunda böyük rol oynadı və radioya çoxlu sayıda reklamlar, sponsor pulları axmağa başladı.

"Kləssik FM" Britaniya mədəniyyətində nüfuz sertifikatını verən maraqlı bir simvola çevrilib. Hər hansı ansambl, ya da solist kağız göstərəndə ki, "Kləssik FM"-də çıxış edib, bu, həməncə ona güvənişi artırır və nəticədə sənətçi tezliklə sərfəli bağlaşmaları imzalayıb yaxşı sıfırışlər alır.

Bi-Bi-Si-nin "Reydio 3" budağı da klassik musiqini yayılmamaq üzrə ixtisaslaşmışdı. Ancaq rəqabətdə "Kləssik FM"ə bəlli üstünlükleri onun müsiqiləri təqdim etmək üslubu verirdi. Bi-Bi-Si-dən fərqli olaraq "Kləssik FM" akademik musiqini pop-musiqinin təqdimatı üçün xarakterik olan yüngüllükdə, oynaqlıqda verməklə ciddi musiqini çağımızın intonasiyasına, bəməzəliyinə, ritminə bürüyür. Maraqlısı budur ki, ilk addımlarında "Kləssik FM"ə dinləyicilərdən şikayətlər gəlməyə başladı ki, diktörələr bəstə-

cilərin, ifaçıların soyadlarını düz tələffüz etmirlər, musiqi terminlərinin deyilişində yanlışlığa yol verirlər. Ancaq tezliklə bu səhvər aradan götürüldü, ümumi üslub isə saxlanıldı və diniyicilər onu qəbul etdilər. Belə bir vəziyyətdə Bi-Bi-Si də "Klassik FM" dən bəzi üslub jestlərini götürməyə məcbur oldu ki, auditoriyasını itirməsin.

"Vöcn 1215" Radiosu yayım məkanında öz yerini pop-musiqi programlarını verməklə tapdı. Bu Radionun aksiyalarının 75 faizi radiomaqnat və pop-musiqi fanatı Riçard Brennonun idi. Axırıcının sanki yaşına uyğun olaraq "Vöcn 1215" də orta yaşılı pop-musiqi həvəskarlarına üz tutdu.

Bi-Bi-Si-nin radioları yaş baxımından iki nəslə hesablanmışdı. "Reydio 1" yeniyetmələrin pop-musiqi zövqlərinə uyğun əsərləri verirdi, "Reydio 2", "Reydio 3", "Reydio 4" isə yaşılı nəslin bağlı qaldığı pop-üslubu efirdə saxlayırdı. "Vöcn 1215" bu iki nəslin ortasında qalan nəslə seçib onun müsiqisini efirə gətirdi.

Milli Radiolardan üçüncüsü olan "Tok Reydio" 1995-ci ildə yaradıldı. Bu radio söhbətlər, müzakirələr, intriqalar, provakasiyalar üstündə öz özəlliyini qurdı. Maraqlıdır ki, Radiounun Şənbə gündündəki erkən programına İngiltərədə "ən qaba adam" titulunu almış Dəvid Starki çağrıldı. Program onun aparıcı danışlarından öz "istiotunu", "duzunu" qazandı.

Radio özü üçün Amerikada janr adını qazanmış "şokcouk", yəni "şok zərafat" üslubunu götürmüdü. Bu janrin tələblərinə uyğun olaraq Radio İngiltərənin ən sataşqan, provakasiyaedici adamı olan Terri Krisçenı də başqa bir programında aparıcı etdi.

Britaniya radioları haqqında bu qısa bilgini verəndən sonra onların iş qaydaları haqqında da bir neçə söz deyək. Britaniya qanunlarına görə hər bir Radiostansiya öz programlarını planlaşdırır, onların məzmunlarını bəlli ləşdirir. Bağımsız Radio üzrə bütün şirkətlərdən tələb olunur ki, Britaniyanın 1990-ci, 1996-ci il Qanun Aktlarındakı şərtlərə, eləcə də Radio Rəhbərliyi qurumunun bu şərtlərdən doğan tələblərinə baxaraq işini aparsın.

Tələbin belə qoyulması, sözsüz, radio stansiyalara, şirkətlərə qaba dövlət nəzarətini bildirmir. Sadəcə, Britaniyada radioların çoxluğu şəraitində bəlli bir sahmanın yaradılması, saxlanması, nizamlı ilişgilərin qurulması üçün həmişə qarşıda problem durur ki, Qanun Aktları ilə radioməkan arasında məsafənin böyüməsinin qarşısı alınsın. Radio Rəhbərliyinin Qanun tələbləridən çıxan şərtləri dirənişlə irəli sürməsinin səbəblərəndən biri də budur.

Britaniya Teleyayıımı: yaranma və formalaşma tarixi. Birləşmiş Krallığın teleyayım tarixi Bi-Bi-Si Televizyonun tarixində başlayır. Bu şirkə-

tin rəsmi olaraq teleyayım verməsi isə 1936-ci il Noyabrın 2-dən hesablanır. O vaxtdan başlayaraq teleyayım Aleksandr Sarayında qoyulmuş stanşiyadan gerçəkləşdirilirdi.

Bi-Bi-Si teleyayımlarının populyarlaşmasında tarixdə iki siyasi olay təkanverici olub. Birincisi, 1937-ci ildə IV Qeorgun taxta çıxmazı ilə bağlıdır. Bu mərasim televizyonla göstəriləndə Britaniya vətəndaşları televizyonun nə imkanlar açmasını öz ənənələrinin ("kralsevərliklərinin") "parlaq" faktda daha yaxşı anlamış oldular.

Çox maraqlıdır ki, Britaniyada ikinci olay da kral mərasimi ilə bağlı oldu. 1953-cü il İyunun 2-də II Yelizavetanın taxta çıxmاسının televizyonla göstərilməsi ekran qarşısına 20 milyonacan tamaşaçı topladı və televizor almaq istəyinə bu məmlekətdə daha güclü təkan verdi (nəzərə almalıyıq ki, 1948-ci ildə, artıq, britaniyililərin evlərində 126 567 televizor vardı).

Tamaşaçıların artması, yeni tamaşaçı tələbatı Bi-Bi-Si-nin qarşısında dəyişmək, islahat aparmaq problemlərini qoyurdu. "Bi-Bi-Si-2" 1964-cü ildə ikinci kanalın yayımını verdi. O, elita üçün "mədəni" telekanal tipində formalasdırıldı. 1966-ci ildə "Bi-Bi-Si-2" Britaniyada ilk boyalı yayım kanalı oldu. Ay-Ti-Vi (Komersiya televizyonu), "Bi-Bi-Si-1" yalnız 3 ildən sonra rəngli yayımı keçə bildilər.

"Bi-Bi-Si-2" nə qədər elitarlığa iddia etsə də kommersiya rəqabətində növbəti dəfə uduzmaq qorxusu yarananda, özündə islahat aparıb "yüngül proqramlara" əl atmaqdan çəkinmirdi. Məsələn, kommersiya televizyonu tamaşaçıların əylənmək istəklərinə hesablanıb proqramlarını dəyişdirəndə Bi-Bi-Si də, artıq, markasına çevrilmiş keyfiyyətciliyi saxlamaqla yanışı əylənmək duygularını ödəmək üçün yollar axtarmalı oldu. Belə axtarışların birinin sonucu "Bi-Bi-Si-2"-nin o zamanlar populyar bilyard oyunlarının yarısını təşkil etməsi oldu. Bundan sonra 2-ci kanalın populyarlığı xeyli artdı.

Bi-Bi-Si-nin tarixi səviyyəni saxlamaq uğrunda edilmiş "ixtiralarla" boludur. Ancaq onun bir teleyayım olaraq öz özəlliyini tam bəlliləşdirməsini daha çox 70-ci illərə aid edirlər. Bu zamandan başlayaraq burada radio-da olduğu kimi tamaşaçı gərəklərinə və tiplərinə uyğun şəkilde budaqlanmalar daha da çoxsaylı olur, proqramlar isə xeyli rəngarəngləşir. Komersiya televizyonunun güclənən rəqabəti Bi-Bi-Si-ni məcbur edir ki, üstün qalmaq dirənişlərini göstərsin. Şirkət bu məqsədlə də gündüz vaxtlarını həm əyləncəli, həm də təhsil (öyrətim) prqramları ilə dolğunlaşdırmaq üçün ciddi addımlar atır. Bi-Bi-Si-də yaradılmış "Açıq universitet" elə bir biliq-ləndirmə, öyrətmə səviyyəsi yaradır ki, bu səviyyə komersiya kanalları üçün əlçatmaz qalır. Beləcə onun öyrətim proqramının sayesində 10 min-

lərlə insan işdən ayrılmadan təhsillənir, sonra isə bu təhsilin keyfiyyəti səyində diplom alır.

Onu da deyək ki, Bi-Bi-Si-in 1971-ci ildə açdığı Açıq Universitetin “buraxıcılıq” gücü də eşidənlərə bərk təsir edir: həmin universiteti bu vaxtan can 100 mindən çox adam “bitirib”.

Bi-Bi-Si-nin Britaniya mədəniyyətində öyrətim, elm, texnika, sağlamlıq və s. yönümlərində yaratdığı situasiyalar, bütün bu istiqamətlərlə bağlı yaydığı yüksək çeşidli proqramlar, o da deyilməlidir ki, ölkə üçün izsiz qalmadı. Həmin proqramlar Britaniya tamaşaçısının zövqünə hesablansalar da hər halda özləri də həmin tamaşaçılarda əski zövqlərin yuxarı pillələrini formalasdırıdı: o səbəbdəndir ki, Britaniya tamaşaçıları həmişə sorğu-larda təhsil, elm, texnika və sağlamlıq proqramlarına dəyişməz olaraq yüksək dəyər verirlər.

Deyildiyi kimi, Bi-Bi-Si-ni gələşdirmək, yetginliyin daha yuxarı pilləsinə qaldırmaq üçün həmişə axtarışlar edilib. Belə axtarışlardan birinin sonucudur ki, onda iki milli xidmət yaradılır və həmin xidmətlərin hər ikisi birlikdə həftə boyu 200 saatdan çox veriliş yayır. Bu verilişlərin 31 faizi xəbərlərə, sənədli filmlərə, informasiyalara sərf olunur. 13.5 faiz ailə proqramlarının, yüngül əyləncələrin payına düşür, 11.1 faiz öyrətimin, 2.2 faiz isə dinin olur.

Bütün bu dediklərimiz Britaniyanın ən böyük, miqyaslı, nüfuzlu teleyayı-mı haqqında soraqlar olsa da həmin soraqlardan Birləşmiş Krallıqdakı bütün yayımın mənzərəsini almaq olmaz. Bunun üçün Komersiya televizyonu haqqında da bilgilər almaq gərəkdir.

Britaniyada telekanallar. Yayımda bir yeni situasiyanın kökünü 1977-ci ildə Leyboristlər hökuməti qoydu. Bu hökumət 4-cü Kanal konsepsiyasını irəli sürdü. Həmin konsepsiaya görə yeni kanal yerdə qalanlardan sisəsına görə ayrılmalıydı, yerdəqalanların tarazlığından, urvatlı “pozasından”, oturuşmuşluğundan fərqli olaraq 4-cü Kanal ekspressiv və açıq olmalıdır.

Elitaya yönəlmış, azlığın zövqünə köklənmiş “Bi-Bi-Si-2”-dən fərqli olaraq Kanal-4 çoxluğa üz tutmaqla yanaşı elita tipində olmayan azlıqlara da üz tutdu. Burada zəncilər və başqa etnik azlıqlar üçün proqramlar yaradıldı, müxtəlif sosial təbəqələr üçün (pensionerlər, işsizlər, həmkarlar üzvləri üçün) proqramlar göstərildi.

Kanal-4-də zövq baxımından azlıqların da gərəkləri nəzərə alındı. Operanı, cazı sevənlər toplumda azlıq əmələ getirir. Kanal-4 belə azlıqlar üçün opera, caz, ov və s. ilə bağlı verilişlər göstərməyə başladı.

Kanal-4-ün tam yiyəsi Bağımsız Yayım Rəhbərliyi oldu. Bu Qurum da öz növbəsində reklam hüquqları verməyinin əvəzində asılıqsız televizyon şirkətlərindən haqq alaraq özünə maliyyə qazandı.

Britaniyada Kanal-4-ə oxşar olan başqa bir yayım Uvelsin 4- cü Kanalı oldu, hərcənd bu axırıncının maliyyəsini hakimiyət verdi.

Britaniya yayımında 80-ci illərin öz yeniliyi var. Kanal-4 açıldıdan sonra bəziləri televizyonun gelişməsini yalnız yeni efir kanallarının açılmasında görürdülər. Bu illərdə isə baxış dəyişdi. Aydın oldu ki, efir televizyonun gelişməsi üçün yeni kanalların açılması birinci dərəcəli deyil. Efir çağının çoxaldılması sayəsində də inkişaf əldə etmək olar. 1983-cü ildə "Səhər öynəsi", Ay-Ti-Vi-də isə "Sabahın xeyir, Britaniya" verilişi yaradıldı. Beləliklə, teleyayım "bütün gün" rejiminə keçdi.

O ki qaldı yeni kanallara, Britaniya yayımı, efir televizyonunun kanal sa-yartımından çox, Kabel və Sputnik televizyonlarının kanallarının artması ilə irəli iri addımlar atmağa başladı.

Kabel Televizyonunun "doğumu" 1970-ci illərdən hesablanır. Bu televizyon sputnik kanallarını evlərə gətirmək üçün yaradılmışdı.

Kabel Televizyonunun deyilən funksiyası ona marağı artırın səbələrdən idi. Ancaq bu televizyonun eyibləri də var. Kabel sənayesinin artımını cızığa salan odur ki, bazarın yalnız 3 faizi bu televizyonundur. Kabel televizyonunun gelişməsi üçün o, öz şəbəkəsini genişləndirməlidir. Buna isə hələ ki, nail olmaq olmur.

Kabel televizyonunun başqa problemi də var. Məsələ burasındadır ki, kəbellər misdən düzəldilir, bu isə bol informasiya axınıni ötürmək üçün praktiki deyil. Uğur qazanmaq üçün Kabel şirkətləri mis simləri optik liflər-lə əvəz etməyin yollarını tapmalıdır. Problem çözülsə, gələcəkdə Kabel televizyonunun irəli sıçrayışı ola bilər. Beləliklə, Kabel televizyonunun bütün dünyaya yüksək çeşidde kommunikasiya vermək imkanları açılar.

Britaniyada Kabel Televizyonu 1985-ci ildə gerçəklilik faktına çevrildi. Bundan sonra o, ayrıca bir qurumun, - Kabel Rəhbərliyinin ixtiyarına verildi. Bir az sonra isə bu televizyonun ayrı-ayrı kanalları açılmağa başladı.

Britaniyada Sputnik kanalları da çoxalma yolunu tutdu. "Skay televijn", "Syupə çənəl", "Diskaveri", "Arts çənəl" və s. bu dediyimiz çoxalmanın sonucudurlar. 1993-cü ildə isə iş o yerə çatdı ki, hətta ayrıca qadın sputnik kanalı olan "Yu-Key-Living" də açıldı. Bütün bunlardan sonra Britaniyada Sputnik televizyonunun inkişaf sürətini göstərən statistika baş gicəlləndirdi: hər ay Bi-Skay-Bi evlərdə 60 min sputnik antenasi quraşdırır.

Paralel olaraq Britaniyanın teleməkanında ayrı-ayrı yayım yollarını çar-pazlaşdırmaq yolları da tapıldı. Efir kanallarındaki seçilmiş programların

həmçinin kabel televizyonu ilə verilməsi, eləcə də sputnik kanallarından alınanların efir və kabellə ötürülməsi Britaniyada zəngin və çox geniş bir teleməkan yaratdı. Bundan başqa Britaniyada xeyli bölgə kanalları, yerli kanallar da yarandı. Sonucda burada kanalların sayı 30-a çatdı.

Kommersiya teleyayımı. Aydındır ki, bu qədər kanalları proqramlarla təmin etməyə Bi-Bi-Si-nin gücü çatmadı. Kanalların çıxalmasının başlıca stimulu özəl, kommersiya televizyonundan gələ bilərdi. Britaniya teleyayımında Komersiya televizyonun (Ay-Ti-Vi-nin) durumunu və yerini bilmək üçün əsas bilgilərlə tanış olaq.

Britaniyada Ay-Ti-Vi (yəni Bağımsız TV) adlanan komersiya televizyonunda düzüm belədir: bu sahədə idarəciliyi, yönətimciliyi Bağımsız Televizyon Komissiyası (Ay-Ti-Si) yerinə yetirir. Ay-Ti-Vi-də ötürüclərlə proqramları hazırlayanlar qurumu eyni deyillər, bir-birindən ayrırlar. Yayım üçün proqramları dörtlü şirkətlər hazırlayır. Onlar Bağımsız Televizyon Komissiyasına baxırlar. Bu Komissiya onlara normativlər verir, proqramlara, onların yayımıla ötürülməsinə göz qoyur.

Proqram şirkətlərinin gəliri aradəki reklamlardan, eləcə də komersiya sponsorlarından əldə olunur.

Struktur baxımından bir maraqlı məsələ də var: proqram şirkətləri şəbəkə komitəsində birləşirlər, ona görə də bəzi önəmlı proqramları birlikdə yayımlayırlar. Şəbekəni saxlamaq üçün yardımçıların nə qəderliyi isə hər şəkətin böyük- kiçikliyindən və başqa imkanlarından asılı olur.

Proqram şirkətlərinin illik gəliri bağlı olur evlərdə Bağımsız Televizyon Komissiyasının göndərdiyi signalları tutan televizorların sayından. Sözsüz, tam yeni tipli proqramlar Ay-Ti-Vi-də faiz analizlərini etməyi çətinləşdirir. Ancaq hər halda yenə də bəzi tipik proqramları seçməklə Ay-Ti-Vi yayımında faiz hesablaması aparmaq olur. Deyilən tipik proqramlara isə teleseriallər da qatılmaqla dram tamaşaları, teleøyləncələr, uşaq proqramları, xəbərlər, xəbər dərgiləri, idman və s. aiddir. Göründüyü kimi, Ay-Ti-Vi-nin janr baxımından Bi-Bi-Si ilə oxşar proqramları az deyil, bu isə o deməkdir ki, oxşar janrlar hər iki televizyonu eyni müstəvidə yarışmağa zorunlayır.

Onu da bilməliyik ki, ilk çağlarda Britaniyada Ay-Ti-Vi-nin iqtisadi vəziyyəti çox pis idi. Belə bir vəziyyətdə Amerika Televizyon təcrübəsi onun dadına çatdı. Ay-Ti-Vi Britaniya yayımına oyunlar getirdi və sonucda başqa tamaşa psixologiyasına hesablanan bir televiziyon yarandı. Hərçənd, o da deyilməlidir ki, Ay-Ti-Vi teleoyunları Britaniyalıların zövqünə uyğun olaraq işləyib düzəldirdi və beləliklə, Britaniya qüruruna toxunacaq plagiatlığa, köçürmüştüyə, təkrarçılığı yol vermedi.

Televizyon oyunları komersiya planında əla nəticələr verdi. Bunu görmək üçün bir tutuşdurma aparaq. 1955-ci ildə Ay-Ti-Vi-yə Londonda 3 faiz adam baxırdı, belə az tamaşaçısı olan yayımı isə aydınındır ki, heç kim reklam vermek üçün səxavət göstərməzdı.

Televizyon oyunlarının sayəsində Ay-Ti-Vi-də vəziyyət getdikcə düzəlməyə başladı. 1957-ci ildə, artıq, onun auditoriyasına Britaniya teletamaşaçılarının 75 faizi qatıldı.

Bax, bu vəziyyətdə Bi-Bi-Si-yə tamaşaçıların yalnız dörrdə biri sadıq qaldı. Bu dəfə çıxış yollarını tapmaq problemi Bi-Bi-Si-nin üstünə düşdü.

Ay-Ti-Vi-nin populyarlığının artması yalnız teleyunlarla bağlı olmadı. Bu televizyon xəbərlər verilişinə də inqilabçı yenilik getirdi. Bi-Bi-Si-də xəbərləmə zamanı kadrlar arxasından diktörlerin soyuq, tərəfkeşsiz səsi gelirdi, şirkətin fəlsəfəsinə görə bu, obyektivliyin, tərəfkeşsizliyin göstəricisi idi.

Ay-Ti-Vi isə xəbərlərə canlı, duyğulu reportyor səsini getirdi. Populyar aparıcılar canlı reportajların iştirakçısı oldular. Ay-Ti-Vi-nin bu tipli yenilikləri Bi-Bi-Si ilə yarışda onu qabağa çıxardı. Ancaq hər qabağa çıxmadan sonra Britaniyada arxada qalmış yayım özündə islahatlar aparır və bununla, geriliyi ortadan götürür.

Bi-Bi-Si ilə Ay-Ti-Vi-in yarışı beləcə bir-birindən yuxarıda duran pillələr prinsipi ilə dəyişmələr və gəlismələr yaradır.

Bölgələr üzrə teleşirkətlər. Çoxluq sahmana salmaq problemini ortaya çıxarıır. Program şirkətlərinin çoxluğununu qaydaya salmaq üçün Ay-Ti-Vi-yə göz qoyan, icazə lisenzləri verən Bağımsız Televizyon Rəhbərliyi Britaniyanı zolaqlara bölüb şirkətləri bu zolaqlar üzrə paylaşdırmaqla sahmana salmaq yolunu tutdu. Bununla yayımda çoxluğun bir araya gətirilməsinə imkan yarandı.

Sual ola bilər ki, Ay-Ti-Ey çoxlu şirkətlərin varlığına niyə razı idi ki, axırdı da sahmana salmaq problemi ilə məşğul olsun.

Sualın cavablari arasında birinci yerde bazar iqtisadiyyatının argumentləri durur. Ay-Ti-Ey-ə yayımda bazar iqtisadiyyatının verdiyi yarış və yarışda gəlismə situasiyası gərekli idi.

Ay-Ti-Ey şirkət çoxluğununu sahmana salmağa başlayanda Britaniya üzrə önce üç bölgə ayırdı: London, Orta İngiltərə, Quzey İngiltərə.

Sonra London üçün iki icazə lisenzi verdi: onlardan biri gündəlik yayım üçün, o biri vikend (həftəsonu) üçün oldu. Ay-Ti-Ey belə ikilisenzli rəqabət sistemini o biri bölgələr üçün də göz qabağına almışdı. Ancaq işlər elə getirdi ki, bu ikilisenzli vəziyyət yalnız London bölgəsində yaradıldı. 1955-

in Sentyabrından London üzrə iki şirkət lisenz alıb verilişlərə başladı. Onlardan biri "Assoşieytid-Rediffyuci", o birisi isə "Assoşieytid Brodcastinq-Kompani" (Ey-bi-si) oldu.

Bir az sonra "Assoşieytid-Rediffyuci" (sonralar "Sentrəl televijن") Orta İngiltərəyə də verilişlər yayılmışağa başladı. Həmin ilin Mayında isə "Qranada" deyilən kompaniya Quzey İngiltərəyə yayım verdi.

Beləcə, "Dörd şirkət şəbəkəsi" adlandırılın düzüm əldə edildi. Bu adın və düzümün mənası o idi ki, məhz bu dörd kompaniya ölkənin bütün komersiya televizyon şəbəkəsinə proqramları hazırlayıb verirdi. Sonralar yaranmış xırda şirkətlər bu dörtlükdən fərqli olaraq yalnız hər hansı bölgənin komersiya televizyonları üçün proqramlar hazırladı.

1955-ci ildə İngilterədə "Bağımsız Xəbərlər Ajansı" da (Ay-Ti-En) yarandı. Bu qurum bütün komersiya şirkətlərinin birgə mülkiyyəti oldu və onların hamisini informasiya ilə təmin etdi.

Britaniya yayımında "normal" çoxbudaqlı, çoxproblemli vəziyyət belə olmuşdu. Təkəlcilik, monopolist mövqeyə qalxmış Bi-Bi-Si-yə zaman keçdikcə alternativlər yaradıldı. Yarışın, yarıdan gələn stimulların əsasında gəlişmənin olması üçün "yayım bazarında" rəqabətdə olan şirkətlərin çoxluğu əldə edildi.

Çoxluq çoxkanallılığı gərəkli edir. Bundan başqa əhalinin cürbəcürlüyü, zövq, gərəklər, istəklər müxtəlifliyi də çoxkanallılığı, çoxproqramlılığı tələb edir. Bütün bunların səbəbindən Britaniya yayımında ölkənin ayrı-ayrı bölgələri üzrə kanallar formalasdı. Paralel olaraq bəzi kanallar arasında "ixtisaslaşmalar" da getdi.

Bu zaman dünya yayım texnologiyası da gəlişib öz diktələrini etməyə başladı. Həmin diqtələrin təsiri altında Britaniyada Kabel, Sputnik televizyonlarının kanalları artmağa başladı. Bu texnologiyalar son sözlərini deməmişdilər ki, Dicital yayım, say prinsiplərində şəkilləri, səsləri alan, ötürən yayım gündəmə çıxdı və Britaniyada yüksək yayım texnologiyasının göstəricisi kimi ayaq açıb çapuç yerisə yeriməyə başladı.

90-ci illərdə Britaniya yayımı gəlib bütün bu mürəkkəbliklərə çıxdı. Mürəkkəbliklər öncədən də vardi, sonradan isə daha çox oldu. Mürəkkəbliliklərin öhdəsindən gəlməyin, çoxluğu sahmağa salmağın başlıca yollarından biri də qanunlardır. Ona görə də Britaniya yayımı ilk çağlarından hüquqi düşüncənin sirayət etdiyi məkan oldu.

Qanuncul Dövlət toplumun və mədəniyyətin bütün önemli sahələrini hüquqi məkana salmağa çalışır

Dediyimiz kimi 20-ci illərdə Büyük Britaniyada ilk sistemli radioverilişlərin yayılması ilə bu məmləkətdə yeni bir məkan, - informasiya mə-

kanı yarandı. Bu məkan yaranan kimi də Britaniya hüquqi şüuru qarşısında problem durdu: necə etməli ki, hüquqi məkan informasiya müstəvisini də tutsun. Problemin aktuellığı Parlamentdə bu gerçekliyi qanunla nizamlamaq, düzümə salmaq üçün axtarışlara, müzakirələrə təkan verdi. Parlament 1925-ci ildə qraf Korfordun başçılığı ilə komitə yaratdı ki, radioyayımlar bölgəsində dövlətin siyasetini bəlliləndirsin. Parlament belə bir xətti götürdü ki, yeni radiosituasiyanı özəl biznesin, komersiya stixiyasının ixtiyarına buraxmaq olmaz. Bax, elə bununla da 70 il boyu Britaniyanın yayımlar üzrə qanunvericiliyinin başlıca paradigmalarından, yəni düşüncələri yönəldən örnəklərində bəziləri ortaya çıxdı. 70 il ərzində Britaniya qanunvericiliyi yayımla bağlı iki qütbün gərginliyini yaşadı. Bir tərəfdən, "informasiya iyəsi olmaq hakimiyətin iyəsi olmaqdır" düsturu Dövləti ona dərtirdi ki, yayımları təsir çevrəsində saxlamaq üçün yollar tapsın, dolayı da olsa, dürülu vəsitələrlə ona təsir vəsitələrini "ixtira etsin". O biri tərəfdən isə demokratiyada informasiya, söz azadlığı ilə bağlı haqlarvardı ki, Britaniya dövləti onlara saygı göstərməli idi. Bu saygı isə yayımın asılıqsızlığını tələb edirdi. Imperativ verirdi ki, yeni kütłəvi informasiya vəsətini hakimiyətin iradəsinə tabe etmek olmaz!

Bax, bu zidd paradigmalar yayımın tarixində də zidd xətləri yaratdı. Bir tərəfdən, Britaniya Yayım şirkəti (Bi-Bi-Si) ölkənin bir, eşsiz (tayılmayan) yayım institutu kimi möhkəmləndirildi, o biri tərfən isə, elə bir hüquqi bazanın yaradılmasına çalışıldı ki, bu yayım sektorunu konkret hakimiyətin olmasın, olsun nəsə ictimai, yəni özünü bütünlükdə topluma xidmətdə bilən bir qurum.

Britaniya Parlamenti bu iki tərəfi uzlaşdırmaq üçün, yayım tarixi boyu davamlı öz sonuclarını verən iki hüquqi addım atdı. O, Bi-Bi-Si-nin maliyyə hələsmə məsələsini (maliyyə qaynağı isə həm də diqtə qaynağı olmağa can atır) qanunda belə qoydu: Şirkət reklamlardan özünə maliyyə qaynağı yarada bilməz! Bu o demək idi ki, Britaniyanın Yayım Şirkətinə özünə güclü maliyyə bazası yaradıb tam bağımsızlaşma, yəni bağlarla Dövlətdən asılıqsız olmaq imkanı verilmirdi.

Qanuna görə Şirkətə yalnız radiodinləyicilərdən toplanan ödənişlərdən öz maliyyə qaynağını düzəltmək icazə verilirdi. Belə bir vəziyyətdə Britaniya Yayım Şirkəti çox güclü də olmasa, hər halda bəlli dərəcədə özünə maliyyə qaynağı tapırkı. Ancaq bu maliyyə qaynağı güclü olmadığı üçün də Şirkətin asılıqsızlığını, bağımsızlığını tam güclü etmirdi.

Beləliklə, Britaniya hüquq Yayım Şirkətinə hər halda bəlli çərçivə içinde özü üçün maliyyə qaynağı yaratmağa icazə verirdi, bu isə hakimiyətdən asılıqsızlıq üçün və deməli, informasiya özgürlüyü (azadlığı) üçün

müəyyən şəraitin yaradılması demək idi. Ancaq belə bir addımdan sonra Yayım Şirkətinə Dövlətin göz qoya bilməsi, təsir edə bilməsi üçün də "yollar çəkilməli" idi. Qraf Korfordun başçılıq etdiyi komitət qarşısında bu iki xətti uzlaşdırmaq durdurdu. Bir az sonra Korford Komitəti parlament üçün təkliflər paketi hazırladı. Həmin təkliflər əsasında 1927-ci il Yanvarın 1-də Kral Xartiyası ortaya çıxdı. Bax, bu Xartiya Bi-Bi-Si ("British Broadcasting Company", Britaniya Yayım Şirkəti) adalanan qurumun iş prinsiplərini və yönümlərini verdi.

Xartiyaya görə Bi-Bi-Si-də "Yönetimçilər (idarəedicilər) Şurası" yaradıldı. Göstərildi ki, Şuraya üzvləri Kral (və ya Kralıça) qoya bilər. Daha sonra Quruma bu vəzifələr buyuruldu: o, göz qoymalı idi ki yayım şirkəti ayrı-ayrı partiyaların, hakimiyyətə gəlmış partiyanın gərəklərinə qulluq etməsin. Şirkətin borcu bütün Britaniya toplumunun ortaqları maraqlarını ödəmək idi.

Beləliklə, bizim irəlicədən çızdığımız ikili durum Bi-Bi-Si ilə bağlı yeni vəziyyətdə də qaldı: Bi-Bi-Si bir tərəfdən, hakimiyyət aparatından asılısız, bağımsız, müsətqil edildi. O biri tərəfdən isə, hər halda Şirkətin Şura üzvlərini Kral qoya bilərdi. Bu isə Şirkəti Kral nüfuzu və təsirinin araçlığı ilə dövlətə bağlamaq, bəlli dərəcədə dövlətdən asılı etmək idi.

Bi-Bi-Si-nin Yönetimçilər Şurasının ilk Baş Direktoru lord Rayt oldu. O, Bi-Bi-Si-nin yayım monopoliyasını, təkəlciliyini çox yüksək dəyərləndirirdi. Hesab edirdi ki, yayımın beləcə mərkəzləşməsi ona göz qoymağı asanlaşdırır. Bu zaman Lord Rayt "göz qoymaq" deyəndə yayımda yüksək əxlaqi ruhun, sosial sorumluluğun (məsuliyyətin) olmasına göz qoymağı nəzərdə tuturdu. Özü də çoxları razılaşır ki, məhz Lord Raytin vaxtında Bi-Bi-Si, doğurdan da, öz Baş Direktorunun sadaladığı bu keyfiyyətləri qazana bildi.

Ancaq hər halda onu da unutmayaq ki, yayıma dövlətçilik şüurundan yanaşmaq Bi-Bi-Si-nin təkəlciliyinə, yayımı tək əldə saxlamasına, Bi-Bi-Si-nin monopoliya olmasına yüksək dəyər verilməsinə az təsir etməyib.

Bundan başqa əxlaq, sosial sorumluluq məsələsinə belə diqqət verilməsi də Britaniya toplumunun ortaqlıksızlıq ilə nə qədər bağlı olsa da hər halda dövlətçilik pafosu ilə də az bağlı deyildi. Bütün sonrakı tarix göstərdi ki, kütłəvi yayım vasitələrinə senzura və qanunlar vasitəsi ilə "girməyin" ən əlverişli yolu əxlaqi nəzarətdir.

Lord Rayt Bi-Bi-Si-nin iş prinsiplərini belə bir düsturda bəlli etdi: soraqlamaq (xəbərləmək), maarifləndirmək və əyləndirmək. Deməliyik ki, bu düsturun ömrü indiyənəcən çəkir və o, təkcə Britaniyanın deyil, eləcə də bütün dünyanın ciddi yayım institutlarının "fəlsəfəsində" iştirak edir.

Britaniyanın yayım tarixində Dövlət təsirinin sınırları. Beləliklə, ölkədə təkəlcilik yayım qurumuna çevrilmiş Bi-Bi-Si yaranışından dövlətlə six bağlanmış oldu. Ancaq toplumun siyasi çevrələrində, eləcə də Parlamentdə bazar iqtisadiyyatı və azad rəqabət terminlərində düşünən siyasi gücər də çox idi və Bi-Bi-Si-nin dövlətlə six bağlanması onları bərk narahat edirdi.

Dövlət Yayım Şirkətinə belə yanaşma özünü daha kəskin şəkildə Konservatorlar Partiyasında göstərirdi. Burada maraqlı bir məqam da vardı. Bir tərəfdən, Britaniya toplumunda konservativ ruhun güclü olması kütləvi yayımı əxlaq kateqoriyalardan yanaşmanı təbii edirdi. Əxlaq kateqoriyaları isə irəlidə dediyimiz kimi Dövlətə yayım üzərində “təbii nəzarət” üçün yollar açır. Əxlaqın adından hansı proqramları isə yasaqlamaq, hanşalarını isə dəyişməyə zorunlagmaq asandır. Həm də əxlaqılık dəqiq ölçülərə gelmediyi üçün sərbəst yozumlara da imkan verir. Sərbəst yozumlar isə Dövlət nümayəndələrinə və orqanlarına əxlaqılık adından yayımda siyasi məsələlərə də qarışmağa yollar açır. Britaniya toplumunda güclü olan konservativ ruhun Britaniya yayımı üçün sonucları belə idi. Ancaq maraqlıdır ki, Böyük Britaniyada Konservatorlar Partiyası Yayım Şirkətinin məhz, dövlətlə six bağlanması, təkəlciliyinə qarşı çıxırı.

Bu mənada toplumdakı konservativlərlə siyasetdəki konservatorlar arasında bəlli fərqlər vardı. Konservatorlar, ən çox da, Baş nazir Dizraelin vaxtından dövlətin topluma sirayət etməsinə sınırlar qoymaq tərəfdarları idilər və bu mənada etatizmə (dövlət totallığına) qarşı çıxırlar. Ona görə də bu partiya toplumda Dövlətdən, onun nəzarətindən asılı olmayan sahələrin daha çox olması uğrunda, fəndlərə dövlətdən yardım gözləmədən öz problemlərini çözmək üçün imkanlar yaratmaq uğrunda çalışırı.

Konservatorların bu mövqeyi Britaniya yayımında dövlət amilinin gücünü zəiflətməyə yönəldi. 1951-ci ildə onlar hakimiyətə gələndə bazar iqtisadiyyatının prinsiplərindən yarış və azad seçenek prinsiplərini yayım dünyasına yeritməyə başladılar. Bunun üçün aşağıdakı addımları atdırı: 1954-cü ildə Parlamentin konservator çoçluğu Yayım Aktını qəbul etdi. Bu Akt komersiya televizyonuna (Ay-Ti-Vi-yə) icazə lisenzi vermək situasiyasını yaratdı. Eyni zamanda icazə verildi ki, o, reklamla özünü maliyyələşdirsin.

Bu, yeni yayım siyaseti idi. Ancaq konservatorlar, sözsüz, elə bir üstünlükdə deyildilər ki, siyasetdə və toplumda opponentləri ilə tam hesablaşmasınlar. Konservatorların yayımı bazar iqtisadiyyatının “oyun qaydalarına” salmaq istəyi müxalifətin çox güclü müqaviməti ilə rastlaştı. Bunun

sonucunda onlar öz yeniçi siyasetlərində düzelişlər yapmaq zorununda qaldılar. Ona görə də qərara alındı ki, hər halda komersiya televizyonu dövlət orqanı olan Bağımsız (müstəqil) Televizyon Yönətiminin (Idarəsinin) nəzarətinə buraxılsın. Onu da deyək ki, bu idarə ingilis abreviatura-sında (sözlərin birinci hərfində) Ay-Ti-Ey adlandı.

Bələliklə, komersiya yayımında (Ay-Ti-Vi-də), məsələn, Birləşmiş Ştat-larda ola bilməyən bir pilləkan yarandı: komersiya televizyonu Ay-Ti-Ey-ə tabe oldu, Ay-Ti-Ey-in özü isə Parlamentin nəzarətinə verildi və beləliklə, özəl, komersiya teleyayımı, bir az dolayı da olsa, dövlət nəzarətinə düşdü.

Sözsüz, Britaniya özəlliyyini bilməyən kəs komersiya tipli yayımda yönə-timçilik (idarəciliğ) yapan və Parlamentə tabe olan Bağımsız Televizyon Yönətimi qurumunun adındakı “bağımsız”, yəni “müstəqil” sözündə nəsə qondarmaçılıq və kinaya görə bilər. Ancaq Britaniya toplumunda dövlətlə, hakimiyyətlə bağlılığı üçün müstəqilliyi mütləq olmayan qurumların hər halda davranış üçün müstəqillik zonası az deyil. Bunu Ay-Ti-Ey-in sonra-ki işləri yaxşı göstərdi.

Britaniyada Dövlət Yayım Şirkətinin, - Bi-Bi-Si-nin gücü, imkanları fo-nunda xeyli zəif olan özəl, komersiya televizyonunun durumu ilk çəqlarda çox çətin idi. Bi-Bi-Si ilə rəqabətdən salamat çıxməq böyük problemlərin öhdəsindən gəlməyi gərəkli edirdi. Bax, belə bir vəziyyətdə, Ay-Ti-Ey komersiya televizyonunun çətinliklərini gözə alaraq onun özünü dolandırmaq üçün el atdıgi bir çox şeylərə xeyli vaxt barmaqarası baxmağa baş-ladı. Bunun sonucunda komersiya televizyonu xəbərdarlıq hədələrini eşit-mədən başladı yayımdanqıraq iqtisadi sahələrdə çalışmalar yapmağa. Beləcə, onun gəliri yalnız yayımdan yox, həm də bəzi adi biznes sahələ-rindən (turizmdən, nəşrdən və s.-dən) oldu.

Bəzi müşahidəçilər Ay-Ti-Ey-in dövlətin nəzarəti gözü olmaq vəzifəsi-ni bir yana qoyub özəl yayıma sərbəst şərait yaratmasını Qurum “eqoiz-mi” ilə bağlayırlar və bildirirlər ki, əgər Ay-Ti-Ey komersiya televizyonunun dirçəlməsinə şərait yaratmasaydı, öz “ölümünün də altından qol çəkərdi”. Axi, komersiya yayımı olmasa, Ay-Ti-Ey-in olması da mənasızlaşır. Yəqin bu fikirdə gerçək var. Ancaq o biri tərəfdən, göstəridiyimiz fakt Ay-Ti-Ey-in adındakı “bağımsız”, müsətqil sözünün Quruma yabancı olmadığını da doğrulayır.

Beləcə, Ay-Ti-Ey, düz 1960-ci iləcən komersiya yayımını dirçəlmək, gə-lişmək üçün boş buraxdı. 1960-ci ildə isə bu siyaseti yeritməyə onu, artıq, Parlament qoymadı. 1960-ci ildə Parlament komersiya televizyonunda du-rumu öyrənmək üçün ayrıca bir komitə yaratdı. Komitəyə ünlü sənayeçi, maliyyəçi Harri Pilkington direktor qoynuldu. 1962-ci ildə Komitə Ay-Ti-Vi-

dəki durum haqqında sərt tənqidlərlə dolu çıxış hazırladı. Özü də bu zaman bir maraqlı şey oldu.

Bi-Bi-Si yayımda layiqli rəqibi olmadığından və bir dövlət şirkəti kimi əməkliyini itirdiyindən yenilik axtarışlarına az baş vururdu. Ona görə də xeyli vaxt idi, bu dövlət şirkəti tənqid olunurdu. Pilkinsonun çıxışında isə tənqid olunan Bi-Bi-Si birdən-bire Ay-Ti-Vi-yə örnək göstərildi (keyfiyyətə sadıq qaldığı üçün, programlarda ucuz yoldan qaçıdiği üçün).

Pilkinsonun tənqidini Britaniya Parlamentində yayımla bağlı növbəti Qanun Aktının vaxtı çatması düşüncəsini möhkəmləndirdi. Yeni qanun Aktı 1963-cü ildə verildi və bu Akt komersiya televizyonunu dövlətin istədiklərinə uyğunlaşmağa məcbur etmək məqsədini gerçəkləşdirdi. Beləliklə, yayımla bağlı Britaniya qanunvericiliyi irəlidə dediyimiz paradigmaların, bu paradigmaların verdiyi dilemmadan yenə qırğına çıxa bilmədi: dilema yayımda Dövlət təsiri və söz, informasiya özgürüyü, azadlığı baxımından yayının Dövlətdən asılılığı qütblerindən yaranırdı. 1963-cü iləcən komersiya yayımı olan Ay-Ti-Vi bu qütbərdən ikincisinin ağırlığını artırırdı. 1963-cü il Qanun Aktı ilə Parlament pozulmuş tarzlığı bərpa etmək istədi. Bu Aktdan sonra Ay-Ti-Ey, - Bağımsız Televizyon Yönetimi Qanunun buyuruq və göstərişlərini yerinə yetirmək zorununda qalaraq komersiya televizyonunda verilişlərin keyfiyyətinə olan tələbərini sərtləşdirdi. Ay-Ti-Vi-yə janr cürbəcürlüyü, telereklam standartları, məzmunla bağlı ciddi qaydalar qoydu.

Yayım məsələsi ilə Britaniyada dövlətin ciddi məşğul olmasının 1963-cü il Qanun Aktından sonra növbəti göstəricisi yayım üçün yeni kanal açmaq ideyası oldu. 1974-cü ildə Leyborist hökuməti lord Enanın başçılığı ilə Komitə yaratdı ki, 4-cü kanal məsələsinə baxılsın. 1977-ci ildə bu komitə çoxcildli məruzə hazırlayaraq 4-cü kanalın konsepsiyasını irəli sürdü: bu kanal yerdə qalanlardan fərqlənməliydi. O, yerdəqalan kanalların programlarında özünü göstərən estetik tarazlıqdan, sakitləşmədən, oturuşmuşluqdan çıxmaliydi və fərqli bir televizyon töretməliydi. Kanal-4-də ekspressivlik, kəskin ifadəlilik artmalıydı. O, yeniliklərə, alışqanlıqdan qırğına çıxan tapıntılarla, biçimlərə, ideyalara açıq olmalıdır.

Leyboristlər aşağıdan gələn yox, yuxarıdan, - dövlətdən gələn təşəbbüs ilə Britaniya teleyayımlını zənginləşdirmək istəyində bulunsalar da onların bu arzusunu tam gerçəkləşdirmək 1979-cu ildə hakimiyyətə gəlmis Margaret Tetçerə qismət oldu.

Məhz, "Dəmir Ledi"nin Baş Nazirliyi çağında yayımla bağlı "ekspressiv", gərginlik törədən, yeni imkanlar açan addımlar atıldı. Hakimiyyət nəinki Kanal-4 məsələsinə, eləcə də yayının texnoloji məsələlərinə qarışdı.

1985-ci ildə Parlamentin Aktı ilə kabel televizyonu və ona göz qoyan Kabel Televizyonu Yönetimi yaradıldı. Bu quruma tapşırıldı ki, kabel çəkilməsinə, kabellə televerilişlər göstərilməsinə icazə lisenzləri verməyə başlasın. Qurum həm də Ay-Ti-Ey-ə oxşar olaraq Kabel televizyonunda programların keyfiyyətinə göz qoymalıydı.

Kabel Televizyonu Yönetimi öz vəzifəsini yerinə yetirmək üçün aksiyalarla başladı. 1989-cu ilin axırında o, bir-neçə şirkəti xəbərdar etdi ki, kabel çəkilışını belə ləng aparsalar, icazə lisenzi əllerindən alınacaq. Bax, bu, tipli faktlar və davamlı olaraq Parlamentin yayımıla bağlı çıxardığı Qanun Aktları Britaniyada Radio və Televizyon yayımının hüquqi məkanda saxlanması üçün hakimiyətin necə davrandığını, hansı yönümlərdə adımlar atdığını yaxşı göstərir.

Bələliklə, Britaniyada yayımın hüquqi məkanla necə örtülməsi məsələsinə düşünəndə bir tərəfdən Qanun Aktlarını və onların hər dəfə yaratdığı situasiyaları göze almaq gərəkdir. İkinci tərəfdən isə yayım məknəndə elə bu Qanun Aktlarından ya yaranışını almış, ya da təsir gücünü qazanmış dürlü gözqoyucu qurumları da bilmək lazımdır.

Birləşmiş Krallıqda belə qurumlar, adətən, şura, yönetim (idarə), komissiya tipində olurdu. Onlar ayrı-ayrı yayımçılarla (yayımverici subyektlər, televizyon şirkətləri ilə), ya da yayımın ayrı-ayrı aspektləri ilə işləyirdilər. Dediymizə örnəklərdə baxaq. Məsələn, Bi-Bi-Si-nin öz Şikayət Şurası vardi. Şirkət üçün bu Şuranın nüfuzu elə böyük idi ki, Şirkət onun buyurduqlarına qarşı faktiki çıxmırıldı.

Başqa TV şirkətləri Bağımsız Televizyon Komissiyası ilə tənzimlənirdi. Bi-Bi-Sidən qıraqda olan radiolar Radio Rəhbərliyinə və b. qurumlara baxındı.

Bu bağımsız, müsəqil qurumlar dürlü şikayət və narazılıqları doğuran halları aşadırıb qərarlar çıxarmaqla məşğul olurdular. Məsələn, Birləşmiş Krallıqda Yayım üzrə Şikayət Komissiyası iddia olanda şirkətlərdə, yayında (verilişlərdə) ayrı-ayrı fəndlərə ədalətsizliyin olub-olmamasını aşadırıb qərarlar çıxarırdı.

Britaniyada Yayım Standartları Komissiyası da vardi. O 1988-ci ildə "gözqoyucu" (watchdog) qurum kimi yaranmışdır. Bu Komissiya, yayılarda seks və zorakılığın aşırı olmamasına fikir verməli idi. Onun işi programlarda əxlaqılık, mənəvilik baxımından üzə çıxan aşağı keyfiyyətlərlə bağlı şikayetlərə baxmaqdı. Beləcə, Yayım Standartları Komissiyası TV-ni yaxşı zövq və "abır-həya" baxımından monitoring edirdi, yəni izləyirdi.

Yayım Standartları Komisiyası yayımçılarla bağlı normativlər qoyurdu. Bu isə şikayətçi dinləyici və tamaşaçlarının şikayetlərinə baxılması üçün

koordinatlar verirdi. Komissiya həm də çalışırdı ki, "Avropa erotikası sputnik antenalarının açdığı "pəncərələrdən Britaniya Evinə doluşmasın.

Birləşmiş Krallığın yayımıla bağlı hüquqi məkanında durum elə idi ki, bütün Dövlətdənqıraq şirkətlərə onlardan, necə deyərlər, qırqda duran qurumlar təsir edirdi və dışarıdan onları yönəldirdi. Yalnız Bi-Bi-Sidə vəziyyət bir az başqa idi. Yarandığı 1927-ci ildən Bi-Bi-Si dövlətlə six bağlı şirkət kimi dövlətlə onun arasında duracaq gözqoyucu instansiyadan əzad olunmuşdu. Bu Şirkət həmisi öz strukturunda rəhbərliyi əmələ getirən Yönetimçilər Şurası ilə yönəldildi. Yönetimçilər Şurası isə, aydın məsələdər ki, öz təbiətinə və Dövlətlə bağlılığına görə bu və ya başqa şəkildə Bi-Bi-Si yayımında dövlət siyastini yeridirdi.

Birləşmiş Krallıqdə Yayım üzrə 1990-cı il Qanun Aktı: çözüyü və töretdiyi problemlər. Bu Qanun Aktının tarixçəsi belədir. 1989-cu ildə Tetçər hökuməti Britaniyada gələcək yayım haqqında Ağ kitab çap etdi. Bu kitab yayım üçün perspektivləri göstərməklə yanaşı yeni Qanun proyektiinin ana ideyalarını da vermiş oldu. Bir az sonra Tetçər hökumətinin Ağ Kitabı əsasında Qanun layihəsi hazırlandı. Bu proyekt Parlament müzakirələrindən keçəndən sonra Yayım üzrə 1990-cı il Qanun Aktı şəkildə qəbul olundu.

İrəlidə dediklərimizi bir daha təkrar edək. Britaniyada yayım haqqında çıxırlan Qanun Aktları həmisi yayımda yaranan yeni durumu hüquqi məkana salmaq məqsədini güdmüşdür. Bu qaydadan 1990-cı il Qanun Aktı da qırğa çıxmadi.

Onun qəbul edilməsi ərefəsində yayımda texnoloji yeniliklər səbəbindən yeni vəziyyət yaranmışdı. Ölkədə kabel və sputnik televizyonu ilk addımlarını atıldı. Tetçər hökuməti yeni Qanun Aktı ilə bu televizyon yayım növlərini geliştirmək məqsədində girişdi.

Bu zaman bir məsələ ortaya çıxdı. İş burasındadır ki, telli- optik kabel sistemi ilə və sputniklə birbaşa yayım tamaşaçılara elə seçeneklər, imkanlar verir ki, bunları ancaq mətbuatın verdiyi seçeneklərlə tutuşturmaq olar. Belə bir yaxınlığa görə də yayım haqqında Qanun yaratmaq istəyəndə bu Qanunu mətbuatla bağlı qanunlardan ayırmak üçün prinsipləri tapmaq xeyli çətinliklər törədir. 90-cı il Qanun Aktı həm də bu çətinliyin öhdəsindən gəlmək cəhdı oldu.

Bu Akt eyni zamanda Britaniya Radiosunda dəyişgiləri göz qabağına aldı. Planlaşdırıldı ki, burada Bi-Bi-Si-nin beş radiostansiyasına qarşı üç milli kommersiya radiostansiyası dursun. Qanun nəzərdə tutdu ki, onlara icazə lisenzini vermək Radio Rəhbərliyi adlanan quruma tapşırılsın. Qu-

ruma gösteriş verildi ki, yerli radiostansiyalara da icazə lisenzlərini özü versin. O vaxtacan Britaniyada 140 bölge komersiya radiostansiyaları vardı. İndisə düşüñüldü ki, onlara yüzü də əlavə olunsun.

Bu Aktin yönəldiyi başqa ciddi məsələ yayımın komersiyalaşması oldu. 90-cı il Qanun Aktinən başlıca ideyası Britaniya televizyonunun komersiyalaşmasını daha da yüksəltmək və yayımı dövlət tərəfindən tənzimləmə, yönəltmək mexanizminə sonuncu zərbəni vurmaq idi.

Yayım üzrə 1990-cı il Qanun Aktinə həsr olunmuş bir araşdırma var (Geofray Robertson, and Andrew Nicol. Media Law. Third Edition). Bu araşdırırmada Ceofrey Robertson və Əndriyu Nikol göstərilər ki, 90-cı ilin Qanun Akti haqqında belə bir fikir var ki, o, sərf texniki məsələlərlə yanaşı yayımı hüquqi düşüncənin hədəfi etmək baxımından da yeni pilləyə qalxmışdı. Hesab edirlər ki, bu Akt Britaniyada yayımıla bağlı senzura tipinin dəyişməsində önməli addım atıb. Qanun senzura ilə bağlı öncəki kriminal xarakterli qanunlardan yeni tipli qanunlara keçid olub. 90-cı il Akti, artıq, yayımda cinayət tipli faktları üzə çıxarmaq və buna görə cəza vermək koordinatlarına hesablanmamışdı. Bu Qanunda ilk dəfə olaraq yayımla bağlı qurumlarda, şirkətlərdə statut, yəni hüquqi vəziyyət, səlahiyyətlər məsəlesi öna çəkilmişdi və bütün bunların tənzim olunması üçün vəziyyətlər yaradılmışdı.

Onu da deməliyik ki, yayımda senzura aktları özünün güclü örnəklərini hələ 1954-ci ildən verməyə başlamışdı. O zaman komersiya televizyonunun "inqurasiyası" həm də bunu nəzərdə tutmuşdu ki, Bağımsız Yayım Yönətimi (Ay-Ti-Ey) yaradılmalıdır və bu qurum arxayincılıq yaratmalıdır ki, bir tərəfdən, yayıma siyasi təsirləri tarazlaşdıracaq, o biri tərəfdənsə, qoymayacaq ki, proqramlar yaxşı zövqün qoyduğu sınırlardan qırğa çıx-sın.

Oxşar öhdəliklər tezliklə Bi-Bi-Si-nin də üstünə qoyuldu. Ona belə bir tapşırıq verildi ki, radio və televizyon yayım rejimi üçün qaydalar, buyruqlar verən institusional senzuraya o da tabe olmalıdır (unutmayaq ki, Bi-Bi-Si ilə bağlı birbaşa dövlət göstərişləri olmurdu, ancaq bu tipli "məsləhətlər" effektlə şəkildə onu "yüyənləyirdi").

1984-cü ildə kabel televizyonu üzrə girişimdə olan iş adamlarına göz qoymaq üçün də qurum yaradıldı. Nəhayət 1988-ci ildə Yayım Standartlar Şurası quruldu və dediyimiz kimi ona tapşırıldı ki, televizyonda seks, zorakılıqla bağlı olayları izləsin.

1990-cı il Qanun Akti yayımda bu cür tənzimləmələrə tərs olan bir tənzimsizləşdirmə işinin əsasını qoydu. Hərçənd 1990- ci il Akti ilə bağlı kínayə də var ki, bu Qanunda tənzimsizləşdirmə, əslində, dönüb başqa

planda daha çox tənzimləmə olub.

1992-ci ildə Britaniyada Bi-Bi-Si, Bağımsız Televizyon Komissiyası, Radio Rəhbərliyi də sırada durmaqla 7 qurumvardı ki, mediyani ayrı-ayrı normativlərlə tənzimləyirdi. Onlara çoxlu pul da xərclənirdi. Bu zaman normativlərdə "yaxşı zövq" və "tərəfkeşsizlik" başlıca söykəniş dəyərləri idi. Həmin dəyərlər gizli məhiyyətinə görə, əslində, senzurəni andırırdı. Ona görə də 90-cı il Qanun Aktında senzuradan statut və statutdan doğan öhdəliklər sistemini keçirməsini şışırtməmək şətti ilə həmin Qanunun, sadəcə, senzurasızlığı doğru addım olmasını söylemək olar.

Bu tənzimsizləşdirmə istiqamətində 90-cı il Qanun Aktının təməlində sonralar da, məsələn, 1993-cü ildə də başqa addimların atılması planlaşdırıldı. Mehə bu məqsədlə, Bağımsız Yayım Yönetimi Bağımsız Televizyon Komissiyası ilə əvəz edildi. Bu axırıncının üstünə onun statundan, yəni vəziyyətindən doğan vəzifə qoyuldu. İndən belə yayımı "yüngül toxunuşla" yönəltmək, idarə etmək tələb olunurdu. Ancaq işdə Bağımsız Televizyon Komissiyası yavaş-yavaş keçmiş Bağımsız Televizyon Yönetiminin siyasetlə bağlı tarazlaşdırma vəzifəsini də mənimseməyə başladı.

İndi isə keçək Yayım üzrə 1990-cı il Qanun Aktının kommersiyalaşma prosesinə istiqamətlənməyinə. Ölkə yayımında 1990-cı il Qanun Aktına can durum belə idi: Yayım "bazarında" 15 teleşirkət çalışırdı və onların da hamısı, artıq, arxayıncılıq içində oturuşmuş strukturlara çevrilmişdilər. Səbəb o idi ki, şirkətlərin hər birisi öz bölgəsində efirə tam tam yiye idi, heç bir rəqibi yox idi ki, ona problem yaratsın. Belə bir arxayıncılığın sonucu durğunluq olmalıdır və perspektiv Tətər hökumətini bərk narahat edirdi.

İş burasındadır ki, artıq, bütün dünyada kabel və sputnik televizyonunun başgicəlləndirici gelişməsi başlamışdı. Bu çapquq inkişaf, irəliləmə xəber verirdi ki, qarşıda Britaniya yayımını ciddi rəqabət problemləri gözləyir. Ona görə də ölkənin "telebazarında" dinamika, canlı, təpərli proseslər yaratmaq gərək idi. Tətər hökuməti bu məqsədlə də yeni icazə lisenzləri elan etdi ki, şirkətlər yenidən onları almaq uğrunda yarışa girsinlər.

Konservatorlar hakimiyyətinin bütün bu problem və vəziyyətlə qayğılanmış Qanun layihəsinə qarşı ölkədə sərt müxalifət yarandı. Müxalifətdə yalnız siyasetçilər, məsələn, leyboristlər durmadılar. Tətər hökumətinin yəni Qanun layihəsinə qarşı çıxanlar arasında xeyli tanınmış tele və radio xadimlər də oldu. Beləliklə, siyasetçilərlə, konkret olaraq isə, leyboristlərlə mədəniyyət görkəmliləri bir sırada duraraq möhkəm bir müxalifət cəbhəsi yaratdılar. Müxalifət keyfiyyətli televizyon uğrunda kampaniyaya başladı. Bu zaman onların arqumenti də britaniyalılar üçün zəif deyildi. Bu müxalifət, məsələn, göstərdi ki, Tətər hökumətinin böhranlı sayaraq isla-

hat aparmaq istədiyi Britaniya yayımı başqlarına baxanda indiyənəcən ən uğurlu hesab oluna bilər. Amerikada, Avstraliyada televizyon komersiyalaşmış. Ancaq ne olsun, bunun sonucları o qədərmi yüksəkdir ki, Britaniya da həmin təcrübəyə keçsin?! Həmin ölkələrdə yayımın yüksək dərəcədə komersiyalaşması ona gətirib çıxarıb ki, televizyon proqramlarında, verilişlərində keyfiyyət bayağılaşır, ya da tam aşağı düşüb. Komersiyalaşmış radio və televizyon aşağı zövqlərin, kütlə bayağılığının arxasına düşüb getməyə zorlu olur, bunun sonucu isə onunla qurtarır ki, radio və televizyon toplumun bütün intellektual, mənəvi zənginliyini özündə şəkiləndirməkdən, səsləndirməkdən, göstərməkdən uzaq düşür. Əyləncə və əyləndirməyə tutulmuşluq bu radio və televizyonu yaxşı, nəcib zövqə yabançılaşdırır.

90-cı il Qanun Aktının proyektinə qarşı çıxanların komersiya televizyonuna başqa estetik qınaqları da vardı. Onlar göstərdilər ki, bu televizyon sənədli filmlərə, aktual iqtimal-siyasi proqramlara, araşdırıcı jurnalsitika ya, ciddi bədii filmlərə, bazarda özünə yer tapmamış eksperimental, avant-gard tamaşalara və s.-yə maraq göstərmir, çünki bütün bunlar böyük tamaşaçı coxluğunu, yiğnağını ekran qabağına gətirmir. Bazar situasiyası yayında belə estetikanı sərfəli etmir. Halbuki televizyonda sadalanan əsərlər, proqramlar olmursa, mədəniyyət kasadlaşır, bütünlükdə böyük itgiyə düşür.

Əgər 90-cı il Qanun Aktının layihəsi tərəfdarları ilə ona qarşı çıxanların diskussiyasından mövqelərin disturuńu çıxarmaq istəsək, söyləmək olar ki, konservatorlar, əslində, televizyona “teleproqramlar industriyası” kimi baxırdılar. Belə baxanda televizyon tamaşaçıları da yalnız istehlakçı kimi görünür. 90-cı il Qanun Aktının layihəsinə qarşı çıxanların, bu baxımdan, televizyona və onun tamaşaçılarına yanaşmaları ayrı cür idi. Onlar hesab edirdi ki, televizyon həm də iqtimal tribunadır. Teletamaşaçılara gələndə isə onlar həm də vətəndaşdırlar. Göründüyü kimi, müxalifet televizyona sosial sorumluluq, məsuliyyət nəzəriyyəsindən baxırdı. Bu, sosializm meyilli leyboristlər üçün xarakterik bir yanaşma idi.

90-cı il Qanun Aktının layihəsinə qarşı çıxanların arqumentləri sırasında komersiyaya az uymuş Britaniya televizyon yetənəklərini sadalamaq, öymək də vardi. Diskussiyalarda onlar opponentlərinə andırırdılar ki, 1976-1985-ci illərdə Britaniya televizyonu Montradaki telefestivallarda 20 “Oskar” alıb, halbuki ABŞ televizyonu həmin dönmədə yalnız üç “Oskar” aiyə ola bilib (Fransanın isə bu vaxtlar heç bir “Oskar”ı da olmayıb).

Televizyon işlərinin ən yaxşısı üçün ayrılmış 60 ödülüdən yəni mükafatdan 80-ci illərin axırınacan Britaniya televizyonu 17-sini almışdı. Amerika-

lilara bu mükafatlardan 6-sı, fransızlara isə, yalnız, 4-ü düşmüştü.

Müxalifət göstərirdi ki, bütün bu uğurlara səbəb əski Britaniya televizyonunda ciddiliklə əyləncə arasında saxlanılmış "qızıl tarazlıq" idi. Komersiya televizyonu isə həmişə, istədi-istəmədi, bu tarazlığı pozmağa məhkumdur.

Britaniya yayımı üzrə neçə illərdən bəri aparılan sorğular da 90-cı il Qanun Aktının layihəsinə qarşı çıxanların baxışlarının gerçək dayaqlara söykəndiyini göstərirdi. Sorğular aydın edirdi ki, televizyon, doğrudan da britaniyalıların çoxu üçün, sadəcə, əyləncə vasitəsi deyil. Bəlli olurdu ki, onlar televizyonu özləri üçün dünya haqqında soraqlar almağın başlıca qaynağı sayırlar.

Bununla bağlı bir örnek. 1991-ci il sorğusuna görə britaniyalıların 82 fizi məhz televizyonu, 18 faizi isə qəzetləri özləri üçün başlıca informasiya mənbəyi hesab edirdi. Sorğular onu da göstərirdi ki, Britaniya tamaşaçıları ciddi öyrətme, təhsil proqramlarına çox maraq göstərir. Onlar sağlamlıq, elm, texnika, heyvanlar aləmi haqqında yaxşı verilişlərə tamaşa etmək istədiklərini bildirirlər.

Diskussiyaların gedişi axırda ona getirdi ki, müxalifətin tənqidü öz təsirini verdi: hakmiyyət həm qanun layihəsində, həm də Qanun Aktına sonrakı düzəlişlərdə yayımın keyfiyyətinə, komersiya televizyonunda məzmun məsələsinə ayrıca göz qoymaqla qurumlar yaratmağın hüquqi təməlini qoydu. Ay-Ti-Si-yə (Bağımsız Televizyon Komissiyasına) tapşırıldı ki, komersiya teleyayımında proqramların keyfiyyətinə və məzmununa nəzarət üçün qaydalar dəsti, paketi hazırlasın.

Ay-Ti-Si bu tapşırıqdan sonra çox sərt qaydalar hazırladı. Bu Qaydalar, məsələn, tələb edirdi ki, komersiya televizyonu həftə ərzində saat yarımdan az olmayaraq keyfiyyətli xəbərlər proqramı göstərməlidir. Komersiya yayımından eləcə də tələb edildi ki, uşaqlar üçün həftə boyu 10 saat tutumunda proqramlar versin. Ay-Ti-Si dindarların gərəklərini də nəzərə alırdı. Komersiya televizyonunun (Ay-Ti-Vi-nin) üstünə qoyulmuşdu ki, həftədə 2 saat tutumunda dini proqram göstərsin.

Ancaq Ay-Ti-Si-nin elə tələbləri də vardi ki, Parlament çoxluğu tərəfindən geri qaytarılırdı. O, komersiya televizyonunun boynuna sənədli filmlərin çəkilişini maliyyələşdirməyi və göstərməyi də qoymaq istəyirdi. Ancaq Ay-Ti-Vi ilə bağlı Ay-Ti-Si-nin Qanuna təklif etdiyi bu düzəliş keçmədi. Lordlar palatası Qanuna belə düzəliş verməyə razı olmadı.

Ay-Ti-Si komersiya televizyonundan bir şeyi də tələb etdi. Tələb etdi ki, müxtəlifliklərə, eləcə də yerli, bölgə özəlliklərinə diqqətli olsun. Seks və zoraklığın göstərilməsini dar cızığa salmaq üçün Ay-Ti-Vi-yə ayrıca qay-

dalar hazırlanıb verildi. Özü də bu zaman bildirildi ki, 1954-cü ildə tərbiyəsiz nəşrlər haqqında Qanun Aktı televizyon'a da aiddir.

Ay-Ti-Si-nin statutu, necə şikayətlərə baxması, işləməsi haqqında daha dolğun bilgi almaq üçün onun INTERNET-dəki səhifəsində (saytında) özü haqqında verdiyi bilgiyə baxaq. Səhifəsində o, programları yönəltmək və zifəsini belə açıqlayır: Ay-Ti-Si özü programlar hazırlamır, özü programların yayımlanması və ya ötürülməsi ilə məşğul olmur. Ancaq programların yöneticisi (regulatoru, tənzimləyicisi) kimi programların məzmunu üzrə standartları verir və baxır, görsün, ondan icazə lisenzi almış televizyon şirkətləri həmin standartlarla işləyir, ya yox.

Bu standartlar Ay-Ti-Si-nin Program Normativlərində, eləcə də fərdi lisenzlərin program şərtlərinə aid bölmələrində verilir. Normativlər aşağıda sadalanan məsələlər üzrədir: ekranda göstərilənlər, pozuntular, şəxsi məsələ (prayvisi), tərəfkeşsizlik, xeyirxahlıq, dini programlar, komersiya məhsulları ilə bağlı yanlış vədlər

Ay-Ti-Si həm də yönetimçilik edir ki, Kanal 3,4,5-də, eləcə də Çoxluq üçün Teletekst Xidmətində keyfiyyətə, cürbəcürlük tələblərinə əməl edilsin, ayrı-ayrı zövqlər, maraqlar ödənilsin.

Əlavə olaraq Ay-Ti-Si sadalanan xidmətlər üzrə illik hesabatlar hazırlanıb çap edir. Beləliklə, adamlara çatdırılır ki, harada standartlara əməl olunmayıb, harada pozulma olub.

Ay-Ti-Si-nin təsir vasitələri isə belədir: harada ki Program Normativlərinin yozumu yanlışlıqlara gətirib çıxarır, ya da Normativlərin pozulması yüngülce olur, Ay-Ti-Si uyğun şirkətlə telefon bağlantısı yapıb tövsiyyələrini verir və aydınlaşdırır ki, belə pozuntular bir daha olacaq, ya olmayaçaq.

Daha ciddi pozuntularda isə Ay-Ti-Si rəsmi xəbərdarlıq çap edir. O eləcə də ekranda düzeliş verilməsini, ya üzr istənilməsini tələb edə bilər. Başqa hallarda lisenzin vaxtını qısaltmaq, cərimə qoymaqla, lisenzi geri almaq da Ay-Ti-Si-nin təsir vasitələrindəndir.

INTERNET-də Ay-Ti-Si hər il üzrə baxdığı şikayətlər, çıxardığı qərarlar haqqında bilgi verir. Həm də bu materiallar Britaniyada yayına göz qoyulmasının maraqlı bir özəlliyini açır. Özəlliksə bundan ibarətdir ki, nəzarət yüksək, sivilizasyon formada edilir. Yəni vətəndaşlar şikayət edir, Ay-Ti-Si də cavabında faktı müzakirə edir, qərar çıxarır. Göz qoymaının, yönetimin bu şəkildə olması Bağımsız Televizyon Komissiyasının adındakı "müstəqil" sözünü də doğruldur, yəni o dövlətin sıfarişi ilə yox, vətəndaşların şikayəti ilə işləyir. Indi isə 1998-ci ildə baxılmış şikayetlərin ikisi ilə tanış olaq.

Birinci şikayət üzrə sənəd:

PARTİYALAR ÜZRƏ YAYIM - LIBERAL DEMOKRATLAR: AY-Tİ-Vİ.
Cümə axşamı 3 dekabr, saat: 10:00

MƏSƏLƏNİN FONU: Siyasi Partiyalar Yayımı soraqlar bülleteni kimi hazırlanır və keçmiş TV xəbərlər jurnalisti Deyvid Volter tərəfindən təqdim olunur.

MƏSƏLƏ: 4 tamaşaçı şikayət edib ki, bu yayım onları çasdırıb, pis və ziyyətdə qoyub.

DƏYƏRLƏNDİRİCİ QƏRAR: Ay-Ti-Si şikayətçilərə bəlli edir ki, Siyasi Partiyalar üzrə Yayım bütün başqa programlardan onunla ayrılır ki, programın redaktə olunması yayımçılarından çox partiyaların özünə tapşırılır. Ancaq yenə də Ay-Ti-Si-nin Program Normativləri yayımçıları sorumlu (cavabdeh) edir ki, Siyasi Partiyalar üzrə Yayım bu Normativləri programı hazırlayan partiyalara çatdırınsın ki, onlar zövqləri təhqir edən, nəzakətsilik göstərən hallara yol verməsin.

Bizdə Partiyalar üzrə Yayımın soraqlar bülleteninə oxşamamamışı haqqında tövsiyyə yoxdur, deməli, yayımçıların əsası yoxdur ki, bu tipdə yayım verməkdən imtina etsinlər.

Onlar danişqılar aparmışdır ki, Liberal Demokratlar Partiyası öz loqosunu (nişanını) bütün yayım boyu ekranda göstərəcək, hərçənd bu danişqılar yetərli aydınlıqda olmamışdı.

Ay-Ti-Si yayımçılarının söylədiklərindən başa düşüb ki, onlar gələcəkdə çalışacaqlar ki, hər dəfə Partiyalar üzrə Yayım olduqlarını aydınca bildirsinlər və bunu etməyənəcən xəbərlərə, ya da başqa konkret programlara oxşamaqdan çəkinəcəklər. Ay-Ti-Si isə bu məsələdən lazımlı olarsa, Normativ öhdəlik çıxarıcaq.

YEKUN NƏTİCƏ: Ay-Ti-Si şikayətçilərin yayım haqqında narahatçılığının bölüşdürürlər. Yayım indiki qaydaları pozmasa da hər halda gələcəkdə bu şəkildə olmamalıdır.

BAXILMIŞ MƏSƏLƏNİN NÖVÜ: tərəfkeşsizlik
ŞIKAYƏTÇİLƏR: 4 nəfər

İkinci şikayət üzrə sənəd:

SEKS BƏLASI: Kanal-4. Cümə axşamı, 6 Oktyabr, saat 11:40

MƏSƏLƏNİN FONU: Bu program UZ DÖNDƏRİB QOPMUŞLAR haqq-

qında TV bayrağı altında yayılmıştı. Məqsədi müəlliflər, nəzəriyyəçilər, gerçəkləşdiricilər kimi mədəniyyət qiyamçıları və seksual qiyamçı olanlar qarşı çıxmış olub. Programda Amerika yazarı Syuzi Bratın polemik filmi verilib. Filmdə Syuzi Bratın çağrışı səslənir ki, ənənvi heteroseksual modeldən qırğın çıxan geniş növlü seksual aktivliyi biz tanıyıb qəbul etmeliyik.

MƏSƏLƏ: Bu programın seksual məzmunu haqqında bir sıra tamaşaçı şikayət edib. Bildiriblər ki, programda Syuzi Bratın tezisini şəkilləndirən sonuclar verilib.

DƏYƏRLƏNDİRİCİ QƏRAR: Kanal-4 həm program haqqında reklam soraglandırmalarında, həm də programdan önceki xəbərləmədə programın məzmununun necəliyini aydınca anladıb. Eyni zamanda programda seksual sonuclar ehtiyat üçün qısa verilib. Hətta seksual aktivlik göstəriləndə belə, genetal kontakt verilməyib.

Ay-Ti-Si programı yayımılayanları xəbərdar etmişdi ki, onu yayının ən gec vaxtında göstərsinlər və bu program üçün yaxşı vaxt “çətin programlar” fəslidir.

YEKUN NƏTİCƏ: Göstərilən səbəblərdən Ay-Ti-Si saymır ki, veriliş program Normativini pozub. Ancaq yenə də, Kanal-4-ə məsləhət verir ki, hətta gecə yarısı verilsə belə, program bəyənilməz verilişlər növüne çox yaxında durur. Bu deyilənlər Kanala aydın edir ki, Ay-Ti-Si filmdə başqa hallarla bağlı bəyəniləsi heç nə tapmır.

MƏSƏLƏNİN NÖVÜ: seksual göstəri

ŞİKAYTÇILƏR: 10 nəfər

Biz irəlidə dedik ki, Yayım üzrə 1990-ci il Qanun Aktını Tətər hökuməti Parlamentdən keçirəndə yayına bazar iqtisadiyyatının canlı, təpərlə, diri qaynarlığını göstirmək istəyirdi. Ancaq Qanun Aktının törətdiyi olaylar bütün planlaşdırılarda, gümanlarda olduğu kimi düşünülmüş “ssenari” ilə tam getmədi. Qanun bəzi araşdırıcıların düşüncəsinə görə müsbət nəticələrlə yanaşı toplumda və yayымda xeyli xoşagelməz sonuclar da yaratdı.

Yayım üzrə 1990-ci il Qanun Aktı hazırlananda Tətər hökuməti belə düşünmüdü ki, bazar iqtisadiyyatını yayına göstirmək üçün icazə lisenziyi ən çox pul ödəyənə vermək gərəkdir. Ancaq irəlidə danışdığımız müxəlifət təzyiqi məcbur etdi ki, 90-ci il Qanun Aktının layihəsinin tərəfdarları icazə lisenzlərini verməli olacaq auksiyonlardan qabaqda “keyfiyyət astanası” deyilən ara “qapısı” kimi bir keçid də qoysunlar. Nəticədə bu astanadan keçə bilməyənlər icazə lisenzlərini almaq üzrə keçirilən auksiyona

buraxılmadılar.

Müxalifet öz təzyiqi ilə başqa güzəştə də nail oldu. Qət edildi ki, Britaniya televizyonunda aşırı keyfiyyəti qorumaq üçün auksiyonun gedisində icazə lisenzini hətta ən çox pul ödəməyə hazır olana yox, ən yüksək keyfiyyətə güvəniş verənə ödülləmək olar.

Qanun Aktına görə Ay-Ti-Si icazə lisenzi ilə hansı şirkatise ödülləyəndə (mükafatlandırma) bir məsələyə də baxmalıydı: lisenzi alanın maliyyə gücü olacaqmı ki, yayımı yüksək keyfiyyətdə etsin. Deməli, namizədlerin maliyyə vəziyyətləri həm də keyfiyyətlə bağlı yoxlanımalıydı.

Bütün bu düzelişlərdən sonra Qanun layihəsi qəbul olundu.

İrəlicədən göz qabağına alındığı kimi bildiri veriləndə ki, icazə lisenzlərini almaq uğrunda yarış başlayacaq, qabaqlar yayımdan qıraqda qalmış bir xeyli şirkət lisenz almaq uğrunda yarışa "tökülüşdü". 16 lisenz üçün 40 diləkçə (müraciət) verildi. Bu 40 diləkçəni diqqətlə öyrənəndən sonra Ay-Ti-Si yekun qərarlarını bildirdi. Ancaq bu zaman aydın oldu ki, teleyayımlı komersiyalaşdırmaqla ona "təzə qan" axmasını gözləyənlərin güməni çin çıxmır. Onların düşündüklərinin tərsinə olaraq 15 bölgə şirkətindən 12-si öz lisenzlərini əllərində saxladılar. Bu, nəsə, bazar qaydalarına heç uyğun gəlməyən sonuc idi.

Lisenzi itirənlərə gələndə isə aydın oldu ki, onların arasında televizyonda ən uğurla komersiyalaşmanı aparmış "Taymz televijn" də var.

Kampaniyanın rəhbəri Riçard Dann öz uduzmalarını belə bir aforistik deyimlə açıqladı: "Pul keyfiyyəti vurdu" (şirkətin icazə lisenzini milyoner Maykl Qin-in başçılıq etdiyi Uluslararası Konsern olan "Karlton Kommyunikeyşen" aldı). Bu konsern büdcəyə "Taymz televijnz" in ildə vermek istədiyi 32.69 milyon funt sterlinqin qarşısında 43.17 milyon sterlinq təklif etdi.

"Taymz televijnz" in rəhbərliyi lisenzlərini itirmələrinin səbəbini hakimiyyətin gizli oyunlarında gördülər: 1998-ci ildə bu şirkət bir sənədli filmdə İrland Respublika Ordusundan 3 əsgərin Hökumətin Sosial xidmətlər üzrə əsgərləri tərəfindən necə öldürülməsini göstərmİŞdi. Sənədli filmə hakimiyyət, konkret olaraq, Marqarit Tetçer qarşı çıxmışdı. "Dəmir leydi" hətta şəxsən xahiş etmişdi ki, film göstərilməsin. Ancaq "Taymz televijn" heç bir xahiş baxmadan onu efirə buraxmışdı. Bax, bu fakta görə yayım şirkətində hakimiyyətin gizli qurğusu haqqında şübhələr yarandı.

Auksiyonda öz icazə lisenzlərini "Televijn Saut", "Televijn Saust-Vest" də itirdi. Ancaq burada uduzmağa səbəb başqa şeylər oldu. Ay-Ti-Si onların təklif etdikləri ödəniş məbləğinin şisirtmə olması fikrinə düşdü.

Lisenziyasını Ti-Vi-Ey-Em də itirdi. Bu şirkət Tetçerin ən çox rəğbat

bəslədiyi komersiya kompniyası idi. Şirkətdə Tetçerin qızı Kərol işləyirdi və bu televizyonun "Sabahın xeyir, Britaniya" verilişinə hər həftə 15 milyon adam baxırıldı. Bütün bunlara görə auksiyondan sonra Tetçer də pərt vəziyyətə düşdü.

Auksiyonun başqa qəribəlikləri də oldu. Bir tərəfdən, sanki, o, Britaniya teleyayımında bazar iqtisadiyyatının havasını yaratmaq idəyası ilə keçirilirdi, ikinci tərəfdən isə, icazə lisenzlərinin alınması heç cürə bazar iqtisadiyyatının məntiqinə uyğun gəlmirdi. 16 lisenzdən 8-i ilə ən çox ödəniş təklif edən namizədlər mükafatlandırıldı. O biri tərəfdən isə, başqa məyarlar işə salındı və lisenzlər ən az məbləğ təklif edənlərin də payına düşdü.

Orta İngiltərə, Orta və Quzey Şotlandiyaya gələndə isə burada bazar iqtisadiyyatının situasiyasını yaratmaq üçün heç rəqib namizədlər də tapmaq olmadı. Ona görə də oralarda yayım vermək üçün əlində lisenzi olanlar yenidən icazə lisenzi aldılar. Bu zaman lisenz üçün komersiyaya yarışmaz gülməli məbləğ təklif edildi (hər ilə 52 min funt sterlinq).

Bütün bu faktlara görə tənqidçilər auksiyonun bazar iqtisadiyyatına qarşı duran bir aksiya olmasına danışdılar. Bu auksiyon hətta "bürokratik poker" adını aldı. Sonrakı Baş Nazir Con Meycer isə hakimiyyətdə ona növbə çatanda özündən öncəki hökumətin yaratdığı vəziyyətdən belə bir "məmunluğu" bildirməklə çıxdı: bildirdi ki, nə yaxşı Britaniya teleyayımda belə bir icazə lisenzi oyunu yalnız bir dəfə olub. Bu cür oyuna bir da ha yol verilməyəcək. Baş Nazir söz verdi ki, bu nöqsanlı yarışla bağlı suçlu olanlar cəzalandıracaq. Meycor 90-cı il Qanun Aktını hazırlamaqdə sorumlu, məsuliyyətli olanları da hədələdi.

Birləşmiş Krallıqda Yayım üzrə 1990-cı il Qanun Aktının Söz, İnformasiya azadlıqları baxımından məzmunu, göstərişləri. Biz, artıq, demişdik ki, "yaxşı zövqün gərəklədikləri", "üstün keyfiyyətin tələbləri" söz azadlığını senzura çərçivələrinə salmaq üçün asan imkanlar açır. Britaniya yayım tarixində bu imkanlardan istifadə olunması haqqında faktlar heç də elə az deyil. 1990-cı il Qanun Aktı yayım məkanını tənzimsizləşdirmə idəyasına uyğun olaraq bu məsələdə də bəlli dəyişmələr yaratdı. Ceofrey Robertson və Əndriyu Nikol arasında göstərilərlə ki, 1990-cı il Aktında, artıq, "yaxşı zövq" baxımından proqramların məzmunununa normalitvlər, intizam ölçüləri vasitəsi ilə göz qoyulması yaxşı keyfiyyət məsələsinə toxunmurdu. Həmin dəyərlə yalnız camatı sarsıcıq, topluma vəlvələ salacaq olayları qabaqlamaq məqsədli qarşıya qoyulurdu. Qanuna söykənərək Bağımsız Televizyon Şurası, məsələn, paternalist, yəni ata qəy-

yumluğu mövqeyini tuturaq bildirirdi ki, televizyon sosial normalara uygun davarnmaq zorununda olmalıdır.

90-ci il Qanun Aktında, deyildiyi kimi, icazə lisenzlərinin verilməsi qaydaları, bu lisenzlə yayımı təsir göstərmək kimi Britaniya ənənələrini saxlamışdı. Qanunun bir çox bölməleri lisenzlərə həsr olmuşdu. Ceofrey Robertson və Əndriyu Nikol araşdırmlarında bu Qanunla bağlı icazə lisensi məsələsinə toxunanda e'tiraf edirlər ki, hər şey qalsın bir qırğşa, "lisenz" təkcə anlayışına, mənasına və tanımına (tərifinə) görə insanın özünü bildirmə özgürülüyünü (azadlığını) ciziğa salmaq deməkdir. Ancaq Avropa Konvensiyasının Maddə 10-da insanın bu haqqı bütün aydınlığı, gücü ilə bildirilsə də Konvensiyada o da yazılmışdı ki, bu haqq Dövlətin yarım, televizyon, kino əyləncələrini lisenzləşdirmək sistemini yaratmasının qarşısını almır.

Daha sonra Ceofrey Robertson və Əndriyu Nikol Britaniya yayımında lisenz məsəlesi ilə düşüncələrini belə konkretləşdirirlər: Avropa Konvensiyası lisenz faktını öz "olaları", "icazələrləri" siyahısına salsa da bu anlayışdan senzura məqamlarını götürməyi lazımlı bilir. Konvensiyadan aydın olur ki, burada lisenz faktına heç də gözqoyucu qurumların ayrıca senzura qərarları çıxarmaq hüquq kimi baxılmır.

Yeri gəlmışkən bir açıqlama verək. Avropa Məhkəməsi hüquq müdafiəsi ilə bağlı apardığı araşdırmlarda, çıxardığı qərarlarda həm də Avropa Konvensiyasına söykənir. Ona görə də Avropa Məhkəməsinin qərarları Konvensiyanın bildirdiklərini yeni imkanlar, yeni olaylar işığında yozmaq, açıqlamaq vəzifəsini daşıyır. Nəticədə həmin qərarlar həm də konseptual məna daşıyaraq İnsan haqlarını düşünmək, yeritmək planında ana sənədlərə xidmət edir.

Ceofrey Robertson və Əndriyu Nikol araşdırmlarında Avropa Məhkəməsinin indi haqqında danişacağımız bir qərarına söykənəndə, məhz, bu qərarın konseptual dəyərini nəzərə alırlar. Bu qərar isə lisenz məsələsində icazə, göz qoymaq işini senzura etmək funksiyasından ayırmaghan vəcib olduğuna diqqətləri yönəltmişdi.

Avropa Məhkəməsində belə bir fərqləndirməni aparmağa "Qroppero Radiosu İsveçə qarşı" məsələsi səbəb olmuşdu. Araşdırıcılar faktla bağlı yazırlar ki, İsveç hakimiyəti İtaliya radiostansiyasının pop-musiqi programlarını ötürən İsveç şirkətinə həmin radiostansiyani bir daha translyasiya etməyi yasaq etmişdi. Bu zaman hakimiyətin arqumenti bu idi ki, Şirkət translaysiya üçün uluslararası (beynəlxalq) bağlaşmalarda bəyənilmiş ötürüçülərdən istifadə etmir.

Vəziyyət belə olanda İsveç radio şirkəti Avropa Məhkəməsinə şikayət

verdi. Şikayətdə göstərildi ki, İsveç hakimiyyətinin ona qoduğu yasaq Avropa Konvensiyasının Maddə 10-da bildirilmiş informasiyanı azad yamaq haqqını pozur.

Şikayət üzrə araşdırılardan sonra Avropa Məhkəməsinin çıxardığı qərar belə oldu:

Populyar musiqinin özü və populyar musiqi üzrə komersiya işi “informasiya”, “ideya” və informasiyanı, ideyanı yaymaq anlayışlarına uyğun gəlir. Ona görə də onlara qoyulan yasaq Maddi 10-na qarşı durur, onu pozur.

Konvensiyada dövlətlərə yayımıları lisenzləşdirmək icazəsi var, ancaq bu icazə çox dar çərçivəyə salınır və o, Maddə 10-dakı təməl haqqı poza bilməz. Dövlətlərə yalnız ayrı-ayrı bölgələr içində qurumulara, onların istifadə etdikləri texnologiyə göz qoymağa icazə verilir. Bununla yanaşı, demokratik toplumda konkret lisenz ölçülərinin, meyarlarının özünün də hər dəfə nə qədər gərəkliliyi, Maddə 10(2)-yə zidd gəlib-gəlməməsi gözdən keçirilməli, sübutlanmalıdır.

Ceofrey Robertson və Əndriyu Nikol araşdırılarda etiraf edirlər ki, Yayım üzrə 1990-cı il Qanun Aktına keçid qanunu kimi baxılmalıdır. Bu qanun Aktı keçid olmanın mürəkkəbliyini daşıdığı üçün də 1990-cı il qəbul olunmamışdan önce Parlamentdə qızgrün diskussiyaların, çoxlu düzəliş və dəqiqləşdirmələrin hədəfi olmuşdu. Axırda ortaya 291 səhifəlilik çox tutumlu, sanballı bir Qanun Aktı çıxmışdı. Bu qanunda 204 bölüm vardı.

1990-cı il Qanun Aktının yaratıldığı ən dramatik vəziyyətlərdən biri idi ki, bu Akt Radio və Televizyona Pozğun (porno) Nəşrlər haqqında Qanun Aktını da aid edirdi. Bu isə o demək idi ki, həmin Qanun əsasında suçlanıran yayımverici şəxsə 3 il dustaq evində yatmaq cəzası kəsile bilərdi.

Ancaq eyni zamanda 1990-cı il Qanun Aktı ekrana çıxmamış hazırlıq döneminin materiallarından Məhkəmədə əşyaya-dəlil, sübut kimi istifadə edilməsini də yasaqlayırdı. Bu isə yayımı məhkəmə təqibində bəlli dərəcədə immunitet verirdi. Neticədə hətta irqi nifrət oyadan materialların telesstudiyada olması hələ ittihama, araşdırma aparmağa əsas vermirdi.

Göründüyü kimi, 90-cı il Qanun Aktı söz azadlığının, informasiya yaymaq azadlığının sözdə yox, gerçək situasiyalarda bütün mürəkkəbliklərinə adekvat olan mürəkkəbliyə düşmüştü.

Qanunda Bağımsız televizyonun statutundan hüquqi məntiqlə bəlli öhdəliklər çıxarılmışdı: sonralar həmin öhdəliklər Bi-Bi-Si haqqında icazə lisenzinə də artırıldı. Paralel olaraq bu öhdəliklər Bağımsız Radio və Kabel televizyonu haqqında Qanun bölümündə də əks-səda verdi.

Ceofrey Robertson və Əndriyu Nikol araşdırılarda bildirirlər ki, 1990-cı il Qanun Aktı senzurasızlaşdırma yönümündə addımlar atsa da,

Britaniya yayım tarixinin və toplumunun bəzi qorxularının xofundan o da çıxa bilməmişdi. Dediymiz kimi bu xofa ən çox səbəblərdən biri 1954-ci ildən Komersiya Televizionunun tamaşaçı və gelir toplamaq üçün baş vurduğu anti-estetik yollar olmuşdu. Məhz bundan sonra Ay-Ti-Vi-nin üstünə öhdəlik qoyulmuşdu ki, icazə lisenzi aldığı qurumun "görmə çevrəsində" olmaq üçün ona "yaxında durmalıdır". Ay-Ti-Vi-yə buyuruq vardi ki, aşağıda sadalananlara əməl edəcəyinə güveniş versin: programlarına elə şeylər salmayacaq ki, yaxşı zövqü, ədəb-ərkini, coxluğun duyğularını təhqir etsin, cinayət doğursun ya da iğtişaşa gətirib çıxarsın; programlarda xəbərləri, soraqları hansı formada verir-versin, dəqiqliyi, tərəfkeşsizliyi fikir verəcək; bu tərəfkeşsizliyi programın yiyələri, müəllifləri həm özleri göstərəcəklər, həm də tərəfkeşsizliyi siyasi konfliktlərin, sənayə ziddiyətlərinin, gündəlik siyasi problemlərin necə göstərilməsində, açıqlanmasında saxlayacaqlar.

Örnək üçün yuxarıda sadalananların birinci bəndini, - abır- həya məsələsini götürək. 1964-cü ildə bu məsələ ilə ilüsgili eyni standartları öz şirkətləri ilə bağlı Bi-Bi-Sinin Yönətimçilər Şurası da tanımışdı. Şura üstünə götürmüştü ki, əlindən gələni edəcək ki, sorumlu, məsul olduğu programlarda yaxşı zövqü, ədəb-ərkanı təhqir edən şeylərə yol verilməsin.

"Ədəbsizlik" anlayışını düz anlamağa Britaniyanın Cinayət qanunu yardım edir. Bu anlayış adı insanları şoka salan (sarsıdan), onlarda ikrah oyadan şeyləri, sözləri və s.-ni əhatə edir. Ancaq unutmamaq gərek ki, gerçək həyatda şok edən, ikrah yaradan, ürək bulandıran nəsnələrdən televizyon programlarında onun bir bölümü kimi göstərilən və oxşar təsirləri oyatması gümanlanan şeyləri, görüntüləri ayırmak lazımdır. Kontekst çox şeyi yerinə qoyur. Bir çox şeylər ilkin təsirini, mənasını kontekstin sayasında itirir, dəyişir. Bu mənada yayımıda "abır- həya" məsələsinə yönəlik qanunlar, normativlər deyilən incəliyi göz qabağında saxlamalıdır, yoxsa aşırı yasaqlar yayımın ümumi estetikasına ziyanlar vurur və eləcə də mediyada informasiya azadlığına yeni engellər yaradar.

(Informasiya azadlığı insan haqlarının gelişməsi tarixində yeni haqlardan sayılır. Birləşmiş Ştatlarda ilkindən yox, xeyli vaxt keçəndən sonra aydın oldu ki, söz azadlığı başqa bir insan haqqı ilə, oxucunun bilmək haqqı ilə bağlıdır. Beleliklə informasiya əldə etmək haqqı gündəmə çıxdı).

Ceofrey Robertson və Əndriyu Nikol yayımıda əxlaqlılıkla bağlı dedilərinin konkret faktlarda göstərməyə çalışırlar. Onlar, məsələn, yazırlar ki, Ədəbsizlik haqqında Qanunda düzəlişlər diskussiyasına həsr olunmuş televiziylidə murdarçılığı göstərən video-klip başqa olacaq, nəinki bu kontekstdən qıraqda. Və ya komediyaların bəzi formalarının sosial sonuclara

rindan danışan programda irqi əlamətlər üstünə edilən zarafatların göstərilməsi bir şeydir, irqi inciklikləri artırın televizyon verilişi başqa şeydir. Bi-Bi-Si "Gecə tamaşası"nı camaati təhqir edən lətən sayib göstərməyəndə, əslində, gözdən qaçırmışdı ki, lətinin məqsədi azmiş adamların dünyasının haqqında gerçek şeyləri danışmaq idi, təhqiqimiz, iyrinc şeyləri göstirmək yox.

Bəs Bi-Bi-Si nələri zövqsüzlük, programları üçün pis sayır? -Pis danışqları ekran üçün zövqsüzlük sayıır. Ən azı ona görə ki, efridə söyüşlər və s. Britaniyada xeyli şikayətlərin ortaya çıxmasına səbəb olur. Bi-Bi-Si, məsələn, "bəstəd" sözünü, çox işlənəndə, insanları hiddətləndirən kəlmə sayıır (halbuki Avstraliya ingiliscəsində bu söz mehribançılığın dil işarəsidir). Bu Şirkətin ənənəsinə görə seksual köklərdən gələn deyimləri, sözləri sıxa-sıxa işlətmək lazımdır. Seksual orqanları sinonimlər kimi bildirən sözlərə gələndə isə onları yalnız yuxarıların razılığından sonra ekrana getirmək olar.

Bağımsız Televizyon Komissiyasının normativinə görə isə pis danışıği yalnız o zaman ekrana getirmək icazəlidir ki, kontekst onu gərəkli edir. Komissiya məsləhət bilirdi ki, televizyonda pis danışlı proqramlar axşam saat 21-dən sonra göstərilsin (uşaqlar yatandan sonra).

Bi-Bi-Si-də çılpaların göstərilməsinə də yaxşı baxılmır.

Yayım Standartları Komissiyası öz normativlərində televizyonda çılpaq adamı göstərməklə bağlı bildirir: çılpaq insanı heç vəchlə tamaşa obyekti kimi göstərmək olmaz. Çılpalığın göstərilməsi yalnız bəlli çərçivədə legitimlik qazana bilər: fərdi proqramın ölçülərinə görə əgər çılpaq insan səhnəsi sonra olacaq seksual yaxınılığın başlanğıcını və ya yaxınılığın olacağını bildirirsə, çılpalığın göstərilməsini nəsə təmizə çıxarmaq olar. Yarı soyunmuş gənc qız görüntüsü yüngül əyləncə üçün də göstərilə bilər. Dram əsərində çılpaq insan göstərisi olayın bədii konteksti ilə əsaslanı bilər.

Bağımsız Televizyon Komissiyası yayımda irqi, dini və şikəstlik əlamətləri üstündə zarafat yapmaqdan da yayımçıları çekindirir.

Müxtəlif azlıqları ələ salmaq, şikətlərə yazılı gəlməyi nümayiş etdirmək və s. qaçılmalı hallardan hesab olunur.

Yeri gəlmişkən, 90-ci il Qanun Aktında şikəst tamaşaçılarının qayğısına qalmağın başqa təzahürləri də var. Məsələn, həmin Qanun kar və ağır eşidənlərin dadına çatmaq üçün televizyon kanallarına ayrıca göstərişlər verir. Qanun yayımçılarından tələb edir ki, öz məhsullarının 50 faizini kar və ağır eşidən tamaşaçıların qarvayışını nəzərə alaraq subtitrləşdirsinlər. Bu göstərişin nəticəsidir ki, Kanal-4 də Ay-Ti-En proqramları, xəbərlər və s.

subtitrləşdirilir. Bi-Bi- Si, Qranada Televizyonu, Yorkşir Televizyonu, Sabahın Xeyir Televizyonu, Olster Televizyonu və b. öz materiallarının xeylisində subtitrlərin olmasına fikir verirlər.

Subtitrləşdirmə işi ilə ayrıca olaraq İntelfaks xidməti məşğul olur. Bəs İntelfaks necə edir ki, kar və ağır eşidən tamaşaçıların qarayışına yardım etsin? İntelfaks bunun üçün xüsusi qurğu yaradıb. Vido maqnitafon tipində olan bu cihaz personal kompyuterə taxılır və subtitrlər onun vasitesi ilə əldə olunur. Tamaşaçı tamaşa zamanı öz teletekst TV-sində teletekst r888 çağıranda subtitrlər də peyda olur.

90-cı il Qanun Aktı karların və ağır eşidənlərin tələblərini nəzərə almaq haqqında tapşırığı yalnız Yerüzü kanala versə də hazırda sputnik və kabəl kanalları da bu qaydaya əməl etməyə çalışırlar.

Yayım Standartları Komissiyasının reyinə görə yayımda “olar- olmaz” baxımından çətin problemi bədii, ya sənədli formada cinayətkarlıqdan danışan proqramlar ortaya çıxarır.

Bir tərəfdən ekranda cinayət texnikasının göstərilməsi pis örnek rolunu oynaya bilər, ikinci tərəfdən isə, realizm cinayətin texnikasını verməyi tələb edə bilər.

Yayım haqqında qanunvericilik və normativlər ona görə də bu məsələdə kəskin yasaqlar qoymur, sadəcə, ehtiyatlı olmağa çağırır.

Beləliklə, göründüyü kimi 1990-cı il qanun Aktı bir qədər sərt olmasa da söz, informasiya azadlığına bəlli cıçıqların qoyulmasını hər halda istisna etmirdi və bu mənada, tutalı, Birləşmiş Ştatların söz azadlığı ilə bağlı qanunvericiliyindən daha ehtiyatlı görünürdü.

Birləşmiş Ştatlarda söz azadlığı o qədər önəmlü yer tutur ki, orada irqi nifrət yayan, savaşa çağırılan çıxışları, lətləri qanun pozuntusu kimi kvalifikasiya etmək, görürsən ki, ciddi çətinliklər törədir.

1990-cı il Qanun Aktında “tərəfkeşsizlik” prinsipinə yenidən önənmli yer ayrılmazı da incələnməli haldır. Bu Qanuna görə Bağımsız Televizyon Şirkətinə göstəriş verildi ki, həm seçilmişliyinə, həm haqqında çıxarılmış qərarların doğurduğu sonuclara görə önəmlü sayılısı məsələlərdə tərəfkeşsizliyi yeridən normativlər hazırlanın.

Ceofrey Robertson və Əndriyu Nikol yazırlar ki, Qanun Aktında “tərəfkeşsizlik prinsipi” ilə bağlı bir problem də qayğılanma hədəfi oldu. Sözsüz, yayımda tərəfkeşsizlik prinsipi informasiyanı azad yamağa bəlli bir şərait yaradır. Tərəfkeşsiz verilmiş informasiya çoxluqda narazılıq doğursa belə, həmçə informasiya yayanın əlində əsas olur ki, o, təbliğatçı deyil, sadəci, məlumatlandırmaq, bilgiləndirmək funksiyasını yerinə yetirir. Bütün bunlar yayımla bağlı normativlərdə tərəfkeşsizlik prinsipinə əməl

olunmağa güclü arqumentlər verir. Ancaq aydın olan bir şey də var. "Tərəfkeşsizlik prinsipli" pedantcasına yeridiləndə yayımda təhlükəli sonucları gətirib çıxarır. Tərəfkeşsiz bilgiləndirmək "şapqası altında" yayım şirkəti toplumun təhlükəsizliyi, mənəvi mühiti üçün təhlükəli olan şeyləri ekran na çıxara bilər. Ona görə də 90-cı il Qanun Aktı eyni zamanda bölüm 6(6)-da bildirdi ki, tərəfkeşsizlik bütün məsələlərdə, eləcə də demokratiyanın özül prinsiplərində tam neytrallıq, biganəlik deyil.

Bu, o demək idi ki, yayımçılar yaşamın, həyatın dəyərləri, üstünlüyü problemlərində, eləcə də, məsələn, özgürlik (azadlıq), xoşbaxlıqla bağlı mövzularda vecsiz olmamalıdır. Oxşar olaraq həmin bölümən o da çıxırı ki, siyasi ziddiyətlərdə məsələ gəlib, tutalı, irqciliyə dirənəndə irqçi arqumentlərə də tərəfkeşsiz qalmaq vacib deyil.

90-cı ilin Qanun Aktında "tərəfkeşsizlik prinsipi" ilə bağlı bir dəqiqləşdirmə də aparılmışdı. Onun alt bölüm 6(6)(s)-də Bağımsız Televizyon Şirkətinə buyurulurdu ki, icazə lisenzlərində və normativlərində yayımçılara bir məsələni ayrıca olaraq bildirsinlər. Bildirsinlər ki, gündəmə çıxmış olaylarla bağlı hansı programda isə hadisələrə bir tərefli baxışın verilməsi qaćınlırmaz olursa, o biri baxışı bildirən program əldə olmayıncı birinci programı göstərməsinlər. Təbii ki, birincidən sonra əldə olan ikinci də göstərilməliydi ki, tamaşaçılarda seçənək özgürlüyü, azadlığı olsun və onlar diskussiya olunan məsələ haqqında dolğun bilgiləndirilsinlər.

1990-cı il Qanun Aktından Bağımsız Televizyon Şirkəti üçün başqa bu yururq da çıxırı: ondan tələb olunurdu ki, yayım proqramlarında standartlarla bağlı üstünə düşən öhdəliklərini başqa ümumi öhdəliklərinin kontekstində anlasın. Məsələn, onun üstünə ümumi öhdəlik düşürdü, elə etsin ki, əhaliyə "yüksek çeşidi", eləcə də cürbəcürlüyün "geniş yelpincində" sıralanmış proqramlar göstərsin. Bağımsız Televizyon Şirkəti konkret standartlara uyğun hərəkət edəndə, tutalı, sosial normalalara əməl edəndə bu ümumi öhdəliyini unutmamalıydı. Yəni sosial normalalara əməl etmək verilişlərin cürbəcürlüyünü daraltmağa gətirib çıxarmamalıydı.

Bələliklə, Bağımsız Televizyon Şirkəti (Ay-Ti-Si) teleşirkətləri yönəltməliydi toplumdakı zövq və maraq cürbəcürlüyünü əhatə etməyə. Elə bu məqsədlə də komersiya televizyonu olan Kanal-4-də "yeniçi" və ekspiremental materialların olmasına çalışmalıydı.

Yayım üzrə 1990-cı il Britaniya Qanun Aktı haqqında söhbətlərimizə yekun vuranda deməliyik ki, bir məqalə çərçivəsində 241 səhifəlik Qanun Aktı haqqında geniş bilgi vermək olabilməz bir şeydir. Ancaq, bizcə, hər halda bu yazdıqlarımız da aydın edir ki, demokratik ölkələrdə yayımıla bağlı qanunvericilik axtarışı hansı problemlərin, hansı situasiyaların hə-

dəvərində fırlanır, qanunvericilik yayımıda “olar-olmazları” necə düsturlaşdırır.

Britaniyada Yayım üzrə 1996-cı il Qanun Aktı

96-cı il Qanun Aktı Britaniya qanunçulluğunda Radio və Televizyonda yaranmış yeni texnoloji situasiyanı hüquqi məkana salmaq baxımından dəyərli bir hadisədir. Bu yeni situasiya cüt say, eləcə də, sadəcə, say anlamını verən “dicital” anlayışı ilə, bir də çoxlu liflərin, çoxlu tellərin hörgüsü anlamının verən “multipleks” anlayışları ilə bağlıdır.

Qanundan qabaq, artıq, Britaniyada və eləcə də Avropanın başqa ölkələrində, Birləşmiş Ştatlarda, Avstraliyada “dicital radio”, “dicital televizyon”, “dicital yayım” və “multipleks dicital xidmət” deyilən texnoloji sistemlər yaranmışdı. Həm də bu yarananlar sifir texniki faktlar deyildi. Onlar yayımıda həm estetika, həm ünsiyət, həm kültür baxımından yeni imkanların açılması idi.

96-cı il Qanun Aktı dicital, yəni sayar biçimli yayım və çoxhörgülü (multipleks) yayım xidmətinin imkanlarını və bu imkanlardan istifadə edilməsini hüquqi məkana salmaq üçün önemli addımlar atdı. Bundan başqa yayımıda yaranmış yeni durumun ölçülərində icazə lisenzlərinin verilmə qaydalarına və başqa məsələlərə yeni qanun düsturları verdi. Bax, bu mənada 96-cı il Qanun Aktı 90-cı ilin Qanun Aktına düzəlişlər kimi də qavranılır.

Onu da deməliyik ki, sayar biçimli yayım haqqında Britaniyanın Qanun Aktı ilə bir və ya yaxın zamanlarda bəzi başqa ölkələrdə də dicital yayılma bağlı qanunlar çıxıb. Belə bir Qanun Aktı 1996-cı ildə ABŞ-də olub. Başqa bir ingilisdilli, Britaniyanın keçmiş koloniyası Avstraliyaya geləndə isə Mikael Hudson adlı yazar bu ölkədə dicital yayılmla bağlı hüquqi gelişməni belə açıqlayıb. O yazar ki, Avstraliyada 1998-ci il dicital televizyon siyaseti önemli gelişmələr etdi. Həmin il iki qanun layihəsi irəli sürüldü. Bunnardan biri Yayım Şərtləri üzrə Vergi Qanunu oldu, o birisi isə Televizyon Yayım Xidməti (Dicital konversiya) üzrə Qanun oldu. Bu qanunlardan başqa sayar biçimli televizyona göz qoymaq üçün ayrıca qurum da yaradıldı. Ona Avstraliya Yayım Rəhbərliyi adı verildi. 29 Aprel 1998-ci ildə isə ölkə hakimiyəti bildiri verdi ki, ayrıca bir istehsal qrupu yaradır ki, sayar biçimli xidmətə texniki məsələlər, məzmun, planlaşdırma və s. üzrə məsələtlər versin.

Mikael Hudson belə bir əlavə informasiya da verir: Avstraliyada indi planlaşdırılıb ki, dicital televizyon 1 Yanvar 2001-ci iləcən bütün bölgələ-

rə yayımlansın.

İndi isə oxuculara 96-cı il Britaniya Qanun Aktinin oxusunu anlaqlı etmək üçün bu məqalənin son bölümündə dicitallıqla bağlı daha geniş bilgilər verək.

Sayar biçimli ötürmə sistemi (digital ötürmə sistemi, qısaca, DÖS və ya ingiliscə DTS) telsiz, xətsiz komponentlərlə yayımı digital radio və teleqbuledicilərə göndərən sistemdir. Eyni zamanda belə ötürülənlər sonra keçib kabel televizyonu xətti ilə də "yolunu" davam etdirə bilərlər.

Dicitallaşdırma odur ki, görüntülər, səslər sayıların kombinasiyasında şıflanır (kompyuterdə, bilgisayardakı kimi) və sayıların dilində saxlanılır, ötürülür.

Hazırda Azərbaycanda geniş yayılmış mobil telefonlar, eləcə də bu telefonlarla danışqları təmin edən ötürmələr, siqnallar hamısı dicitallıq principində kommunikasiya komponentləridir.

Digital ötürmə sistemi bilgilərin, informasiyanın yollanma sürətini qat-qat artırır, yeyinləşdirir. Bundan başqa, bütün bu yeyinlikdə informasiya çoxstrukturlu, çoxhalqalı telekommunikasiya şəbəkəsində gəzərək, səsin, görkün (şəklin, hərəkətli şəklin) yüksək təmizliyini, dəqiq cizgilərini verir. Sayar biçimli siqnallardan alınan səslerin, şəkillərin təmizliyi, dəqiqliyi adı siqnallardan alınan şəkillərdən 7-8 dəfə artıq olur.

Bundan başqa, sayar biçimli teleqbuledicələrin formatları dürlü irilikdə, hətta çox böyük irilikdə ola bilir. Həm də format böyük olduqca şəkillərin təmizliyi də artır.

Digital yayım o biri yayım tiplərində təhriflərə, korlanmalara getirib çıxan əngəllərdən, küylərdən zərər çekmir. Çünkü onun sistemində pozulmuş sayıları davamlı bərpa edən kodlaşdırma mexanizmi var. Bu mənada digital, sayar biçimli informasiya daha dayanıqlıdır. Onun üçün başqa yayım dalğalarının qarşısına çıxan coğrafi problemlər aktual deyil. Eyni zamanda başqa yayım tiplərinə baxanda sayar biçimli telekommunikasiya sistemi daha ucuz başa gəlir. Hərçənd, hazırda digital yayımı qəbul edən televizorlar yeniliklərinə görə bahadırlar, 2000 və daha çox dollara satılırlar.

Belə gumanlanır ki, sayar biçimli ötürmə dünya televizyonunun kanallar sisteminin simasını dəyişəcək. Digital siqnalların sıxlığı, sürəti elədir ki, məsələn, kabeldə, Bi-Bi-Sinin, Ay-Ti-Vinin, Kanal-4 və Kanal-5-in birlikdə ötürülməsi üçün gərəkli məkanının, yalnız, dörddə birini tutur. Bundan başqa sayar biçimli yayım tamaşaçı ilə yayımlayıcı arasında intensiv ikitirəfli kommunikasiyanı yüksək opreativliyə qaldırır. Yeni "yayımlayıcı-tamaşaçı situasiyası"nı yaradır.

DTS, yəni Dicital Ötürmə Sistemi telekommunikasiya xidmətlərinin çox-

saylı növlərini özünə qatır. Bunlara uzunməsafəli ötürmələr, şəxsi kommunikasiya xidmətləri, yerli yardımçı şəbəkələr və s. daxil olur.

Bütün bunlar nə deməkdir? Bütün bunlar o deməkdir ki, sayar biçimli yayımı qoşulmuş ev öz televizoru vasitəsi ilə INTERNET-də də qoşulur, dükanlar, banklar, səyahət xidmətləri ilə əlaqələr qoşşağında durur, onlardan istədiyi bilgiləri alır.

Sayar biçimli televizor kompyuter funksiyalarını da yerinə yetirir. Məsələn, imkan verir ki, televizorla elektron poçt sisteminə qoşulasan və s.

Sayar biçimli yayımın bir problemi var. Yayımında o, yenilik olduğu üçün daha geniş yayılmış, "ənənəvi" siqnallarla ötürülən teleyayımlarla (analoq teleyayımı ilə), eləcə də belə siqnalları qəbul edən televizorlarla dicital yayım bəlli bir konfliktə girir. Dicital siqnallar çevirici vasitə olmadan kabel, efir televizyonuna və teleqəbuledicilərə keçə bilmirlər. Mehəz bu problem konvertasiya axtarışlarına təkan oldu. Nəticədə dicital siqnalları konverasiya edən, analog yayımına çevirən qurğular ixtrə olundu. Bu haqda Panasonic firması INTERNET-də belə bilgi verir: biz ayrıca konvertor (çevirici) qutular da hazırlayıraq. Sayar biçimli televizoru olmayan sayar biçimli yayımı bu qutu vasitəsi ilə qoşulanda onun qəbuledicisi dicital informasiyanın adı siqnallarda analogunu yaradır. Bu zaman adı televizor şəkilləri daha təmiz göstərsə də hər halda bu təmizlik dicital televizorun göstərdiyi təmizliyə çatmır.

Sayar biçimli yayımın imkanlarını Britaniyada bu yayımı mənimseməmiş Kanal-3 və Kanal-4 aydın şəkildə nümayiş etdirdi. Həmin kanallar genişəkranlı müstəvilərdə açılaraq qavrayış üçün yeni asanlıqlar yaratdı. Bundan başqa dicitallığın sayəsində mümkün olan multipleks (çoxhörgülü), çoxqatlı xidmət Kanal -3 və Kanal-4-də ona gətirib çıxardı ki, sayar biçimli vasitərlə ötürülən, açılan görüntülər, səslər əlavə qrafik effektlərə, teletekst qoşqusuna, yeni tipli informasiya situasiyalarına malik oldu. Biz dicital yayımdan danışanda, artıq, multipleks, yəni çoxhörgülü xidmətə də toxunduq. Multiplekslik (çoxhörgülü) iki və daha çox informasiyanın ey-nivaxlı bir, ya da iki yönə elektron siqnallarla ötürülməsidir. Bu zaman yayımçı bir ötürmə ciğiri ilə tezliklərinə, zamanına görə fərqlənən siqnalları yollayır. Hərçənd siqnalların zaman fərqi soraqların bivaxlığını pozmur.

Dicital yayım bir siqnal dalğasına çoxlu yayım xidmətlərini toplaya bilir. Ona görə də yayımda çoxxidmətlilik alınır. Multipleks xidmət televizya programına baxa-baxa INTERNET-dən, elektron poçtundan soraqlar almağı, bank və dükanlardan informasiya götürməyi, yayımlayıcıya öz arzularını bildirməyi və s.-ni bir xidmətin içində hörgülənmiş xidmətlər kimi

mümkün edir.

Bütün bu yenilikler üçün hüquqi bazanı Yayım üzrə 1996-cı ilin Qanun Aktı vermiş oldu. 90-ci il Aktı kimi bu Qanun Aktı da çox əhatəlidir. Onun buyuruqları, "olar-olmaz"lar üzrə göstərişləri 8 Üst bölməyə paylanıb. Büttünlükdə isə Qanunda 150 bölüm var.

Üst bölmələrin məzmununu onların hər birinin adı açır. Bu adları tanış olaq:

Üst bölüm I : Yerüstü Sayar Biçimli Televizyon Yayımı.

Üst bölüm II: Yerüstü Sayar bicimli Səsli Yayım.

Üst bölüm III: 1990-cı il Qanun Aktına Düzəlişlər.

Üst bölüm IV: İdman və Milli maraqlarla bağlı başqa olaylar.

Üst bölüm V: Yayım Standartları Komissiyası.

Üst bölüm VI: Britaniya Yayım Şirkəti.

Üst bölüm VII: Üzünü göçürmə və bununla bağlı başqa məsələlər.

Üst bölüm VIII: Başqa və Ümumi Məsələlər.

96-cı il Qanun Aktında bu Üst bölmələrdən, onlardakı bölmələrdən və alt bölmələrdən başqa sonda siyahılar, cədvəllər də verilib. Haqqında danış diğimiz Qanun Aktı 90-cı il Qanunundan bir planda daha da irəli gedir. Bu Qanunda məzmun və keyfiyyətlə bağlı çox cüzi göstərişlər var. Bölmələr, altbölmələr, başlıca olaraq statut məsələsinə aydınlıq gətirir, nəyin nə olması, necə olması məsələsini göstərir. Dediklərimizə konkret örnəkdə baxaq. Qanunda məzmun planına dəxli olan göstərişlərdən birini İnsan haqlarından doğan buyruqlar verir:

Bərabər imkanların və ədalətli baxılmanın olmasını daha da yüksəltmək. -(1) hər bir çox hörgülü icazə lisenzi, ya da sayar bicimli proqrama verilən icazə lisenzi həmin lisenzleri olandan bu şəraitü yaratmağı tələb edəcək:

(a) tələb edəcək ki, işə götürmək məsələsində kişilərlə qadınlar, eləcə də irqi qruplar arasında bərabər imkanların olması üçün gərəkli ölçülərə əl atsın,

(b) tələb edəcək ki, şikəst adamların işə götürülməsi məsələsinə ədalətli baxılmanın irəlilətmək üçün ölçülər götürsün,

(2) Altbölmə (1)də "irqi qrup" Irqi ilişgilər üzrə 1976-cı il Qanun Aktında ki ilə eyni anlamdadır, eləcə də "şikəst insan" Şikəstliyə görə Ayrı-Seçkilik üzrə 1995-ci il Qanun Aktındaki ilə eyni anlamdadır.

Göründüyü kimi, bu alt bölmələr məzmunla bağlı olsalar da programların məzmununa yox, işçilərin götürülməsinə aididir və bununla da işə götürənin statutu məsələsinə daha yaxındır.

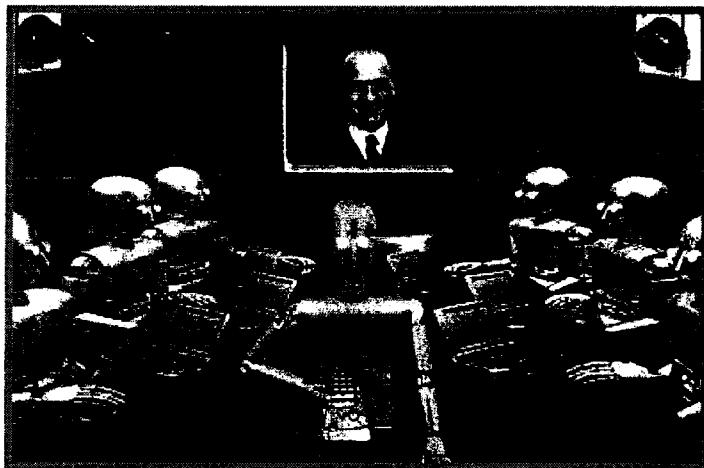
96-cı il Qanun Aktının bütün ruhuna Sayar biçimli yayımında önemli olan anlayışları, hərəkətləri seçib onlara tərif, tanım, açıqlama vermək xasdır. Əşkidə bu metodу Aristotel ixtira etmişdi. Onun bütün fəlsəfi düşüncəsi, sonralar fəlsəfə tarixçilərinin dediyi kimi, distinkтив-deskriptiv metoda əsaslanırdı. "Distinkтив" seçib ayırmayı, "deskriptiv" isə təsvir etməyi bildirir. Aristotel bir olayı, nəsnəni (cismi) fəlsəfi yolla anlatmaq istəyirdi, onların hansı növdən olmasını, başqalarından hansı əlamətlərlə, göstəricilərlə fərqlənməsini anladırdı və bütün bunlarla da onların təsvirini verirdi. Aristoteldən sonra bu metod Roma hüququna, Şərqdə əl-Fərabi, Nəsimidən Tusi kimi filosofların fəlsəfəsinə, Avropanın şkolastikasına, Müsəlman Şərqiñin Şəriətinə keçdi. 96-cı il Qanun Aktı da bir çox bölmələrində məhz distinkтив-deskriptiv əməliyyatlar aparır. Buna örnəkdə baxaq:

(4) İndiki Üst bölümde "sayarlı program xidməti" bildirir televizyon proqramlarındakı hər hansı şəxsin o xidmətini ki, (bölüm (24(2)-də necəliyi tənimlənmiş hər hansı köməkçi xidmətlərlə birlikdə) cəoxluğun qarvayıışına yönəlik sayarlı biçimdə yayım verir, bu yayımı ya həmin şəxs özü, ya da həmin şəxs başqasının əli ilə verir, ancaq bu yayima aid olmur:

- (a) kvalifikasiyalı xidmət,
- (b) teletekst xidməti, ya da

Bax, bütün bu distinkтив-deskriptiv hüquqi düşüncə Qanunda şirkətlər, qurumlar, proqramlarla bağlı statut məsələsini, yəni onların qanuni veziyətini, öhdəliklərini təsvir edib göstərməyə, bununla da yayımı anlayışlar şəbəkəsinə "yazmağa" xidmət edir.

İTALİYADA TELEVİZYA VƏ RADIO YAYIMLARI, HÜQUQİ DURUM



İTALİYADA YAYIM VƏ YAYIMIN HÜQUQİ DURUMU

Dırçelis (İntibah) çağı Avropa kapitalizminin formalamasında İtaliyanın böyük rolü olsa da, Batının, yəni Qərbin müsiqisinə, ədəbiyyatına, rəssamlığına bu güney məmələkəti böyük klassiklər versə də ta XX yüziləcən o, davamlı iqtisadi, siyasi, mənəvi böhranlar silsiləsini yaşamışdı. Ancaq, bununla belə, italyan millətinin kültür potensialının böyüklüyü heç vaxt qapalı qalmamışdı. Ən böhranlı dönəmlərdə də, Avropanın ən axır sıralarında durdugu çağlarda da hansı sənət növlərində, hansı elm və texniki axtarışlardasa İtaliya tarixə parlaq şəxsər vermişdi. Özü də bu şəxslərin arasında hətta radioyayım texnolojisinin formalamasına da dəxli olan kimsələr olmuşdu. Onlardan biri, - Quaglielmo Markoni İtaliya fiziki, ixtiraçısı idi, 1874-cü ildə Boloqnada dünyaya gəlmüşdi. Bu adam 1896-cı ildə effektli radio-teleqraf sistemini ixtira etmişdi. 1909-cu ildə Nobel ödülü (mükafatını) alandan sonra isə fəal şəkildə çağdaş radio yayımının özülündə duran qısalışlı simsız kommunikaksiyanın gelişməsi üzərində çalışmışdı.

(Markoninin adı Böyük Britaniyada yayımın yaranması ilə six bağlıdır. Kitabımızda Britaniya yayımı haqqında olan bölmədən göründüyü kimi "Markoni kompani", "Markoni Hauz" Bi-Bi-Si-nin yaranışında erkən faktlardan olmuşdu).

İndi ki Bi-Bi-Si radiosunun adını İtaliya yayımı ilə ilişgidə çəkdik, bir fərqi söyləmək gərək. Böyük Britaniyanın yayım tarixində radio Bi-Bi-Si çox önemli yer tutduğu üçün, ümumiyyətlə isə, bu radionun bütün dünya üzrə Radio yayımlara böyük təsiri olduğuna görə Birleşmiş Krallığın yayımından danışanda ona yetərli yer ayıırlar. İtaliya radiosunun yaranışda, ilk dönəmlərdə belə yetənəkləri, nailiyyətləri olmayıb, ona görə də İtaliya yayımı üzrə bir çox ədəbiyyatda televiziyon qədər onun tarixçəsinə önemli yer verilmir.

Hərçənd o da deyilməlidir ki, tarixi xidmətlərinə görə İtaliya yayımında radionun parlaq sehitləri olmasa da auditoriya baxımından onun sonrakı nailiyyətləri yetərli qədər diqqətə layiq görünür. Araşdırmaclar göstərir ki, son çağlarda hər gün 34 milyon adam, yəni əhalinin 66 faizi İtaliya radiolarına qulaq asır. Əhalinin 82 faiz isə heç olmasa həftədə bir dəfə onu dinleyir. İtaliyada dövlət yayımının adı, - abreviaturası "RAI" də radio ilə bağlıdır. İlkində bu yayıma "Radio İtaliyano" deyilirdi. "RAI", bax, bu kəlmədə-

ki hərfəldir. Maraqlıdır ki, ölkədə televizyon yaranandan sonra da dövlət yayımının adı RAI qaldı. Bu dəfə onun açımı "Radiotelevizyone Italiyanو" oldu.

İtaliyada dövlət radioları və 12 komersiya radiosu milli miqyasda şəbəkələr əmələ gətirir. Ölkə üzrə lisenzi olan yerli radio stansiyaların sayı isə 350-yə çatır.

Bu məmləkətdə gənclər radioya daha çox bağlıdır. 100 gəncdən 89-u həmişə radionu dinləyir. Onlar, əsasən, gündüzlər radioya qulaq asırlar, özü də ən çox qulaq asırlar komersiya radiolarına.

İtaliyada ixtisaslaşmış radiolar da var, özü də onların arasında katolik kilsəsinin "Radio Mariya"sı ən populyar dalğadır.

RAI-1 radiosuna gündə 7.7 milyon adam qulaq asır. RAI-2-ni 6 milyon adam dinləyir. Komersiya yayımı olan "Radio Di- Cey" in dinləyiciləri isə İtaliyada 4.1 milyona çatır.

Appenində yayımın subyektləri çoxçəşidlidir. Burada dövlətin, ayrı-ayrı sahibkarların radio-tele yayımları ilə yanaşı katolik kilsəsinin də öz yayımı var. Katolik kilsəsi başına 254 radiostansiya toplayıb, onların da arasında dediyimiz kimi ən populyarı "Radio Mariya"dır (kilsənin teleşəbəkəsində issə stansiyaların sayı 35-ə çatır və bunlara 5 milyonanın adəm baxır).

Televizyona gələndə onun italyanlar üçün nə qədər sevimli yayım kanalı olmasına dürüü statistik verilər (rusca "dannie") göstərir. Məsələn, 90-ci illərin erkənlərində italyan ailələrinin 100 faizinin televizoruvardı və bu hətta Avropa üçün də yüksək göstərici idi. Evində iki televizor olanlarının sayına görə isə İtaliya Fransadan, Almaniyadan qabaqdadır.

Adəməşən düşən teledəqiqəyə görə bu ölkənin göstəricisi çox yüksəkdir. İtaliya bu baxımdan Avropanın orta göstəricisindən yuxarıda durur.

Ancaq sputnik televizyonuna gələndə 90-ci illərin erkənlərində İtaliyanın göstəriciləri Avropanın başlıca ölkələrinə baxanda aşağı idi (bəziləri İtaliyada sputnik televizyonunun zəif inkişafının səbəbini onda görülür ki, italyanlar başqa dilləri bilməkdə hamidən geri qalır).

Ölkədə sputnik televizyonunun bu durumu həmin illərdə dövlət qatında bəlli narahatlılıq doğurdu. Ona görə də sputnik televizyonunu geliştirmək üçün 1994-cü ildə ayrıca bir plan qəbul olundu. Bu plan 1997-2000-ci iləcən sputnik televizyonunu geliştirməyi nəzərdə tuturdu. Dövlət bu məqsədlə həmin sektora 105 milyard lirə ayırdı. Tezliklə həmin pullar nəticə verməyə başladı. İtalyan tamaşaçıları Avropa sputnik kanallarına baxmaq üçün çoxlu parabolik antenalar alımağa başladılar. Hazırda belə antena

yiyələri Appenindən "Avrosportu", "Em.TV"-ni, "Syupə çənnəl"i, "Bi-Bi-Si nyuz"u, "Si-En-En intənəşnl"i, "Avronyuz"u tuta bilerlər.

O ki qaldı kabel televizyonuna, İtaliyada bu yayım forması hələ də zəif olaraq qalır.

Bu sadalanan faktlardan sonra indi də İtaliyada telestansiyaların başqa göstəricələrinə baxaq. Telestansiyalar məsələsində İtaliyanın yetənəkləri çox böyükdür. Hesablamalar göstərir ki, teleşəbəkəsinə görə bu məmləkət dünyada ən yuxarı yerdən birini tutur. Milli kanallara gələndə isə o, sayca ən üstün göstəricini əldə edib.

İtaliyada televizyonla mədəniyyət arasındakı ilişgilər xeyli maraqlı durumlar yaradır. Bəllidir ki, televizyon audiovizual sistem kimi kino sənəti-nə yaxındır, daha doğrusu, kino sənətindən çoxlu təsvir-ifadə effektlerini götürür. Bu baxımdan italyan kinosunun Avropadakı telegəlİŞmədə çox böyük rolu olub. İkinci Dünya Savaşından sonra sosial-siyasi-iqtisadi baxımdan çox pis vəziyyətdə olan İtaliyanı Avropa mədəniyyət sistemin-də reablite edən, təmizə çıxaran olaylardan biri də Roberto Rossellini, Vittorio de Sika, Federiko Fellini kimi sənətkarların yaratdığı neorealizm oldu. Kinematoqrafda Neorealizm, Yeni dalğa Hollivud məhsullarını arxada qoyub Avropa kinosunu irəli çıxartdı. Hollivud yalnız xeyli vaxtdan sonra bu irəli çıxmış kinonu haqlayıb ötdü və Avropa kinobazarını ələ aldı.

İtaliyan kinematoqrafi, italyan operası millətdə audiovizual vasitələrə özəl bir həssaslıq, duygunluq formalaşdırmaqla italyanları teleyayım dünyasına və tərsinə teleyayımı italyanların dünyasına doğma etdi.

(İtaliyan radiosunda, televizyonunda, ənənəvi olaraq, musiqinin xarakterik bir özəlliklə çox olması bu ölkənin kültüründə musiqinin və operanın çəkisinin çox olmasından doğur. Radiotelevizyonda musiqinin kəskin üstünlüyü uzun müddət qaldı və yalnız 90-ci illərdə idman verilişləri, şoular, kinofilmlər televizyonda artaraq musiqi ilə optimal bir tənasübə çatdırılar (idman yarışları hətta daha sonra birinci yerə qalxdı).

Yayımda musiqinin ənənəvi önemini başqa bir fakt da təsirli göstərir. İtaliyanın ünlü telepersonlarından, şoumenlərindən olan Pippo Baudo həm də tanınmış San-Remo festivalının populyar aparıcısıdır. Güman etmək olar ki, San-Remonun musiqi aurasının onun aparıcı aurasının formalaşmasında təsiri az olmayıb)

Bəs italyan yayımının tarixi, indiki prosesləri necə görünür? İndi isə bu suala baxaq.

Bir çox ölkələrdə olduğu kimi İtaliyada da teleyayım tarixi Dövlət televizyonu ilə özəl, komersiya televizyonunun rəqabətindən öz gərginliyini qazanıb. İngiltərə yayımından sonra İtaliya yayımı bir daha göstərir ki, tele-

yayımı göz altında saxlamaq, ona nəzarət etmək bir çox ölkələrdə təkrarlanan, tipik haldır.

Teleyayım vətəndaşlara effektli təsir etmək, ölkədə müxtəlif durumlar yaratmaq baxımından çatılmaz audiovizual vasitədir. Ona görə də hakimiyətin belə bir vasitəni əldən vermesi və ya bu vasitəyə özəl sektorda rəqiblər yaranmasına icazə vermesi xeyli müşkül işdir.

İtaliya dövlət yayımı "Radiotelevizyonne İtaliyan" 1924-cü ildə yaradılıb, 1927-ci ildə isə onunla dövlət arasında razılaşma olub ki, 25 il radioverilişlər, programlar yayılmamaq üçün yalnız ona icazə verilir. RAI-nin konfessionuna (İtaliyada lisenzə "konfession" deyilir) 1952-ci ildə teleyayım icazəsi də artırıldı və beləliklə yayım sahəsində onun monopoliyası, təkəlciliyi üçün əlverişli bir durum yaradıldı.

Zaman keçdikcə yayımın dövlətçilik, dövlət maraqları ilə bağlı güclü və hətta "qorxulu" imkanları daha da aydın oldu. Ona görə də dövlət RAI-ni demək olar ki, tam şəkildə öz institutuna, qurumuna çevirdi. Hərçənd o da deyilməlidir ki, İtaliyada dövlətin RAI-yə yiyələnmək siyaseti bazar iqtisadiyyatının verdiyi "oyun qaydaları" formasında gerçəkləşdirildi. Bu qaydalara görə RAI aksioner cəmiyyət edildi, deməli, onun əle keçirilmesi də sosializmdə olan "milliləşdirmə aksiyası" ilə yox, RAI-nin aksiyalarının alınması ilə həyata keçirildi. Məsələ belə həll olundu. RAI-nin aksiyalarının 99 faizini dövlət mənsub Sənaye Rekonstruksiyası İnstitutu aldı. Bu institutun özü Batı Avropada ən iri maliyyə-sənaye qurumlarından idi. O, 1933-cü ildə yaranmışdı və dövlət tərefindən yönəldilirdi.

Iqdisi mexanizmlə beləcə dövlətə bağlaşdırılmış RAI uzun müddət hakimiyətin iqdisi mexanizminin verdiyi kanallarla onun siyasi təsirlərinə məruz qaldı.

Deyilənə bir az konkret baxaq. İkinci Dünya Savaşından sonra İtaliya siyasi sistemi faşizm çağlarından xeyli ayrılan böçümlərdə şəkillənməyə başladı. Bəlli vaxtdan sonra bu sistemdə dayanıqlı, stabil iki qütbülük əmələ gəldi. Bu qütbəldən birini Xristian Demokratlar hakimiyyətdə duraq formalasdırdılar.

Xristian Demokrat Partiyasının tarixçəsi 1919-cu ildən başlayır. Həmin il Siciliya keşişi Luici Sturzo Xalq Partiyası adında siyasi bir qurum yaratmışdı. Bu qurumun güclü təşkilatlanması və intizamlı birlik nümayiş etdirməsi tezliklə uğurlar getirdi. Ancaq 1926-ci ildə faşist hakimiyyəti başqa partiyalar kimi Xalq Partiyasını da yasaqladı.

İkinci Dünya Savaşından sonra Xalq Partiyasının əski öndərləri Katolik kilsəsinin dayaqçılığı ilə Xristian Demokrat Partiyasını yaratdılar. Bu partiya özündə katolisizm dəyərlərini və antikommunizmi birləşdirib sahib-

karlığı ve sosial islahatları müdafia edirdi. Partiya İkinci Dünya Savaşından 1993-cü iləcən İtalya siyasetində üstdə durdu. Önce onun başqanı Alside De Qasperi 8 il Baş Nazir oldu. 1963-cü ildə Partiyanın ünlü rəhbəri Aldo Moro (sonralar ifratollar onu qətlə yetirdilər) hakimiyyət qapısını Sosialist Partiyasına açdı. Bu iki partiyadan qurulmuş kabinet 70-ci ilərəcən hakimiyyətdə qala bildi.

Göründüyü kimi, öz tarixçəsində Xristian Demokratlar 60-ci illərdən başlayaraq heç də həmişə tek olaraq hakimiyyəti əldə saxlamamışdır. Onlar sonrakı döndlərdə iqtidarda qalmaq üçün koalisija prinsipi ilə əvvələrinə öncə sağ, sonra Sosialist Partiyası başda olmaqla sol mərkəzçi partiyaları toplamalı oldular.

Bələ bir vəziyyətdə İtalya siyasi sisteminin o biri qütbünü Savaşdan böyük saygı ilə çıxmış İKP (İtalya Kommunist Partiyası) yaratdı. Müharibədən sonrakı illər boyu uzun müddət, bax, bu iki qütbün qarşılurmaları, aksiyaları İtaliyada səs-küülü hadisələr silsiləsini töretdi.

Yalnız 1991-ci ildə hakimiyyət qütbünü tutmuş Koalisyon partiyalar arasında çat böyüdü. Onların ilişgilərində ziddiyetlər elə dərinləşdi ki, arṭiq, öncələr olduğu kimi bir qütbde birlikdə dura bilmədilər. Bunun sonucunda ölkədə siyasi böhranlar baş verdi. O biri tərəfdən kommunist partiyası da transformasiya olub Solçu Güclərin Demokratik Partiyasına çevrildi. 91-ci ildən sonra İtaliyada siyasi sistemin ənənəvi şəkli dəyişdi. Ölkədə çoxlu yeni partiyalar, məsələn, Yaşlılar partiyası, Quzey Liqası kimi regional tipli partiyalar səhnəyə çıxdı.

1991-ci ildə siyasi durumun bələ dəyişməsinin bir neçə səbəbi vardı. Bu səbələrdən bir 70-ci illərdə özünə yer almışdı. Həmin çağlarda İtaliyada Katolik kilsəsinin təsiri azalmağa başlamışdı ve bu proses, sözsüz ki, Xristian Demokratlar Partiyasının nüfuzunun aşağı düşməsinə səbəb olmaya bilməzdi. Bax, bələ bir vəziyyətdə Sol mərkəzçi güclərin toplumda çəkisi artmışdı.

Bütün bu siyasi tarixçənin İtalya yayımında öz sonucları oldu. Xristian Demokratlar Partiyası və onunla koalisyada duran siyasi partiyalar hakimiyyət zirvəsində duranda RAI-də bütün başlıca vəzifələrin paylanması Xristian Demokratların əlində idi. Sol güclərin çəkisinin artması ilə dövlət televizyonunda da durum dəyişdi. RAI üzərində Xristian Demokratların təsiri azalmağa başladı. Onlar məcbur olub sol mərkəzçilərin, - sosialistlərin də öz adamlarını RAI-də vəzifələrə yerləşdirməsinə yol verdilər. Beləliklə, RAI-nin siyasi baxımdan mənzərəsi bir az dəyişsə də onun siyasi patronaj altında olması dəyişmədi. Bunun sonucu kim RAI-1 Xristian Demokratların əlində qaldı, RAI-2 sosialistlərin, RAI-3 isə komunistlərin təsir

çevrəsinə düşdü.

İtaliyanın siyasi proseslerinin informasiya məkanına necə təsir etməsinə bu deyilənlər dövlət yayımı qatında göstrir. Ancaq ölkədəki siyasi mübarizələr başqa planlarda da yayımı öz sonuclarını buraxırdı.

Yayımla bağlı yeni texnologiya, artıq, 60-cı illərdə RAI-ya, deməli, dövlət yayımına yerlərdə zəif də olsa, hər halda ayrı-ayrı rəqiblər yaratmağa başlamışdır. Bu ən birinci özünü əlinə ucuz videokamera keçirmiş tələbə hərəkatında göstərmüşdilər. Kamerası olan tələbə qrupları başlamışdılar çəkilişlər aparıb stansiyalarla əlaqələr qurmağa. Onlar öz video materiallarını kiçik coğrafiyada olsa da beləcə stansialar vasitəsi ilə göstərməyə girişirdilər. Həm də deməliyik ki, onların çəkilişləri, sadəcə, texniki məraqqdan doğmurdur. İtaliyada tələbə qrupları yetərincə ideolojiləşmiş, siyasişmiş dəstələr idi. Ona görə də onlar ideoloji savaşın qızgınlığına tutulmuşdular.

Tələbələr arasında yayılmış ideologiyalardan biri önce Amerikada populyarlıq qazanmış kontr-informasiya ideologiyası idi ki, İtaliyaya gəlib çıxmışdı və rəsmi informasiyaya alternativlər yaradırdı. Toplumda dürlü kultur, fəhlə, həmkarlar qrupları vardı, hamısı da çalışırdı audiovizual vəsitələrlə nə istədiklərini, hansı dəyişmələrə can atdıqlarını, nələrə qarşı çıxdıqlarını adamlara bildirsindər. Bax, bütün bu istəklər, artıq, 60-cı illərdə RAI-nin təkəlciliyinə, monopoliyasına zərbələr vuran "yayında saçاقalanma" fenomenini ortaya çıxardı. Ancaq göstərdiyimiz siyasi durumla bağlı bir şeyi də deməliyik. Dövlət yayımından qırqaqdə durub ona alternativlik etmək istəyən bu yayım saçاقlarını ortaya atmış ayrı-ayrı qruplar İtaliyada çox zəif və dağınıq idilər. Ona görə də yayında onların mövqeyi RAI üçün yalnız perspektiv baxımından təhlükəli idi.

Çox keçmədi ki, bu perspektiv hesablamalarının düz olması aydın oldu. Müxtəlif qrupların audiovizual yayım yetənəklərindən, nailiyyətlərindən getdikcə daha monolit, effektiv biçimdə strukturlaşmış fəhlə qrupları, iqtisadi çevrələr, siyasi qurumlar istifadə etməyə başladılar. Beləliklə, ölkədə alternativ yayım məsələsi gerçək və güclü faktşa çevrildi.

Yayım bazarını ələ keçirmək üçün siyasi güclərin çalışmaları italyansaşağı orijinallığıda odu. Ölkənin qanununa görə partiyalar seçkilərlə bağlı dövlətdən maliyyə alırlılar. Partiyalar bu maliyyəni gizlিং radio-televiziyon stansiyalarına yönəldərək onları özlerine bağlamağa çalışırdılar. Bütün bu kimi səbəblərdən İtaliyada nəinki Dövlət yayımı, eləcə də Dövlət yayımından kənarda formalaşmağa başlayan özəl yayımlar da siyasişməyə başladılar.

Yaranmış bu vəziyyətdə italyan jurnalistikasında suç axtaranlar bu jur-

nalistikanın xoşagelməz milli simasını çizmaq üçün açıklamalar verdilər. Bəzi araşdırıcılar bildirlər ki, italyan jurnalistikası daha çox invektiv (söyüscül, hücumçu) tekst üstündə qurulub, ona görə də burada incələmə, jurnalist araşdırmları güclü deyil. İtalyan jurnalistikası daha çox dəstəbazlar jurnalistikadır.

Bir vaxtlar göz qoyulan, nəzarətdə saxlanılan, idarə olunan “azadlıq” şəraitində formallaşmış bu jurnalistika sonradan faşizm rejiminin içindən keçəndə, artıq, öz pis tərbiyəsini almışdı. Faşizm dağıldı, ancaq əski çağların yaratdığı “pis xasiyyətlər” italyan jurnalistikasından əl çəkmədi. İkinci Dünya Savaşından sonra bu jurnalistika böyük bir daxili həmrəyliklə varlıkların, yuxarıları maraqlarına qulluq etməyə başladı.

Araşdırıcılar göstərilər ki, 70-ci illərdə televiziyon üzərində dövlət təkəlciliyi dağidlanda həm televiziyon, həm mətbuat jurnalistikası əski adətin-dən uzaqlaşmağa başlayan kimi göründü. İtaliyada səs salmış və “Təmiz əl” adını qazanmış məhkəmə araşdırmları partiyalaradki korupsiyani bütün dərinliyi, qorxuncluğu ilə faş edəndə sanki italyan jurnalistikası silkələndi və siyasi güclərin anqajesindən (muzdlu işlətməsindən) qurtulmağa çalışdı. Siyasetin ləkəsi böyük idi və bu siyasetə qulluq edən jurnalistika həmin ləkəni üstündən atmaq istədi.

Atmaq istədi, ancaq İtalya siyasi gerçəkliliyi çox keçmədi, yenidən jurnalistikani ağuşunda sıxıdı. 90-ci illərdə italyan jurnalistikasında siyasişəmədən qurtulmaq üzrə aparılan dəyişmələr dayandı. Ölkədə siyasi çax-naşmlar, diskussiyalar, rəqabetlər televiziyya və mətbuata yenidən təsir etdi və onları anqaje olunmuş yayımı çevirdi.

Bu deyilənlər italyan jurnalistikasının, o cümlədən, telejurnalistikasının siyasi reallıqdan aldığı təsirlərdən necə pisləşməsini göstərmək üçün qurulmuş versiyadır ki, müəyyən məqalə və kitablarda gəzir. Ancaq İtaliyada “gerçek və yayım” situasiyasının daha mürəkkəb olmasını, sade bir modelə sığmadığını göstəren başqa açıklamalar da var. Məsələn, araşdırıcıların bir qrupu göstərir ki, ölkədə yayımın komersiyalaşması siyasetlə bağlı tamam başqa vəziyyətlər yaratdı: öncələrdən fərqli olraqa teleyayım siyasetin tele-estetikəni, bazar qaydalarını saya almayan diktatına müqavimət göstərdi.

İndi Azərbaycanda gördükümüz bəzi siyasi arzular İtaliyada da vardi. Siyasi güclər iqtisadi vasitələrlə özlərinə bağladıqları yayımlardan, proqramlardan tələb edirdilər ki, partiya olaraq keçirdikləri bütün tədbirləri mətbuat, televiziyon işləşdirsin. Ancaq oxucular, tamaşaçılar üçün siyasetin bu faktları elə də maraqlı deyildi. Ona görə də mətbuat, tele və radio stansiyalar siyasetçilərin istəklərinə müqavimət göstərməyə başladılar.

Sonucda yayımdakı siyasi programlardan çoxu yerini getdikcə əyləncə, sensasiya programlarına verdi. Bazar iqtisadiyyatının tamaşaçıda yaratdı-ğı istehlakçı, tüketimçi psixoloji ona getirib çıxardı ki, televizyon üçün partiya aparatlarının işi yox, siyasətçilərin efektiv, skandallı çıxışları maraq doğurdu. Buna uyğun olaraq siyasətçilər də özlərini bildirmə formalarını dəyişdilər. Televizyona televizyonun istədiyi skandalları, deyimləri, savaşmaları, öcəşmələri verməyə başladılar. Belə bir durumda adamlar yayımın araçılığı ilə partiya aparatını yox, dürlü siyasətçi simalarını görməyə başladı. Buna siyasətin presonlaşması deyilir. Eyni proses Birləşmiş Ştatlarda da vaxtı ilə getmişdi, 70-ci illərdən başlayaraq isə İtaliyaya keçdi.

Bu fakt bir şeyi aydın edir. Adətən, dünyanın, gerçəkliyin televizyona təsirini güclü göstərən örnekleri daha asan tapmaq olur. İtaliya timsalında biz asanlıqla bunu hakimiyyətdə olanların RAI-dəki vəzifələrə öz adamlarını qoymaqla televizyonun necələyini idarə etməsində görülür. Ancaq elə də az olmayan örnekleri televizyonun toplumu, kültürü necə dəyişdirməsi verir. Təəssüf ki, belə faktların çoxluğuna baxmayaraq, onları üzə çıxarmaq daha çətindir, ona görə də Azərbaycanda televizyon haqqında yازılarda biz yayımın mədəniyyətə təsirlərini açıqlayan yazıları az rast gəlirik.

İndicə haqqında danışdığınıız məsələ, yəni Birləşmiş Ştatlarda, İtaliyada televizyonun partiya bürokratiyasını, aparatını arxa plana çekib şəxsiyyətləri simvollar kimi ortaya çıxarması siyaset üçün çox önəmlı, çox sonnuclu haldır. Sözsüz, TV qələbəliyi, yiğnağı göstərən kadrları bəlli hallarda çox sevir. Ancaq o biri yandan, televizyonu XX yüzilin mif yaradıcılığında önemli vasitələrdən sayırlar. Mif yaradıcılığı isə elədir ki, üzsüz-ifadəsiz bürokratiya, partiya aparatının materialları üstündə böyük uğurlar əldə edə bilmir. Mif yaradıcılığı görkəmlilərin, seçilmişlərin şəkilləri (imicləri) üstündə işləyəndə daha güclü effektlər çıxarır. Ona görə də İtaliyada televizyon siyasətçilərin personlarına yönəldi. Başqa ulduzlarla olduğu kimi siyasətçilərin də sözləri, jestləri, konfliktləri, görüntüləri tele-mif, tele-gerçəklilik üçün təsirli simvollara çevrildi. Belə bir durumda televizyon İtaliyanın siyasetindən "üzlər" masqalar ("person" ilkin anlamında masqa deməkdir) istədi. Siyasetin isə bu istəyə müqavimət göstərməyə gücü çatmadı, çünki teleyayım siyasetin adamlara çıxması üçün ən güclü kanal idi və ondan üz döndərmək mümkün deyildi. Belə bir durumda partiya aparatları özlərini qısib telemək kana dürtüşmək iddiasından əl çəkməli oldular və həmin məkana liderlərin çıxması ilə barışdılar. Bu, demokratianın sadə anlamına uyğun gəlməyən bir durum idi. Həmin anlam partiya kütłəsini xalq küt-

ləsi prinsipində modelləşdirirdi və sonra da bu mənTİqə “əsas partiya küt-ləsidir, lider isə onun xidmətində durandır” düşüncəsinə çıxırdı. Mass-mədiya oxucularını, tamaşaçılarını bu ilkin anamlarla vidalaşdırırdı. Əvezində onlara yeni anlam koordinatlarını yeridirdi. Bu koordinatlar demokratiyada elita fenomeninin biçimini hesablanırı.

Siyasətin yayım sayəsində personlaşmasını, şəxsiyyətlərin ekrandan partiya aparatını sixışdırmasını ən güclü şəkildə özəl televizyonda ən böyük sahibkar olan Silvio Berluskoninin siyasi uğurlarında və uğursuzluqlarında görərik.

Komersiya televizyonunun simvoluna çevrilmiş Silvio Berluskoninin biznes karyerası hecdən böyük qazanca doğru böyük məsafəni yeyincə keçməsi ilə italyanlar üçün böyük cazibə yaradır. Bu adam təhsilinə görə hüquqçu idi və diplom işini reklamdan yazmışdı. Ali savad alandan sonra o, tikinti biznesi ilə bağlı “Ediliord” adında cəmiyyət yaradır, qarşısına azman binalar, dəm-dəzgahlı binalar tikmək məqsədini qoyur. Ancaq qazanc uğrunda Berluskoninin bu birinci girişimi uğursuz olur. Onda Berlusconi saraylar tikmək ideyasından əl çəkib Quzey Avropadakı kimi orta təbəqə üçün “peyk-şəhərciklər” salmaq fikrinə düşür və uğuru da bundan qazanır. “Milano-2” tikintisi ona 70-ci illərdə həm ad, həm də pul gətirir. Beləcə Berlusconi böyük biznes dünyasına girir. Bu dünyada gəzib-dolaşdıqdan, ilişgilər torunu hördükdən sonra güclü maliyyə çevrələrindən ona dayaq duranlar tapılır. Bu vaxtlar da Berlusconi sosialistlərlə və özəlliklə də gələcək Baş nazir Kraksi ilə yaxın ilişgilər qurur. (hərçənd bir çox qurnaz iş adamları kimi Berlusconi də elə etmir ki, sosialistlərlə münasibəti Xristian-Demoratlarla ilişgilərinə əngəl olsun).

Xeyli zaman Berlusconi biznesini edib siyasi ilişgilərindən biznesi üçün istifadə edərək işlərini düzüb-qoşur. Bu enerjili adam addım-addım biznes sahəsini genişləndirir, tikinti biznesinə elektron cihazların istehsalını əlavə edir, axırdı həttə “Milan” futbol komandasını da alır. Super marketlərin, qəzetlərin, jurnalların sahibi olur.

Berluskoninin bütün sahələrdə çalışmaları uğurla sonuclanır. Daha sonra İtaliya məqnatının qazanc uğrunda çalışmalarında yeni mərhələni komersiya televizyonu yaradır. Burada o, tələbəlik illərində reklamla bağlı “nəzəri” maraqlarını yada salıb bu maraqları praktiki maraqlara çevirir. Onun televizyon kanalları reklamlardan pullar çıxarmağa başlayır.

Öncələr bu adama siyasetə qoşulmaq təklif olunanda o deyirmiş ki, qoy siyasetlə peşəkarlar məşğul olsunlar. Ancaq 1993-cü ildə birdən birə Berlusconi aktiv siyasetə qoşulur.

Nə idi buna səbəb? Tam aydın deyil. Ola bilsin ki, səbəb sol güclərin

onun biznesine qarşı çıxmaları olur, ola da bilər ki, biznesinə dövlət tərəfindən yaranan təhlükə Berluskonini hakimiyətə təhrik edir. Ona məlumat çatır ki, hakimiyət dövlətin iqtisadi siyasetinə düzəlişlər etmək istəyir, bu düzəlişlərdən isə təhlükə doğa bilər.

Bundan başqa, Baş Nazir Kraksinin süqutundan sonra Berlusconi səzialistlər sarıdan da dayağıını itirir. Bəlkə də Berlusconi özü üçün yaranmış bu siyasi boşluğu şəxsi siyasi fəallığı ilə doldurmaq istəyir.

Hər ne isə, Silvio Berlusconi "İrəli İtaliya" adında partiya yaratdır (bu adın futbol azarkeşlərinin çağırışına oxşaması onun mülkiyyətində olan "Milan" futbol komandası ilə mənali anışmaya girir).

Deməliyik ki, Berlusconi "İrəli İtaliya" partiyasını yaratdığı ərefədə İtaliyada klassik partiya tipi böhrana uğramışdı. Bu fonda onun partiyası yeni tipli siyasi qurum kimi seçilirdi. Berluskoninin partiyası irəlidə dediyimiz kimi teleyayımın qanunlarına hesablanmış partiya idi. Onun ənənvi bürokratik aparıcı da yox idi. Bütün bu özlilikləri ilə də Berlusconi partiyası oturuşmuş, yetərlili olan partiyalardan irəli çıxır. Sonucda o, seçkiləri udub Baş Nazir kursusunə qalxır.

Bu uğurun fonu çox maraqlıdır. Seçki ərefəsində Berluskonin başqaları kimi ləkəli siyasetçi olması göz qabağında idi. Onun qardaşı məhkəməyə çəkilmişdi, özünün isə vaxtı ilə mafiya ilə bağlı P-2 lojasının üzvlərindən biri olması üzə çıxmışdı. Ancaq Berluskoninin seçki kampaniyasında teleeffektler seçicilər üçün bütün bu ləkələri soluxşudur.

Berlusconi seçkilərə gedəndə RAI ilə onun kanalları arasında kəskin yarış başlamışdı. Dündür, şərtləşmə vardi ki, kanallar arasında bu rəqabət bəlli prosedurların içində sürəcək. Məsələn, hər iki tərəf bütün namizdlərə eyni şərait yaradacaq və s. Ancaq yenə də. Bütün bu şərtlər Berluskoninin televiziyondan daha uğurlu istifadə etməsinə əngel olmur.

Sonrakı sorğular göstərdi ki, RAI-nın sayesində 4.8 faiz adam seçənəyini dəyişmişdi. Bu baxımdan "Fininvest" in (Berluskoninin kanallarını özüne qatmış şirkətin) uğuru böyük oldu. Bu kanalların sayesində seçicilərin 13.7 faizi fikirlərini dəyişərək öncələr istəmədikləri namizədə səs verdilər. Bütünlükdə televiziyonun təsiri altında sol güclər öz seçicilərinin 5 faizini, mərkəzçilər isə 3 faizini itiridilər. Belə bir təsir özəl televiziyonun böyük uğuru idi.

Bəs Berluskonin teleeffekti nələrdən doğdu? Berluskoninin kanalları onun imicini uğur, qələbə əlamətlərinin üstündə qurdular. Yayım Berluskonidən əli nəyə dəysə, qələbə qazanan telepersonaj yaratdı. Biznesə girişəndə biznesdə, televiziyya girişəndə televiziyonda, futbola girişəndə futbolda uğur qazanan adam imici Berluskoninin başlıca təbliğat effekti ol-

du. Yayımların bütün bunlardan seçicilerin psixolojisine məntiqi sonucu sırasıyla etdirdi: indi o siyasetə girişibse, burada da qələbə qazanacaq, - özü də qələbəni bütün İtaliya üçün qazanacaq!

Mass Medyanın siyaset üçün gücünü Berluskoninin siyasi qalxışına necə göstərdi, siyasi çöküşü də elə göstərdi. Televizyon effektinin, imicinin sayesinde Berlusconi Baş Nazir olan kimi "Fininvest"in əski rəqibi RAI-nin "professorlar" adlanan yönetim rəhbərliyini istefaya göndərdi. Ancaq elə bu aksiyası da ona baha başa geldi. Berluskoninin onşuz da mətbuatla ilişgisi gərgin idi. Özəl televizyonunun mətbuatın reklam payını udması burada Berlusconiə açıq yaratmışdı. Yeni Baş Nazir RAI-nin rəhbərliyini dəyişdirəndən sonra mətbuat elliçə onun üstünə düşdü və mətbuatın aramsız həmlələri axırda ona gətərib çıxardı ki, Berlusconi istefa verməli oldu.

İtaliyada getdikcə teleyayımının gücünün imkanlarının artması təkcə siyaset müstəvisində görünmür. Burada televizyonun gelişməsi axırda elə bir vəziyyət yetişdirdi ki, tamaşaçılar arasında bilgi qaynağı kimi birinci yeri mətbuat yox, televizyon tutdu. İndi əhalinin 85 faizi bildirir ki, məhz televizyondan siyasi və başqa informasiyaları alır. Sorğuda soruşturulanda ki, televizyondan, yoxsa qəzetdən alınan bigiyə daha çox inanırsınız, tamaşaçıların 51 faiz televizyonu, 30 faiz isə qəzetləri göstrir.

İtaliyanlar gündə orta sayla 3 saat 15 dəqiqələrini teleekran qarşısında keçirirlər. İtaliyanlara baxanda fransızlarda və ingilislərdə uyğun məsələ ilə bağlı göstərici 3 saatdır. Praym taymda (başlıca çağda) teleekran qarşısına İtaliyada 26 milyon adam yiğilir.

Bütün bu statistika əsasında televizyonun İtaliyanlar üçün nə demək olmasına, televizyonla siyaset arasında hansı durumların yaranmasını görendən sonra keçək tele-kanallar haqqında konkret söhbətə.

Dövlət radio-televizyonu RAI

Yaranışından RAI-nin dövlətin, əslində isə hakimiyətdə, hökumətdə olanın siyasi aləti olmasını çətin ki, kimlərsə dansın. Deyildiyi kimi uzun müddət hakimiyətdə Xristian Demokratlar olduğu üçün (1948-1994-cü illərdə aramsız olaraq hökuməti bu partiya qurub) uyğun olaraq RAI də məhzə bu partiyanın siyaseti üçün informasiya, təbligat aləti işini görürdü. Özü də RAI-nin hakimiyətə xidmət funksiyası İtaliyanın siyasi gerçəkliliyinin, tutalım, Böyük Britaniyadan fərqini gözə alsan, daha sədaqətli idi.

Dövlətlə, hakimiyətlə sıx bağlılıq dövlət yayımına çeviklik, yeniləşmə

imkanlarını çox az verirdi. Ona görə də RAI yeni tendensiyalara, modalara çox vaxt qapalı qalırıldı. Əvəzində yeniliyin, dəbin çıxarlarından bol-bol özəl televizyon faydalandırı və bu, rəqabətdə RAI üçün dürlü çətinliklər yaradırdı.

İndi isə bir qurum kimi RAI-nin sistemini, strukturuna baxaq. Dediymiz kimi RAI aksioner cəmiyyət idi. Uyğun olaraq aksiya yiylərinin toplanışları RAI-inin rəhbər orqanlarının zirvəsini əmələ gətirirdi. Daha sonra İc-rayyə Şurası, Həmkarlar Birliyi, prezident və vitse-prezident, baş direktör kimi rəhbərliyin o biri pilləleri gelirdi.

1975-ci ildə Yayım üzrə Qanunun əsasında RAI-nin dövlətə bağlılığınına bir yenilik gətirildi. Qanuna əsasən Parlament komissiyası yaradıldı və RAI üzərində nəzarət ona tapşırıldı.

RAI-yə Parlament komissiyasının göz qoymasının öz demokratik cəhətləri vardı. Yeni Parlament nəzarətindən belə çıxmırkı ki, Dövlət birbaşa bu yayının işinə qarışır. RAI-yə nəzarət daha çox dolayı xarakter daşıyırıdı. Dövlət RAI-nin redaktorlarının qərarlarına birbaşa qarışmırıldı, onların yaradıcı sərbəstliklərinə bəlli sınırlaracan saygı göstərirdi.

Zaman keçdi, RAI-nin rəhbər strukturlarını islahat etmək cəhdleri isə dayanmadı. 1993-cü ildə korrupsiya məsələsinə görə İtaliyada partiya skandalları başlayanda və beləcə partiya sistemi dağlında RAI üçün yeni perspektivlər açıldı. XDP, İSP, İKP-nin RAI-də vəzifələri paylama praktikasına son qoynuldu. Bitərəf Çampi hökumətə rəhbərlik edəndən və 1993-cü il Aprel referendumundan sonra RAI haqqında qəbul edilmiş yeni Qanun RAI-də təzə biçimli rəhbər strukturları yaratdı. Yeni vəziyyətdə RAI-də yönetimçilər (idarəçilər) sistemində bu dəyişmələr baş verdi: İc-rayyə Şurası 16 nəfərdən 5 nəfərəcən azaldıldı. Həmin beş nəfəri isə bu sefər Parlament komissiyası yox, Palata nümayəndələri seçdi, özü də bu seçənkdə ölçü kimi, artıq, partiya mənsubiyəti yox, bitərəflik və peşəkarlıq əsas götürüldü. RAI-inin prezidentini Şuranın üzvləri öz aralarından seçdilər.

Mətbuat RAI-nin bu yeni bitərəf və peşəkarlardan ibarət rəhbərliyinə irəlidə dediyimiz kimi "professorlar" adını verdi.

İtaliyanın telemaqnatı Silvio Berlusconi radio-televizyonunun "professorlar"ını istefaya göndərəndən sonra onların yerinə "super menecerlər" gətirdi. Berlusconi sanki bununla hakimiyətə simmetrik model yaratmaq istyirdi: yəni biznesmen olaraq neçə ki peşəkar siyasetçiləri əvəz etməyə mənim gücüm çatdı, eləcə də RAI-də super menecerlər televizyon peşəkarlarını əvəz edəcək. Beləliklə, hökumətin başında Berlusconi, RAI-nin başında isə onun adamı Milan birja çevrəsinin varlı nümayəndəsi Letisi-

ya Moratsı durdu. Ancaq çox keçmədi, mətbuat "super menecərləri" televizyonda peşəkar olmayan rəhbərlər adlıdırıb aramsız həmlələrə keşdilər ve bunun sonucunda həm onların, həm də onların qeyyumu Berlusconi hakimiyyətinə son qoyuldu.

RAİ Berlusconi təzyiqindən çıxandan sonra bəlli bir dinclik qazandı. Bax, bu zaman da rahatca islahat, yeniliklərə açıq olmaq məsələsin planlaşdırıldı.

Yeni qaydalara görə RAI-yə 8 nəfərdən ibarət yönetim qurumu başçılıq etməyə başladı. Özü də bu 8 nəfərdən 4-ü hakimiyyətdə olan çoxluğu, 4-ü isə müxalifeti təmsil etdi.

RAİ haqqında daha nələri söyləmək olar? Sözsüz, dövlət radio-televizyonu kimi onun öz inkişaf çətinlikləri, lənglikləri var. Komersiya telekanallarının sərbəstliyinə baxanda o, çevikliyi az olan yayım təsiri bağışlayır. Bütün bunlara görə də RAI İtaliya mətbuatında həmişə tənqid olunur. Ancaq yenə də bütün bunlara baxmayaraq o, İtaliya yayımında birinci yerini hələ də saxlayır.

İtaliyada Qanunların Qaranti vəzifəs var. Onun bir öhdəliyi də hər il ölkədə yayımın mənzərəsini öyrənib Parlamentə məruzə etməkdir. 1995-ci il üçün İtaliyada yayımların vəziyyətini araşdırıandan sonra Qanunların Qaranti doktor Santaniello öz çıxışında italyan televizyonu haqqında bildirmişdi: İtaliya televizyonu 2000-ci ilə hazır deyil.

Ancaq Santaniello bütünlükde yayım haqqında mənfi düşüncələrinə baxmayaraq onu da etiraf etmişdi ki, RAI-nin durumu o biri kanallara baxanda daha umudvericidir.

Doğrudan da son çağlarda RAI 479 milyon lirə passivdən 19 milyon lirə aktivə keçib. Zaman keçdikcə o, informasiya programlarını artırı-artıra 24 faizə çatdırıb. Bütün bunlar RAI üçün yüksək göstəricilərdir.

İformasiya programlarının çoxluğu, çoxçəsidiyi televizyonun aktuallığı üçün önemli əlamətlərdir. Birincisi, bu o deməkdir ki, telekanal maliyyə resurslarını effektiv paylayır.

İformasiya programları ilə bağlı biz bu pul məsələsini niyə yada salıraq? İş burasındadır ki, xəbərlər programı yetərli, maraqlı olmaq üçün diktör danışqlarında öz necəliyini tapmamalıdır. İformasiya verilişlərində qəzalar, ölkənin dörtlü bölgələrində çəkilmiş hərəkət edən şəkillər, müxtəlif məkanlar olmalıdır. Xəbərlər programını belə etmək üçün məsafləni operativ adlayan çoxlu çəkiliş qrupları, istedadlı (deməli, bahalı) jurnalistlər, operatorlar və s. işə qoşulmalıdır. İformasiya programlarını çox, eləcə də çoxçəsidi olması üçün bündan başqa gərəkdir ki, televizyonla bağlı cihaz kimi işleyən xəbərləşmə şəbəkəsi, infrastrukturları qurulsun: belə

infrastruktur olanda programı hazırlayanlar harada nəyin baş verməsin-dən həmçən xəbər tutub ora çəkiliş qrupunu göndərə bilirlər. Aydındır ki, çağımızda sadə telefon aparatı belə xəbərləşmə üçün yetərli olmur. Ona görə də biz telefon bağlantısı yox, "infrastruktur" terminini işlədirik.

RAI bir vaxtlar informasiya proqramları baxımından təkcə idi, rəqiblər idid. Hakimiyyət komersiya kanallarına informasiya proqramlarını yasaq etmişdi (bu mərhələ Britaniya yayım tarixində də olmuşdu). Bunun səbəbi o idi ki, məhz informasiya proqramları ilə ölkənin işinə ideoloji, siyasi qarışmalar mümkün olur. Ona görə də komersiya televizyonuna informasiya proqramlarını yayılmamaq hüququnu vermək hakimiyyətin təbliğat imkanlarını çox çətin bir rejimə salır. Bundan başqa, televizyonu yalnız musiqi proqramları (hətta italyanlar musiqini bu qədər sevə də), "sabun operalar", idman verilişləri yox, həm də aktual informasiyalar maraqlı, özünəcəkən edir. Bütün bunlara görə də İtaliya yayım tarixinin öncəki dönenlərin-də komersiya televizyonuna informasiya proqramları yasaq edilməklə, artıq, start vəziyyətində RAI-yə daha maraqlı televizyon olmaq üstünlüyü verilmişdi.

1990-ci ilin Avqustunda İtaliya yayımında startda bu üstün vəziyyət RAI-nin əlindən alındı. Parlament Mammi Qanununu qəbul etdi. Siyasetçi Mamminin hazırladığı bu Qanun, artıq, özəl teeşirkətlərin birbaşa efirdə xəbərlər verməsinə "olar!" dedi.

Bələliklə, 1990-ci ildən RAI-nin milli miqyasda həm əyləncə proqramları, həm informasiya proqramları üzrə ciddi rəqibləri yarandı. Ancaq həm bu rəqabətə, həm də informasiya imtiyazlarının əlindən alınmasına baxmayaraq, o, çətinliklə də olsa yenə də birinciliyi özündə saxlaya bildi və doktor Santaniellonun müsbət dəyərləndirməsi də bu faktlara əsaslandı.

İtaliya dövlət radio-televizyonunun yetənəklərini (nailiyyətlərini) yaxşı göstərən başqa tutuşdurmalar da var, onları bilmək pis olmaz:

RAI ölkəyə təsir dərəcəsinə görə Bi-Bi-Si-yə yaxınlaşır. Bu axırıncı isə, bilindiyi kimi, İngiltərədə əhalinin 49 faizini əhatə edir.

RAI-nin auditoriya göstəriciləri Alman televizyonu olan ARD-dən, yapon dövlət televizyonu En-Eyc-Key-dən daha üstündür.

1991-ci ildə İtaliyada televizyona qoyulan 4 trilyon 514 milyard lirəlik yatırımdan yerli televizyonlara yalnız 216 milyard düşürdü. Bu baxımdan RAI-nin göstəricisi başgicəlləndirici görününür. Yatırımların 1 trillion 263 milyardi məhz RAI-ni payına düşürdü. Göstərilən məbləğdən Berlusconi-nin "Fininvest"inə və "Telemontekarlo" qruplarına birlikdə 2 trillion 900 milyard lirə düşürdü. Bundan başqa, İtaliyada 750-cən yerli, yəni bölgə televiziysiyaları da vardı və aydındır ki, yatırımda onların payı elə az idı ki,

yalnız bir-təhər salamat qalib yayımları öncəki qaydada aparmağa çatırıldı.

Ölkə içinde RAI-nin statistik göstəricisini verəndən sonra deməliyik ki, bir çox Avropa dövlət yayımları kimi RAI də özünün gelişmə dönmələrində ölkədən dışarıya çıxmamaq problemi ilə üzləşdi və problemin öhdəsindən gəlmək üçün maliyyə sərf etməli, imkanlar aramalı oldu.

Avropa ölkələrində yayımın dışarıya yönəlməsinin özüндə hansı amillər durur, buna qısaca baxaq. Büyük Britaniyanın, Fransanın, İspanyanın, Portəgizin tarixən Asiya, Afrika, Amerika qitələrində müstəmləkələri olduğu yaxşı bəlliidir. Bu müstəmləkə dövrü həmin Avropa dövlətlərinin sadalanan qitələrdə kültür "adalarını", kultur "qitələrini" yaratmışdır. XX yüzilin ortalarından müstəmləkələrin özgürleşməsi, azad olması prosesi başladı. Bu prosesdə metrapolla müstəmləkə arasında nə qədər düşməncilik yaransa da sonrakı dönmələrdə müstəmləkə ulusları (xalqları) metrapoldan alıqları öncəki mədəniyyət təsirlərini unutmadılar və bu təsirlər sonrakı çağda bəlli bir yaxınlıq aimlinə çevrildi. Belə yaxınlığı Fransa ilə Əlcəzair, frankodilli Afrika arasında aydın görmək olur. Eyni ilişkiləri ərəblərlə ingilislər arasında da müşahidə etmək olar.

Siyasətin oyun qaydalarından biri bildirir ki, güclü olmaq sənə daha yaxın, özü də təbii yaxınlıqda olan çoxlu dövlətləri başına yiğmaqdır. Keçmiş metrapollar bu qaydalar əsasında öz əski müstəmləkələri ilə bağantwortlarını kültür planında davamlı sıxlasdırmağa girişdilər. Əlavə edək ki, belə bağantwortların, yalnız, siyasi yox, kültür çıxarları da çox oldu. Əger Avropa dövlətinin dilini bilən çoxlu qıraq ölkələr varsa, deməli, həmin dildə çıxan qəzet-jurnalların da, kitabların da, filmlərin də böyük bazarı olur. Bu isə mədəniyyətin pulgətirən sahə olmasını ciddi faktı çevirir. Bax, bu deyilənlərə görə də Avropa dövlətləri radio-televizyon yayımının dış ölkələrə çıxmışına dövlət siyaseti kimi baxırlar.

İndi isə dışarı yayımlar planında RAI-nin əldə etdiklərinə baxaq. İtaliyada RAI-nin auditoriyası komersiya kanalları ilə tutuşdurulanda geniş olsada o, dışarıda, yabançı ölkələrdə özünə tamaşaçı toplamağa bir çox səbəbdən maraqlı idi. Korsikada (Fransa), Maltada, Dalmasidə, İsvəçrədə, Amerikada böyük italyandilli kütłə və ya etnik italyanlar vardi. İtalyandillilər Afrikada da yaşayırdı. Bütün bu səbəblərdən RAI yayımları ilə dışarıya açıldı. Bunun sonucunda indi onun proqramlarına davamlı olaraq Korsikada, Maltada, Dalmasidə baxırlar. Hesablamalara görə yabançı ölkələrdə hazırda 10 milyon adam RAI-nin proqramlarının izləyir. Bundan başqa İtaliya dövlət radio-televizyonu Albaniyaya da yayım yönəldir.

Hesablamalara görə Tunisdə RAI-yə xeyli adam baxır. Burada RAI fransız televizyonu ilə rəqabətə girəndən sonra irəli çıxıb. Əlcəzairdə də RAI

tamaşaçılarda bəlli bir maraq oyadıb. "Marko Polo", "Sprut" filmləri bura-
da böyük populyarlıq qazanmaqla RAI-nin reytingini xeyli qaldırıb. Məhz
filmdən sonra Əlcəzair universitetində italyan bölüməsinin bərpa edilməsi
bəlli faktıdır.

"RAI Amerika" bölməsi ABS-nin italyan əhalisi üçün verilişlər hazırlayıb.
Bu bölmə əsasən Nyu-Yorkda yayım verir (həftədə 16 saat).

Ancaq bu bilgilərdən sonra yenidən ölkə içine qayıdırıb başqa kanallarla
rəqabət planında RAI-in durumuna xaxından baxsaq, görərik ki, İtaliya
məkanında onun başlıca rəqibi kimi hələ də Fininvestin üç kanalı qalmaq-
da davam edir. Dediymiz kimi 1990-cı iləcən bu kanallara informasiya
proqramları icazə verilmirdi. 1990-cı il icazə olandan sonra isə Fininvest
rəqabət gücü artıb və Fininvest RAI üçün ciddi çətinliklər yaratdı.

Bax, RAI belə bir fonda birinciliyini saxlaya bilir. 1994-cü ildə RAI-nin
auditoriyası bütün günü götürəndə ən tutumlu, ən çoxzamanlı idi. Özü də
auditoriya RAI-də üstünlüyü informasiya, idman və kültür proqramlarına
verirdi.

Belə bir durumda Fininvest boş yeri tutmaq prinsipi ilə kanallarını baş-
qa orientirlərə yönəltməli oldu. Sonucda Fininvest kanalları üstünlüyü əy-
ləncə, uşaq verilişlərinə, uşaq filmlərinə, telefilmlərinə verməli oldu.

Bu faktda rəqabətin mədəniyyət üçün necə çıxarılı olması bir daha ay-
dın olur. Rəqabətdə "birinin tutmadığı yeri tutmaq" gedişləri ona gətirir ki,
mədəniyyətə və insana gərəkli olan ayrı-ayrı yönümlər boş qalmır.

Avropa yayımında çox ciddi məsələlərdən biri buranın bazarını ələ al-
mış Amerika məhsullarının qarşısında duruş gətirməkdir. Bu məsələ ilə
bağlı hətta millətçi kimi görünmək istəməyən Avropa araşdırıcıları da be-
lə bir fikri qəbul edirlər ki, hər hansı toplumda başqa kültürün audiovizual
məhsulları üstün olursa, bu, həmin toplumda xeyli vətəndaşın öz kultürü-
nə yabançılaşmasına gətirib çıxarır. Özü də gətirdiyimiz fikri yalnız Avro-
pada yox, Uzaq Şərqdə, hətta Amerika qitesində də (məsələn, Kanada
da) bölüşürler.

Bu baxımdan televizyon kanallarında amerikan məhsulları ilə Avropa
proqramlarının tənasübü ciddi bir problem kimi gündəmə çıxır. İtaliyada
RAI ilə o biri kanalların tutuşdurulmasına bu ölçüdən yanaşanda maraqlı
mənzərə peyda olur. Aydın olur ki, Fininvestin proqramları RAI-yə baxan-
da daha çox amerikan məhsulları ilə yüklənib. RAI-nin özündə isə Ameri-
ka televizyon materiallarından ən çox RAI-3 istifadə edir (RAI kanalları
probleminə sonra baxacağıq).

Amerikan məhsullarından teleyayımda istifadə edilməsinin dərəcəsi
təkcə televizyonlar arasında yox, ələcə də şirkətin telekanalları arasında

dürlü paylanır. Məsələn, amerikan materiallardan Fininvestin öz kanalları arasında, ən çox istifadə edən "Rete-4" dür. Bu, sözsüz, yalnız para məsəlesi ilə bağlı deyil. Görünür, milli mədəniyyətlə bağlılıq istəyi şirkətləri məcbur edir ki, bir kanalda amerikan programlarına üstünlük verəndə, o bir kanallarda milli orientirlər götürsünlər.

Ancaq İtaliya yayımında bu orientirlərin qalmasına baxmayaraq amerikanizmle bağlı sual suallığında qalır: nədən İtaliya televizyonunda, özəlliklə komersiya televizyonunda Amerika programlarına belə böyük yer verilir? Bunun çox səbəbləri var,ancaq onlardan biri istehsal xərcinin alış xərcindən qat-qat böyük olması ilə bağlıdır ki, bu da almağı yaratmaqdən sərfəli edir. Bir çox effektli, uğurlu teleprogramların istehsalı çox böyük pullar tələb edir. Televizyon isə bir yox, çoxçəsiqli programların olmasını gərəkli edir. Belə bir vəziyyətdə İtaliya miqyaslı telekanalın çoxçəsiqli programların istehsalına pul qoyması mümkünüsüz olur. Bax, bu amil də həm Avropada, həm də, konkret olaraq, İtaliyada Amerika teleməhsullarının bazarını açır. Sözsüz, Amerika kültür ekspansiyasına (bəzən də deyirlər, kültür imperializminə) duruş gətirmək üçün Avropanın çıxış yolları yox deyil. Avropa telekanalları bir-birinə uğurlu programlarını ötürməklə Avropa mədəniyyətinin teleyayımda əmsalını artırı bilərlər. Ancaq araşdırıcılar nöqsan kimi Avropa telekanalları arasında intensiv alış-verişlərin, bir-birinə ötürmələrin olmadığını söyləyirlər və bunun səbəbini Avropa telestrukturlarının program alış-verisi baxımından bir-biri ilə zəif işləməsində görürərlər.

Amerika teleprogramlarının Avropa bazarını basıb ələ almasından İtaliya faktı göstərir ki, qəza tipli (katastrofik) və ya esxatoloji (yəni milli yayımların axır günü haqqında) sonuclar da çıxarmaq düz olmaz. İtaliya tamashaçılarının "millətçi" damarı bir maraqlı şeyi üzə çıxarıır. Aydın olur ki, bu məmləkətin yayımında Amerikan filmləri və "sabun operaları" nə qədər çatımlı, asan qavranılan olsalar da milli filmlər qədər böyük auditoriya toplaşamır. Bax, bu fon amerikanizmə duruş gətirmək məsələsində Avropa mədəniyyətinə belli bir təper verir.

Audiovizual siyaset üzrə Marsilino Orecanın başqanlıq etdiyi Üst qurumun INTERNET-ə verdiyi soraqcadan (raportdan) bu problemlə bağlı aşağıdakı bilgiləri almaq olar:

Avropa və bütün dünya audiovizual bazarlarında Amerika məhsullarının güclü dövriyyəsi çağımızın çox xarakterik cəhətidir. Bu gün Avropa bazarlarının çoxunda ikiqütbülük yaranıb, bir qütb də Avropanın, o biri qütb də isə Amerikanın televizyon məhsulları durur. Burada televizyon programları ya milli, ya Amerika qaynaqlı materiallardan yapılır, hərçənd son za-

manlar Avropa məhsulları artmağa başlayıb.

Ancaq belə ireliliyislərə baxmayaraq məsələ filmlərə çatanda bu payla-
rin həcmi dəyişir. Televizyon üçün film bazارında Amerika məhsullarının
sayı qabağa çıxaraq, Avropa məhsullarını xeyli arxada qoyur.

Amerikanın bu uğurlarının nədən olması yetərinçə incələnib. Səbəb ki-
mi bunlar üzə çıxarılib:

1) Amerikan məhsulları satışda rəqib mallarından daha sərfəli qiymətdə
olurlar, çünki onlar böyük bazarda, yeni dünya miqyasında satıldıkları
üçün çox pul gətirirlər, bu isə həm ucuz satışa, həm də məhsulların isteh-
salına böyük xərclər çəkib onları keyfiyyətli etməyə imkan yaradır. 2)
Amerika məhsullarının ingiliscə olması eksport etmək üçün onlara böyük
üstünlükler verir. 3) Amerikalıların marketingi çox effektlidir. 4) Çağımız-
da audiovizual sənətin qlobal (hamının götürdüyü) dilini və qrammatikasını
yaratıb gələşdirməkdə Hollivudun yüksək uğurları var. 5) Amerika isteh-
salının dinamizmi onun məhsullarının çoxunu keyfiyyətli edir. 6) Dönyada
eğer bir audiovizual sənaye rəqibi yoxdur ki, ABŞ-nin qabağına çıxsınlar.
7) Amerika audiovizual sənayesinə ABŞ dövləti güclü şəkildə və dirəniş-
lə dayaq durur.

Belə bir durumda Avropanın gərəyi var ki, uzaqqorən siyaset apararaq
dünya bazarında Avropa şirkətlərinin rəqabət gücünü artırın.

Amerikalılar audiovizual sənayeləri ilə məhsulların dağıdılması arasın-
da çox sıx bağlılıq qurublər. Avropa da bu bağlıları qurmalıdır.

Televizyon bazarın ürəyidir, son vaxtlar müşahidə etmək olar ki, burada
dəyişmələr Amerika məhsullarından Avropa programlarına doğru gedir.
Düzdür, bu məhsulların effekliyini ölçmək imkanı hələ zəifdir, ancaq hər
halda Avropa audiovizual sənayesinə edilən yardımçı öz nəticələrini son
on ildə göstərməyə başlayıb. Ancaq yenə də, hələ ki tezdir Avropanın bö-
yük uğurlarından danişmaq. Söhbət yalnız ondan gedə bilər ki, həm bütün
Avropa televizyonunun, həm də Avropa milli televizyonlarının qalxışı üçün
gərəkli məqam yaradılıb. Belə bir durumda Avropa audiovizual sənayesi-
ni daha da gücləndirmək üçün Avropa ölkəleri işbirliyi qurmalıdır. Bu-
nun üçün Amerikadan çox öyrənmək gərəkdir, özəlliklə, marketing, məh-
sulları dağıtmak texnikasını, uluslararası bazarla işləməyi. Bütün bunlar
Avropa siyasetinin baş amacalarından olmalıdır.

Beləcə, Audiovizual siyaset üzrə Marsilino Orecanın başqanlıq etdiyi
Üst qurum vəziyyətlə bağlı optimistik tendensiyaları göstərir. Ancaq bu
optimizmin hansı çətinliklər fonunda ortaya çıxmاسını təkcə amerikanız-
min kültür ekspansiyasının töretdiyi fon vermir. Başqa çətinliklər fonunu
Avropa televizyonunun iç uyuşmazlıqları verir. Bu haqda bilgini Kanada

TV dərgilərindən birinin Avropa ziddiyətləri haqqında verdiyi açıqlamalar-
dan götürək.

Həmin Kanada dərgisində yazılır ki, Avropa televizyonunu qurmaq
cəhdləri bəlli bir sistem uyarlığına gire bilmir. Bunun sonucu olaraq biz
Avropa televizyon sistemi ilə bağlı dörlü Avropa projektləri arasında çox-
lu ziddiyətlər görülür. Bu projektlər ayrı-ayrı ölkələrin telegerçəkliyi, mə-
dəniyyətin qloballaşma tendensiyaları ilə uyuşmazlıq yaradır. Əslində Av-
ropanın milli televizyon sistemləri bir-birini dəf edən qalalar kimi görünür.

Sonra dərgidə bildirilir: irəli sürülen Avropa televizyon projektlərinin çox-
unun təməlində üç prinsip durur: a) cürbəcürlüyü üstələyən birlik; b) ya-
rişı üstələyən həmrəylik; v) dünya bazar güclərinin törədə biləcəyi rəqa-
bət situasiyalarını üstələyən Avropa səhmanı, hüquqi düzəni.

Ancəq sual doğur. Avropada aşırı mozaikliyin qaldığı bir vəziyyətdə bu
müxtəlifliyi birliklə necə üstələmək olar? Özü də ortada duran çətinliyə
başqa qatlarda da çətinliklər əlavə olur. Məsələn, "Avropa" ve "televizyon"
anlayışları arasında olan çoxanlımlığın gərginliyi qarşıya konseptuallıqla
bağlı çətinlik çıxarır. Ortaya sual çıxır: hansı Avropa, hansı televizyon (F-
ransa, yoxsa İngilterə tipində qurulmuş televizyon)?

Bu cür uyuşmazlıqlara, gərginlilərə görə də bütün pan-avropa çalışmaları
axırda ya dayanır, ya da yox olur. Bundan başqa, kimlərsə (tutalım
"Kanal plus", Berlusconi, Lüksemburq Televizyon Şirkəti) transmilli stra-
tegiyalar hazırlamaq cəhdlərdə bulunanda bunu ya Avropa qatından aşa-
ğıda, ya da yuxarıda edirlər.

Avropada cürbəcürlüyü, dörlüyü üstələyən birliyi yaratmağın bir prob-
lemi də var. Əsl konfederasyon yaratmaq üçün komponentlər güclərinə, öl-
çülərinə görə bərabər olmalıdır. Bu baxımdan yanaşanda Avropa televiz-
yonu müxtəlif imkanların, ölçülərin, güclərin bərabərsizliyini aydın edir.

Avropanın bəzi ölkələrində kanallar arasında rəqabət dolayı, gizli forma-
da gedir, bəzilərində isə rəqabət açıq və birbaşa aparılır. Bu axırınca ör-
nək, məsələn, İtaliya ola bələr. İtaliyada 80-ci illərdə Berlusconi kanalları
işə başlayanda informasiya bazارında rəqabət açıq-saçıq şəkil aldı. Ox-
şar durum daha sonra Yunanistan və Fransada yarandı.

"Avropa Birliyi" ideyası ilə iləşgili 96 milli və bölgə kanallarını, 12 trans-
milli kanalları saymaq olar. Onların arasında fərqlər isə cürbəcür xarakter-
lidir. Onları dil baxımından bölgüləndirsək, görərik ki, burada azı 13 dilli te-
levizyonlar var. Özü də belə bir dil mozaikliyində ingilis və fransız dilli te-
lekanallar üstədə dururlar. İngiliscədə 29 kanal, fransızcada isə 24 kanal
yayılm verir. Belə bir vəziyyətdə, məsələn, almandilli televizyonun qis-

qanclığı ilə nə etmək olar?

Əgər Avropa televizyonları çağ parametrlərində tutuşdurulsa başqa uyğunsuzluqlar ortaya çıxar. Məsələn, aydın olar ki, Böyük Britaniyada praym taym (başlıca çağ) saat 18.00-dan, tutalım, İspaniyada isə 22.00-dan başlayır. Bu, sinxronluq baxımından transmilli kanallar üçün ötürmə prosesində dürlü problemlər yaradır. Məsələn, hər hansı vaxta hesablanmış proqramlar ötürüləndə dürlü ölkələrdə müxtəlif vaxtlara düşürələr.

Kültür ayrılmaları da Avropa televizyonunda dürlü ayrılmalar verir. Proqramlar reytingi üzrə siyahını götürsək, aydın olar ki, Fransada birinci yerdə filmlər durur, Böyük Britaniyada bu yeri dramatik seriallar, İtaliyada isə idman və dürlü oyun göstəriləri tutur.

İtaliyada Komersiya televizyonunun tarixçəsi

Appenində özəl televizyonun tarixi ayrı-ayrı xırda qrupların teleçəkilişlər edib bölge kanalları ilə yayım yapmalarından başlayır. Stansiyalar 50-ci illərdə heç bir cıziğa salınmadan yaranıb genişlənə bilirdilər. Beləcə, o vaxtlar yayım məkanı qalabalığa düşmüş yeri andırırdı. Ancaq belə bir durumun dinamizminə baxmayaraq qorxuları da vardı. Yayım məkanı qanuna sahmana salınmadığı üçün bir stansiyanın başqa stansiyanın sıqnallarını vurması, üstələməsi adı hal alındı. Teleməkanda xaotik bir hal yaranırdı.

Bu hal bəzi beyninlərdə müstəqil yayımların qarşısını almaq düşüncələrini yaratmışdı. Ancaq texnoloji inkişaf həmin düşüncələr qarşısına müqavimətlər çıxardı. 1967-ci ildə aydın oldu ki, yeni texnoloji durumda televizyonda özəl yayımlamaların qarşısını almaq çox böyük çətinliklərə üzləşir. Bütün Avropadakı kimi İtaliyada da aydın oldu ki, televizyonda dövlət təkəlciliyini (monopoliyasını) saxlamaq yeni texnoloji şəraitdə mümkün deyil.

Bundan başqa, İtaliya hakimiyətinin çoxkanallılığa razı olmasına Birleşmiş Ştatların televizyon mədəniyyəti də təsir etdi. Amerikalıların yayım konsepsiyasına görə çoxkanallılıq texniki gelişmələrin sayəsində qəçinlməzdir, onun üçün də ən yaxşısı çoxkanallılığın qarşısını almaq yox, onu mədəniyyətin güclü amilinə çevirməkdir. Bu konsepsiyada amerikan düsturu belə idi: "Kanallar çox, normativ sənədlər isə az olsun".

İtaliya Anayasa Məhkəməsi bütün bu tipli arqumentlərə görə özəl televizyon yayımına və özəl yayının komersiyalaşmasına qapıları açdı. İtaliya Anayasa Məhkəməsi 202 sayılı qərarı ilə ölkədə yeni bir durum yaratdı. Bu qərar radio-televizyon yayımları üzrə bəzi qanunları konstitusion olmayan

saydı və bundan sonra yayılma Dövlət monopoliyasına son qoyuldu.

1971-ci ilde İtaliyada "Telebiella" adında ilk özəl kabel televizyonu yaradıldı. Bundan sonra kabel televizyonu qanununun icazəsi olmadan da bütün İtaliya boyu yayılmağa başladı. Beləliklə, bu ölkədə hüquqi baxımdan qəribə bir durum yarandı: bir tərəfdən, hava və ya kabellə yayılmanın sənəndə asılı olmayaraq teleyayımda Dövlət monopoliyası özünü göstərirdi, o biri tərəfdən, isə kabel televizyonu özəl komersiya kimi hər yerə sırayat etməyə başlayırdı.

Buna cavab olaraq, məhkəmələr yeni tele-texnolojinin gəlişdiyi bir vəziyyətdə stansiyaların özbaşına, idarəolunmaz şəkildə yaranıb artmasına qarşı durmaq üçün, bəzi stansiyaları bağlamaq haqqında qərar çıxardı, ancaq bütün bu qərarlar İtaliya kimi məmləkətdə effektsiz qalırdı. Belə bir durumda hava televizyonunun da kamersiya variantı yaranıb genişlənməyə üz tutdu.

Ancaq özəl teleyayımın tarixində ən ciddi döñəm Silvio Berluskoninin girişimlərindən başlayır. İtaliyan özəl televizyonu indinin özündə də daha çox Silvio Berluskoninin adı ilə bağlıdır. İrlidə dediyimiz kimi, Berlusconi tikinti biznesi ilə məşğul olandan sonra çalışmalarını teleyayım, reklam biznesinə yönəltmişdi. Bunun sonucunda o, 1978-ci ilde Milanda yerli kabel televizyonu olan "Telemilano"ya 1 milyard lirə maya qoymuşdu.

Berluskoninin telebiznesində birinci alqı mali olan "Telemilano" çox keçmədi ki, yalnız kabel televizyonu olaraq qalmadı. Çox kemədi ki, o, həm də hava ilə yayımlanan böyük televizyon komersiya şəbəkəsinə çevrildi.

"Telemilano"dan sonra ikinci addımda Berlusconi "Kanal-5"i ələ keçirdi. Beləcə, Berlusconi addım-addım "İtaliya-1", "Rete-4" və başqa xırda şəbəkələri aldı (İtaliyada "şəbəkə" Birləşmiş Ştatlardakindan fərqli mənada işlənir. "Şəbəkə" bir sahibkarın əlində olan stansiyalar dəstini bildirir).

Berluskoninin biznesi axırdı "Fininvest" adlanan böyük bir sistemin yaranması ilə sonuclandı. "Fininvest" çoxbudaqlı, çoxönyümlü bir qurum idi, televizyon və mətbuat isə onun kommunikasiyon sektorunu əmələ gətirirdi.

"Fininvestin" strukturu belə idi: yuxarı bölmə "Berlusconi holding" adlanırdı (holding şirkətlər aksioner cəmiyyət olaraq bir çox bağımsız iqtisadi strukturlarda, yeni banklarda, siğorta qurumlarında və s.-də aksiyaların çoxuna yiyələnərk onları əlində bu yolla saxlayır). "Berlusconi holding" özünə 22 holdingdən ibarət şəbəkəni qatırdı.

"Fininvest"də daha sonra "Mediolanum" adlanan köməkçi maliyyə cəmiyyəti gəlirdi: bu cəmiyyət kapitalı yiğmaq və hərəkətə gətirməklə məş-

başlıyır. Bu durum sorğu hazırlayanların suallarında da dəyişmələr yaradıb. Oncələr sorgularda sual verilərdi ki, niyə reklamdan xoşunuz gəlmir? İndi isə sual verilir: niyə reklam xoşunuza gəlir?

Buradan çıxan sonuc: iqtisadi tələblərin İtaliyada yaratdığı reklam bumu daha sonra italyan tamaşaçısında reklamı qavramaq mədəniyyətini də formalaşdırıldı.

Təleyavımda reklam sahəsində fırlanan pulların statistikasını bilmək yaxşı olar. 1979-cu ildə telereklama xərclənən pullar 911 milyard lirəyə çatırdı. Ancaq 1982-ci ildə durum dəyişdi. Bu il xərclənən pulların artımı 2 trilyon 95 miyard lirəyə çatdı. 1985-ci ildə artım daha fantastik oldu: artım 3 trilyon lirəyə yetişdi.

Reklamin gəlisməsi ilə bağlı başqa göstəricilər də var, onlara baxaq: 1979-cu ildə televizyon İtaliya bazarındaki reklamin yalnız 20 faizini mənimsəyirdi, 1985-ci ildə isə reklamların, artıq, 60 faizi TV-yə axmağa başladı. Özü də bu zaman reklamdan ən çox uduşu özəl televizyon götürdü: 1978-ci ildə onun reklamdan gəliri 42 miyard lirə idi, 1979-cu ildə gəlir 81 miyarda, 1980-ci ildə 171 miyarda, 1982-ci ildə isə 474 miyarda çatdı. Daha sonra hesablar trlionlara çıxdı. 1985-ci ildə özəl televizyonun gəliri 1 trillion 350 miyard oldu.

Təbii ki, bu çağlarda RAI-nin reklam gəliri də artdı (6 dəfə). Ancaq deyildiyi kimi bu artım özəl televizyona baxanda aşağı göstəricilər verirdi.

Batı ölkələrinin iqtisadiyyatında inhisarçılıq (təkəlcilik) meyilləri hər yerdə güclü idi, ancaq həmin ölkələrin çoxunda bu təkəlciliyə qarşı ciddi anti-inhisar tədbirləri görüldürdü. İtaliya iqtisadiyyatının isə korrupsiya göstəriciləri həmişə başqa Avropa ölkələrinin çoxundan xeyli yuxarı olub. Uyğun olaraq bu göstəricilər reklam bazarı gelişən kimi orada da artmağa başladı. Reklam sahəsində inhisarçılıq ona gətirib çıxardı ki, 1992-ci ildə "Publitaliya" reklam satışının 24.5 faizini ələ keçirdi. Bu satışın 15.7 faizi isə "Spira"nın payına düşdü. Beləcə, azman reklam bazarındaki pulların çox böyük hissəsini iki telequrum mənimsədi. Bunun sonucunda reklama çıxmak istəyən yerdə qalan telequrumlara qırıntı-qırıntı paylar düşdü.

İki aparıcı televizyon qrupunun bazarda yaratdığı bu vəziyyətdə salamat qalıb nəsə bir iş görmək lazım idi. Ona görə də o biri stansiyalar məcbur oldular ki, bahalı proqramlar almaq üçün bağlaşmalar yapıb öz şəbəkələrini qursunlar. Belə şəbəkələrə "Odion", "Sinkustelle" şəbəkələrini örnek göstərmək olar. Onlar çalışdlar ki, güclərini birləşdirməklə RAI və "Fininvest" in qarşısında duruş gətirsinlər.

Deyildiyi kimi, İtaliyada reklam bazarı azman bir sahəyə çevrilirdi. Belə bir vəziyyətdə təkəlcilər böyük hissəni qamarlasalar da hər halda yerdə

coxluğunu isə televizyon yayımı ödəyə bilərdi. Belə bir durumda ölkə dövlət TV-si RAI-nin vur-tut üç şəbəkəsi vardı, onlardan biri sına reklam göstərməyə qanunda "olar" deyilmişdi.

İtaliyada reklam tələbləri qarşısında televizyonun dar "keçisi"nin olmasından törəmiş situasiyanı qazanc qaynağına çevirdi. Dan önce Berlusconi anladı. O, həməncə "Publitaliya" stansiyası da. Stansiya reklam axtarışı və yiğimi üçün effektiv vasitələrə başlıdı. "Publitalianın" ajanları bütün İtaliyaya daraşdırılar kimi investisiyalar axtarırıb tapsınlar.

Bu axtarışlarda maraqlı olan o idi, ki, Berluskoninin stansiyaları toplamaq üçün birbaşa reklam verənə çıxmırıldı. Sadəcə işləyirdi. Reklam vaxtlarını müştərilərə satırdı, müştərələr həmin vaxtı reklam vermək istəyənlərə satırdı (mətbuatda vahidi səhifədə tutduğu həcmidir, radio ilə televizyonda isə sənətin teleyayım həndəvərində bazar situasiyasını yaratmaq baxımda) və çox yaxşılıqları vardı. Birincisi, həndəvərə araçları, reklamgələrlər toplaşırıldı. Onları daha Berluskoninin özü formalasdırırmış turlarla pul qazanmaq istəyən bacarıqlı adamlar özləri məşğulluğunu isə televizyonun reklam dəqiqələrini satmaq konkret reklam üçün axtarışa çıxmada, alver etməkdən, dil tökməkdən ibarəti idi, deməli, telestrukturları artıq məsələlərlə yüklemirdi.

Beləcə, 70-ci ilin axırlarında ölkədə reklam bazarı bütün işləyənə yetişib formalasdı.

İtaliyada reklam situasiyası ilə bağlı bir maraqlı psixoloji işıqlandırıraq. Belə görünə bilər ki, televizyonda reklamın program strukturuna səpələnməsi yalnız qazanc uğrunda yarışda reklam tərkibini ilə bağlıdır. Ancaq o biri tərəfdən, reklamın ekranlanma şansını tamaşaçıların gərəkləri ilə də bağlıdır: yeni bazarın çıxan tamaşaçı nəyi, hansı qiymətə almağı bilmək istədiyi, reklamlara ehtiyac duymalıdır və televizyona reklamlar üçün miqdarı.

İtaliyada teleyayımda reklamın gəlİŞmə tarixi isə tamam olaraq 1950-ci illərin 20-ci illərinə təsadüf edir. Statistika göstərir ki, ilk çəglərdə italyan tamaşaçısının 70 faizi çox pis idi. Programların içində, proqramlar arasında reklamların kimi onların 70 faizi başqa kanala çevirirdi. Sonra bu sayı düşdü.

Hazırda bütün reklamlara tamaşaçıların 23 faizi baxır. 20 fərqli ilgiləndirən reklamlara tamaşa etməyə razı olur. Beləliklə, 20 fərqli olaraq indiki çağda reklama maraqlı mədəniyyəti təşviq etməyi.

lən bir olay yaratdı. Özü də Pippo Baudo bu olayı yaradanda təkcə yaradıcılıq məqsədi güdmədi. Onun başqa məqsədi həm də Kanal 5-də Maykl Boncornonun "Fortunonun çarxi" verilişini "duelə çağırmaq" idi. İki program arasında qalmaqallı yarış mətbuata da gedib çıxan intensiv söz atışmalarına səbəb oldu.

İtaliya yayımında dövlət televizyonu ilə özəl televizyonun yarış gərginliklərini göstərəndən və bununla özəl yayımın zəif rəqib olmadığını açan- dan sonra bildirməliyik ki, bu ölkədə komersiya televizyonunun mənzərəsi yalnız "Fininvest", Kanal-5" "Rete-4" kimi teledəvələrin siyahısı ilə bitmir. İtaliyanın özəl teleşəbəkəsində ayrıca yerləri bölgə televizyonları tutur. Özü də onlar nə qədər cırdan olsalar də hər halda gəlisişirlər və aralarından öz miqyasları üçün lider televizyonlar da çıxarırlar. Regional coğrafiyada belə televizyonlardan biri İtaliyada "Telenorba" oldu. Onun yiyəsi Luca Montronu isə "Güneyin Berluskonisi" adını qazandı. Bu televizyon İtaliyanın Güneyinin yarısına yayım verir (onun proqramlarına hətə Yunanistanda, Albaniyada, Yuqoslaviyada baxırlar).

Beləliklə, bu bölümü belə bir fikirle bitirmək olar: hər yerdə olduğu kimi İtaliyada da özəl televizyon yetərinçə canlı, axtarışlı bir sistem nümayiş etdirir. Bu sistem çoxlu mənfi nəticələr verir, ancaq yenə də onun müsbət sonucları, yaradıcı nailiyyətləri mədəniyyət üçün daha çox olur.

İtaliyada Reklam və Yayım

İtaliya komersiya televizyonunun gəlisməsində reklam bazarının böyüməsi çox önəmlı rol oynayıb. 70-ci illərdə bu bazar İtaliyada o qədər iri olmuşdu ki, hətta yayımıla onun arasında məsafləi uyğunsuzluq yaranmışdı. Bu çąqlar reklam gərəklərini ölkədə olan stansiyalar, artıq, ödəyə bilmirdilər.

Bəs ölkədə reklam təkliflərinin birdən birə belə artımına səbəb nələr olmuşdu?

Bu sualın cavabı, sözsüz ki, İtaliya iqtisadiyyatının gəlisməsində idi. 70-ci illərin axırında ölkənin sənaye və tikinti şirkətləri arasında yüksək qazanc uğrunda sərt yarış başlamışdı və bu yarışda qələbə çalmaq xeyli dərəcədə uğurlu reklam işindən asılı olmuşdu. Antoni Pilati adında araşdırıcı 70-ci illeri gözə alaraq yazır: o illər elə bir çəğ idi ki, şirkətlər marketinqin və reklamin gərəkləyini tam anlamışdılar. Bunun sonucunda, artıq, reklama pul sərf etmək israfçılıq sayılmırıldı. Elə buna görə də şirkətlər çoxlu reklam təklifi ilə ortaya çıxmışdılar. Onlar çoxlu reklamlar vermək və çoxlu adamların bu reklamları görməsini arzulayırdılar. Reklam qavrayışının

xeyli tamaşaçıları üçün maraqlı yayımı çəvrildi və beləliklə, göstərdi ki, RAI-nın müştərilərini qoparmaq olar, təki pul və maraqlı programlar olsun.

Audiovizual siyaset üzrə Marsilino Orecanın başqanlıq etdiyi Üst qurumun INTERNET-ə verdiyi soraqcadan özəl televizyonun Avropanın yayım məkanında yaratdığı yeni durum haqqında deyilir:

Avropa televizyon məhsullarının istehsalı son vaxtlar gəlisməyə başlayıb. Buna ən birinci səbəb özəl televizyon kanallarının açılışı, artımı olub. Məhz bu kanallar rəqabət vəziyyəti yaratmaqla həm yayımı dinamız gətiriblər, həm də yeni məhsullara gərəklər yaradıblar. Özü də təbiidir ki, auditoriya televizyondan öz dilində öz mədəniyyətinə doğma olan məhsulları istəyir, belə mallara üstünlük verir. Ona görə də rəqabət məhz Avropa uluslarının mədəniyyətlərinə, dilinə doğma olan məhsulları istehsal edib.

Rəqabət sayesində gəlmiş Avropa televizyonunun başqa bir baxımdan da önəmi ortaya çıxıb. Burada filmləri və televizyon programlarını maliyyətdirmə işində teleyayımçılar getdikcə fəallaşmağa başlayıblar. Buna statistikada baxaq: 1997-ci ildə Britaniyada filmlərin üçdə birinin maliyyələşməsində televizyon yayımçıları iştirak ediblər. İtaliyada isə yeni qanun özəl televizyonun lisenzə verdiyi pulun 20 faizini televizyon üçün tamaşalar hazırlanmasına yönəldir və sonra da yayımçılardan tələb edir ki, gəlin 30 faizini Avropa miqyaslı tamaşaların hazırlanmasına sərf etsinlər. Fransada film sənayesinə qoyulan yatırımin 42 faizdən az olmayan bölmü TV kanallarından gəlir. Porteqizdə isə televizyon reklamlarından götürülən verginin 4 faizi film sənayesinə yönəldilir. Almaniyada filmlərin 50 faizinin maliyyələşdirilməsində televizyon kanalları iştirak edir, hərçənd bu haqda heç bir ayrıca qanun basqısı yodur.

RAİ ilə Beoluskoni televizyonu arasında rəqabət özünü daha sərt şəkildə informasiya programlarının yarısında göstərir. İtaliyada informasiya programlarına "teleqəzetlər" deyilir. Axşam düşəndə kanalların teleqəzetləri arasında kəskin rəqabəti başlayır. Zaman baxımdan teleqəzetlərin sıxlığı kanallar arasında gərginlik yaradır. Bax, bu gərginlik İtaliya teleyayımının yaxın tarixində dörlü qalmaqlar yaratmışdı. Bir örnek: ünlü telearıcı Entso Byacinin "Fakt" adlanan birdəqiqəlik populyar verilişi hər dəfə 7 milyon adam toplayırdı. Bu verilişin vaxtı Kanal 1-də teleqəzetdən sonrakı vaxta salınanda Kanal 2 ilə konflikt başladı, çünki həmin vaxtda Kanal 2-nin teleqəzeti işə başlayırdı və "Fakt" onun auditoriyasını özünə toplamağa başladı.

Başqa bir konflikt: Pippo Baudo (xəbər verdiyimiz kimi San-Remo festivalının populyar aparıcısı) RAI-nın aparıcı direktoru vəzifəsini tuturdu. 1994-cü ildə o, "Luna Park" verilişini efirə çıxarmaqla televizyonda seçi-

İndi isə özəl televizyona başqa bir baxımdan yanaşaq: komersiya televizyonının ciddi güce çevrilmesi, sözsüz, bir çox göstəricilərlə bağlıdır. Onlardan biri tamaşaçıların sayıdır. Tamaşaçıların sayı həm nə qədər adama təsir etmək, həm də nə qədər adamı reklamlara baxdırmaq ölçülərini verir. Bunu göz qabağına alaraq İtaliyada özəl televizyonun imkanlarını bilmək istəsək, görərik ki, ölkədə milli miqyasda çıxmış komersiya kanalları yetərinçə idi. "Fininvest" in 3 şəbəkəsi İtaliyada çox böyük məkana çıxırdı. "Kanal-5" "Rete-4" və "Italiya-1" kimi özəl televizyonlar milli miqyası əhatə edirdilər. Tutuşdurmaq üçün deyək ki, milli miqyasda ictimai şirkət kimi RAI-nin yalnız 3 şəbəkəsi vardı. Bir sözlə, İtaliyada 3 dövlət kanalı, 6 komersiya kanalı yayım verirdi. Bu altı kanaldan üçünün, yəni "Kanal-5" in, "Italiya-1" in, "Rete-4" ün yiyəsi Berlusconi idi.

"Telemontekarلو" Brazilya teleşirkəti "Rete Qlobu"nun idi, "Rete-4" nəşriyyatçı Alberto Perussioya, "Vidiomyuzik" isə Markucci qrupuna mənsub idi.

Komersiya televizyonları arasında dediyimiz kimi "Fininvest", sözsüz, qabaq yeri tuturdu. Bu günün özündə onun üç teleşəbəkəsi, bir reklam ajanlığı, gündəlik qəzetləri var.

İtaliya yayımında çox rəqiblər var, ancaq onaların arasında, sözsüz, RAI ilə Berluskoninin özəl televizyonu başlıca rəqiblərdir. Bu iki televizyonu təbii ki, nə start vəziyyətində, nə də sonrakı imkanlarında bərabər etmək olmaz. İtaliya şəraitində arxasında dövlət duran teleyayımıma bərabərləşmək çətin məsələdir. Ancaq onunla rəqabətə girişmiş özəl telekanallar əgər getdikcə artan xətlə onun auditoriyasından tamaşaçılar qoparırsa, onun reklam və s. payından xeyli mənimsəyirsə, bu, artıq, nəsə deyir. Məsələyə belə yanaşanda RAI ilə Beruskoni kanallarının yarışı axırıcıların xeyrinə göstəricilər qazanır.

Bu deyilənlərə statistikada baxaq. 1995-ci iləcən RAI-nin tamaşaçıları Fininvestin yayımlarına baxandan xeyli çox idi. İtaliyada bütün tamaşaçılardan 47.5 faizi RAI-yə baxırdı, yerdə qalan faiz isə dürlü özəl kanalların arasında paylanaraq xırdalanırdı. Bax, bu vəziyyətdə Berlusconi televizyonu artan xətlə həm RAI-nin, həm də başqa özəl televizyonların tamaşaçılarını öz ekranı qarşısına toplamağa başladı.

Komersiya televizyonlarının imkanlarını açan göstəricilər arasında bir də tamaşaçıları maraqlandıran proqramların özəl teleyayılmada nə qədər olması durur (məsələn, hansı yayım daha çox "sabun operasi"ını, serialları alıb göstərir). Bu məsələdə də özəl televizyon tez-tez RAI qarşısına sürprizlər çıxır. Bir örnek, RAI ilə rəqabətdə onu çətin vəziyyətə salanlardan biri də "Kanal-5" olub. O "Dallas" serialını almaqla dövlət televizyonunun

seçmə (elitar) adamların sayı isə toplumda heç vaxt çox olmur.

Ekranı kütłə gərək idi. Ona görə də bu kütləni toplamaq üçün komersiya televizyonu intellektuallığın yerinə qalmagalları, sensasiyaları qoydu (oxşar durumu indi Azərbaycan televizyonunda izləmək olar).

Bir vaxtlar, irəlidə yazdığını kimi, siyasi qruplar teleşəbəkələrə pul xərcləyirdilər ki, onlardan istifadə etsinlər. Ancaq zaman keçdi, artıq, partiyalar öncələr təsirləri altında olan teleyayımların hansı xəberləri seçməsinə, onları necə verməsinə göz qoya bilmədi.

Komersiya maraqları, rəqabəti RAI-yə də təsirini göstərdi. Öncələr Böyük Britaniyada olduğu kimi İtaliyada da dövlət televizyonu öyrətim (təhsil) tipli proqramlara üstünlük verirdi. "Komersiya axını" RAI- də durumu dəyişdi. Getdikcə burada italyan proqramlarına az, amerikan proqramlarına daha çox həvəs göstərilməyə başlandı. Əyləncə öyrətim proqramlarını yayımından yavaş-yavaş sıxışdırıldı. Yaranmış bu yeni durumu Furno Kolombon adlı araşdırıcı belə bir paradoksda bildirir: bizdə özəl televizyon getdikcə daha çox siyasiləşir, dövlət televizyonu isə komersiyalaşır.

İtaliyada yayımın komersiyalaşmasının yaxşı və pis sonuclarını sadalayandan sonra bir mənfi sonucu da söyləmək gərəkdir, ən azı ona görə ki, bu sonuc Avropada daha çox İtaliyan yayımının özəlliyini verir. Mətbuat haqqında Qanunların Qaranti professor Santaniello həmin özəllik haqqında acı-acı belə yazır: bizim məmələkətdə KIV gelişmiş Avropa ölkələrindəki yayımdan bir məsələyə görə də fərqlənir. Oradarda KIV-in "təmiz sahibkarları" var, yəni onlar yalnız mediya biznesi ilə məşğul olurlar. İtaliyada isə iri sənayeçilər, maliyyəçilər mediyaya sahibdirlər.

İtaliyada teleyayım biznesinə mətbuat məqnatları da girişmişdilər: Mondadori "Rete-4", Ruskoni isə "İtaliya-1" teleşəbəkəsini yaratmışdı (ancaq 1983-cü ildə Berlusconi "İtaliya-1"ı alıb ona yiye durdu).

Prof. Santaniello nədən bu durumu pis, yaman sayırdı. Çünkü bazar iqtisadiyyatını, azad rəqabətlə gelişməyi istəyən dövlətdə güclü anti-inhisarçı saxlayıcılar, dayandırıcılar olmalıdır. Əgər bu qayda pozulursa, eyni adam həm sənayeçi, həm televizyonçu olursa, mediyada təkəlcilik başlayır. Bir adam həm sənayedə pullarına görə güclü olur, həm də toplumda informasiya situasiyası yaratmaq baxımından güc qazanır. Belə imkanlar isə biznes adamını həm siyaset, həm demokratiya üçün qorxulu tipə çevirir. Bax, bu qorxunu düşünərək də gelişmiş Avropa ölkələrində başqa tipli sahibkarların həm də informasiya vasitəsinə yiye durması yasaqlanmışdı. İtaliyada isə yayımıla bağlı qanunivericiliyin dağınıq, dəyişən olması, toplumun səhmansızlığı anti-inhisar mücadiləsini zəif, addımlarını isə xırda etmişdi.

olan belə filmlər, tamaşalar uluslararası müstəvidə daha kütləvi auditoriya toplayır, deməli, daha beynəlxalq xarakter daşıyır.

Bələliklə, Uruqvay çempionatı komersiya televizyonu ilə RAI arasında rəqabətin ilk göstəricisi oldu. Həm də ilk göstərici rəqabətin saldırqan, aqressiv mücadiləyə çevriləcəyindən soradılar verdi.

Başqa bir sərt komersiya aktı yenə də Berlusconi ilə RAI arasında baş verdi. İtaliya telemaqnati 1982-ci ildə "Kanal-5" üçün RAI-dən ağılasiğmaz bir məbləğdə populyar şoumen Mayk Boncornonu aldı.

Mayk Boncornonun ampluası reklamlı əyləncə proqramları idi. Bu reklamların reklamlananlara gətirdiyi qazanclara görə mətbuatda o "sürətli pulqayırmamaşını" adlandırılmışdı.

Öz verilişlərində yaratdığı təsirlərin sayesində Mayk Boncorno reklam olunan malların istehsalçılarına və Fininvetin özünə azman pullar gətirirdi. Bir misal. "Uğura doğru yol" verilişinin sayesində "Romyanatı" et dilimlərinin satışı İtaliyada 55 faiz, "Yomo" yoqurtunun satışı isə 35 faiz artmışdır.

Boncornonun bu uğurları Fininvestin özünə 1992-ci ildə 80 milyard qazanc getirmişdi, bu isə Kanal-5-in qazancının 30 faizi, Fininvestin bütünlükdə qazancının 20 faizi idi.

İtaliyan teleyayımına "komersiya axını" (Blumlerin termini) başlayanda bu, televerilişlərin, proqramların keyfiyyətini yüksəltmək işinə, təbii ki, güclü təsir göstərməli idi. Yaxşı, maraqlı, yüksək effektli, çoxlu tamaşaçı toplayan televizyona reklamçılar pul əsirgəmirlər, cünki reklam çox adama çatmaq üçündür ki, çox adam reklam olunan malların alıcısı olsun. Buradan televizyon üçün çıxan sonuc: reklamdan gələn pul əsasında effektli teleproqramlar almaq, ya buraxmaq gərəkdir ki, onlar yeni reklamlar gətirsinlər. Bax, bu məniqli də komersiya televizyonunun özündə, eləcə də komersiya televizyonu ilə RAI arasında pul qazanmaq üstündə rəqabət, "ən yaxşı və deməli, ən çox reklam yığan televizyon" olmaq üstündə yarışı gücləndi. Belə bir durumda hər şəbəkə çalışdı ki, onun xəbərlər proqramı, onun "sabun operaları", serialları daha üstün olsun. Bu yarış teleyayımı özləri üçün təbliğat vasitəsinə çevirmək istəyən siyasi partiyaları və başqa qrupları çətin vəziyyətə saldı. Artıq, komersiya televizyonuna sərfəli deyildi ki, partiyaların tədbirlərini geniş şəkildə ekrana çıxarsın. Teleyayımda, bütünlükdə, siyasi proqramların payı azaldı. Əvəzində çəqdaş olayların göstərilməsi artdı. Idman, əyləncə proqramları yayma başlıca materialları verdi. Yeni komersiya situasiyasında ekran intellektuallığı özündən iraq etməyə başladı. Axi, intellektual səhbətlər, dərişmalar seçmə adamlarda maraqlı oyada bilərdi. Düşüncə, mədəniyyət baxımından

ğul olurdu. Daha sonra "Fininvest" qrupu gəlirdi. Bu axırıncıya "Fininvest İtaliya" girirdi, o, siğorta biznesi ilə məşğul olurdu.

Berluskoninin "Elektronika Industriale" (televizorların, elektron cihazlarının istehsalı və satışı) adlanan holdingi yönümündən də göründüyü kimi, artıq, yayma yaxınlaşan halqa idi. Ancaq teleyayımla birbaşa "Biq TV" və "SBE" bağlı idi.

Berluskoninin telebiznesi güclü pulların televizyon üçün necə böyük imkanlar açdığını açıq-aydın dörd tərəfə göstərmış oldu. 1978-ci ildən televizyona girişmiş gələcək maqnat, artıq, 1979-cu ildə "Titanus 300"dən 40 il ərzində çəkilmiş bütün filmləri satın aldı. Bu çox düşünülmüş və cüretli bir addım idi. Berlusconi birdən-birə İtaliyanın 40 illik kinoməhsuluna sahib oldu və indən belə bu 40 ildə çəkilmiş filmləri göstərmək istəyənlər onunla haqq-hesab çəkməliyidilər.

1979-cu ilin payızında Berlusconi öz telesəbekəsinin coğrafiyasını genişləndirməyə başladı. O, Milan ərazisindən çıxıb İtaliya miqyasını almağa çalışdı. Bu məqsədlə də Quzeydə 5 stansiyaya, Güneydə isə 10 stansiyaya yiyələndi.

1980-ci ildə Berluskoninin 5 stansiyası "Kanal-5" adı altında yayma başladı. Bunlar hamısı alqı üçün böyük pullar isteyirdi. Berlusconi isə hər əldə etdiyi telestansiyadan qazanır, sonra da qazandıqlarını yeni telestansiyaların alqısına qoyurdu. Bunun sonucunda telemaqnata çevrilmiş Berluskoninin qarşısında elə imkanlar açıldı ki, o həttə alış-veriş məsələsində Dövlət televizyonu RAI ilə üz-üzə gəlməkdən belə çəkinmədi. Bir fakt. Uruqvayda futbol çempionatı başlayanda çempionatı İtaliyaya translyasiya etmək hüququ bazara çıxarıldı və Berlusconi RAI-dən daha çox pul verməklə həmin hüquq aldı.

Hərçənd bu məqamda bir məsələni bilməyimiz gərəkdir. Audiovizual siyasət üzrə Marsilino Orecanın başqanlıq etdiyi Üst qurumun INTERNET-də açdığı saytda (səhifədə) idman və televizyon probleminə belə bir aydınlıq getirilir: televizyon əyləncələrində idman və xarakter filmləri (eləcə də "sabun operaları") iki başlıca növü əmələ gətirir. Ancaq maraqlısı odur ki, idman heç də həmişə və mütləq anlamda uluslararası auditoriya yaratmır. Olimpiya və futbol üzrə dünya çempionatına maraqlılaşdırır. Avropada isə bu maraqlı xeyli dərəcədə milli komandanın Olimpiadada, futbol çempionatlarında iştirak edib-etməməsindən asılı olur.

Buradan çıxan sonuc: televizyonda dayanıqlı olaraq böyük auditoriyalara beynəlxalq yarışlar yox, milli miqyasda olan idman yarışları yaradır. Ancaq eyni sözləri xarakter filmləri, "sabun operaları" haqqında demək olmaz. Müşahidələr göstərir ki, idmandan fərqli olaraq teleəyləncələrə daxil

qalanlara da nəsə qalırıldı. Məsələn, yerli stansiyalar öz komersiyalarını yerli reklamlardan qazanırdılar. Bu reklamlar o qırıntıları idи ki, RAI və "Fininvest" üçün maraqlı deyildi, çünki bu iki əjdahanı bölgə ölçüləri yox, İtaliya ölçülərinə çıxan reklamlar maraqlandırırdı.

İtaliyada yayılma bağlı reklam bazarının miqyası Avropanın başqa ölkələri ilə tutuşdurulanda daha aydın görünür. Statistika göstərir ki, Avropa-da TV-də reklama qoyulan pula görə İtaliyaya yalnız Portəgiz yaxınlaşa bilir.

Televizyon kanalları reklamçılar üçün adamlara çıxmış, eləcə də estetik effektlər əldə etmək baxımından çox sərfəli vasitədir. Elə bunda görə də İtaliyada televizyon bütünlükdə mədəniyyətin maliyyə vəziyyəti üçün qorxu daşımağa başlayıb. Burada reklamdan gələn pulun çox böyük hissəsinin telekanallar yeyir, özü də getdikcə bu bölümün ölçüsünü artır. Televizyonun iştahı o qədər böyüyüb ki, o başlayıb mətbuatın da reklam payını yeməyə. Statistika göstərir ki, İtaliyada hər il orta sayla bir milyon yarımlı reklam olur, onların da yarıdan çoxunu telereklamlar əmələ gətirir.

Reklamın böyük hissəsinin komersiya televizyonuna axması mətbuatla bu televizyon arasında bəlli bir konflikt yardımır. Hərçənd özəl televizyonun öz reklam acgözlüyünü təmizə çıxarmaq üçün arqumentləri də yox deyil. Berlusconi mətbuatçılarla görüşəndə həmin arqumentləri belə səsləndirmişdi: reklamların bölüşdürülməsində nə suçlar varsa, bunda RAI daha çox sorumludur, cavabdehdir. Fininvestin günahı ondan azdır. RAI-yə reklam payını azaltmaq asandır, çünki o dövlətdən yardım alır, bir də ona pul abonent xərclərindən gəlir. Necəki RAI-nin, eləcə də mətbuatın öz gəlir qaynaqları var. Mətbuat tirajını artırmaqla gəlirini artırıbilər. Bax, RAI-nin, eləcə də mətbuatın bu imkanları ilə komersiya televizyonunun imkanlarını tutuşturanda görürsən ki, özəl televizyonun reklamdan başqa heç bir gəlir yeri yoxdur.

Berlusconi göründüyü kimi özəl televizyonun reklam acgözlüyünü bəlli bir məntiqə əsaslandırmaq istəyirdi. Ancaq gəlir rəqabəti elədir ki, bu cür məntiqləri saymır. Ona görə də həmin məntiqə baxmayaraq Berluskoninin mətbuatla ilişkisi həmişə gərgin olaraq qalmadı davm edir.

Göründüyü kimi özəl televizyonun reklam iştahı mətbuti çox çətin bir vəziyyətə salmaya bilməzdi. Ona görə də İtaliyada yayım üzrə qanun yaradıcılığı qarşısında ciddi bir vəzifə durur: necə etməli ki, bu çətinlikdən çıxış yolu yaransın? Necə etməli ki, reklam yiğimina, göstərisine aydın ölçülərdə ciziqlar qoyulsun və nəticədə qanun vasitəsi ilə reklamların ədalətlili paylanması təmin olunsun? Və ən nəhayət, necə etməli ki, mətbuita onun gelişməsinə gərkli olan qədər reklam çata bilsin?

Appenində reklam bazarı yayımımda başqa situasiyalar da yaradır. Hazırda italyan televizyonunda, özü də həm RAI-də, həm də kommersiya televizyonunda reklamlı yüklenmə o dərəcəyə çatıb ki, bu yüklenmə, artıq, başlayıb verilişlərin çeşidinə, keyfiyyətinə, necəliyinə pis təsir göstərməyə.

Hansı verilişdə reklam verilməsi və neçəyə verilməsi bu verilişə baxanların statistikası ilə bağlıdır. İtaliyada belə halları öyrənən qurumlar isə ortada pulu çox görüb korrupsiyalaslaşmağa başlayıblar. Onlar verilişlərin, programların populyarlığı, auditoriyası haqqında saxta rəqəmləri soxusdurmaqla reklamçıları aldatmaq, onları sərfəli olmayan ünvانlara göndərməyə başlayıblar. Məsələnin üstü açılında, təbii ki, bu, reklamçıılarda çox böyük narazılıq, inamsızlıq yaratmış oldu.

Beləliklə, reklam bazarı gəlişen kimi öz miqyası, qazanc yaratmaq potensiyali, korrupsiya törədiciliyi ilə İtaliya mədəniyyətində silsilə problemlər yaradı. Ölkədə bu problem üzrə ən müxtəlif qatlarda mübahisələr, diskussiyalar başladı. Reklamçıların özləri 1994-cü ildə xeyli dərişmalardan sonra reklamla, onun effektliyi ilə bağlı üç prinsipi irəli sürdülər. Həmin prinsiplər bunlar oldu:

1) Reklam fasilələri program üzrə 12 nöqtədə paylanmaqla bütünlükdə 3 dəqiqədən çox olmamalıdır. 2) Bir reklam blokunun içinde rəqib reklamlar getməməlidir. 3) Praym taymda (başlıca vaxtda) teleşəbekələr özləri haqqında reklamlar verməməlidirlər.

İtaliya yayımımda reklam problemi göründüyü kimi yayımın çox ciddi iqtisadi durumunu və perspektivlərini özünə qatır. Ona görə də, sözsüz, "reklam və yayım" her yerde olduğu kimi bu ölkədə də böyük araşdırma-ların hədefidir. Ancaq bizim məqsədimiz ilkin bilgini verməkdir, ona görə də burada mövzunu qapadıb İtaliya yayımının bir yayım kimi özəlliklərini özündə göstərən aspektlərdən söhbət keçmək istəyirik. Dediymiz özəlliklər isə ən güclü şəkildə jurnalistikə müstəvisində açılır.

İtaliyada televizyon jurnalistikası

Appenində həm tarix, həm iqtisadi baxımdan yayım haqqında bilgilər alandan sonra yayım jurnalistikası haqqında söhbət özünə gərəkli kontekst qazanır.

Bu məmlekətdə jurnalist peşəsi ilə bağlı bir maraqlı faktı da deyək: italyan jurnalistlərinin əmək haqqı ölkədə yuxarı yerlərdən birini tutur, onları arasında isə daha yuxarı maaşı telejurnalistlər alır.

Telejurnalistikən bu üstün vəziyyətini simptom kimi ünlü İtaliya yaza-

rı Umberto Ekonun Parlamentdə bir çıxışı çox yaxşı göstərir. Bu çıxışında yazıçı şikayətlənmişdi ki, mətbuatın İtaliyada ən böyük çatışmazlığı odur ki, özünü könüllü televiziyona tabe edib. Dünən televizyonda çıxanları qəzetlər sabahısı səhifələrinə çıxarmaqla, əslində, rəqibi olan televizyonu reklam etmiş olurlar.

İtaliyada irəlidə gördük ki, televizyonla mətbuat arasında nə qədər bağlar olsa da (məsələn, eyni sahibkar həm telekanala, həm qəzətə yiyəlik edir və s.) ziddiyətlər daha dərindir. Televizyon reklamların böyük hissəsini qamarlamaqla mətbuat üçün böyük qorxular yaradır. Televizyonun xəbərlər programı olan teleqəzetlərə Umberto Ekonun göstərdiyi kimi operativlikdə irəli çıxırlar. Belə bir durum yalnız İtaliyada yox, dünyanın hər yerində mətbuat qarşısında çox ciddi bir problem qoyur. Necə etməli ki, mətbu söz əvəzedilməz olsun, necə etməli ki, informasiya məkanında mətbuatın yerini heç kim tuta bilməsin və bunun sayəsində o öz “müştərilərinin” itirməsin.

Bir çox ölkələrdə olduğu kimi İtaliyada da dövlət radio-televizyonu ilə özəl radio-televizyon hansı materiallara, hansı zövqlərə üz tutmaq, materialları hansı üslubda vermək baxımından ayrı-ayrı yolları tütüb gedirlər. Hərçənd yayımın inkişafında bu yolların çarpzlaşlığı, üst-üstə düşdüyü məqamlar, bu yolların haçalandığı məqamlardan elə də az olmur.

Öncə dövlət televizyonu ilə özəl televizyonun haçalanmalarından söhbət açaq. İtaliyada Berlusconi teleməqnat olmaqla yanaşı özəl kulturoloji simvola çevrilərək yayımda üslub növünü də bildirirdi. Araşdırıcı Corc Bokka sağçı mətbuatın üslubunu xarakterizə etmək istəyəndə həmin üslubu Berlusconi televizyonun üslubu adlandırır. Bu deyim həm televizyonun mətbuata belli təsirini açır, həm də özəl televizyonun ənənəvi kültürlə, əxlaq qaydaları ilə çəkinmədən ziddiyətə girdiyini anladır. Corc Bokka Berlusconi üslubu üçün vulqarlılığı (qabalığı, tərbiyəsizliyi), aqressivliyi (sataşqanlığı, pərt etməyi, skandal salmağı və s.-ni) xarakterik sayıır. Berlusconi televizyonu öz tamaşaçılarını maraqlandırmaq üçün, ölkədə provakasiya edici qaynaq olaraq olaylar törətmək üçün bu üslubdan aktiv istifadə edir.

Bu üsluba qarşı İtaliyada başqa jurnalistika dəyərləri, üslubları durur. Həmin üslublardan birini araşdırıcılar xarakterizə edəndə mənəviliklə sadəliyin və ciddiliyin qarışığını göstərirler. Bu üslubda maraqlı həyat olaylarının, əyləncəli anekdotik situasiyaların tapılması və bütün bunların ağa-yana (eleqant, nəfis) sadəlikdə verilməsi üstünlük təşkil edir. Araşdırıcıların düşüncəsinə görə belə jurnalistika özünü güclü şəkildə dövlət televizyonunda göstərsə də onun ən parlaq örnəyini “Stampe” qəzetinin baş re-

daktoru olmuş Paolo Miyeli verir. Miyeliyə görə "Stampe"nin İtaliya jurnalistikasında ən başlıca xidmətlərindən biri ağayana, çevik jurnalistliyi gəlmişdir.

Telejurnalistika nəzəriyyəsi faktlara söykənərək aydın edir ki, tele-proqramların uğurunun 90 faizi aparıcının şəxsiyyətindən asılı olur. Aparıcı proqrama intonasiya verir, onun simasına, imicinin necə olmasına, hansı faktların program üçün seçilməsinə, proqramda hansı şəhrlərin olmasına öz təsirini göstərir.

İtaliya televizyonu deyilən fikri tam doğrulayır: bu ölkənin yayımında ünlü proqramların hamısı parlaq aparıcılar olan Mayk Boncorno, Renso Arbore, Pippo Baudo, Rafaella Karra kimi seçilən, istedadlı adamların sayəsində ad çıxarıb.

Appenində Pippo Baudo, Renso Arbore və Rafaello Karra əyləncəli muziqi proqramları ilə mədəniyyətin təsiri simalarına çevriliblər. İtaliyada informasiya proqramlarının aparıcıları arasında da ünlü şəxslər var. Mikele Santoro, Enrico Mentana, Covanni Minoli, Sandro Kursi, Enzo Byaci bələlərindəndir.

Çox tanınmış, sevilən telepersonlardan biri də Kanal-5-in aparıcısı Maurizio Kostansodur. Onun verilişləri proqrama çağırılmış adamların göstəriləri ilə günün seçilən faktları haqqında dörtlü süjetlərin kokteyl kimi ekranaya çıxır. Byaci "Fakt" verilişinin sayesində İtaliyada asılıqsız, həm də kəskin jurnalist adını qazanıb.

Byaci 41 kitabın, 3 komedinin müəllifidir. Dörd vəzifədə olub və İtaliyada ən yaxşı intervju götürən sayılır. Byacının adamı mat qoyan yaddaşı və azman iş enerjisi var. Onun söhbət aparmaq manerasında sataşqanlıq, pis vəziyyətə salmaq kimi effektlər yoxdur. Özü deyir ki, mən çalışıram, adı adamların tanınmış adamlarla bir kuveyə düşəndə verəcəkləri sualları məşhur həmsöhbətlərimə verim (bəlkə də Byacının bu danışq tərzinə görə də Berlusconi çağırışında "Fakt" verilişinə getməkdən çəkinmişdi).

Byaci öz manerası haqqında bir də bunu deyir: mən heç vaxt siyasətçi-dən soruşturmam ki, sən haçansa oğurluq etmişən, ya da anadan soruşturmam ki, oğlun öləndə hansı halı keçirirdin?

İtaliyada Yayım haqqında qanun axtarışları

Appenində yayılma bağlı hüquqi sahmlənama ən çox kommersiya telekanallarına doğru hədəflənib, bu da təbiidir, çünki dövlət yayımını hər halda birbaşa direktivlərlə, ya da dolayı buyruqlarla, təsirlərlə nizamlamaq

olur. Özəl kanallara gələndə isə belə təsirlərin imkanları xeyli azalır.

İtaliya qanunvericiliyinin yayımı səhmana salmaq baxımından uğurları heç də böyük sayılmır. Burada radio, televizyon haqqında dürlü qanunlar yetərincə çıxarılib. Təkcə son illərdə televizyon haqqında 1992-ci il, 1993-cü, 1996-ci il qanunları çıxıb və onlar TV ilə bağlı müxtəlif situasiyaları nəzərə alıb. Ancaq, rəylərə görə, bu qanunlar elə bir güclü hüquqi sistem yarada bilməyiblər ki, yayımın ən müxtəlif aspektlərini tənzimləməklə ciddi bir sahman yaratsınlar.

Sahman yaradılmasının gərəyini İtaliyada hamı duyur, ancaq bəzi qanunlar sahmanı sərt və gerçəkliyi gözə almayan yasaqlarla həyata keçirmək cəhdində bulunub ki, bu da uğurla sonuclana bilməzdi. Həmin yasaqlardan biri özəl yayımın İtaliyanın bəzi bölgələrində dar cizişa salınması olmuşdu. Məsələn, 1984-cü ildə "Fininvest"in bəzi stansiyalarını hakim məhkəmədə bağlamaq qərarını çıxarmışdı. Ancaq zaman keçdi və Kraksi hökuməti yenidən "Finvest"ə icazə verdi ki, şəbekələrini açsın (bildiyimiz kimi Kraksi Berlusconi ilə yaxın ilişqidə olduğu üçün belə addım atmışdı).

Bu, İtaliyada yayılma bağlı qanunvericilikdə vurnuxmaların, əsəbi döyükmələrin yegana simptomu deyil. 1975-ci ildə 103 sayılı qanun çıxarılmışdı ki, yerli telestansiyalar yalnız öz bölgələrinə yayım verə bilərlər. Ancaq bu qanun da işləmədi, özəl televizyon kanallarından bəziləri ölkə miqyasına çıxməq perspektivinə üz tutdular. Daha sonra isə Anayasa Məhkəməsi 103 sayılı Qanunu antikonstitusion sayıb özəl televizyonlara geniş çalışma məkanı açdı. Bunun sonucunda ölkədə çoxlu telestansiyalar peydə oldu. Vaxt keçdi və bu rəqabətdə yavaş-yavaş lider stansiyaların hansılar olması aydınlaşdı. Bu lider stansiyalar şəbəkə yaratdılar, yol tapıb faktiki olaraq bütün İtaliyaya yayım verdilər. Beləliklə, kommersiya milli (yəni milli miqyaslı) yayımları yarandı və onlar dövlət televizyonu ilə rəqabətə girdilər.

80-ci illərdə yayım siyasəti müstəvisində hökumət özünü xeyli sərbəst aparmağa başladı. O, qanuların yanından adlayan hökumət dekretləri çıxarmağa başladı. Bu dekretlər özəl televizyon'a ölkə miqyasında yayım aparmaq üçün yeni şəraitlər yaratdı. Belə bir durumda hüquqi çatışmamızlıq tam aydın göründü. Yayımlar məkanında elə bir xaos yarandı ki, kanallar arasında ilişgilərin sahmana salınması yenidən gündəmə çıxdı.

İtaliyada yayım və hüquq arasında gərginlik ölkə üçün əsl alın yazısına çevrilib. Qanunlar çıxır, ancaq yayım reallığı bu qanunlara heç cürə tabe olmaq istəmir, ona görə də çoxlu qanun pozuntuları əmələ gəlir və bu pozuntular yeni qanunlar çıxarmaq haqqında gərkələr yaradır. Məsələn, 1990-cu il Avqustun 6-da çıxmış 223 sayılı qanun bütün audiovizual siste-

mi düzənə salmaq məqsədi güdürdü.

Bələ bir zərurəti bütünəvropa tendensiyaları da qəcilməz edirdi. 1974-cü ildən sonra Avropa Məhkəməsi televiziyya, yayımı Avropa Birliyinin nəzarətinə düşən olay kimi yanaşmışdı. Həm də bu zaman başlıca olaraq tele-xidmətlər vermək azadlığı nəzərdə tutulurdu. Ancan Məhkəmə eyni zamanda onu da qəbul etmişdi ki, Birlik qatında uzlaşmış qanunverəriliyə hələ də yoxdur, onun üçün də yayımıla bağlı milli qanunvericiliklər işləyə bilerler. Bu zaman yalnız Birliyin ölkələri arasında azad bazar situasiyalarında özbaşına ayrı-seçkilik salan qanunlar istisna edilmişdi.

Sonucda Avropa Komissiyası 1984-cü ilin iyununda "Sınırız Televizyon" haqqında Yaşıl Kitab buraxdı. Bu kitab tənzimlənmiş məkan əsasında telekommunikasiy üçün Avropa qatında ümumi bazar yaratmaq tələbi ni gəlisdirmek üçün idi.

Bu, İtaliyada televizyon yayımını, informasiya məkanını qanunla səhmanlamış zərurətinə getirib çıxaran bir fakt idi. Başqa faktlar da vardi. İtaliya ilə bağlı INTERNET-in bir səhifəsində belə bir fikirə rast gəldik: 90-ci illərdə İtaliyanın yönətimçi sinifi anladı ki, informasiyi texnologiyası çox gərəklı, qazançlı önemli bir şeydir. Bunu anlayan kimi də elə etdi ki, İtaliya Parlamenti 1992-ci ildən başlayaraq informasiya məkanı, kompyuterlərlə bağlı qanunlar çıxartmağa başladı. Həmin qanunlardan biri kompyuter cinayəti ilə bağlı oldu.

Bələcə televizyon haqqında yaxşı bir qanunun önemini sahibkarlar da, onlarla bağlı siyasetçilər də anlamağa başladılar. Ona görə də 233-cü qanunacaq ölkə Parlamentinin dörtlü komissiyalarında 10 il boyu ən müxtəlif qanun projektləri dərtlişdirilsə da məsələnin aktuallığı tam aydın olanda konkret Qanun da çıxarıldı. Belə bir qanun üçün Parlament ortada olan proyektlərin arasından ən realistini seçdi. Həmin proyekti Poçt və Telekommunikasiya Naziri Oskar Mamminin hazırlanmışdı.

Hərçənd Qanunun qəbulu ərefəsində Xristian Demokrat Partiyası ilə İtaliya Sosialist Partiyası arasında, eləcə də Xristian Demokratlar Partiyasının öz içində ayrı-ayrı qruplar yenidən kəskin mübahisələr, konfliktlər burulğanına düşdülər. Bu səbəbdən də Mammi qanununun (italyanca "Leqqe Mammi") qəbulu çox ağır keçdi. Ancaq hər halda axırdı ona 335 deputat "hə" dedi (230 deputatın "yox"u 3 deputatınsa "bilmirəm" i qarşısında) və qanun keçdi.

Qanunun 41 maddəsi vardi və radio-televizyon yayımının demək olar ki, xeyli məsələlərini çevrəleyirdi. Mammi qanununda, məsələn, bildirilirdi ki, filmlər 45 dəqiqə içində yalnız bir dəfə reklamla kəsile bilər. Multfilmərdə isə reklam bütünlükə yasaqlanırıdı. Dövlət və komersiya televizyonlarında

reklamlara normalar qoyulurdu. Sahibkarlara yalnız birdən üçəcən stansiyaya yiylənmək icazəsi verilirdi. Beləliklə, Mammi Qanunu həm teleşəbekələrə, həm də reklam şirkətlərinə sayca sahib olmaq dərəcəsinə bəlli bir-aydınılıq gətirirdi.

Mammi Qanunu, artıq, özəl teleşirkətlərin birbaşa eifirlə xəbərlər verməsinə də "olar" siqnalını "yandırmışdı".

Ancaq zaman keçdi, bu qanun narazılıqlar doğurmağa başladı. İtaliya-da Parlamentin TV-də islahat aparmaq üzrə komissiyası da var. Ona tənmiş siyasətçi C.Napolitano başçılıq edirdi. O xeyli vaxt idi, direnirdi ki, TV haqqında yeni, daha əhatəli qanun olmalıdır.

Yeni qanun ideyası populyarlıq qazanmadı, ancaq əvəzində ölkədə yayım üzrə referendum keçirmək kampaniyası başladı və bu kampaniyada siyasiləşmiş qütblerin kəskin qarşıdurması tam şəkildə üzə çıxdı.

Bir tərəf Berluskoninin bir siyasətçi kimi, kommersiya televizyonunun isə önəmli bir yayım kimi inam votumunu alması işində referendumu vəsitə adlandırdı. Həmin düşərgəyə qarşı duran başqa tərəf isə referendum gedişində Berluskonini səhnədən çıxarmağa umud etdi.

Parlamentdə güclü dərişmalar başladı. Referendum 1995-ci il iyunun 11-də keçirildi. Referendumda qoyulmuş 11 sualdan 4-ü TV ilə bağlı oldu. Səsverməyə belə məsələlər qoyulmuşdu:

- 1) Bir adamda eyni vaxtda bir çox kanalın yiyesi olmaq ixtiyarı qalsın-qalmasın?
- 2) Filmin, tamaşanın, operanın arasına reklam salmaq hüququ alınsın, yoxsa saxlanılsın?
- 3) Bir reklam firmasının 3 kanalda iş görmə hüququ olsun, ya olmasın?
- 4) RAI tam dövlətə mənsub olsun, yoxsa onda müəyyən paylar özəlləşdirilsin?

Referendumun sonucları Berluskoninin və kommersiya televizyonunun xeyrinə oldu. Xalq RAI-də müəyyən qədər özəlləşdirilmə aparılmasına da razılıq verdi. Bu referendum bütün Avropada səs saldı. Eyni zamanda İtaliyada TV haqqında yeni qanunun çıxarılmasını çətinləşdirdi. Yeni qanun, axı, Referendumun sonucları ilə hesablaşmalı idi.

İş ora çatdı ki, İtaliyada televizyonla maraqlananlar həm Mammi Qanunu, həm də Referendumu yayımda təkəlciliyə yol açan vasiətlər kimi dəyərləndirərək onlara qarşı mübarizə aparmaq məqsədi daşıyan qurumlar yaratmağa başladılar. Həmin qurumların biri hazırda INTERNET-də öz səhifəsini açıb bütün dünyaya car çəkir. Həmin səhifədə (saytda) deyilir:

Mammi Qanunu İtaliya yayımının elə bir çağında çıxmışdı ki, o zaman

ölkədə yayım sahibkarları az idi və bu azlığın inhisarı vardı. Hazırda isə, artıq, İtaliyada səkkiz kanal var, hərçənd onlardan yalnız altısı bütün İtaliyaya yayılır. Üç kanal (Kanal 5, Italia 1, Rete 4) Berlusconiyə mənsubdur, Yerdə qalan üç kanal isə (RAI 1, Rai 2, RAI 3) dövlətindir.

Referendumun məqsədlərindən biri elə etmək idi ki, özəl şirkətin yalnız bir kanalı olsun (Beləliklə, Mammi Qanununda verilmiş 3 kanala bir şirkətin sahib olması icazəsi də aradan götürülməliydi. Anayasa Məhkəməsi birinci bəndlə bağlı qərar çıxarmışdı ki, Mammi Qanununun bu maddəsi konstitusion deyil, çünki Anayasının özündə aydın olur ki, özəl şirkətin üç kanalı ola bilməz. Bu səbəbdən də Anayasa qərar çıxarmışdı ki, 1996-cı ilin Avqustunda həmin qanun dəyişdirilməlidir. Ancaq problem onda idi ki, Parlamentdə Fininvestə qahmar çıxan güclü bir partiya vardı. Bu partiya Berluskoninin Forza İtalya (İrəli İtalya) partiyası idi, özü də Milli Alıyansla iş birliyi yapındı. Bundan başqa Fininvestin üç kanalı referendumu keçirən Komitə qarşısına çətinliklər çıxarırdı ki, o uğurlu kampaniya aparı bilməsin.

Bütün bu səbəblərdən də bizlər, - İtalya yayımında Fininvestin təkəlciliyinə qarşı çıxanlar hər tərəfə müraciət edirik ki, bizə dayaq olub kömək etsinlər. Bize başqa ölkələrdə yayımda anti-inhisar siyasetinin gərəkliliyini, uğurlarını göstərən informasiyalar göndərin.

Bütün bu ziddiyyətlər aydın göstərir ki, nə Mammi Qanunu, nə Referendum İtalya yayımında normal vəziyyət yaratmadı, gərginlik aradan qalxmadi, tərsinə qalib dərinləşdi.

Bu deyiləni bir olayda yaxşı izləmək olar. Göstərdiyimiz kimi "Fininvest" çalışırdı ki, bütün iri partiyalarla yaxşı ilişgiləri olsun ki, onlardan hansı həkimiyətə gəlse, bu ilişgidən istifadə etsin. Seçkilər zamanı "Fininvest" həkimiyətə şansı olan partiyaların pullu reklamlarını daha yaxşı və tez-tez verirdi, əvəzində isə onlara müxalifət olanlara diqqət göstərmirdi. Bu planda onun sosialistlərə etdiyi yaxşıqlılara cavab olaraq sosialistlər iqtidara gələndə 1981-cü ildə "Fininvest" in "üstündə qılınc kimi asılmış" bir Məhkəmə qərarını ləğv etdilər. Sosialistlər "Fininvest" e yayımı yasaqlaşmış məhkəmə qərarını yeni bir qanunu qəbul etməklə ortadan götürdülər.

Bələcə, İtaliyada hüquqi sərbəstliklərin bir səbəbi də o idi ki, hər ciddi partyanın teleyayımında öz maraqları vardı, ona görə də onlara yayım haqqında hərəkəflə, dəqiq Qanun çıxarmaq sərfəli deyildi. Bu durum İtaliyada partiyaların böhranınacan açıq şəkildə qaldı.

Ancaq İtalyada yayım üzrə qanunçuluqdan danışanda mütəxəsislər arasında belə faktlara, olaylara görə nə qədər bədbin nidalar səslənsə də hər halda tam pessimizmə də əsas yoxdur. Büttünlükdə götürsək, nəinki

yayım, hətta başqa sahələr üzrə qanunlar da bir çox toplumlarda, özəlliklə, demokratik toplumlarda böyük heyranlıq doğurmur. Həmişə gerçəklilik qanunlardan irəli çıxır, ya da ölkədə güclər tapılır ki, bu qanunları özlərinin hansı sosial fəlsəfəsinə, programlarına görəsə bəyənməyib tənqid edirlər.

İtaliyada yayım üzrə qanunlarla bağlı bu təbii narazılıqların, sadəcə, üstünə bir də bu ölkənin bəzi özəllikləri ilə bağlı narazılıqlar gəlirdi. Həmin özəlliklərdən biri Appenində tez-tez hökumət dəyişmələrinin baş verməsindən törəyirdi.

Başqa bir özəlliksə bütün dünyada ad çıxarılmış italyan korrupsiyası, siyasi kriminallaşması ilə bağlı idi. Bu hallar qanunla yayım arasında ziddiyətləri artırırdı, hakimiyyət qatında qanunların pozulmasına götərib çıxarırdı.

Ancaq bu kimi mənfi halları sadalayandan sonra İtaliya ilə bağlı belə bir fikrə gəlmək də düz olmaz ki, burada yayım üzrə qanunların pozitiv sonucları olmayıb.

Yada salaq:

Hər halda İtaliya qanunvericiliyi ölkədə RAI-nin inhisarcılığını, təkəlciliyini 1973-cü ildə Anayasa Məhkəməsi vasitəsi ilə antikonstitusion sayıdı və komersiya televizyonuna bölgələrdə retranslyasiya aparmağa icazə vermişdi.

Hər halda İtaliya qanunvericiliyi 1975-ci ildə 103 sayılı qanunla özəl televizyona ölkə üzrə daha böyük miqyasda məkan açmışdı.

Hər halda Mammi Qanunu televizyon kanallarına yiyələnmək məsələsinə bəlli bir ciziq, limit (3 kanal limitini) qoymuşdu.

Hər halda Mammi Qanunu teleprogramlarda istənilən yerdə istənilən qədər reklam verilməsinin qarşısını almışdı.

Hər halda İtaliya qanunvericiliyi RAI üzərində nəzarəti hökumətdən alıb parlamentə vermişdi (bu isə dövlət televizyonuna çoxpartiyalı nəzarət yaradırdı ki, belə nəzarət hökumət partiyasının nəzarətindən daha demokratik idi).

Parlementin qanunlar vasitəsi ilə RAI-yə təsirini göstərmək üçün bir örnək: 1995-ci ildə RAI üzrə Parlament program qəbul etdi. Plan əsasında onun hər kanalına ayrıca "auditor piki" ayrıldı. RAI-1 üçün praym taym (başlıca vaxt) saat 20.00 - 22.30 oldu. RAI-2 üçün bu vaxt günortaya qoyuldu, Rai-3-ün praym taymı isə 22.34 - 1.00 oldu.

Parlement tələb etdi ki, kanalların eyni vaxtda gedən proqramları bir-birinə rəqib olmasın. Kanallar bir-biri ilə əməkdaşlıq etsin. Eyni zamanda RAI qarşısına vəzifə qoyuldu ki, bölgə teleqəzetləri (yəni bölgə xəbərləri)

hesabına informasiya proqramlarını sayca və vaxtca iki dəfə artırsın.

Onu da xatırlatmalyıq ki, dövlət televizyonunun kanalları arasında rəqabət təəccübü görünməməlidir. Axı, bu kanalların rəhbərliyində siyasi orientirlər fərqli idi. RAI-3-ə, məsələn, kommunistlər rəhbərlik edirdi. Bax, belə bir rəqabət durumu Parlamenti məcbur etmişdi ki, Dövlət televizyonunun kanalları arasında ilişgiləre sahmanlayıcı qaydalar qoysun.

Yayımın qanunla yönəldilməsi məsələsində Qərbin bir maraqlı “ixtirasi” İtaliyada da özünü göstərir. Böyük Britaniyada gördüyüümüz kimi yayımın kriminal olmayan pozuntuları ilə nə “prokurorluğun”, nə də başqa bu tipli orqanların işi var. Özəl televizyonun qanunla bağlı məsələlərinə Bağımsız Televizyon Komissiyası baxır. Bu komissiya özəl kanallara, proqramlara normativlər verir, pozuntuların monitoringini (müşahidəsini, qeydiyyatını) aparır.

Britaniyada özəl telekanallarla bağlı başqa işləri yuxarı instansiya kimi Yayım Standartları Komissiyası görür. O, 1988-ci ildə “gözqoyucu” qurum kimi yaranmışdı. Onun işi proqramlarda əxlaqılık, mənəvilik baxımından üzə çıxan aşağı keyfiyyətlərlə bağlı şikayətlərə baxmaq idi.

Özəl televizyon kanalları ilə bağlı belə nəzarət pillələrinin yaranmasının mənası nə idi? Mənası o idi ki, bir tərəfdən bu qurumlar dövlətlə bağlı idilər (axı, onların üzvlərini, rəhbərlərini Parlament qoyurdu), ikinci tərəfdən-sə onlar dövlət buyruqlarını televizyon kanallarına yeritmirdilər və bu anlamda özünü bildirmə azadlığına, fikir azadlığına dövlət tərəfindən əngəl olmaq funksiyasını yerinə yetirmirdilər. Onlar vətəndaşların şikayətləri əsasında proqramlarla bağlı ölçülər götürürdülər.

Oxşar olaraq İtaliyada da Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə idarə yaradıldı. Həmin qurumun yaradılması bu ölkədə 1997-ci ildə Yayım və Telekommunikasiya üzrə çoxdan gözlənilən Qanun çıxarılardan sonra mümkün oldu. Qanun bu qurumu tam müstəqil elan etdi və vurğuladı ki, öz mühakimələrində, dəyərləndirmələrində o tam asılıqsızdır.

“Faynəşl tayms” qəzeti 1997-ci il Qanunu haqqında belə bir başlıq vermişdi: “İtaliya yayımı və telekomunikasiyası haqqında yeni qanunvericiliq”. Burada həmin qanun haqqında qısa açıqlamada deyilirdi: bu qanun pullu televizyonun sayar biçimli (digital) vasitələrlə yayılması üçün şərait yaradır. Eyni zamanda telekommunikasiya və yayım üzrə yeni Bağımsız idarənin qurulmasına təməl qoyur. Qanunun təkəlçiliyə qarşı madələri də var. O, telesirkətlərə, reklamdan gələnlər də daxil olmaqla, bütün gəlirin ən çoxu 30 faizinə qədər qazanmaq ıxtiyarını verir və eləcə də telesirkətlər tərəfindən yayımın ən çoxu 20 faizdən yuxarı qalxmayan bölmənə iyələnməni qanuni sayır.

Beləliklə, qəzet qısa xəbərləmə vəzifəsini yerinə yetirəndə 1997-ci il Qanunun mahiyyətini yuxarıda sadaladığımız cəhətlərdə görmüşdü.

Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarə deyildiyi kimi İtaliya Qanunuda müstəqil adlandırılmışdı. Ancaq eyni zamanda Britaniyada olduğu kimi İtaliyada da dediyimiz qurumun üzvlərinin çoxunu parlament seçirdi.

İdarənin quruluşu belə idi: ona qurumun prezidenti rəhbərlik edirdi. İdarədə Şura, İnfrastruktur və Şəbəkə komissiyası, Xidmətlər və məhsullar üzrə komissiya vardı. Şura prezidenti və komissiyalara başçılıq edən səlahiyyətli nümayəndələri özünə qatırdı. Komissiyaları prezident və komissiya başçıları yaradırdı.

Dövlət tərəfindən Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarəyə kadrlar belə qoyulurdu: 1997-ci il Qanununa görə deputatlar Palatası İdarəyə dörd səlahiyyətli şəxs seçirdi. Respublikanın Prezidenti isə onları öz dekreti ilə təsdiq edirdi. Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarəyə prezidentin qoyulması məsələsini Respublikanın Prezidenti Kommunikasiya Naziri ilə razılaşdırırmalı idi.

Bundan başqa Parlamentin bütün komissiyaları da həmin namizədə öz razılıqlarını verməli idilər.

1997-ci il Qanununa görə Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarə televiziyon və radio yayımının tənzimlənməsi üzrə qanun buyruqlarını yerinə yetirməli idi. Qanunun verdiyi qaydalar isə yayımı tənzimləmək üçün bir çox məsələləri əhatə edirdi.

Deyilənləri konkret örnəkdə göstərək. Yayım üzrə 1997-ci il Qanunu tələb edirdi ki, Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarə təbliğat, reklam və siyasi informasiya üzrə məsələləri sahmana salsın. Təbliğatla bağlı bu tələb, məsələn, o demək idi ki, İdarə seçki təbliğatında bərabərlik prinsipinə göz qoymalıdır.

Qanun icazə verirdi ki, Ümumi siyaset üzrə Parlament komissiyası İdarədən bəzi qaydalara əməl etməyi tələb etsin. Məsələn, Parlament komissiyası tələb etməliydi ki, Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarənin komissiyalarında vətəndaşların şikayətlərinə baxılınca radio-televiziyon xidmətlərinin nümayəndələri də müzakirələrdə iştirak etsinlər və özlərini müdafiə etsinlər.

Qanuna görə İdarə dinleyicilər və tamaşaçılar arasında reytinq araşdırmları aparmalı idi. Yuxarıda dedik ki, İtaliyada reklamı hansı kanallaraşa yiğmaq üçün saxta reytinq sorğularının keçirilməsi geniş yayılmışdı və bu fakt aydın olandan sonra reklam verənlər arasında böyük narazılıqlar tövərtmişdi. 1997-ci il Qanunu Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üz-

rə İdarəyə reyting sorğularını tapşırmaqla ortada obyektiv reyting faktlarının olmasına və beləliklə, mümkün saxtakarlıqlar üçün əlverişsiz fon yaradılmasına çalışırdı. Yəni obyektivliyinə güvəncən qurum reyting göstəricilərini verəndən sonra başqa qurumların yalanları həməncə üzə çıxmayıdı.

Qanun Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarə qarşısına bu məsələ ilə bağlı başqa tələblər də qoyurdu. Məsələn, göstəriş verirdi ki, televizyonun monitorinqini keçirsin, televizyon üzrə araşdırmaşın, sorğuların düzgün metodolojiyadan istifadə edib saxtakarlığa yol verməməsinə göz qoysun. İdarəyə hətta ixtiyar veriliirdi ki, saxta reyting, monitoring nəticələrinə görə qanunda verilmiş cəzaları həyata keçirsin.

Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarənin başqa bir vəzifəsi də ayrı-ayrı kommunikasiya vasitələrinin necə ilişgiləndirilməsini araşdırmaq idi. Bu əlaqələri araşdırmaq “yayım texnologiyasında nələr var, hansı təcrübəni və ya nailiyyətləri yaymaq gərək? suallarına cavab tapmağa yardım edirdi.

Demokratik ölkələrdə yayım üzrə qanunçuluğun yüksək göstəricilərindən biri də onun təkəlciliyin, inhisarcılığın qarşısını necə almasıdır. Biz gördük ki, Mammi Qanunu zamanına görə bir addım qabağa olsa da, hər halda bir əldə üç kanalın olmasına icazə vermişdi.

1997-ci il Qanununu təkəlciliyin qarşısını almaq baxımdan Mammi Qanununa baxanda daha irəli getdi. Qanun Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarəyə təkəlciliyin qarşısını almaq ayrıca göstərişlər verdi. Məsələn, milli miqyasda yayım üzrə tezliklərin 20 faizdən çoxunu əl keçirməyi hər hansı televizyon, radio şirkətinə, şirkətlər birliyinə yasaq etdi. Qanun göstrdi ki, yerüstü teleyayım üçün heç bir subyekt bir konfessiyondan çoxuna sahib ola bilməz.

Həm də Qanunda açıqca bildirildi ki, bütün belə yasaqlar yayımda yarış, plüralizm vəziyyətini yaratmaq üçündür.

Hərçənd bu yasaqla bağlı bir istisnəni da bildirmək gərəkdir. Qanun yenilətmə texnolojisini mənimsəyən subyektləri həvəsləndirmək üçün icazə verdi ki, onlar eyni vaxtda əllərində olan əski ötürürcüləri də paralel olaraq işlətsinlər. Bunun mənası o idi ki, yeni texnolojinin mənimsəmək ilk zaman itkilər verir. Qanun bu itkiləri kompensə etmək üçün həmin vaxt ərzində şirkətə əski ötürücünü əlinde saxlamaq icazəsini verirdi.

1997-ci il Qanununun Maddə 2-sində deyilirdi ki, səslə və televizyon yayımlarında, eləcə də çox gəlmiş başqa multimedia (yəni çoxvasitəli) nəşrlərdə, texniki sistemlərdə (məsələn elektron vasitələrində) hansı subyektlərsə ya maliyyə qaynaqlarından istifadə edərək, ya da başqa yollara

ələ ataraq təkəlcilik, inhisarcılıq yaratmaq istəsələr, filiallar qurub tam üstün mövqeyə çıxmağa cəhdər etsələr, bütün bunları üzə çıxarıb yasaqlar qoymaqla onların qarşısını almaq gərekdir. Özü də Qanun bir önəmli aydınlaşdırma da verirdi. Göstərirdi ki, bu zaman əger öncəki yayım qanunları belə yasaqlara qarşı duran hüquqi aktlara, anlamalara əsas versə, yeni qanun onları gücdən düşmüş edir.

Qanun İdarədən tələb edirdi ki, əcvik olsun, yayım bazarında durumun dəyişməsini izləməyə və buna uyğun qərarlar çıxmarmışa imkan verən ölçülərlə işləsin. Harada araşdırırlar, göz qoymalar aydın etsə ki, təkəlcilik üçün ən üstün mövqeyə çıxmaq cəhdəri var, belə şirkətlərin işini da-yandırsın, qurdularını dağıtsın.

Qanunda radio-televizyon şirkətlərinin qazancları ilə bağlı da göstərişlər vardı. Məsələn, həm radio-televizyon, həm dərgi buraxılışı, həm qəzetçilik sektorlarında çalışan kompaniyalarda payçı olan subyektlərin qazancına 20 faiz limiti qoyulurdu. Bu subyektlər həmin kompaniyaların reklamdan, dərgi, qəzet çapından, teleqəbuledici satışından və s.- dən alınan ümumi gelirinin 20 faizindən yuxarı qazanc götürə bilməzdilər.

Oxşar prinsiplə radio-televizyon yayımçılarının reklamdan olan gəlirlərinə də ciziq qoyulurdu.

1997-ci il Qanunu Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə İdarəyə hüquq verirdi ki, yayımda çalışan subyektlər qarşısına bir buyuruqla çıxsın. İdarə televizyon yayımçılarından tələb etməliydi ki, onlar telekanallar, telestansiyalar arasında yarışlara, azad bazar durumunun saxlanmasına necə əməl etmələri haqqında İdarənin komissiya başçılarına bilgilər, hesabatlar versinlər. Bundan başqa İdarəyə həmin subyektlər öz aralarında yarış, birləşmə məsələlərinə dəxli olan bağlaşmalar haqqında da məlumat verməliydi.

Həmin qanun əsasında inhisarcılıq, təkəlcilik meyilləri ilə necə mübarizə aparılmasına bir örnek: İtaliyada "Anti-inhisar Qrupu" adlanan nəzarət qurumu 1998-ci ildə televizyon şəbəkəsi üzrə 1 milyon yarım Amerika dolları həcmində cərimələr kəsmişdi. Konkret deyilsə, bu qrup üç böyük stansiyani cərimə etmişdi. Səbəb isə onların idman yarışlarını transiyasiya etmək üçün verilmiş hüquq azadlıqlarına əngəllər qoyması olmuşdu.

İtaliya qanunvericiliyində və məhkəmələrində teleyayımla bağlı rəqabəti yüksəltmək, sözsüz, bu məməkətin milli "ixtirası" deyildi. İtaliya Avropa ölkəsi kimi bu qitənin parçası idi, qitəmiqyaslı tendensiyalarla hesablaşmalı idi. Qitəmiqyaslı tendensiyalardan biri isə rəqabəti gücləndirməklə Avropa televizyonunu gelişdirmək idi. Bu deyilənləri Avropa Komissiyasının bəzi sənədlərində də görmək olar. Həmin sənədlərlə tanışlıq göstərir

ki, Avropa Komissiyası qıtə məqyasında önemli problemleri işıqlandıranda telekommunikasiya məsələrinə ayrıca önem verir. Onun INTERNET-ə verdiyi hüquqi axtarışlar haqqında soraqcada Avropa ölkəleri arasında, eləcə də Avropa ölkəlerinin her birisinin içinde teleşirkətlər üçün bazar situasiyasının yaradılmasının zəruriliyi geniş açıqlanır. Göstərilir ki, teleşirkətlərin rəqabət gücünü artırmaq gərəkdir. Bunun üçünsə bilməliyik ki, yarış bacarığı, ən çoxu, bazardakı qəfil dəyişmələrə onların reaksiya verə bilməsindən asılı olur. Yarışın yüksək və effektli olması üçün həm də telekommunikasiya bazarı qanunla yaxşıca sahmanlanmalıdır.

Daha sonra bildirilir ki, telekommunikasiyada yarışa potensil olaraq çoxlu qarşıdurən amillər var. Bu, Avropa Komissiyasını zorunluyır ki, problemlə bağlı yeni siyaset yeritsin. Bu siyaset iki yönündə aparılır: birincisi, yarış üçün hüquqi məkan yaradılır, ikincisi isə yarısha imkanlar açan bazar strukturları gələşdirilir.

Avropa Komissiyası telekommunikasiyada yarışı irəlilətmək üçün 1998-ci ildə ayrıca ölçülər paketi də hazırlamışdı: bura, məsələn, daxil idi qıtənin telekommunikasiya bazarına tam rəqabət havasını getirmək üçün tədbirlər. Eyni zamanda Avropa Birliyi çalışırdı ki, TV texnolojisi üçün Avro-paiçı bazarı gələşdirsin.

Qanun idarədən yalnız informasiya toplamağı tələb etmirdi. Onun qarşısına öhdəlik qoyurdu ki, yiğilmiş bilgiler əsasında yayımıda rəqabət, texnoloji gəlismə, pozuntular və s. məsələlər üzrə araşdırılmalar aparıb nələri aydınlaşdıracaqsa, onlar haqqında illik hesabatlar, soraqcalar hazırlayıb yaysın.

1997-ci il Qanununda milli azlıqların dilində yayım aparmaq məsələsi ilə bağlı da maraqlı maddələr vardı.

Avropa Birliyi ölkəlerinin demokratiyasında çox ciddi məsələlərdən biri həmin ölkələrdə milli azlıqların hüquqlarının qorunmasına ciddi göz qoyulmasıdır. Özü də bu zaman bir maraqlı məqam izlənilir. Avropalı olmayan mühacir işçilər və onların ailələrinə qarşı ayrı-seçkililik salınanda onların qanunla müdafiəsi Avropa Birliyi ölkələrində hələ də zəif sayılır və arqument kimi o göstərilir ki, Avropanın Konstitusiya Məhkəmələrində mühabicilərin haqlarının pozulması ilə bağlı məsələlərə çox az hallarda baxılır. Ancaq eyni durumu Avropa Biliyi ölkələrində yerli etnik və dil azlıqlarının hüquqları ilə bağlı görmək olmaz. Onların hüquqları pozulanda Avropa Konstitusiya Məhkəmələri belə pozuntulara çox ciddi reaksiya verirlər.

Həm Amerikada, həm də Avropada azlıqlara bəzi imtiyazların verilməsi də müşahidə olunur. Belə imtiyazlara örnekər: universitetə götürüldəndə bəzi azlıqların nümayəndələrinə onların qəbul edilməsini asanlaşdırın im-

tiyazlar verilir. Buna oxşar qayda İtaliyada da var. Alto Adicedə yaşayan almanca danışan əhaliyə iş yerlərində kvota verilir.

1997-ci il İtaliya yayım Qanunu Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə idarə üzərinə öhdəlik qoyurdu ki, əyalətlərdə azlıqlar üçün verilən radio-televizyon yayımlarını asanlaşdırıb geliştirmək üçün ciddi işlər gör-sün. İtaliyada həmin əyalətlər bunlardır: Valle, Aosta, Fruili-Venetsia.

Qanun Kommunikasiyaların Bərabər Qorunması üzrə idarəyə eyni bururuğu əyalet avtonomiyaları olan Trento və Bolzano ilə bağlı da verirdi. Göstərirdi ki, həmin regionlarda gərəkən yayım sistemləri yerləşdirilməlidir, özü də bu zaman radio-elektrik parametrlər beynəlxalq standartlara cavab verməlidir.

Qanun tələb edirdi ki, azlıqların dillərində yayımların sayar biçimli (dicital) vasitələrlə, kabel, sputnik antenaları ilə olması üçün tezliklər saxlaşın.

Özəl televizyonun və onunla yarışmali olan Dövlət televizyonunun kül-ləvilik üçün aşağı zövqlərə hesablanmış programlara üstünlük vermesi təbii vəziyyətdir. Avropanın başqa ölkələrində olduğu kimi İtaliyada da yayım haqqında Qanunun bir vəzifəsi də bu tendensiyən qarşısını almaq üçün yüksək mədəniyyətə və mənəviyyata üz tutuan programların hazırlanmasını stimullaşdırmaq idi. 1997-ci il Qanunu bu məqsədə ayrı-ayrı güzəştli vəziyyətlər yaradırdı. Məsələn, orada bildirilirdi ki, əgər milli və bölge miqyaslı radio, televizyon şirkətləri özlərinin birmövzulu gündəlik programlarının 70 faizini sosial məqsədlərə, yəni sağlamlığa, sağlamlıq üzrə tədbirlərə və s.-yə həsr etsə, onlar sosial xidmətdə bulunan yayımçılar kimi dəyərləndiriləcəklər. Qanunda bildirilirdi ki, sosial xidmətdə bulunan yayımçılar əgər kültür programlarını, əxlaqi, dini məhsulları yayırlarsa, eləcə də üstlərinə götürürsə ki, birsaatlıq programın 5 faizindən çoxunu reklama verməyəcəklər, güzəştlərlə həvəsləndirilməlidirlər.

Biz İtaliyanın Yayım, Kommunikasiya üzrə çox əhatəli olan 1997-ci il Qanunudan demokratiya baxımından önemli olan bəzi maddələrdən so-raqlar verdik. Yayım haqqında başqa qanunlar kimi burada da sırf texniki məsələlərin tənzimlənməsi geniş yer tutur və bu materiallar spesifik olduğunu üçün onların açıqlanması dərixdirci görünə bilər. Ancaq elə sadaladıqlarımız da yayım problemlərinin çözümü ilə bağlı yaxşı örnekler verir. İtaliya televizyonunun növlərindən biri də pullu televizyondur. Burada pullu TV uzun müddət özünə yer tapmamışdı. Yalnız 1992-ci ilin Avgustunda çıxmış Qanun onun üçün şərait yaratdı və bundan sonra ölkənin yayım məkanında pullu televizyon xidməti özünə yer tapmağa İtaliyanın Reklam haqqında qanunu Azərbaycan vətəndaşının hələlik çətin anladığı bir məsələni öne çekir. Bu da tamaşaçıların zövqləri, psixologiyaları, mənəviyy-

yatları sırasında reklamçıların, reklamverenlerin sorumluluğu, cavabdehiliyi məsələsidir. Görək, Qanun probleme necə yanışır. Ən birincisi o, vətəndaşların reklamlardan şikayət etmək hüququnu tanıyor və reklamçılara bu hüquq qarşısında cavab vermək situasiyاسını yaradır. Qanunun Bölüm 36-sı "Baxış Şurasının Jürisine şikayət" adlanır. Burada reklamda özbaşılığın senzuradan fərqlənən şəkildə cılovlanması forması verilir.

1992-ci ilin Avqust Qanununu Maddə 27-də kodlanmış TV ilə (pullu televizyon xidməti ilə) kodlanmamış TV arasında ayrı-seçkilik salınmasını yasaqladı və bununla pullu TV-yə ögey baxışı aradan qaldırdı. Ancaq eyni zamanda Qanun qanun olduğu üçün də pullu TV ilə bağlı bəlli nəzarət, icazələr, yasaqlar sistemini qurdı. Məhz bu durumda İtaliya alimi Alfonso Kontaldo göstərdiyi kimi pullu TV ilə bağlı incə Anayasa problemi ortaya çıxdı. İş burasındadır ki, Anayasanın Maddə 21-i İtaliyada düşüncəlerin yayılması ilə bağlı yayım vasitələrini cizişa salmağı, onlara göz qoymağı yasaq edirdi, qanun isə bu prosesi tənzimləməli olurdu.

Bu qanunda da texniki məsələlərin səhmana salınması başlıca yer tuturdu. Deyilənə bir örnəkdə baxaq. Öncələr pullu TV radio releyesi ilə ötürürlürdü. 1992-ci il qanunu isə bu köhnəlmış yayım formasının istifadəsinde inkişaf baxımından gerilik görüb buyurdu ki, pullu televizyon yalnız və yalnız kabel və sputnik vasitəsi ilə ötürürləməlidir. Hərcənd keçid mərhələsini nəzərə alaraq pullu televizyona yeni texnolojini mənimsemək üçün möhlət də verildi. Qanunun paraqraf 32-də göstərildi ki, kodlaşdırılmış yayım üçün (yəni pullu TV üçün) stansiyaları olan şirkətlər milli konseesion (lisenz) almaq üçün Poçt Nazirinə ərizə verib icazəni ondan almalıdırlar (bu, əslində, böyük Britaniyada özəl televizyona lisenz verən Bağımsız Komissiyadan fərqli olaraq İtaliyada lisenzin verilməsinin dövlət orqanından asılı edilməsi idi).

Dünya yayımları ilə ilk tanışlıq belə, həmənəcə aydın edir ki, reklam məsəlesi yayımın mətbuat, radio-televizyonla bağlı ən ciddi məsələlərindəndir. İrəlidə gördük ki, Berlusconi özəl televizyon üçün reklamdan başqa ayrı gəlir qaynağının olmadığını söyləmişdi. Beleliklə, reklam yayımı pul gətirən ən güclü kanal kimi ortaya çıxır və bazarın qaydasıdır, o yerdə ki, böyük pullar oynayır, oralarda dörtlü saxtakarlıqlar, firildaqlar, inhisarcılıq fəndləri işə düşür. Hər yerdə belə olmuşdu, İtaliyada da belə idi. Belə bir durumda reklam biznesini, televizyona reklam gəlirinin gəlməsini düzənə, səhmana salan qanunlar gərək idi.

Reklam bazarı gelişməyə başlayan kimi hər bir ölkə radio-televizyonun bu bazarda çalışmalarını qaydalara salan qanunlar çıxarırlar. Bu qanuna uyğunluq özünü İtaliyada da göstərdi. Burada Reklam haqqında verilmiş Qa-

nunun çox mürəkkəb bir reallığın qarşısında duraraq onu tənzimləmək cəhdində bulunduğu. Yayılma bağlı başqa qanunlar kimi Reklam qanunu da çoxlu texniki məsələləri çözür. Bu məsələlər yalnız həmin texniki məsələlərlə rastlaşanlar, elləşənlər üçün oxunaqlıdır. Ona görə də biz geniş oxucu kütləsi üçün maraq daşıyan bəzi məqamları seçib işıqlandıracaq ki, bəlli təsəvvür yaransın.

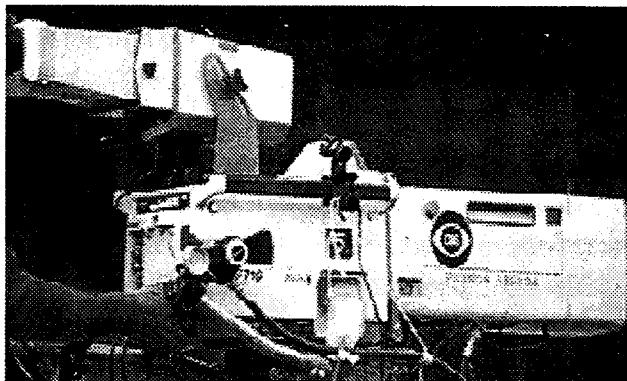
İtaliyanın Reklam haqqında qanunu tamaşaçıların zövqləri, psixologiyaları, mənəviyyatları qarşısında reklamçıların, reklamverənlərin sorumluluğu, cavabdehliliyi məsələsidir. Görək, Qanun problemə necə yanışır. Ən birincisi o, vətəndaşların reklamlardan şikayət etmək hüququnu tanırıv və reklamçılara bu hüquq qarşısında cavab vermək situasiyasını yaradır. Qanunun Bölüm 36-sı “Baxış Şurasının Jürisinə şikayət” adlanır. Burada reklamda özbaşnalığın senzuradan fərqlənən şəkildə cəlovlənməsinin forması verilir. Bu forma vətəndaşların nəzarəti şəklində olur. Qanunda göstərilir ki, hər hansı bir insan inanırsa ki, reklam qanuna qarşı duraraq onu incidib, ona pis təsir edib şikayətini Baxış Şurasının Jürisinə yönəldə bilər. Bundan sonra Qanun şikayətin verilməsi, baxılması ilə bağlı prosedurları açıqlayır. Məsələn, göstərir ki, şikayətlə bərabər şikayəti əsaslandıran sənədlər də quruma çatdırılmalıdır, şikayət Jürinin sədrinin adına yazılmalıdır və s.

Maddə 37-də isə deyilir: Sədr şikayətin üzünü çoxaldıb Jürinin üzvləri arasında dağıtmalıdır. Sonra bù üzvlər arasında şifahi fikir dərtışmaları olmalıdır. Bu diskussiyaklarda maraqlı tərəflər də iştirak edə bilər. Maraqlı tərəflər deyəndə Qanun həm şikayətçiləri, həm də şikayət olunan reklamçıları nəzərdə tutur. Özü də belə bir məsələ də dəqiqləşdirilir ki, şikayət üzrə iddianın və müdafiənin hüquqi səviyyədə getməsi üçün hər tərəfin vəkiləri diskussiyalarda iştirak edə bilər.

Maddə 38-də isə bu prosedurların son mərhələsi sahmana salınır: Jüri qərar çıxarandan sonra ki, reklam qanuna uyğun deyil, tapşırı bilər ki, reklamın verilməsi dayandırılsın. Qanunda başqa cəza növləri də sadalanır.

İtaliyanın yayım qanunvericiliyi haqqında bu qədər. Ancaq yadda saxlağın ki, həmin qanunvericilik başqa Avropa ölkələrinin yayım qanunvericiliyi kimi dəyərlidir və faydalıdır.

FRANSANIN TELEVİZYA VƏ RADO YAYIMLARI, MÖVCUD QANUNLAR



FRANSA RADİO -TELEVİZİON YAYIMLARI VƏ FRANSA QANUNVERİCİLİYİ

Fransada 1789-cu ildə qəbul olunmuş İnsan Haqları Bəyannaməsi öz fikrini ifadə etmək və informasiyanı yaymaq azadlığına xüsusi əhəmiyyət verirdi. Orada göstərilirdi ki, "fikir və baxışların azad mübadiləsi insanın ən dəyərli hüquqlarına daxildir. Beləliklə, bütün insanlar qanunların... müəyyən etdiyi hallarda məsuliyyət daşımaq şərti ilə azad şəkildə danışa, yaza və çap edə bilərlər". Fransada kütłəvi informasiya və sitələrinə aid ilk qanun 1881-ci ildə qəbul olunmuşdur. Az qala 120 il bundan əvvəl ortaya çıxmış 1881-ci il qanunu fikir azadlığının əsl kodeksi olmuşdur: o vaxt, o, çap mətbuatına, çap istehsalının bütün sahələrinə aid olmuşdur. Bu qanunun əsas ruhu sonralar da mətbuata, həmçinin radio və televizion yayımlarına dair bütün qanunlarda öz əksini tapmışdır.

Fransa radio və televizion yayımları sahəsində əsas qanunlar və ciddi dəyişikliklər ikinci dünya müharibəsindən sonrakı dövrlə təsadüf edir. Müharibədən sonra Milli radioyayım xidməti yenidən qurularaq Fransa radio və televizion yayımlarına (RTF) çevrilmişdir. O, 23 mart 1945-ci il tarixli ordonans ilə əvvəlcə dövlət xidmətinə dəyişilmişdir. Bu xidmət radioproqramların istehsalı və yayılmasına üzərndə inhisar hüququna malik idi. 6 fevral 1947-ci il tarixli dekretlə isə o, birbaşa hökumətin başçısına tabe etdirildi, o isə, bu səlahiyyətlərinin icrasını informasiya üzrə nazirə, yaxud dövlət katibinə tapşırırıldı. RTF-nin direktoru, direktor müavini və ali şurası hökumətin qərarı ilə tə'yin olunurdu. 4 fevral 1959-cu il tarixli ordonans bu idarənin xarakterinə ciddi dəyişiklik etmədən onu dövlət istehsal-ticarət müəssisəsinə çevirdi. Bundan sonra o, maliyyə müstəqilliyi almış oldu. 1964-cü ildə onun statusu yenidən dəyişdirildi: RTF Fransa Radio və Televizion Yayımları İdarəsinə (ORTF) çevrildi. Onun işinə İnzibati Şura rəhbərlik edirdi. Bu orqanın üzvlərinin yarısını hökumət tə'yin edir, digər yarısı isə mətbuat nümayəndələri, ORTF təmsilçiləri, siyasi və ictimai xadimlərdən ibarət olurdu. İnzibati şuranın sədri üzvlərin böyük əksəriyyəti tərəfindən seçilir, baş katib və onun müavinlərini isə əvvəlki tək Nazirlər Şurası tə'yin edirdi.

03 iyul 1968-ci il tarixli qanun ORTF-yə icazə verdi ki, öz büdcəsinin 25%-ni reklamdan gələn gəlirlə ödəsin. O vaxta qədər onun nizamnamə-

sində bu nəzərdə tutulmamışdı. Bunun üçün xüsusi olaraq Fransa reklam idarəsi (kapitalının çox hissəsinin dövlətə məxsus olduğu səhmdar cəmiyyəti) yaradıldı. Bu status 1972-ci ildə bir qədər dəyişdirildi. Yeni dəyişikliyə görə, İnzibati Şuranın sədri eyni vaxtda baş direktor vəzifəsini yerinə yetirir və bu vəzifəyə hökumət tərəfindən 3 il müddətinə, lakin səlahiyyətlərini uzatmaq hüququ ilə tə'yin edildi. Bu status 07 avqust 1974-cü il tarixli qanunla ləğv edildi. Kütłəvi elektron informasiya vasitələri sahəsində dövlətin inhisarını saxlamaqla ORTF-nin bazası əsasında bir neçə müstəqil müəssisə yaradıldı: dövlət yayım korporasiyası, program istehsalı üzrə dörd şirkət, istehsal birlüyü (onun səhmləri dövlət, yaxud dövlət müəssisələrinə məxsus idi), audiovizual institut (ticarət və istehsalla məşğul olan dövlət müəssisəsi). Bu quruluş 29 iyul 1982-ci il qanun ilə edilmiş dəyişikliklərdən sonra da əsasen saxlanıldı. Bu qanun kütłəvi audiovizual informasiya vasitələri üzərində dövlət inhisarlarını ləğv etdi və müstəqil əlaqələndirmə orqanı yaratmaqla onları hökumətin lüzumsuz qayğıından azad etdi.

Fransa radiosu və televizionunun vəziyyətində mühüm dəyişikliklər 1986-ci ildə edildi. 30 sentyabr 1986-ci il tarixli qanunla audiovizual informasiya vasitələrinə ali rəhbərlik informasiya vasitələri və azadlıqlar üzrə Milli komissiya ilə əvəz olundu. 1982-ci il qanunu programların hazırlanması sahəsində dövlət inhisarını ləğv etmiş və az sayda özəl radiostansiyaların fəaliyyətinə icazə vermişdi. Bu yeni qanun bu istiqamətdə irəliyə doğru daha bir addım ataraq, informasiya vasitələrinin azadlığı principini e'lan etdi, fransız radiosu və televizionu üzərində dövlət inhisarına birləfəlik son qoyuldu. Beləliklə, liberalizm meylləri tam qalib geldi: özəl bölmə imtiyazlı vəziyyətə düşdü, elektron informasiya sistemi isə bütövlükdə bazar iqtisadiyyatı şəraitində yaşamağa başladı. Konkret olaraq, bu, özünü Fransa televizionunun birinci, TF-1 kanalının özəlləşdirilməsində, əyalət radiostansiyaları üzərində nəzarətdən dövlətin imtina etməsində, televizionun 5-ci və 6-ci kanallarının xüsusi sahibkarlarına verilmiş konsessiyaların ləğv olunmasında və onlara yayım üçün pulsuz lisenziyaların verilməsində göstərdi. 1989-cu ildə yenidən müəyyən dəyişikliklər edilmişdir. Onlar informasiya vasitələri və azadlıqlar üzrə Milli Komissiyanın (CNCL) Audiovizual Informasiya Vasitələrinin Ali Şurası (CSA) ilə əvəz olunması ilə məhdudlaşdı.

Gördüyümüz kimi, Fransada audiovizual informasiya vasitələri haqqında qanunlar müxtəlif siyasi qüvvələrin hakimiyətdə bir-birini əvəz etməsi ilə əlaqədar tez-tez dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Kütłəvi informasiya vasitələrinə aid qanunların formalaşması prosesi Fransada kifayət qədər

özünəməxsus və ziddiyətli bir kompleksin yaranmasına gətirib çıxarımdır. Burada eyni vaxtda həm özəl, həm də dövlət, yaxud yarımdövlət bölmələri, liberal və xeyli dərəcədə inhisarçı meyllər mövcuddur. Xeyli dolaşdırılmış və ziddiyətli Fransa qanunlarının müəyyən istiqamətlərdə dəyişikliklərə məruz qalması yaxşı olardı. Bu dəyişikliklər həddindən artıq reqlamentləşdirmənin və köhnə qaydaların aradan qaldırılmasına aid ola bilerdi. Məsələn, bəzi vəkillərin səyi nəticəsində cavab vermək hüququ ilə bağlı çox vaxt sui-istifadələrə yol verilir. Diffamasiya haqqında qanunun tətbiqi ilə də vəziyyət belədir: çox vaxt o, nə jurnalistin, nə də böhtana məruz qalan şəxsin iddialarını ödəyə bilmir. İstintaq sırrı haqqında qanuna da dəqiqləşdirmələr edilməlidir. Polislər, hakimlər və vəkillər tez-tez ona istinad edərək, informasiyanı jurnalistlərdən gizlədirirlər. Son illər jurnalistlərin qarşısında daha bir manə tez-tez ortaya çıxır: hərbi sırr. Ələbəttə, ölkənin təhlükəsizliyi ilə bağlı bu cür zərurətin yarana biləcəyi heç kəs də şübhə doğurmur, lakin bu qanundan ayrı-ayrı siyasi xadimlərin firıldaqlarını gizlətmək üçün istifadə edilməsi yolverilməzdır. Nəhayət, 1993-cü ilde Avropada ölkələrin qarşılıqlı razılığı ilə istenilən formada informasiya ötürülməsinə bütün məhdudiyyətlər aradan götürülmüşdür. Bu, bütün Avropa ölkələrində kütləvi informasiya vasitələri haqqında qanunların təkmiləşdirilməsinə və ümumi prinsiplərin tətbiq olunmasına təkan vermişdir.

Bələliklə, 07 avqust 1974-cü il tarixli qanun vahid təşkilat kimi ORTF-ni ləğv etdi (o, radio və televizion yayımı sahəsində dövlətin inhisarını həyata keçirirdi), onun rolunu dövlət müəssisələrinə və baş milli şirkətə verdi. Audiovizual informasiya vasitələri haqqında 29 iyul 1982-ci il tarixli qanun 09 noyabr 1981-ci il tarixli qanunun əsas istiqamətlərini təsdiq etdi və yerli özəl radiostansiyaların fəaliyyətinə müəyyən şərtlərlə icazə verərək, dövlət inhisarı prinsipini tam ləğv etdi. 30 sentyabr 1986-cı il tarixli 86-1067 sayılı qanunun qəbulu ilə bu istiqamətdə növbəti addım atıldı. Bu qanun kütləvi informasiya vasitələrindən azad istifadə olunması prinsipini (birinci maddə) e'lan etdi.

03 iyul 1972-ci il tarixli qanuna uyğun olaraq ORTF-yə verilmiş böyük ictimai əhəmiyyətli missiya (informasiya, mədəniyyət, təhsil və əyləncələr sahəsində əhalinin tələbatının ödənilməsi) radio və televizion programlarının istehsalı üzrə beş milli şirkətə keçdi. Xatırladaq ki, bu milli şirkətlərin kapitalı bütövlükdə dövlətə məxsusdur. Audiovizual informasiya vasitələri haqqında qanunlar əsas ictimai meyl və cərəyanları təmsil edən bütün siyasi partiya və həmkarlar təşkilatlarının radio və televizion ilə çıxış etmək hüququna təminat verir.

AUDIOVIZUAL İNFORMASIYA VASİTƏLƏRİNİN ALI ŞURASI. Audiovizual informasiya vasitələrinin Ali Şurası (CSA) informasiya və azadlıqlar üzrə Milli Komissiyasını (CNCL) əvəz etmişdir. Sonuncu isə 1982-ci il qanunu ilə yaradılmış Audiovizual informasiya vasitəleri Ali rəhbərliyinin varisi idi.

SCA kütłevi elektron informasiya vasitələrinin və rabitə vasitələrinin fəaliyyətinin nizama salınmasına xidmət edir. O, səlahiyyət müddəti 6 il olan doqquz üzvdən ibarətdir. Şuranın üzvlərindən üçü Respublika Prezidenti, üçü Milli Məclis, üçü isə Senat tərəfindən tə'yin edilir. Bundan başqa, Respublikanın Prezidenti Şuranın sədrini tə'yin edir. Əgər hansı səbəbdənsə Şuranın sədri öz vezifelərini yerinə yetirə bilmirsə, onda onun funksiyaları Şuranın ən yaşı üzvünə keçir (17 yanvar 1989-cu il 89-25 sayılı qanun, maddə 3). Ali Şuranın üzvləri hər hansı digər seçkili vəzifə tutu və hər hansı digər ictimai işlə, yaxud peşəkar fəaliyyətlə məşğul ola bilməzlər.

Audiovizual informasiya vasitələri Ali Şurası öz sahəsində qərarlar qəbul etmək üçün müstəsna hüquqa malik olmaqla:

- dövlət telekanallarının prezidentlərini tə'yin edir;
- konsessiyalar verir;
- ictimai və özəl bölməyə məxsus radio və televizion müəssisələrinə istismar üçün icazə verir və texniki tələblərin yerinə yetirilməsinə nəzarət edir;
- milli və yerli radioyayım stansiyaları arasında, həmçinin rele və peyk tipli televizion kanalları arasında tezliklərin bölüşdürülməsini həyata keçirir;
- kabel şəbəkələrinin istifadə olunması sahəsində siyasəti müəyyənləşdirir və rabitə vasitələrinin istifadə olunması sahəsində rəqlamenti dəyişdirir;
- dövlət televizionu və radioyayımının hadisələri işıqlandırılmasında plüralizm prinsiplərinin yerinə yetirilməsinə nəzarət edir.

TELERADIOYAYIM ŞİRKƏTİ. "Fransa teleradioyayım" səhmdar cəmiyyətinin (TDF) kapitalının böyük hissəsi dövlət təşkilatlarına məxsusdur. O, programların Fransaya və digər ölkələrə yayılması ilə məşğul olur.

Bu şirkətin vəzifələrinə hökumət organları tərəfindən müəyyən edilən texniki işlərin yerinə yetirilməsi daxildir; o, televizion və radio yayımıları üçün istifadə olunan avadanlıkların standartlaşdırılmasında iştirak edir, həmçinin Audiovizual informasiya vasitəleri Ali Şurasının rəhbərliyi altında tezliklərin bölüşdürülməsi ilə də məşğul olur.

RADIO VƏ TELEVİZİON PROGRAMLARININ İSTEHSALI ÜZRƏ MİL-Lİ ŞİRKƏTLƏR. Hazırda radio və televizion programlarının istehsalı üzrə beş milli şirkət fəaliyyət göstərir:

- radio programlarının yaradılması, yerləşdirilməsi və yayımılanması ilə məşğul olan milli şirkət ("Radio-France");
- teleprogramların istehsalı ilə məşğul olan milli şirkət, o, programların metropoliya üçün yaradılması, yerləşdirilməsi və yayımımasını təmin edir (Antenner);
- teleprogramların istehsalı ilə məşğul olan digər milli şirkət (FR-3), o, metropoliya üçün ümummilli və regional programları hazırlayır, yerləşdirir və yayımımasını təmin edir;
- dəniziarxası departamentlər və ərazilər üçün nəzərdə tutulan televizion və radio programlarının istehsalı ilə məşğul olan milli şirkət (RFO);
- xaricdə yaşayan vətəndaşlar üçün nəzərdə tutulan programların istehsalı ilə məşğul olan milli şirkət (RFI), o, radioprogramların, həmçinin bədii və sənədli səsyazmaların hazırlanması və yerləşdirilməsini həyata keçirir.

Bu şirkətlərin bütün kapitalı dövlət məxsusdur. Onlardan hər birinin idarə heyətinə iki parlament üzvü (onlar müvafiq olaraq, Milli Məclis və Senat tərəfindən tə'yin olunurlar), dövlətin dörd təmsilçisi, Audiovizual informasiya vasitələri Ali Şurasının tə'yin etdiyi dörd mütəxəssis və əmək kollektivindən seçilən iki nümayəndə daxil olur. Şirkətlərin prezidentləri Audiovizual informasiya vasitələri Ali şurası tərəfindən tə'yin olunurlar.

TELEVİZİON FILMLƏRİNİN İSTEHSALI ÜZRƏ ŞİRKƏT. Televizion və video filmlərin istehsalı ilə məşğul olan Fransa şirkəti (SFP) sahmdar cəmiyyətdir. O, əsasən televizion üçün programlar istehsalı ilə məşğul olan şirkət vasitəsi ilə özünün televizion və video məhsullarını hazırlayır və istehlakçıllara çatdırılmasını tə'min edir. Bu şirkətin kapitalının böyük hissəsi dövlət bölməsində çalışan hüquqi şəxslərə məxsusdur.

MİLLİ AUDOVİZUAL İNSTITUT. Bu institut sənaye və ticarət xarakterli dövlət mütəxəssisəsidir. Milli audiovizual institut ləp əvvəldən arxivlərin saxlanması və istifadə olunması ilə bağlı funksiyaları yerinə yetirmişdir. O, bu gün də həmin işlərlə məşğul olmaqdə davam edir. Lakin indi onun üçün arxiv fondlarının öyrənilməsi və istifadə olunması üzrə fəaliyyət çərçivəsində mütəxəssislərin hazırlanması və verilişlərin hazırlanması fakultativ xarakter daşıyır.

RADIO VƏ TELEVİZİON VERİLİŞLƏRİNƏ GÖRƏ ÖDƏNİŞ. Radioqə-

buledicilərdən istifadəyə görə ödəniş ilk dəfə 13 may 1933-cü il tarixli qanunla tətbiq olunmuşdur. Bu ödəniş hazırda dövlət tərəfindən yenidən bərpa edilmişdir. Lakin indi hər bir ailə istifadə olunan radioqəbuledicilərin və televizionların sayından asılı olmayaraq, radio və televizion verilişinə görə birdəfəlik bir ödəniş ödəyir. Bu qayda eyni zamanda vergi ödəyənin avtomobilində quraşdırılmış radioqəbulediciyə də aiddir.

Videomaqnitofonlardan istifadəyə görə müəyyən olunmuş xüsusi ödəniş ləğv edilmişdir.

REKLAM. Proqramların istehsalı üzrə milli şirkətlərin hazırladıqları reklam verilişlərinin yerləşdirilməsi qaydası texniki tapşırıqların siyahısına uyğun olaraq müəyyən edilir. Bu texniki tapşırıqların siyahısı hökumət orqanları tərəfindən tərtib edilir. Bu sənəd həmcinin reklamların miqdarını, həcmini və digər cəmiyyət göstəricilərini müəyyən edir. Hər bir reklam və rəqəm qoyulmuş hədlərə riayət etməlidir. Bu, mühüm bir sahədə özbaşınalığı, ayrı-ayrı mənfi hallara yol verilməməsinə xidmət edir.

RADIOYAYIM MƏLİYYƏ ŞİRKƏTİ (SOFIRAD). Radioyayım məliyyə şirkəti (SOFIRAD) 1942-ci ildə yaradılmışdır. Bu, 24500 000 frank kapitala malik olan səhmdar cəmiyyətidir. SOFIRAD-in səhmlərinin 99%-i Fransa dövlətinə məxsusdur. Son dövrlərə qədər Radioyayım məliyyə şirkəti, əsas etibarı ilə, müəyyən qrup şirkətlərdə dövlətin maraqlarını təmsil edirdi. Onun bu funksiyası yerinə yetirdiyi şirkətlər birbaşa, yaxud dolayısı ilə "əyalət ötürüçüləri" adlandırılan xarici radio və televizion ötürüçülərinin istismar olunmasında iştirak edirlər. Məsələn, SOFIRAD "Monte-Carlo" və "Sud-Radio des Valles" sühmdar cəmiyyətlərinin kapitalının böyük hissəsinin mülkiyyətçisidir. O, bununla "Monte-Carlo" və "Sud-Radio" radiostansiyalarına nəzarət edir. Bundan başqa, SOFIRAD Avropa-1 radiostansiyasının kapitalının üçdə birinə malik olmaqla onun işinə nəzarət edir.

Radioyayım məliyyə şirkəti fəaliyyətinin yeni istiqamətlərinə uyğun olaraq, beynəlxalq işlərə daha çox diqqət yetirmək üçün Fransa ərazisində fəaliyyətini tədricən məhdudlaşdırır.

ÖZƏL BÖLMƏ. Müəyyən məsafəyə audiovizual xidmətin göstərilməsi üçün uyğun strukturların yaradılması, onlara icazənin alınması labüb çətinliklərlə bağlıdır. Auditoriyanın genişliyi, verilən informasiyanın, mətn, səs, yaxud videomaterialların istehlakçılar tərəfindən müxtəlif cür qəbul edilməsi və qarvanılması nəzərə alınmalıdır. Ona görə də uyğun işlə məşğul olmaq istəyənlərin səlahiyyətli hakimiyyət orqanlarını xəbərdar etmə-

ləri vacib cəhatlərdən biridir. Bu, heç bir halda təzyiq forması, yaxud plü-
rualizmin boğulması kimi qiymətləndirilməməlidir.

Milli və yerli radio və televizion yayımları xidmətləri yalnız müvafiq ica-
zə olduğu hallarda ardıcıl şəkildə işləyə bilərlər. Bu icazə Audiovizual in-
formasiya vasitələri Ali şurası tərəfindən verilir. Müstəqil fəaliyyət göstə-
rən bu Şuranın qərəzli mövqeyindən ehtiyat etməyə lüzum yoxdur.

1987-ci ilin əvvəlində informasiya vasitələri və azadlıqlar üzrə Milli ko-
missiya o vaxta qədər verilmiş icazələrə yenidən baxdı. Bu icazələr 1853
özel radiostansiyaların xeyrinə Audiovizual informasiya vasitələri Ali rəh-
bərliyi tərəfindən verilmişdi. Elə həmin vaxt iki televizion stansiyasına aid
mülkiyyət hüququna yenidən baxılması haqqında məsələ müzakirə olu-
nurdu. Konkret olaraq, bu, beşinci kanalla və M6 kanalı ilə bağlı məsələ
idi. Həmçinin çoxdan yaradılmış TF-1 dövlət televizion şirkətini almaq ist-
əyən iddiaçıların namizədləkləri nəzərdən keçirilirdi. Onu da qeyd edək
ki, TF-1 dövlət televizion şirkəti 30 sentyabr 1986-ci il tarixli qanunla özəl-
ləşdirilmişdi.

Mövcud qanunvericiliyə görə, yuxarıda qeyd olunan Ali şura tərəfindən
audiovizual informasiya vasitələri xidmətlərinə icazə sənədləri verilir. Bu
icazə televizion xidmətləri üçün 12 il müddətinə qədər, radiostansiyalar
üçün isə 5 il müddətə qədər verilir. Bir sıra hallarda icazə ləğv edilə bilər.
Məsələn, qanunla müəyyən edilən bə'zi öhdəliklər (fiziki və hüquqi şəxs-
lərin maliyyə cəhətdən iştirakı, yaxud idarəetmə şərtləri) yerinə yetirilmə-
diyi hallarda, yaxud texniki tələblərə riayət olunmaması ilə bağlı icazə
ləğv oluna bilər.

Audiovizual informasiya vasitələrinin fəaliyyətini nizamlayan qanunla-
rin pozulmasına görə ciddi cəzalar müəyyən edilir. Bu cür qanun pozuntu-
tularına uyğun icazə olmadan, yaxud icazə ləğv edildikdən sonra televi-
zion və radio verilişlerinin aparılması, texniki tələblərin yerinə yetirilmə-
məsi, ötürucülərin müəyyən olunmamış yerdə quraşdırılması, onun ötür-
mə gücünün normadan kənar olması və s. aiddir. Bu və ya digər pozuntu-
lara yol vermiş günahkarlar 6 mindən 500 min franka qədər həcmədə cəri-
mə olunurlar (30 sentyabr 1986-ci il tarixli qanun, 78-ci maddə).

Təkrar qanun pozuntularına yol verildikdə, həmçinin mübahisəli televi-
zion, yaxud radio verilişi dövlət xidmətlərindən her hansı birinin rəle xətti
üçün əngəl törədirsə, günahkarlar verilişlərin ötürülməsi üçün istifadə olu-
nan avadanlığı müsadirə etməklə altı ay müddətinə azadlıqdan məhrum
edilə bilər.

“ƏYALƏT” TELEVİZİON VƏ RADIOSTANSİYALARI. Fransa ərazisi-

nə yaxın həmsərhəd dövlətlərdə yerləşən ("əyalət" anlayışı buradan yanmış ve adətən, belə stansiyalar aid edilir) bəzi televizion və radio stansiyaları öz verilişlərini Fransaya yayırlar. Çox vaxt bu cür stansiyalar məhz bu məqsədlə yaradılır. Lakin onların statusu ərazisində yerləşdikləri ölkələrin özündən asılıdır. Bu vəziyyətə uyğun olaraq, Fransa dövləti onlara xarici televizion və radio stansiyaları kimi baxır. Və yaranmış vəziyyətə uyğun da mövqə tutur. Bəzən münasibətlər müvafiq sazişlərlə həll edilir.

Fransa və Monoko knyazlığı arasında da belə saziş münasibətləri yaradılmışdır. Belə stansiyalardan biri, məhz "Radio Monte-Carlo" Fransa ilə Monoko arasında imzalanmış sazişlərə əsasən fəaliyyət göstərir. Uyğun sazişə görə bu radiostansiya 1963-cü ildə Fransanın Dənizyanı Alp departamentində aşırımların birində quraşdırılmış antennadan istifadə etmək icazəsi almışdır. 1973-cü ildə yenə də həmin radiostansiya Yuxarı Provans ərazisində Alp dağlarında daha güclü ötürücü quraşdırmaq imkanı əldə etmişdir.

Bu sahədə fəaliyyəti nizamlamaq üçün uzun müddət konkret qanunvericisi sənədlər olmamışdır. Vəziyyət audiovizual informasiya vasitələri haqqında 1982-ci il qanununun qəbul edilməsi ilə nizama salınmışdır. Bu qanununun 85-ci maddəsində deyilir ki, Fransanın da üzvü olduğu Beynəlxalq Elektrik Rabitəsi İttifaqı ilə bağlanmış sazişlərə uyğun olaraq istismar edilən televizion və radio stansiyaları Fransa ərazisindən verilişlər aparmaq hüququna malikdir. Bununla da müvafiq audiovizual informasiya vasitələrinin fəaliyyət prinsipləri, şərtləri, həmcinin qarşılıqlı təəhhüd-lər müəyyən edilmişdir.

KABEL TİCARƏT TELEVİZİONU. 29 iyul 1982-ci il tarixli qanuna uyğun olaraq, kabel ticarət televizionu sahəsində işləmək üçün qabaqcadañ icazə alınmalıdır. Hələ 3 iyul 1972-ci il qanunu radio və televizionun təhsilin və elmi tədqiqatların ehtiyacları üçün istifadə olunması, həmcinin "məhdud daire programlarının" tətbiq olunması ilə bağlı sahələrdə istifadə olunmasına dövlət inhisarını bir qədər məhdudlaşdırılmışdır.

1982-ci il qanununa uyğun olaraq, kabel televizionunun yerli şəbəkəsinə yaratmaq üçün Audiovizual informasiya vasitələri Ali şurasından icazə almaq lazımdır. Kabel televizionunun yerli şəbəkəsi dedikdə 60 km-ə qədər radius hədlərində yayımlanan və iki departamentin hüdudlarından kənara çıxmayan programlar nəzərdə tutulur. Daha geniş ərazini əhatə edən yayımların təşkili üçün Rabitə nazirliyinin icazəsi tələb olunur.

Yerli özünüldərə orqanlarının təşəbbüsü ilə yaradılan ixtisaslaşmış şir-

kətlər (SLEC) kabel televizionunun yerli şəbəkəsinin istismarı ilə məşğul olurlar. Bu cür şirkətlər qarışq müəssisə statusuna malikdirlər. Onlarda özəl və bələdiyyə kapitalı iştirak edir və onların işinə hər hansı hakimiyət orqanının deputati başçılıq edir.

Kabel televizionunun yerli şirkətləri (SLEC) texniki tələblərin razılışdırılmış siyahısına riayət etməyə borcludurlar. Bu siyahı, məsələn, milli teleprogramların (A2, FR3) retranslyasiyasını, xarici proqramların ümumi uzunluğunun efir vaxtinin 30 faizi həddi ilə məhdudlaşdırılmasını, efir vaxtinin 15 faizindən az olmayaraq yerli mövzularda verilişlərə həsr olunmasını nəzərdə tutur.

“CANAL PLUS”: KONSESSİYA REJİMİ. Audiovizual informasiya vasitələri haqqında qanunun 70-cu maddəsi dövlət və özəl şirkətlərə reel xətləri vasitəsi ilə teleproqramlar yayılmamaq üçün konsessiya vermək hüququnu dövlətin ixtiyarına buraxır. Məsələn, belə bir konsessiya “Canal Plus” televizion kanalına verilmişdir. Bu kanalın əsas səhmdarı Navas agentliyidir. Navas agentliyi, onun kapitalının böyük hissəsinin dövlətə məxsus olmasına baxmayaraq, özəl şirkət statusuna malikdir.

30 sentyabr 1986-ci il tarixli qanuna uyğun olaraq (26 noyabr 1986-ci il tarixli qanunla azad edilmiş dəyişiklikləri nəzərə almaqla), relee xətləri vasitəsi ilə televizion və radio proqramlarının ötürülməsinə icazə Audiovizual informasiya vasitələri Ali Şurası tərəfindən verilir.

PEYK TELEVİZİONU. Fransada peyk televizionu TV5 kanalı ilə təmsil olunmuşdur. O, fransız dilində Avropa proqramını ECS Avropa peyki vasitəsi ilə yayımlayır. Lakin xeyli qədər veriliş Telecom 1 Fransa peyki vasitəsi ilə həyata keçirilir:

- əsasən telefon rabitəsini tə'min etmək üçün nəzərdə tutulan Telecom 1 və B (Rabitə nazirliyi) rabitə peykləri Fransa radio və televizion stansiyalarının verilişlərini Fransa ərazisində və xaricə retranslyasiya edirlər;
- 1988 və 1990-ci illərdə buraxılmış TDF1 və TDF2 birbaşa teleyayım peykləri televizion verilişlərinin fərdi parabolik antenna və dekoderlər vasitəsi ilə birbaşa qəbul olunmasını təmin edir.

MƏCBURI NÜSXƏLƏRİN TƏQDİM OLUNMASI. 30 iyul 1975-ci il tarixli dekretlə məcburi nüsxələrin təqdim olunması tələbi audiovizual məhsullara və bir neçə daşıyıcıda yazılımış (kaset, disk və s.) əsərlərə aid edilmişdir.

İNFORMASIYA VƏ DÖVLƏT. Hökumətin rəsmi nümayəndəsi və Baş nazirin yanında rabitə vasitələri üzrə dövlət katibi ilə yanaşı informasiya məsələləri ilə aşağıdakı dövlət orqanları məşğul olurlar:

İNFORMASIYA MƏSƏLƏLƏRİ ÜZRƏ BAŞ İDARƏ. 12 iyun 1974-cü il tarixli Dekretə uyğun olaraq yaradılmış Baş idarə (Delegation generale) idarələrərəsə bir orqandır və bu rola uyğun olaraq aşağıdakı funksiyaları həyata keçirir:

- dövlət hakimiyyəti orqanlarının fəaliyyəti haqqında informasiyanın yayılması;

- jurnalistlərin xahişi və müraciəti əsasında nazirliklər və administrasiyanın orqanlarının işi haqqında onlara zəruri sənədlərin təqdim olunması.

İnformasiya məsələləri üzrə Baş idarə həmçinin "İnformasiya məsələləri üzrə idarələrərəsə Komitənin" iclaslarının texniki cəhətdən hazırlanması və təşkil olunmasını tə'min edir. Adı çəkilən Komitə 2 dekabr 1968-ci il tarixli Dekretlə yaradılmış və ilk növbədə müxtəlif nazirliklərin informasiya sahəsində fəaliyyətinin əlaqələndirilməsinə xidmət edir.

HÜQUQI VƏ TEXNİKİ İNFORMASIYA XİDMƏTİ. Birbaşa Baş nazirə tabe etdirilmiş bu xidmət dövlət orqanlarının mətbuatla işinin əlaqələndirilməsini təmin etmek məqsədi ilə yaradılmışdır. Onun fəaliyyət dairəsinə zəruri etiketlərin gözlənilməsi, nəzarət, yardım edilməsi, statistik materialların təqdim olunması və s. daxildir.

Hüquqi və texniki informasiya xidməti 6 fevral və 17 noyabr 1954-cü il tarixli dekretlərə uyğun olaraq yaradılmış, sonra isə 18 yanvar və 4 fevral 1955-ci il, 28 sentyabr 1956-ci il və 7 mart 1975-ci il tarixli dekretlərlə yenidən qurulmuşdur. Sonuncu sənəd xidmətin fəaliyyət dairəsini audiovizual informasiya vasitələrinə (kinoxronika, radio, televizion, SECAM sistemi və s.) aid etmişdir.

Hüquqi və texniki informasiya xidmətinə bir neçə ixtisaslaşmış bölmə daxildir. Onlar ya informasiya xidmətinin ümumi problemləri, ya da mətbuatın xüsusi aspektləri ilə məşğul olurlar. 1975-ci ilin əvvəlindən bu xidmət ləğv olunmuş ORTF-nin bazası əsasında yaradılan bə'zi müəssisələri, məsələn, ictimai rə'y sorğusu və gizli reklam üzərində nəzarət orqanlarını ifadə edir. Bu xidmətin daxilində işin operativliyini artırmaq, nəzarət imkanını gücləndirmək üçün daim təkmilləşdirmələr aparılır.

AZADLIQ PRİNSİPLƏRİ VƏ ONUN HƏDLƏRİ. İnsan haqları Bəyannaməsinin XI maddəsi (Hər bir vətəndaş azad danışa, yaza, öz əsərlərini

dərc edə bilər, bir şərtlə ki, Qanunda nəzərdə tutulan hallarda bu azadlıqdan sui-istifadəyə görə məş'uliyət daşıyır"), 29 iyul 1881-ci il tarixli Qanun, 1946-ci il Konstitusiyasının preambulası (bu prembula sonradan 1958-ci il Konstitusiyasına da daxil edilmişdir) və daha geniş mənada bütün Fransa hüquq azadlığın kütłevi informasiya vasitələrinə, ideyanın bütün yayılma formalarına aid olan bir norma kimi baxır. İctimai asayışın təmin edilməsi, yaxud vətəndaşların maraqlarının qorunması məqsədilə qoylan məhdudiyyətlər və yasaqlar yalnız istisna təşkil edir. Bu məhdudiyyət və yasaqlar qanunla müəyyən edilməli, geniş miqyas almamalı, cəzalar isə dəqiq hüquqi proseduralar əsasında tətbiq edilməlidir.

Lakin əvvəllər qanunvericiliklə nəzərdə tutulan yasaqlar nisbətən az sayda olur, dəqiq və aydın formalasdırılırdı. Sonrakı evolyusiya isə çox vaxt öz aralarında uzlaşmayan müxtəlif mətnlərin tətbiq olunması nəticəsində cəzalandırılmalı olan hərəkətlərin əhatə dairəsini xeyli genişləndirdi. Hazırda, ümumiyyətlə metbuat sahəsi ilə bağlı yasaqlar, yalnız 1881-ci il qanunu ilə deyil, həmçinin Cinayət Məcəlləsi, Cinayət-Prosessual Məcəlləsi, Hərbi Hüquq Məcəlləsi və bir sıra xüsusi qanunların bəzi maddələri ilə də tətbiq olunur. Bu yasaqlar müxtəlif xarakter daşıyır, lakin onların əksəriyyəti millətin bütövlüyü və mə'nəvi ruhunun, məhkəmə sirrinin, gənclərin hüquqlarının qorunmasına, gənclərin sağlam və cəmiyyət üçün yararlı olmasına yönəlmışdır. Bəzi qanunlar informasiya fəaliyyəti çərçivələrindən kənara çıxır və "təbliğat", "təhrikçilik", "təxribat", hətta bu və ya digər məsələyə tənqidi münasibətə görə cəzalandırmağa cəhd edirlər. Nəhayət, bu mətnlər məcmusunun içərisində informasiya vasitələri haqqında qanunların pozulması ilə cinayət kimi cəzalandırılmalı olan hərəkətlərin arasında hədd müəyyənləşdirmək çox çətin olur.

Praktiki həyatda hakimiyyət orqanları normal şəraitdə kütłevi informasiya vasitələrinə hər yerdə sonsuz dözümlülük nümayiş etdirirlər və məhkəmə təhqiqtarlarına nadir hallarda rast gəlmək olur.

CAVAB VERMƏK HÜQUQU. 1881-ci il Qanunu ilə müəyyən edilən normaların radio və televiziona aid olmadığına görə yeni qanunlar qəbul etmək zərureti yarandı. Audiovizual informasiya vasitələrində cavab vermək hüququ prinsipini tətbiq etmək məqsədilə 3 iyul 1972-ci il və 7 aprel 1974-cü il qanunları qəbul edildi.

13 may 1975-ci il tarixli dekret 1974-cü il qanununu reallaşdırmaq üçün verilmişdir. Bu dekret tərəflər arasında kifayət qədər mürəkkəb qarşılıqlı əlaqələr sistemi yaratdı: mübahisəli veriliş buraxmış program istehsalı üzrə şirkətin prezidentindən öz cavab vermək hüququnu həyata keçirmək

üçün lazımi şəraiti ala bilməyən şəxs səkkiz gün ərzində Dövlət şurasının üzvü tərəfindən rəhbərlik edilən milli komissiyaya müraciət edə və həmin prezidentin rəsmi, yaxud faktiki rədd cavabına görə şikayət verə bilərdi.

1982-ci il iyulun 29-da qəbul olunmuş qanuna uyğun olaraq, istənilən fiziki və hüquqi şəxs hesab edirsə ki, onun şərəf və reputasiyasına xələl gətirilmişdir (yəni diffamasiya hallarında), onda mübahisəli verilişin efirə getməsindən sonra səkkiz saat ərzində bu verilişi hazırlamış özəl, yaxud dövlət təşkilatına şikayət ərizəsi göndərə bilər. Bu ərizədə iddialar və cavabın məzmunu eks olunur.

Ərizə nəşrin direktoruna ünvanlanmalı (13 dekabr 1985-ci il tarixli qanun) və təqdim olunması haqqında mə'lumat da daxil olmaqla sıfarişli məktübə göndərilməlidir (6 aprel 1987-ci il).

Əgər şikayətçinin iddiaları təsdiq olunarsa və əsaslı olduğu qənaəti çıxarılsara, onda cavab mübahisəli verilişin nümayiş etdirilməsindən sonra 30 gündən gec olmayıaraq efirə çıxmalıdır.

Cavab verilişinin uzunluğu 30 sətirlik maksimum mətn həcmi olmaqla iki dəqiqədən artıq olmamalıdır.

Rəsmi, yaxud faktiki rədd cavabından (yəni, adı vaxtda səkkiz saat ərzində radio və televizion tərəfindən heç bir reaksiya yoxdursa, seçkiqabağı kampaniya dövründə isə, əgər namizədlərin hər hansı birindən cavab çıxışı üçün sorğu gəlibse - 24 saat) sonra şikayətçi yuxarı məhkəmə mərhələlərinə müraciət edə bilər. Onun iddiası hər bir dövlət, yaxud özəl audiovizual informasiya vasitələri müəssisəsində cavab vermək hüququnun həyata keçirilməsi ilə bağlı problemlərin həlli üçün xüsusi olaraq tə'yin edilən məs'ul əməkdaşa qarşı yönəlməlidir.

Məhkəmənin sədri radio, yaxud televizionun üzərinə cavab mətninin efirə verilməsi haqqında məcburi öhdəlik qoya və öz qərarının dərhal qüvvəyə mindiyini e'lan edə bilər.

Cavab verilişinin radio, yaxud televizionun könüllü razılığı neticəsində, yaxud məhkəmə qərarının nəticəsi olaraq həyata keçirilməsindən asılı olmayıaraq, onun efirə çıxarılması şərtləri cavab vermək hüququna müraciət etməyə vadar etmiş verilişin şərtləri ilə eyni olmalıdır.

İNFORMASIYA VASİTƏLƏRİ İLƏ TƏHQİR. İcra etdikləri vəzifələrin mühümüyü nəzərə alınmaqla 29 iyul 1881-ci il tarixli qanun (26, 36 və 37-ci maddələr) bir sıra şəxslərin xüsusi müdafiəsini tə'min etmək üçün aşağıdakı cinayət tərkiblərini müəyyən etmişdir:

- Respublikanın Prezidentinin, o, olmadıqda isə onun səlahiyyətlərini bütövlükdə, yaxud qismən yerinə yetirən şəxsin təhqir edilməsi. Məhkə-

mə praktikası ilə müəyyən edilmişdir ki, bu cinayət "dövlətin birinci şəxsinin ya vəzifələrini yerinə yetirməsinə, ya da Respublikanın Prezidentinin şəxsi həyatına aid olan və onun şərəf və ləyaqətinə xələl gətirə bilən təhqiqidici, yaxud ikrəh doğuran ifadələr, həmcinin böhtan xarakterli fikirlərdən ibarətdir". (Cass. crin. 31 may 1965-ci il). İttihamların sübut olunması qəbul olunmur. Prokurorluq dövlət başçısı tərəfindən iddianın irəli sürülməsini gözləmədən məhkəmə təhqiqatına başlaya bilər;

- xarici ölkələrin dövlət və hökumət başçılarının, həmcinin onların xarici işlər nazirlərinin təhqir edilməsi. Bu şəxslərə, onların Fransada səfərdə, yaxud öz ölkələrində olmasından asılı olmayaraq, Fransanın prezidenti ilə eyni şəkildə müdafiə tə'min olunur. Bir fərqlə ki, bu halda maraqlı tərəfin şikayət ərizəsinin olması tələb olunur;
- səfir, səlahiyyətli nümayəndə və digər akkreditə edilmiş diplomatların təhqir edilməsi. Bu hallarda da xarici dövlət başçılarının təhqir edilməsi ilə bağlı prosedura həyata keçirilir.

BÖHTAN, TƏHQİR VƏ ŞANTAJ. Fiziki şəxslər, həmcinin dövlət və özəl təşkilatlar onların şərəf və reputasiyasına xələl gətirən informasiya və şərhlərdən qanunla qorunurlar. Burada yalnız bir şərt irəli sürürlər ki, onlar məhkəmə təhqiqatı üçün təşəbbüsü öz üzərlərinə götürməlidirlər. Şərəf və reputasiyaya bu cür təcavüz təhqir, böhtan, yaxud şantaj formalarında həyata keçirilə bilər.

Hər hansı fakt haqqında mə'lumat verməyən hər bir alçaldıcı fikir, yaxud söyüş təhqir hesab olunur (29 iyul 1881-ci il tarixli qanun). Beləliklə, təhqiqidici bir söz işlətmək kifayətdir ki, məhkəmə təhqiqatı üçün əsas verilmiş olsun;

- təhriketmə yüngülləşdirici hal kimi baxıla bilər: müəyyən edilsə ki, həmin şəxs təhqiqə məruz edilmişdir, onda günahkar mə'suliyyətdən azad edilir.

Təhqirdən fərqli olaraq, böhtan (diffamasiya) "mə'lum faktın aid edildiyi müəyyən vətəndaş, yaxud vətəndaşlar kateqoriyasının şərəf və adına xələl gətirən hər bir ifadə yaxud hər hansı faktın onun adına çıxılması" ibarətdir. "Vətəndaşlar kateqoriyası" ifadəsi istenilən müteşəkkil sosial qrupu nəzərdə tutur. Böhtan faktının qeyd olunması üçün vətəndaş, yaxud təşkilatın rəsmi adlandırılmasına ehtiyac yoxdur. Kifayətdir ki, onları səhv-siz idenifikasiya etmək mümkün olsun. Cinayət faktı hətta o halda da müəyyən edilə bilər ki, fikir güman şəklində söylənilmiş olsun, yaxud ar-tıq, deyiilmiş fikrin şərhindən ibarət olsun. Lakin təhqirdən fərqli olaraq, diffamasiya yalnız konkret fakta, yəni məhkəmədə sübut və müəyyən edi-

lə bilən faktə söykənməlidir. Əgər şübhə yazılı, yaxud şifahi deyilmiş fikri hüquqi cəhətdən təsdiq, yaxud rədd etmək mümkün deyildirsə, onda onun təhqirlər kateqoriyasına daxil edilməsi daha düzgün olardı.

Həqiqətən olmuş, lakin hüquqi cəhətdən sübut edilməsi mümkün olan faktların açılması da böhtan hesab olunur. Belə faktlara, məsələn, şəxsi həyata aid hadisələr, amnistiyaya düşmüş, yaxud köhnəlik vaxtı keçmiş cinayətlər, bəraət nəticəsində, yaxud işə yenidən baxılması ilə ləğv olunmuş məhkəmə hakimləri, on ildən artıq əvvəl baş vermiş hadisələr daxildir.

Qeyd etmək lazımdır ki, məhkəmə vurulmuş zərərin ödənilməsi haqqında iddiaya baxarkən işin təfərrüatı və məzmunundan çıxış edərək ittihəm olunan şəxsin məqsədini üzə çıxartmağa çalışır.

Jurnalistin hazırladığı materialın düzgün olduğunu sübut etmək kütłəvi informasiya vasitəsinin rəhbərinin və materialın müəllifinin üzərinə düşür. Belə ki, söhbət diffamasiyaya dair qanunvericiliyin xüsusi cəhətlərindən gedir. Məhkəmə praktikası tənqidçinin dörd düzgünlük me'yarını işləyib hazırlanmışdır: qarşıya qoyulan məqsədin qanuniliyi, şəxsi ədavətin olmasına, ifadələri işlədərkən ehtiyallılıq və təmkin, təhqiqatın dəqiqliyi və informasiya mənbəyinin e'tibarlılığı üstün ictimai maraq kütłəvi informasiya vasitələrində çıxışları qiymətləndirirkən əsas əhəmiyyət kəsb edir.

Aydındır ki, audiovizual informasiya vasitələrinə məxsus istənilən material cavab vermək hüququnun həyata keçirilməsi üçün əsas ola bilər, lakin bu cavab materialın düzgünlüğünü təsdiq edirsə, bu, hələ o demək deyildir ki, böhtana məhkəmə təhqiqatı aparıla bilməz.

ŞƏXSİ HƏYATIN QORUNMASI. “Vətəndaşların şəxsi hüquqlarının təminatını gücləndirmək” məqsədi ilə 17 iyul 1970-ci il tarixli qanuna uyğun olaraq Cinayət Məcəlləsinin 368-370-ci maddələrinə dəyişikliklər edilmişdir. Bu qanuna görə, şəxsi həyatı ilə məşğul olan vətəndaşın özünün razılığı olmadan şəklini, hərəkətlərini lətə köçürmək, bu qəbul materialları yayılmamaq yasaq olunur. Bu qəbil materialların yayılması xüsusiə ciddi şəkildə cəzalandırılır. Bundan başqa, yazılmış sözlərin, yaxud təsvirin montaj edilməsi, əgər bu montaj həmin şəxsin razılığı ilə edilibsə, elə həyata keçirilməlidir ki, dinləyici, yaxud tamaşaçıda onun montaj olması haqqında şübhə yaranmaması.

Bu Qanuna uyğun olaraq, Cinayət Məcəlləsinə yeni maddə (9-cu maddə) əlavə olunmuşdur. Bu maddə “şəxsi həyatin toxunulmazlığı hüququnu” təsdiq edir. Şəxsi həyata təcavüz edildiyi hallarda məhkəmə istənilən cəza tədbirləri, o cümlədən həbs, yaxud müvafiq əmlakın müsadirəsi kimi

tədbirlər tətbiq edə bilər. Bu tədbirlər ilk növbədə uyğun hərəkətlərin qarşısının alınmasına, dayandırılmasına xidmət edir. Sonradan həmin hərəkətə görə zərər dəymmiş şəxsin iddialarının ödənilməsi də tə'min edilməlidir. Ehtiyac olduğu hallarda bu tədbirlər dərhal həyata keçirilə bilər. Yeni Mülki-prosessual məcəllənin 809-cu maddəsinə uyğun olaraq tə'cili məhkəmə qərarları praktikası xeyli inkişaf etdirilmişdir.

FRANSIZ DİLİ. Fransız dilinin istifadə olunması haqqında 31 dekabr 1975-ci il tarixli qanun fransız dilində ekvivalent ifadələrin olduğu hallarda şəfahi və yazılı reklamda, həmçinin mətbuat, radio və televizionda verilən informasiya materiallarında əcnəbi sözlərin işlədilməsini qadağan edir.

FRANSANIN APARICI TELEVİZİYA VƏ RADIÖ ŞİRKƏTLƏRİ VƏ PROGRAMLARI

Radio Frans

Ünvan: Paris, 75786, Prezident Kennedy prospekti 116; Sedeks 16. Radio verilişləri planlaşdırır və hazırlayır. Orkestr və xorun işini və inkişafını təmin edir. 124 stüdyası var, onlardan 71-i əyalətdədir. Daimi qurumları: "Fransa milli orkestri" (1934-də yaranıb), 115 musiqiçisi var, "Filarmoniya orkestri" (1976-ci ildə yaranıb) 138 musiqiçisi var.

Frans-Inter

1947-ci ildə yaranıb. Sutkada 24 saat milli program yayır. Ötürüculəri uzun və orta dalğalara işləyir.

Frans-Kültür

1963-cü ildə yaranıb. Sutkada 24 saat işləyir. Mədəniyyətin bütün sahələri üzrə proqramlar hazırlayır. Müsahibələr, Yaradıcılıq söhbətləri, Mətbuat müzakirəsi, geniş reportajlar, Musiqi proqramları əsas yer tutur.

Frans-Müzik

1963-cü ildə yaranıb. Sutkada 24 saat işləyir. Hər gün saat birlə saat yeddi arasında peyk ötürucusu vasitəsilə də yayılır. Radio Fransın yaratdığı konsert proqramları da burada səslənir.

Frans-Info

1987-ci ildə Rolan For və Jerom Bellay tərəfindən yaradılıb. Sutkada 24 saat işləyir. Fransanın 102-yə yaxın şəhərini əhatə edir.

FIP

1971-ci ildə Pyer Kodi və Jan Qaretto tərəfindən yaradılıb. Parisdəki kükürt tixacları haqda mə'lumat yaymaq işinə xidmət edir. Sutkada 24 saat işləyir.

Radio Frans Internasyonal

(RFI)

1931-ci ildə yaranıb və ilk veriliş qısa dalğada "Müstəmləkə Poçtu" adı ilə yayılıb. 1935-ci ildən xarici dillərdə verilişlər programına çevrililib. 1940-ci ildə Paris radiosunda fəaliyyəti dayanıb və Bazzavil radiosu kimi fəaliyyətə başlayıb. 1975-ci ildən Radio Frans Internasyonal adı ilə işləyir. 1983-cü ildən Fransa radiosunun xaric üçün verilişlərini özündə cəmləyən sərbəst quruma dönüb.

Frans Televizyon

Frans Televizyon birliyi Frans-2 və Frans-3 televiziya programlarını təmsil edir və həmin proqramlar əvvəl "Anten-2" və "Fransa Əyalət-3" adlanan proqramları əvəz ediblər. Proqramlar sutkada 24 saat işləyir. Əsas verilişlər xəbərlərdən, idman və gənclik proqramlarından, mədəniyyət, əyalət və Avropa yeniliklərindən ibarətdir.

1989-cu ildə yaradılmış Frans Internasyonal programı isə peyk vasitəsi ilə verilişlər yayır. 1995-ci ildən həmin program 5 əraziyə: Mərkəzi və Şərqi Avropa, Yaxın Şərqi, Asiya və Latin Amerikası ərazilərinə yayılır.

Frans-2

Ünvanı: Paris 75387, Sedeks 08, Monten pr. 22

Ölkə paytaxtinın həyatına həsr olunmuş televiziya verilişləri hazırlayıb. 1975-ci ildən ilk baş direktoru Marsel Jülian olub. Müxtəlif mövzulu verilişlərə bütün ölkə əhalisi tamaşa edir.

Frans-3

Ünvanı: 75790 Paris, Sedeks 16, prezident Kennedi prospekti 116

Paytaxt və əyalət həyatından bəhs edən müxtəlif mövzulu televiziya verilişləri hazırlayıb və yayır. 1975-ci ildə ilk baş direktoru Klod Kontamin olub. 3246 daimi əməkdaşı var. Onlardan 2453 nəfəri texniki və administrativ işçi, 793 nəfəri isə jurnalistdir. Əməkdaşların çoxu əyalətdə işləyir.

FRANSA RESPUBLİKASININ QANUNU

N 82652 29 iyul 1982-ci il

TELERADIO YAYIMLAR HAQQINDA FRANSA RESPUBLİKASININ QANUNU

Aşağıda məzmunu verilən qanunu Milli Məclis və Senat müzakirə etmiş, Milli Assambleya qəbul etmiş, Konstitusiya Şurası onun Konstitusiyaya uyğun olduğunu bildirmiş, Respublikanın Prezidenti e'lan etmişdir.

BÖLMƏ 1

ÜMUMİ PRİNSİPLƏR

MADDƏ 1. TELERADIOYAYIM AZADDIR.

Hazırkı Qanuna görə istənilən cür səs təsvir, sənəd, mə'lumat və xəbərlərin radiodalğa və kabel vasitəsi ilə ictimaiyyətin ixtiyarına verilməsi teleradioyayım adlandırılır.

MADDƏ 2. VƏTƏNDAŞLAR AZAD VƏ PLÜRALİST TELERADIOYAYIM HÜQUQUNA MALİKDIR.

MADDƏ 3. Maraqlı tərəflərin razılığı gəldiyi hallar istisna olmaqla, çıxışlı olan programlardan istifadə edənlərə seçim anonimliyi tə'min olunmalıdır.

MADDƏ 4. HAZIRKI QANUNUN 1-Cİ MADDƏSİ İLƏ E'LƏN OLUNAN AZADLIQ VƏ ONDAN İRƏLİ GƏLƏN HÜQUQLARIN HƏYATA KEÇİRİLƏSİ, O CÜMLƏDƏN AŞAĞIDAKILARLA TƏ'MİN OLUNUR:

- ictimai televiziya və radioyayım xidmətinin fəaliyyət şərtləri ilə;
- 9-cu maddədə göstərilən şəxslərin 8-ci maddədə göstərilən infrastruktur və aparatlara yaxın düşmək imkanını müəyyən şərtlərlə;
- audiovizual xidmətin Baş idarəsi ilə.

MADDƏ 5. İCTİMAİ TELEVİZİYA VƏ RADIYOYAYIMLAR XİDMƏTİNİN VƏZİFƏSİ HƏM MILLİ, HƏM DƏ REGIONAL SƏVİYYƏDƏ:

- informasiyanın düzgünüyü, müstəqilliyi və plürvializmini tə'min edərək;

- vətəndaşların biliklərinin dərinləşdirilməsi, təşəbbüskarlığıın və məs'uliyyətinin inkişaf etdirilməsi məqsədilə əhalinin müxtəlif qərarlarının təhsil, asudə vaxt və mədəniyyət sahələrində müasir ehtiyaclarını ödəyərək;
- bədii əsərlərin yaradılması və yayılmasına yardımçı olaraq;
- mədəni-ictimai və peşəkar toplumların, həmçinin dini və felsəfi cərəyanların nümayəndələrinin ictimai əlaqələrinə, o cümlədən, özünü ifadə etmələri, təhsili və mə'lumatlandırılmasına kömək edərək;
- istehlakçıların tələbatının təkamülünü və texniki tərəqqinin doğurduğu dəyişiklikləri nəzərə almaqla teleradio yayımlarının inkişafında öz elmi və yaradıcı tədqiqatları ilə iştirak edərək;
- regionların da dillərinin fəaliyyət göstərməsini tə'min etməklə fransız dilini qoruyaraq və şöhrətləndirərək;
- mədəniyyətlərarası dialoqlarda, xüsusi lədə fransızdilli ölkələrin mədəniyyətlərarası dialoqlarında iştirak etmək yolu ilə xaricdə fransız mədəniyyətinin bütün formalarının yayılmasına yardım edərək;
- informasiya, əyləncə və mədəniyyət sahələrində yaşayış fransızların tələbatını ödəyərək ümumi mənafeyə xidmət etməkdən ibarətdir.

Bu vəzifəni yerinə yetirərkən plürüalizm və mədəniyyətlərin, e'tiqadların, ictimai fikir və ictimai rə'yin müxtəlif cərəyanlarının hüquq bərabərliyi prinsiplərinə əməl olunmalıdır.

O, hazırkı Qanunun 3-cü bölməsində göstərilən açıq müəssisə və şirkətlərin vasitəsi ilə həyata keçirilir.

MADDƏ 6. Hər bir fiziki və hüquqi şəxs, teleradio yayım çərçivəsində onun şərəf və şöhrətinə xələl gətirən ittiham yayımlanıbsa, cavab vermək hüququna malikdir.

Iddiaçı rədd etmək istədiyi ittihamı və vermək niyyətində olduğu cavabın məzmununu dəqiqləşdirməlidir.

Cavab yayımlanarkən ittihamın daxil olduğu mə'lumatın yayılmışlığı eyni texniki şərait tə'min olunmalıdır.

Cavab eلا yayımlanmalıdır ki, ona da əvvəlki mə'lumatın auditoriyasına uyğun auditoriya tə'min edilsin.

Iddia ittihamının daxil olduğu mə'lumatın yayımlanmasından sonra 8 gün ərzində təqdim olunmalıdır.

Əgər cavabdeh iddiaya cavab vermirse, yaxud onu rədd edirsə, bu maddənin 9-cu abzasında göstərilən şəxslərin məs'uliyyətə cəlb edilməsi haqqında qərar qəbul edə bilən ikinci instansiya məhkəməsinin sədrinə müraciət edə bilər.

İkinci instansiya məhkəməsinin sədri daim artan cərimə hədəsi ilə ca-

vabın yayımlanması haqqında qətnamə çıxara bilər.

O, şikayətin verilməsini gözləmədən, qərarının dərhal yerinə yetirilməli olduğunu e'lan edə bilər.

Əgər seçki kampaniyası vaxtı namizədlərdən birinin ünvanına ittihadlar yayılmışsa, 5-ci abzasda nəzərdə tutulan 8 günlük müddət 24 saatə qədər qısalıdır.

Hansısa şəkildə və hansısa formada audiovizual əlaqəni tə'min edən hər bir hüquqi şəxs cavab vermək hüququnun həyata keçirilməsi ilə bağlı hərəketlərin yerinə yetirilməsinə məs'ul olan əməkdaşa malik olmalıdır.

Bu maddənin tətbiq olunması qaydası Dövlət Şurasının qərarı ilə müəyyən edilir.

Bu qərarda, o cümlədən, bu maddənin birinci abzasında göstərilən ittihadların yoxlanılması üçün administrasiyaya lazım olan audiovizual sənədlərin saxlanması qaydası və müddəti dəqiqləşdirilir. Bu vaxt Arxivlər Haqqında 79-18 sayılı 3 yanvar 1979-cu il tarixli qanunun müddəaları pozulmalıdır.

Bu maddənin müddəaları 77-ci maddədə göstərilən audiovizual əlaqələr xidmətinə yalnız xüsusi qərarla müəyyən edilən şərtlərə əməl edilməsi və 77-ci maddənin 2-ci abzasında göstərilən keçid dövrünün başa çatması ilə tətbiq oluna bilər.

MADDƏ 7. Milli ərazidə radiotezliklərdən istifadə olunması dövlətin icazəsi ilə həyata keçirilir.

Bu cür icazə müəyyən müddətə lisenziya formasında verilə bilər, həm də nəzərə almaq lazımdır ki, lisenziya geri götürüle bilər.

MADDƏ 8. Dövlət radioötürücü qurğuları, həmçinin teleradioyayılm qurğuları və onların infrastrukturlarını:

- əgər onlar dövlət mülkiyyəti olan ərazidə yerləşirlərse;
- əgər onlar fərdi şəxsə məxsus ərazidə yerləşərək, kollektiv mülkiyyətirlər, yaxud üçüncü şəxsə məxsus ərazini kəsirlərsə, quraşdırır, yaxud quraşdırılmasına icazə verir.

Bu cür icazə dövlət tərəfindən, yaxud onun hesabına həyata keçirilən məcburi texniki nəzarəti nəzərdə tutur.

Maddə 9. Teleradioəlaqələri həyata keçirən şəxslərin əvvəlki maddədə göstərilən radioötürüclərə, yaxud teleradioyayılm qurğularına və onların infrastrukturuna yaxın buraxılması onların fəaliyyətinin xarakterindən asılı olaraq aşağıdakı formalarda həyata keçirilir:

- ya ərizə verilməsi ilə;
- ya da bu Qanunun 4-cü bölməsində göstərilən şərtlər daxilində icazə alınması ilə.

BÖLMƏ 2

TELEVİZİYA VƏ RADILOYAYIM ÜZRƏ ƏSAS KONSTITUSİON ORQANLAR.

FƏSİL 1

TELERADIOYAYIM ÜZRƏ PARLAMENT KOMİTƏSİ

MADDƏ 10. Teleradiyayım üzrə Parlament Komitəsi tə'sis olunur və ona daxil olurlar:

- parlamentin hər iki palatasının maliyyə komissiyalarının baş mə'rüzəçiləri, həmin komissiyaların xüsusi mə'rüzəçiləri və mədəniyyət işləri üzrə televiziya və radioyayımı mə'suliyyət daşıyan komissiyaların mə'rüzəçiləri;
- 5 deputat və 3 sennator, lakin onlar elə tə'yin olunmalıdır ki, parlament fraksiyalarını tarazlaşdırılmış şəkildə təmsil etsinlər.

Komitə parlamentin hər iki palatası qarşısında öz fəaliyyəti haqqında hesabat verir və hər il öz fəaliyyəti haqqında ikinci sessiyanın açılışından əvvəl hər palatanın bürosuna hesabat təqdim edir.

Komitə özünün daxili rəqlamentini müəyyən edir və büro seçir.

MADDƏ 11. Parlament Komitəsi 30 dekabr 1958-ci il tarixli ordononsun 164-cü maddəsi, 4-cü paraqrafi ilə və ona əlavələrlə müəyyən edilən səlahiyyətlərə malikdir. Bu səlahiyyətlər sədr, yaxud komitənin tə'yin etdiyi büro üzvü tərəfindən həyata keçirilir.

Komitə bu Qanunun 3-cü bölməsində və zəruri hallarda 4-cü bölməsində göstərilən tə'sisatların fəaliyyəti haqqında Hesablama palatasının xüsusi mə'rüzələri ilə tanış olur.

Komitə özünün şəxsi təşəbbüsü ilə bu Qanunun tətbiq olunması ilə bağlı məsələlərə dair məsləhətlər, yaxud rə'yələr verə bilər; lakin o, icazələrin verilməsi və bu Qanunun 5-ci bölməsi ilə müəyyən edilən barışdırma prosedurasına müdaxilə edə bilməz. İctimai teleradiyayım xidməti orqanlarının ştat cədvəllərinə dəyişikliklər edən, yaxud onları dəqiqləşdirən qərarları çap olunmamışdan əvvəl baxılmaq üçün Parlament Komitəsinə təqdim olunur.

Komitə hökumət sorğuları daxil olarsa, həmin andan 15 gün ərzində öz rə'yini verməlidir.

Bu rə'y Fransa Respublikasının "Jurnal offisel" nəşrində dərc olunur.

FƏSİL 2

AUDIOVIZUAL ƏLAQƏLƏR XİDMƏTİ BAŞ İDARƏSİ

MADDƏ 12. Audiovizual əlaqələr xidməti Baş idarəsi (bundan sonra AƏXBİ) tə'sis edilir, o, xüsusi olaraq, ictimai teleradioyayım xidmətlərinin müstəqilliyini tə'min etməlidir.

MADDƏ 13. AƏXBİ bu qanunda göstərilərək ictimai teleradioyayım xidmətinin üzərinə qoyulmuş vəzifələrin uyğun tə'sisatlar tərəfindən yerinə yetirilməsinə nəzarət edir.

MADDƏ 14. 1. AƏXBİ qanunlara və qanuna uyğun aktlara əməl etmək şərti ilə teleradioyayım xidmətlərində öz tövsiyələri ilə aşağıdakılara nəzarət etməlidir:

- proqramlar tərtib olunarkən plürüalizm prinsiplərinə əməl olunması və ayri-seçkiliyin olmaması;
- insan şəxsiyyətinə və onun ləyaqətinə hörmət edilməsi, kişi və qadınlar arasında bərabərlik, uşaq və yeniyetmələrin müdafiə edilməsi;
- fransız dilinin yayılması tə'min edilməsi;
- yerli dil və mədəniyyətlərin inkişaf etdirilməsi;
- karların və zəif eşidən adamların proqramları qəbul edə bilməsi üçün şəraitin tə'min olunması.

14. 2. AƏXBİ həmin şərtlərə əməl etməklə, öz sərəncamı ilə aşağıdakılara aid olan qaydaları müəyyənləşdirir:

- bu Qanunun 33-cü maddəsi ilə nəzərdə tutulan hökumət mə'lumatına cavab vermək hüququ;
- seçki kampaniyalarına aid olan verilişlərin yaradılması, proqrama daxil edilməsi və yayılmışlığı şərtləri;
- müxtəlif dini və fəlsəfi cərəyanların, siyasi partiya və parlament fraksiyalarının nümayəndələrinin canlı yayımıla çıxışlarının, həmçinin parlament iclasları haqqında hesabatların hazırlanması, proqrama daxil edilməsi və yayılmışlığı şərtləri;

14. 3. AƏXBİ yenə də həmin şərtlərə əməl etməklə, bu Qanunun 6-ci maddəsi ilə müəyyən edilən cavab hüququnun həyata keçirilməsi qaydasını müəyyənləşdirir.

MADDƏ 15. AƏXBİ ictimai xidmətin öhdəliklərinə aid olan nizamnamə sənədlərinin fəsillərinin məzmunu haqqında öz rə'yərini verir.

Bu rə'yər əsaslandırılmış və dərc olunmalıdır.

MADDƏ 16. AƏXBİ bu qanunun 3-cü bölməsinin 2-ci fəslində göstərişən ictimai idarə və şirkətlərin direktorlar şurasına inzibatçılar tə'yin edir. AƏXBİ 37, 38, 40, 42, 45, 51 və 52-ci maddələrdə tə'sis edilən şirkətlərin prezidentlərini tə'yin edir.

MADDƏ 17. Bu qanunun 4-cü bölməsində göstərilən şərtlər əsasında AƏXBİ yerli radioyayım, radioşəbəkə və kabel televiziyyası xidmətlərinə aid məsələlərə dair icazə verir.

MADDƏ 18. İctimai xidmət organları və onların əməkdaşları arasında vicdan azadlığı və yaradıcılıq azadlığı ilə bağlı münaqişələr işi məhkəməyə verilməzdən əvvəl baxılmaq və tərəfləri barışdırmaq üçün AƏXBİ-yə verilə bilər.

71 və 93-cü maddələrdə göstərilən jurnalistlər əvvəlki abzasın tə'siri altına düşmürler.

MADDƏ 19. AƏXBİ ictimai televiziya və radioyayım xidmətinin şirkətləri tərəfindən reklam mə'lumatlarının mövcud qanun, qərar və peşəkar ən-ənələrdən irəli gələn məzmununa aid əsas prinsiplərə əməl edilməsinə nəzarət edir.

Bu məqsədlər üçün o, aşkar edə biləcəyi normalar hazırlayırlar.

MADDƏ 20. AƏXBİ bu qanunun 38 və 40-ci maddələrində göstərilən milli şirkətlərin proqramlarının onların prezidentləri ilə məsləhətləşmələrdən sonra ahəngdarlığını tə'min etməli olan normaları işləyib hazırlayırlar.

Bu tövsiyələrin aşkarlığı tə'min edilir.

MADDƏ 21. AƏXBİ teleradioelaqə məsələləri ilə məşğul olan beynəlxalq qeyri-hökumət organlarında ictimai teleradiroyayım xidmətinə daxil olan bütün şirkətləri təmsil edir.

MADDƏ 22. Hər il ikinci parlament sessiyası açılan gün AƏXBİ respublikanın prezidenti və parlamentinə tövsiyələrin yerinə yetirilməsi haqqında, ictimai xidmətə daxil olan şirkətlərin nizamnamə sənədlərinin yerinə yetirilməsi haqqında və proqramların keyfiyyəti haqqında hesabat göndə-

rir. Hesabat maraqlı organların cavabları ilə birlikdə Fransa Respublikası-nın "Jurnal offisel" nəşrində dərc olunur.

Bundan başqa, AƏXBİ bu qanunun 3-cü bölümünə əsasən yaradılmış şirkət və müəssisələrin fəaliyyəti haqqında xüsusi hesabat təqdim edə bilər.

MADDƏ 23. AƏXBİ 9 il müddətinə seçilən doqquz üzvdən ibarətdir. Onun tərkibi 3 ildən bir yeniləşdirilir. Onun üzvləri Respublika Prezidentinin qərarı ilə təsdiq olunur, bu vaxt üç nəfər Respublika Prezidenti, üç nəfər Milli Məclisin sədri və daha üç nəfər Senatın sədri tərəfindən tə'yin olunur. Onlar vəzifədən çıxarılmırlar.

Sədri Respublika Prezidenti tə'yin edir. AƏXBİ üzvlərinin səsləri bərabər bölündükdə sədrin səsi həllədicidir.

AƏXBİ-yə daxil olan şəxslərin yaşı 65-dən çox olmamalıdır.

Hər hansı səbəbə görə AƏXBİ üzvünün yerinin boşaldığı halda bu maddədə göstərilən şərtlərə uyğun olaraq yeni üzv tə'yin edilir və onun mandatı da onun əvəz etdiyi şəxsin mandatının qurtarmalı olduğu müddətdə başa çatır. Mandat qurtardıqdan sonra bu şəxs o halda AƏXBİ-yə üzv tə'yin edilə bilər ki, onun tərkibində üç ildən az işləmiş olsun.

MADDƏ 24. AƏXBİ-nin üzvü vəzifəsini tutan şəxs hər hansı seçkili mandat ala, hər hansı dövlət vəzifəsi tuta və hər hansı daimi və ödənişli peşəkar fəaliyyətlə məşğul ola bilməz.

Öz mandatlarını yerinə yetirən dövrə AƏXBİ üzvləri başqa dövlət vəzifələrinə tə'yin edilə bilməzlər. Başqa şey deyən nizamnamələrin istənilən müddəasına baxmayaraq, AƏXBİ-nin tərkibinə tə'yin edilmiş dövlət qulluqçuları mandatlarının müddəti qurtarana qədər müvəqqəti olaraq istefaya çıxırlar.

AƏXBİ üzvləri teleradio, nəşr-iyyat fəaliyyəti, mətbuat, yaxud reklamla bağlı olan müəssisələrdə birbaşa, yaxud dolayısı ilə vəzifə tuta, yaxud onların aksiyalarının sahibi ola bilməzlər.

Öz mandatlarını yerinə yetirdikləri dövrə AƏXBİ üzvlərinə, onların vəzifələrinin müstəqilliyini və ləyaqətini tə'yin etmək məqsədilə, AƏXBİ-nin özü, yaxud onun qərarları və tövsiyyələri ilə bağlı məsələlərə, yaxud onlara aid ola biləcək məsələlərə dair açıq şəkildə öz fikrini söyləmək qadağan olunur. Onlara həmçinin bu cür məsələlərə dair tövsiyyələr vermək də qadağan olunur.

MADDƏ 25. AƏXBİ onun sədri tərəfindən idarə olunan xidmətlərə ma-

luktur. Bu xidmətlərin əməkdaşları bu Qanunun əsasında yaradılan müəssisə və şirkətlərin direktorlar şurasının üzvləri ola bilməzler.

AƏXBİ-yə öz vəzifələrini yerinə yetirmək üçün lazım olan kredit baş nəzirin xidmət büdcəsinə daxildir.

MADDƏ 26. AƏXBİ-nin 14, 17 və 20-ci maddələrə uyğun olaraq qəbul etdiyi akt, qərar və tövsiyyələr haqqında hökumətə və maraqlı şəxslərə mə'lumat verilir. Onlar maraqlı şəxslər tərəfindən alındıqdan sonra 24 saat ərzində yerinə yetirilməlidir.

Lakin 14-cü maddə, 2-ci paraqraf və 17-ci maddədə göstərilən qərarlar alındığı andan yalnız 15 gün keçəndən sonra yerinə yetirilməlidir. Bu 15 gün ərzində hökumət məsələnin yenidən müzakirə olunmasını tələb edə bilər.

Əgər hansısa milli proqramlar şirkəti öz Nizamnaməsinin müddəalarını, həmçinin 14, 19 və 20-ci maddələrdə göstərilən akt, qərar və tövsiyələri ciddi və dəfələrlə pozarsa, AƏXBİ xüsusi əsaslandırılmış qərarla şirkətin prezidentinə bu pozuntuları aradan qaldırmaq üçün zəruri tədbirləri görməyi əmr edir.

FƏSİL 3

AUDIOVIZUAL ƏLAQƏLƏR ÜZRƏ MİLLİ ŞURA

Maddə 27. Audiovizual əlaqələr üzrə Milli Şura (bundan sonra - AƏMS) tə'sis edilir.

Bu Şura televiziya və radio fəaliyyətinin bütün növləri üzrə məsləhətçi funksiyalarını yerinə yetirir. Lakin o, bu qanunun 5-ci bölməsi ilə müeyyən edilən icazələrin verilməsinə və barışiq proseduralarına müdaxilə edə bil-məz.

Hökumət ona bu qanunla verilən funksiyaların həyata keçirilməsinə dair məsləhətlər verə bilər. AƏXBİ ona bu qanunun 14, 19 və 20-ci maddələrində göstərilən qərar və tövsiyələrin layihələrinə dair məsləhətlər verə bilər. Şura milli proqram şirkətləri tərəfindən yayılmış proqramların keyfiyyətini qiymətləndirir. O, həmçinin bu Qanunla bağlı olan istənilən məsələləri həll etmək səlahiyyətine malikdir.

O, özünün sədrini seçir, sədr AƏXBİ-nin yanında onun nümayəndəsidir.

Bu qanunun 3-cü bölməsində göstərilən şərtlərə uyğun olaraq o, ictimai teleradiroyayım xidmətlərinin direktorlar şurasının bir sıra üzvlərini tə'yin edir.

MADDƏ 28. AƏMŞ 3 il müddətinə tə'yin edilən 64 üzvdən ibarətdir, onlardan:

- regional və teleradioyayım komitələrindən 17 nümayəndə, onlardan heç olmasa, bir nəfəri dənizarxası ərazilərdən və departamentlərdəndir. Bu nümayəndələr özlerinin prezidentləri tərəfindən xüsusi olaraq bu məqsəd üçün toplanmış yığıncaqdə təsdiq edilirlər;
- daha nüfuzlu həmkarlar ittifaqlarından 7 nümayəndə;
- mədəniyyət assosiasiyları və xalq təhsili assosiasiylarından 7 nümayəndə;
- ailə və ictimaiyyət assosiasiyların və istehlakçılar assosiasiylarından 7 nümayəndə;
- televiziya və radionun daimi və ştatdankənar işçilərindən 7 nümayəndə;
- teleradioyayım müəssisələrindən daha nüfuzlu həmkarlar ittifaqları vəsítəsilə tə'yin edilən 7 nümayəndə (rəhbərlər və jurnalistlərdən), onların sırasına ən azı 3 nəfər mətbuat nümayəndəsi daxil olur;
- mədəniyyət və elm dairələrindən 7 nümayəndə, onlardan heç olmasa biri dənizarxası ərazilərdən və departamentlərdən;
- aparıcı fəlsəfi cərəyanlardan 7 nümayəndə.

Şuranın üzvü eyni vaxtda ictimai teleradioyayım xidməti orqanlarında inzibatçı kimi çalışa bilməz.

Dövlət Şurasının dekreti AƏMŞ üzvlərinin tə'yin edilməsi şərtlərini, həmçinin onun fəaliyyət qaydalarını dəqiq müəyyənləşdirir.

Şuranın fəaliyyət göstərməsi üçün zəruri olan kredit baş nazirin xidmət büdcəsinə daxildir.

FƏSİL 4

REGIONAL TELERADIOYAYIM KOMİTƏLƏRİ

Maddə 29. Regional teleradioyayım komitələri hər bir regionda, dənizarxası departamentdə və Mayot inzibati dairəsində yaradılır.

Maddə 30. AƏXBİ həmin regiondakı dövlət nümayəndəsinin, yaxud regional şuranın sədrinin sorğusuna əsasən regional komitə teleradioyayım siyasəti haqqında rə'y verir. Bu rə'yələr aşağıda sadalanan sahələrə aiddir:

- regional televiziya və radionun yaradıcı inkişaf yolları;
- regional televiziya və radio materiallarının saxlanması məqsədi və

vasitələri;

- sosial yönümlü verilişlərin və müxtəlif mədəni, mə'nəvi, fəlsəfi və lingvistik birləşmələrin nümayəndələrinə hörmət şəraitində regional özünüdərkin inkişafına kömək edən verilişlərin həvəsləndirilməsi vasitələri.

Regional teleradioyayım şirkətlərinin nizamnamələrini qəbul edərkən regional komitələrlə məsləhətləşmələr zəruridir. Xüsusiə də, bu, yerli dil-lərdə aparılan verilişlərə aid müddəəalarla bağlıdır.

Regionda və həmin regionla qoşu olan departamentlərdə fəaliyyət göstərən yerli teleradioyayım xidmətlərinə bu Qanunun 17-ci maddəsinə uyğun olaraq verilən bütün icazələr haqqında regional komitəyə mə'lumat verilməlidir. Hər il o, regionda teleradioyayımın vəziyyəti haqqında AƏX-Bİ üçün hesabat tərtib edir.

Regional komitə öz təşəbbüsü ilə bu maddədə göstərilən bütün məsələlər üzrə rə'y verə bilər.

MADDƏ 31. Regional teleradioyayım komitələrinə aşağıdakı şəxslər daxildir:

- daha nüfuzlu həmkarlar ittifaqlarının nümayəndələri;
- mədəniyyət və xalq təhsili assosiasiyanın nümayəndələri;
- ailə və ictimaiyyətin assosiasiyanı və istehlakçılar assosiasiyanın nümayəndələri;
- televiziya və radionun daimi və ştatdankənar işçilərinin nümayəndələri;
- teleradioyayım müəssisələri, mətbuat müəssisələrindən daha nüfuzlu həmkarlar ittifaqlarının tə'yin etdikləri nümayəndələr (rəhbərlər və jurnalistlər);
- mədəniyyət və elm dairələrinin nümayəndələri;
- aparıcı fəlsəfi cərəyanların nümayəndələri.

Nümayəndələrin sayı, onların tə'yin olunması şərtləri və komitələrin fəaliyyət qaydaları Dövlət Şurasının dekreti ilə müəyyən edilir.

Bu komitələrin fəaliyyət göstərməsi üçün lazımlı kredit mütləq uyğun seçkili ərazi organının büdcəsinə daxil edilir. Regional komitənin üzvü vəzifəsi könüllüdür və bu vəzifəyə görə əmək haqqı verilmir.

BÖLMƏ III

İCTİMAİ TELERADIOYAYIM XİDMƏTİ

FƏSİL 1

İCTİMAİ XİDMƏTİN FƏALİYYƏTİNDƏ DÖVLƏTİN İŞTİRAKİ

MADDƏ 32. Bu bölmə ilə nəzərdə tutulan hər bir organ üçün onun dövlət statusundan irəli gələn öhdəlikləri iki hissədən - hökumət dekretləri ilə müəyyən edilən daimi hissədən və cari qərarlarla müəyyən edilən və ilə-dən-ilə dəyişən müddəalardan ibarət Nizamnamə ilə müəyyən edilir.

Nizamnamədə, o cümlədən, program siyasetinin ümumi istiqamətləri, həmçinin hər bir ormanın konkret vəzifələri müəyyən edilir.

MADDƏ 33. Hökumət istənilən vaxt vacib saydıgı istənilən bəyanatı, yaxud mə'lumatı proqrama daxil edə və teleradioyayım kanalları vasitəsi ilə yayımılaya bilər. Bu vaxt onlar hökumət mə'lumatları kimi e'lan olunurlar.

Seçkilərə aid olan xəbərləri milli teleradio şirkətləri öz proqramlarına daxil etməli, bu qanunun 34-cü maddəsi ilə nəzərdə tutulan ictimai müəssisə isə yayımlanmalıdır. Bu halda teleradioşirkətlər tərəfindən alınan maliyyə yardımı nizamnamələrin uyğun müddəaları ilə müəyyən edilir. Bu cür xəbərlər istənilən texniki vasitələrdən istifadə etməklə və bu qanunun 14-cü maddəsinin 2-ci bəndində nəzərdə tutulduğu kimi, xüsusi qərarla müəyyən edilən qaydada verilə bilər.

Parlamentin palatalarında və regional assambleyalarda aparılan müzakirələrin teleradioyayımına uyğun seçkili ormanın rəyasət heyəti tərəfindən nəzarət edilir.

Digər tərəfdən, həm eksəriyyətə, həm də müxalifətə mənsub olan bütün parlament fraksiyalarına, həmçinin Milli Məclisin parlament fraksiyalarından hər hansı birinə daxil olan bütün siyasi birliliklərə eyni efir vaxtı verilir. AƏXBİ-nin müəyyən etdiyi şərtlər əsasında efir vaxtı mütəmadi olaraq milli miqyasda həmkarlar ittifaqlarına və digər peşə birliliklərinə də verilir.

FƏSİL 2

İCTİMAİ TELERADIOYAYIM XİDMƏTİNİN TƏŞKİLİ

HİSSƏ- 1. İCTİMAİ TELERADIOYAYIM MÜƏSSİSƏSİ

MADDƏ 34. İnzibati və maliyyə sərbəstliyi verilmiş sənaye-ticarət xarakterli ictimai müəssisə tə'sis edilir. Fransa ərazisində və onun sərhədlərindən kənarda dövlət radio və televiziya proqramlarının, həmçinin bə-

zi zəruri hallarda, bu qanunun 78-ci maddəsinə uyğun olaraq icazə almış programların yayımılanması üzərində istənilən texniki vasitələrin köməyi ilə nəzarət vəzifəsi onun üzərinə qoyulur. Bu mə'nada o, teleradio şəbəkələrin layihələşdirilməsi, tikintisi, istismarı və qulluq göstərilməsində iştirak edir.

O, dövlətin teleradiyayım xidməti üçün ayırdığı tezliklər əsasında bu qanunun 78-ci maddəsinə uyğun olaraq müvafiq icazə almış şəxslərə tezliklərin verilməsini həyata keçirir.

O, elmi-tədqiqat fəaliyyəti ilə məşğul olur və teleradiyayımın avadanlıqla təchiz edilməsi və yayımın həyata keçirilməsi üçün standartların hazırlanmasında iştirak edir.

MADDƏ 35. Bu müəssisənin direktorlar şurası hökumətin qərarı ilə 3 il müddətinə tə'yin edilən 16 üzvdən ibarətdir. Onların sırasına aşağıdakılardaxildir: parlamentin 2 üzvü (Milli Məclis və Senatın hərəsindən 1 nəfər olmaqla); şuranın 1 üzvü AƏXBİ tərəfindən tə'yin edilir; altı üzv dövləti təmsil edir; dörd üzv milli teleradio şirkətləri və üç üzv müəssisənin personalını təmsil edirlər.

Şuranın üzvləri tərəfindən seçilən sədr, həmçinin baş direktor öz vəzifələrinə Nazirlər Şurasının iclasında 3 il müddətinə təsdiq olunurlar.

Sədr müəssisəyə rehbərliyi təşkil edir. Şura üzvlərinin səslərinin bərabər bölündüyü hallarda sədrin səsi həllədicedir.

MADDƏ 36. İctimai teleradiyayım müəssisəsinin büdcəsi, xüsusi olaraq, milli və regional teleradiyayım şirkətlərindən daxil olan vəsait dövlət vəsaiti və 62-ci maddə ilə nəzərdə tutulan vergi ayırmaları hesabına formalaşdırılır. Bu vəsait müəssisəyə onun üzərinə bu qanunun 1, 2, 3, 4-cü bəndləri ilə qoyulan vəzifələri yerinə yetirməyə, həmçinin özünün layihələrinə maliyyələşdirməyə imkan verməlidir.

HİSSƏ - 2. MILLİ TELERADIO ŞİRKƏTLƏRİ

MADDƏ 37. Milli proqramlar şirkətinin vəzifəsi ictimai radio xidmətinin proqramlarının yaradılması və onların yayım cədvəlinə daxil edilməsindən ibarətdir. İctimai radio xidməti onların yayımlanması tə'min edir.

Bu şirkət həmçinin Fransanın Milli orkestri, Yeni filarmoniya orkestri, Fransa radiosunun yaşılı və uşaq xor kollektivlərinin işinə rəhbərlik və inkişafına görə məs'uliyyət daşıyır.

Bu şirkətin hesablari içərisində bu qanunun 50-ci maddəsi ilə nəzərdə

tutulan şirkətlərin fəaliyyətini maliyyələşdirmək üçün müəyyənleşdirilmiş xüsusi hesab mövcuddur. Hökumətin qərarına əsasən şirkətin prezidenti və bu qanunun 50-ci maddəsinə uyğun olaraq dekretlərlə yaradılan bütün şirkətlərin nümayəndələrindən ibarət xüsusi komissiya yaradılır. O, icbari qaydada bu hesabdan vəsaitin istifadə olunmasına dair tövsiyələr verir.

MADDƏ 38. Hökumətin qərarına əsasən milli teleprogram şirkətləri yaradılır. Onların vəzifəsi ictimai televiziya xidmətinin programlarının yaradılması və yayım qrafikinə daxil edilməsindən ibarətdir. İctimai televiziya xidməti onların bütün ölkəyə yayılmışmasını tə'min edir. Onların fəaliyyət şəraitinə uyğun olaraq onlar öz ehtiyacları üçün bədii və sənədli xarakterli əlavə videomateriallар istehsal edə, Fransada videoməhsulların birgə istehsalı və praktika dair müqavilələr bağlaya bilərlər.

MADDƏ 39. Qanunun 37 və 38-ci maddələri ilə nəzərdə tutulan milli şirkətlərin direktor şuralarının hər biri 3 il müddətinə tə'yin edilən 13 üzvdən ibarətdir. Onlardan: Milli Məclis və Senatın hərəsindən bir nəfər; administrasiyanın Baş idarə tərefindən tə'yin olunan dörd nümayəndəsi (o cümlədən, sədr); Milli teleradioyayım şurası tərefindən tə'yin edilən iki nümayəndə; şirkətin personalını təmsil edən iki nümayəndə və dövləti səhmdar kimi təmsil edən iki inzibatçı. Şura üzvlərinin səslərinin bərabər bölündüyü hallarda sədrin səsi həllədicidir.

MADDƏ 40. Hökumətin qərarına əsasən Milli teleprogram şirkəti yaradılır. O, bu qanunun 51-ci maddəsi ilə nəzərdə tutulan regional televiziya şirkətlərinin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsini həyata keçirir. Onun vəzifəsi regional teleshirkətlər üçün teleprogramların tərtib edilməsindən ibarətdir. Şirkətlərdə üstünlük bu şirkətlərin və 42-ci maddədə nəzərdə tutulan şirkətin materiallarına veriləcəkdir.

Bu maddə ilə nəzərdə tutulan Milli şirkət öz nizamnaməsinin müəyyən etdiyi şərtlərlə aşağıdakılari etmək hüququna malikdir:

- əlavə fəaliyyət növü kimi özü, yaxud başqa sıfarişçilər üçün bədii və sənədli videomateriallar hazırlamaq;
- birgə istehsal haqqında müqavilələr bağlamaq;
- Fransa ərazisində videomaterialların prokati haqqında müqavilələr bağlamaq.

O, bu qanunun 51-ci maddəsində nəzərdə tutulan desentralizasiya programının həyata keçirilməsini tə'min edir.

Milli şirkətin direktorlar şurasının sədri başda olmaqla regional şirkətlə-

rin nümayəndələrindən ibarət İstiqamətverici komitə tə'sis olunur. Hökumətin uyğun qərarı ilə onun funksiyaları və tərkibi dəqiqləşdirilir.

MADDƏ 41. 40-ci maddədə nəzərdə tutulan şirkətin direktorlar şurası 3 il müddətinə tə'yin edilən 12 üzvdən ibarətdir. Onun tərkibinə daxildir: iki parlament üzvü (Milli Məclis və Senatın hərəsindən bir nəfər olmaqla); AƏXBİ tərəfindən tə'yin olunan sədr; Milli audiovizual əlaqələr şurasının tə'yin etdiyi bir üzv; personalın iki nümayəndəsi; dövlətin üç nümayəndəsi və 40-ci maddə ilə nəzərdə tutulan İstiqamətverici komitənin üç nümayəndəsi. Şurada səslərin bərabər bölündüyü hallarda sədrin səsi həlliədir.

MADDƏ 42. Hökumətin qərarına əsasən Milli proqramlar şirkəti yaradılır. O, bu Qanunun 52-ci maddəsində nəzərdə tutulan regional və ərazi televiziya və radio şirkətlərin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsini həyata keçirir. Onun vəzifəsi yuxarıda sadalanan şirkətlər üçün proqramların təribələnməsindən ibarətdir. Bu şirkətlərdə üstünlük bu şirkətlər tərəfindən hazırlanmış materiallara veriləcəkdir.

Bu maddə ilə nəzərdə tutulan Milli şirkət onun nizamnamə sənədləri ilə müəyyən edilən şərtlərin əsasında aşağıdakılardır etmək hüququna malikdir:

- əlavə fəaliyyət növü kimi özü üçün bədii və sənədli video və audiomateriallara hazırlamaq;
- birgə istehsal haqqında müqavilələr bağlamaq;

Fransa ərazisində videomaterialların prokatı haqqında müqavilələr bağlamaq.

Bu şirkət bu qanunun 37 və 40-ci maddələrində nəzərdə tutulan milli şirkətlərin birgə törəmə müəssisəsidir. Bu şirkətin səhmlərinin nəzarət paketi həmin şirkətlərə məxsusdur. Səhmlərin yerdə qalanları dövlətə məxsusdur. Kapitalın paylara bölüşdürülməsi hökumətin xüsusi qərarı ilə dəqiqləşdirilecekdir.

Bu şirkətin direktorlar Şurasının sədri başda olmaqla, 52-ci maddədə nəzərdə tutulan regional və ərazi şirkətlərinin nümayəndələrindən ibarət İstiqamətverici komitə tə'sis edilir. Hökumətin uyğun qərarı ilə onun funksiyaları və tərkibi dəqiqləşdiriləcəkdir.

MADDƏ 43. Bu Qanunun 42-ci maddəsi ilə nəzərdə tutulan şirkətin direktorlar Şurası 3 il müddətinə tə'yin edilən 12 üzvdən ibarətdir. Onun tərkibinə daxildir: AƏXBİ tərəfindən tə'yin olunan sədr; şirkətin personalının

iki nümayəndəsi; iki parlament üzvü (Milli Məclis və Senatın hərəsindən bir nəfər olmaqla); İstiqamətverici komitə tərəfindən tə'yin olunan üç direktor və səhmdarların ümumi yığıncağı tərəfindən seçilən dörd direktor. Şurada səslərin bərabər bölündüyü hallarda sədrin səsi həllədicidir.

HISSƏ -3. MILLİ AUDİOVİZUAL ƏLAQƏLƏR İNSTİTUTU (verilmir)

FƏSİL 3

DESENTRALİZASIYA EDİLMİŞ İCTİMAİ TELERADIOYAYIM XİDMƏTİNİN TƏŞKİLİ

MADDƏ 50.1. Dekret əsasında yaradılan regional radioyayım şirkətləri özlərinin ərazi səlahiyyətləri çərçivəsində dövlət bölməsinə aid olan və bu maddənin 2-ci bəndi ilə nəzərdə tutulan yerli radiostansiyalara rəhbərlik edir.

2. Dövlət bölməsinə aid olan yerli radiostansiyalar yaradıcı xarakterli və sənədli audio və videomaterialları hazırlayır və onları yayım programlarına daxil edir.

3. Regional radioyayım şirkətləri bu maddənin 2-ci bəndi ilə nəzərdə tutulan yerli radiostansiyalarla regional xarakterli bədii və sənədli audio və videomaterialların hazırlanması və proqrama daxil edilməsi sahəsində əməkdaşlıq edə bilərlər.

4. Regional radioyayım şirkətləri həm özləri, həm də yerli radiostansiyalar tərəfindən istehsal edilən bədii, yaxud sənədli audio və videomateriallara hüququnu birbaşa, yaxud üçüncü şəxslərə güzəştə gedə bilərlər.

5. Bu Qanunun 37-ci maddəsinin 3-cü abzası ilə nəzərdə tutulan komitə regional radioyayım şirkətləri arasında vəsaitin planlaşdırılması və bölgüsürlülməsində iştirak edir.

MADDƏ 51. Bu maddənin 2-ci abzası ilə nəzərdə tutulan müddətə 13 regional telesirkət yaradılır. Onlar bir, yaxud bir neçə regionu əhatə edən öz əraziləri çərçivəsində ictimai teleyayım xidmətinin bədii və sənədli videomateriallarını hazırlamalı və proqrama daxil etməlidirlər.

Bu qanunun 40-ci maddəsi ilə nəzərdə tutulan Milli şirkət yuxarıda göstərilən şirkətlər üçün 4 il müddətine texniki və maliyyə vəsaiti təmin etməli və bu vəsaiti onların arasında bölüşdürülməlidir. Bu vəsait onlara gündəlik proqramlar hazırlamağa və efirə çıxmağa şərait yaradır və nəticə etibarilə proqramların hazırlanmasında onların müstəqilliyini təmin edir.

Regional telesirkətlər nizamnamələrində qeyd olunan şərtlərin əsasında aşağıdakı hüquqlara malikdirlər:

- bədii və sənədli audio və videomateriallar istehsal etmək;
- birgə istehsal haqqında müqavilələrdə iştirak etmək;
- ticarət müqavilələri bağlamaq.

Digər regional telesirkətlərin yaradılması hökumətin qərarları əsasında həyata keçirilir.

Bu şirkətlər istehsal etdikləri bədii, yaxud sənədli video və audiomateriallara hüquqlarını birbaşa, yaxud üçüncü şəxslərə güzəştə gedə bilərlər.

MADDƏ 52. Hökumətin qərarı ilə yaradılan regional və ərazi tele və radioşirkətlər bir, yaxud bir neçə dənizarxası inzibati vahidləri əhatə edən öz əraziləri çərçivəsində ictimai teleradioyayım xidmətinin verilişlərinin yaradılması və yayım şəbəkəsinə daxil edilməsi ilə məşğul olurlar.

Onlar bu qanunun 40-ci maddəsinin 2-ci abzasında verilən müddəalara uyğun yaradılan verilişlərə üstünlük verirlər.

Onlar öz nizamnamə sənədlərində qeyd olunan şərtlərə əsasən əlavə fəaliyyət növü kimi bədii və sənədli audio və videomateriallar yarada, birgə istehsal haqqında müqavilələrdə iştirak edə və Fransa ərazisində ticarət prokatı haqqında müqavilələr bağlaya bilərlər.

MADDƏ 53. Bu qanunun 50, 51 və 52-ci maddələri ilə nəzərdə tutulan şirkətlərin səhmləri adlı olur. Onlar bu qanunun 37, 40 və 42-ci maddələrinə uyğun olaraq tə'sis edilən şirkətlərə (səhmlərin nəzarət paketi də onlara məxsus olur), ya da yerli seçkili orqanlara və onların müəssisələrinə məxsus ola bilər.

MADDƏ 54. Bu qanunun 50, 51 və 52-ci maddələri ilə nəzərdə tutulan şirkətlərin direktorlar Şurası 3 il müddətinə tə'yin edilən 12 üzvdən ibarətdir: direktoru (sədr) AƏXBİ; iki nümayəndəni audio və video əlaqələr üzrə regional komitələr; iki nümayəndəni şirkətin personalı; yeddi nümayəndəni səhmdarların ümumi yığıncağı tə'yin edir. Şurada səslərin bərabər bölündüyü hallarda sədrin səsi həllədicidir.

Bu qanunun 50, 51 və 52-ci maddələri ilə nəzərdə tutulan şirkətlərin direktorlar şuralarının səndləri illik hesabatlar hazırlayırlar və onları regional şuralara, həmçinin audio və video əlaqələr üzrə komitələrə göndərirlər.

FƏSİL 4

İCTİMAİ RADILOYAYIM XİDMƏTİNİN XARİCİ FƏALİYYƏTİ (verilmir)

FƏSİL 5

BƏDİİ VƏ SƏNƏDLİ AUDIO VƏ VİDEOMATERİALLARIN TİCARƏTİ (verilmir)

FƏSİL 6

İCTİMAİ TELERADİYAYIM XİDMƏTİNİN MALİYYƏLƏŞDIRİLMƏSİNƏ DAİR MÜDDƏALAR

MADDƏ 61. İctimai teleradiyayım xidmətinin bölmələrinin maliyyələşdirilməsi dövlət vəsaiti hesabına həyata keçirilir. Xidmətin büdcəsinin həcmi parlament tərəfindən dövlət büdcəsi səsə qoyularkən müəyyən edilir. Bundan başqa, ictimai xidmətin hər bir bölməsi öz fəaliyyəti ilə bağlı gəlir, məsələn, müxtəlif inzibati orqanlara göstərdiyi xidmətin müqabilində haqq ala bilər.

MADDƏ 62. Parlament hər il dövlət büdcəsi müzakirə olunarkən Milli Məclisin və Senatın bütçə komitələrindən məruzəçilərin təqdimatı üzrə teleqəbuledicilərdən istifadə hüququna görə xüsusi rüsumun yiğilması haqqında qərar qəbul edir və ondan gələn gəlirin, həmçinin televiziyyada reklamdan gələn gəlirin bölüşdürülməsi qaydasını təsdiq edir.

MADDƏ 63. Bu rüsumdan və reklamdan gələn gəlir hər il baş nazir, ya-xud nümayəndə nazir tərəfindən ictimai teleradiyayım xidməti bölməleri arasında bölüşdürülrən.

Hər bir bölməyə verilən məbləğin həcmi müəyyən edilərkən götürülən bölmənin bütçə layihəsi, onun fəaliyyət inkişafı, onun yaradıcılıq sahəsində göstərdiyi se'ylər, həmçinin onun öz xidməti vəzifələrini yerinə yetirə bilməsi nəzərə alınır.

MADDƏ 64. Teleqəbuledicilərdən istifadəyə görə yiğilan rüsumdan gələn gəlirin bu qanunun 34, 37, 38, 40, 42, 45, 47, 57 və 58-ci maddələri ilə nəzərdə tutulan şirkət və dövlət müəssisələri arasında bölüşdürülməsi parlament tərəfindən təsdiq edilir.

MADDƏ 65. Bu bölmədə nəzərdə tutulan ictimai xidmətlər və şirkətlər tərəfindən verilən ötən maliyyə ilinə dair hesabat, cari maliyyə ilinə dair gümanlı hesabat və növbəti maliyyə ili üçün bütçə layihələri ictimai televiziyayım xidmətlərinin fəaliyyəti haqqında hökumət hesabatı ilə müşai-

yət olunur və dövlət büdcəsi haqqında Qanunun layihəsinə əlavə olunurlar.

MADDƏ 66. Reklam xarakterli verilişlərin məqsədi, müddəti və proqrama daxil edilməsi qaydası, həmçinin kommersiya xarakterli reklamdan gələn gəlirin həcmi ictimai teleşirkət və müəssisələrin nizamnamələrinin müddəaları ile müəyyən edilir.

Onların nizamnamə sənədlərində həmçinin hər bir reklamvermə üçün təqdim olunan efir vaxtının yuxarı həddi müəyyən edilir.

Fransanın reklam işləri üzrə idarəsi bu maddənin müddəalarının yerinə yetirilməsinə nəzarət edir.

MADDƏ 67. Milli radioyayılm şirkəti 37-ci maddənin 3-cü abzası ilə nəzərdə tutulan komitə ilə məsləhətləşmələrdən sonra onun xüsusi hesabına daxil olmuş vəsaiti regional radioyayılm şirkətləri arasında bölüşdürür. Vəsaitin bölüşdürülməsi zamanı hər bir regional şirkətin öz qarşısına qoymuş vəzifələr və onun öz ehtiyatlarının vəziyyəti nəzəre alınır.

MADDƏ 68. 40-ci maddə ilə nəzərdə tutulan Milli şirkətin prezidentinin təklifi ilə elə həmin maddə ilə nəzərdə tutulan İstiqamətverici komitə regional teleşirkətlərin fəaliyyəti üçün buraxılan vəsaiti onların arasında bölüşdürür. Xidmətindən bütün regional şirkətlərin istifadə etdiyi milli program və onun xidmətləri üçün verilən məbləğ əvvəlcədən ayrılır. Vəsaitin bölüşdürülməsi zamanı hər bir regional şirkətin öz qarşısına qoymuş vəzifələr, həmçinin onun öz ehtiyatları nəzərə alınır. Milli şirkət regional şirkətlərin milli teleyayılmın sifarişi ilə yaratdığı programları maliyyələşdirir.

MADDƏ 69. (verilmir)

FƏSİL 7

PERSONALA AİD OLAN MÜDDƏALAR

MADDƏ 70. İctimai teleradioyayılm xidmətinin bölmələrinin personalı və jurnalistlərinin hüquqları onların baxışları, siyasi əqidəsi, həmkarlar, ya-xud dini mənsubiyyətindən asılı olmayaraq gözlənilməlidir. İşə qəbul edərkən, vəzifəyə tə'yin edərkən, xidmətdə /T= edilən peşəkar səviyyə və dövlət xidmətinin hamı üçün açıq olması qaydası olmalıdır.

MADDƏ 71. İctimai teleradioyayım xidməti bölmələrinin daimi və ştat-dankənar əməkdaşlarının statusu kollektiv əmək sazişlərini nizamlayan Mülki Kodeksin birinci cildinin III bölməsinin tə'siri altına düşür.

MADDƏ 72. Teleradioşirkətlərdən birinin verilişinin ideyasını, yaxud sütjetini verən hər hansı şəxs, yuxarıda göstərilən verilişi efirə çıxarsa, daimi əməkdaşı olduğu şirkətə əsas işindən kənarda istənilən hüquqi və fiziki şəxsdən aldığı haqq barədə arayış təqdim etməlidir.

Bu müddəalar eyni şərtlərlə aşağıdakı şəxslərə də aiddir:

- şirkətlərdən hər hansı birinin bir və ya bir neçə verilişində hər hansı estrada artistinin çıxışlarına istənilən şəkildə yardım etmiş şəxslər;
- bu verilişlərə hər hansı ədəbi, müsiqi, yaxud kinometografiya əsərlərinin tam, yaxud qismən daxil edilməsinə yardım etmiş şəxslər;
- hər hansı verilişin buraxılışı, yaxud yazılımasına məs'ul olan və həmin veriliş Fransanın reklam işləri üzrə idarəesinin təsdiqindən keçməmiş reklam xarakterli materialı daxil etmiş şəxslər;
- bu cür verilişlərdə hüququna uyğun, yaxud faktiki olaraq prodüsser, yaxud rejissorluq etmiş şəxslər.

MADDƏ 73. Milli şirkətlərin daxilində əməkdaşların xidmətdə irəli getməsi şərtləri onların hüquqlarına ciddi riayət etməklə Dövlət Şurasının xüsusi qərarı ilə müəyyən edilir.

MADDƏ 74. İşin kollektiv şəkildə dayandırıldığı halda minimum yayımlın, məsələn, milli və regional xəbərlər blokunun verilməsinin təşkili haqlarında bu bölmədə danışılan şirkətlərin prezidentlərinə həvalə edilir. Onlar müəyyən edirlər ki, hənsi əməkdaşlar, yaxud əməkdaşlar qrupunun işi dayandırmağa haqqı yoxdur.

FƏSİL 8

MÜXTƏLİF MƏSƏLƏLƏR

MADDƏ 75. Bu bölmədə göstərilən şirkətlər səhmdar cəmiyyətləri haqqında qanunların fəaliyyət dairəsinə daxildir. Bu şirkətlərin ictimai xidmətə aid olması ilə bağlı olan xüsusiyətlərə uyğun gəlməyən müddəalar istisna təşkil edir.

Xüsusilə, bu, səhmdarların sayına aiddir.

Yuxarıda göstərilən şirkətlərin nizamnamələri hökumətin qərarı ilə təs-

dinq edilir. Şirkətlərə onların prezidentləri rəhbərlik edir.

MADDƏ 76 (verilmir)

BÖLMƏ 4

MÜRACİƏT REJİMİ, YAXUD İLKİN İCAZƏ REJİMİNƏ DAXİL OLAN AUDİOVİZUAL ƏLAQƏ XİDMƏTİ

MADDƏ 77. Geniş kütləyə, yaxud əhalinin müəyyən kateqoriyalarına yönələn və istifadə edənlər üçün yazılı, səs, yaxud təsvir mənbələrinə, həmçinin audiovizual sənədlərə və istənilən xarakterli (kinometoqrafiya məhsulları istisna olmaqla) mə'lumata çıxmaq imkanı verən hər hansı audiovizual əlaqə xidməti müraciət rejiminə daxildir.

Lakin hökumət dekreti ilə müəyyən edilən keçid dövrünün qurtardığı tarixə qədər, ancaq 1986-cı il yanvarın 1-dən gec olmayaraq, yuxarıda göstərilən bütün xidmətlər ilkin icazə rejiminə daxildirlər.

MADDƏ 78. Əvvəlki maddə ilə nəzərdə tutulmayan bütün audiovizual əlaqə xidmətləri ilkin icazə rejiminə daxildirlər.

Bu qanunun 17-ci maddəsinə uyğun olaraq, AƏXBİ-nin səlahiyyətləri kifayət etmədikdə icazələr hökumət tərəfindən verilir.

MADDƏ 79. Lakin bu qanunun 3-cü bölməsində sadalanan müəssisələrin hüquq və vəzifələri istisna olmaqla telekanallardan istifadə edən xidmətlər dövlət tərəfindən ictimai, yaxud xüsusi hüquqlara malik hər hansı hüquqi şəxsə güzəştə gedilə bilməz.

MADDƏ 80. Bu qanunun 80-ci maddəsinin müddəalarına riayət edərək istənilən şəxs 77 və 78-ci maddələrə uyğun olaraq bu cür icazəni almaq üçün müraciət edə bilər.

Bu qanunun 3-cü bölməsində sadalanan müəssisələr və dövlətin nizamnaməyə görə səhmlərinin nəzarət paketinə malik olduğu şirkətlər istisna olmaqla, tele, yaxud radioxidməti təmsil edən eyni bir şəxs 78-ci maddəyə uyğun olaraq eyni fəaliyyət növünə bir icazədən artıq ala bilməz.

Yenə də həmin istisnalarla, eyni bir fiziki şəxs, ya da xüsusi xarakterli hüquqi şəxs birbaşa, dolayısı ilə və yaxud hər hansı digər formada bu cür

icazə almış birindən çox müəssisədə direktor, inzibatçı, yaxud müşavir vəzifəsini yerinə yetirə, ya da tele, yaxud radioyayım üçün icazə almış birindən çox müəssisəni maliyyələşdirə bilmez.

Bu maddədə danişilan xüsusi xarakterli hüquqi şəxslər Fransa mətbuatının təşkil edilməsi haqqında 26 avqust 1944-cü il tarixli ordonansın 3 və 4-cü maddələrin tə'sir dairəsinə daxildirlər.

MADDƏ 81. Elektromaqnit dalğalarından istifadə edən və verilişləri yayım məntəqəsindən 30 km radiusda yayılan hər hansı radioyayım xidməti yerli radioyayım xidməti sayılır.

Yerli özünüidarə organları və dövlət idarələri bir və ya bir neçə xidmətin yaradılmasına çəkilən xərclərdə birbaşa, yaxud dolayısı ilə iştirak edə bilərlər. Lakin onların eyni bir xidmətə yardımı xərclərin ümumi məbləğiinin dörddə birindən artıq olmamalıdır.

Bu maddə ilə nəzərdə tutulan xidmətlərə reklamın yayılması və reklam xarakterli vəsaitin yiğilması ilə məşğul olmaq qadağandır. Altı aydan gec olmamaq şərti ilə, hökumət Dövlət Şurasının qərarlarına uyğun olaraq, bu xidmətlərə maliyyə yardımı mexanizmini işləyib hazırlanmalıdır. Bu cür maliyyələşdirmə tele və radioşirkətlərdə reklamlardan daxil olan vəsait hesabına həyata keçirilir.

MADDƏ 82. Bu bölmədə göstərilən icazələri verən səlahiyyətli orqan bütün hallarda, xüsusilə də tezlikləri bölüşdürürkən texniki problemləri, regionun coğrafi, sosial və mədəni xüsusiyyətlərini, həmcinin plürualizm şəraitində ideya və ictimai konsepsiyanın azad yayılmasının təmin olunmasının zəruriliyini nəzərə alır. İcazə almaq üçün edilmiş müraciətin rədd olunması əsaslandırılmalıdır.

MADDƏ 83. Müraciət edənin nizamnaməsində xüsusilə aşağıdakılara aid bir sıra müddəalar olduqda icazə verilir:

- müraciət edənin öz proqramlarının başlıca vəzifəsi və həftəlik minimum yayım müddəti;
- kinofilmlərin nümayishi rejimi. Bu, xüsusilə, televiziya ilə hansı tarixdən göstəriləsi olacağı haqqında qeydlə birlikdə həmin kinofilmən nümayiş etdirilməsinə icazəyə aiddir;
- müraciət edənin fəaliyyəti haqqında səlahiyyətli orqana illik mühasibat hesabatının verilməsi.

MADDƏ 84. Zəruri hallarda nizamnamədə yayımın yönəldiyi zonanın

səciyyəvi xüsusiyyətləri və xarakteri, həmçinin müraciət edənin öz fəaliyyətini maliyyələşdirmək üçün aldığı reklam verilişlərinin vəzifələri və onlara ayrılmış efir vaxtı göstərilməlidir.

Reklam e'lanlarından gələn gəlir ümumi maliyyə məbləğinin 80%-dən artıq olmamalıdır.

MADDƏ 85. Fransanın iştirak etdiyi beynəlxalq müqavilələrə uyğun olaraq yayım aparan audiovizual əlaqə xidmətlərinə teleradiyayım üçün icazə verilməsi bu qanunun 79-84-cü maddələrinin tə'sir dairəsinə düşmür.

Həmçinin bu qanunun 77-ci maddəsinin 2-ci abzasının müddəalarına uyğun olaraq verilən icazələr yuxarıda göstərilən maddələrin tə'sir dairəsinə düşmürələr.

MADDƏ 86. İcazələr on ilə qədər müddətə verilə bilər. İcazəni vermiş səlahiyyətli orqan dövlət maraqlarının qorunması mövqeyindən çıxış edərək, xüsusiələ də, bu qanunun 80, 81, 83 və 84-cü maddələri pozularkən həmin icazəni ləğv edə bilər.

MADDƏ 87. Bu qanunun 17-ci maddəsində göstərilən məsələlərə dair qərarlar AƏXBİ tərəfindən üzvlərinin hökumət dekreti ilə təsdiq edildiyi xüsusi komissiya ilə məsləhətleşmələrdən sonra qəbul edilir.

Komissiya 22 üzvdən ibarətdir. Komissiyaya daxildir:

- Dövlət Şurasının üzvü (sədr);
- Milli Məclis və Senatın nümayəndələri;
- jurnalistlərin peşə təşkilatlarının nümayəndələri;
- lisenziya almış şəxslərin nümayəndələri;
- dövlət nümayəndələri;
- 34-cü maddə ilə nəzərdə tutulan ictimai müəssisənin nümayəndəsi;
- 37-ci maddə ilə nəzərdə tutulan Milli şirkətin nümayəndəsi;
- 40-ci maddə ilə nəzərdə tutulan Milli şirkətin nümayəndəsi;
- mədəniyyət və maarifçi assosiasiyalarının nümayəndələri.

BÖLMƏ 5

KİNOMETOQRAFİYA MƏHSULLARININ YAYILMASI (verilmir)

BÖLMƏ 6

MÜXTƏLİF MƏSƏLƏLƏR

MADDƏ 93. Bir və ya bir neçə audiovizual əlaqə müəssisəsində peşə fəaliyyəti ilə məşgül olan jurnalistlər qəzet və jurnallarda işləyən həmkarları ilə eyni bir peşə statusuna malikdirlər. Əmək haqqında qanunlar Kodeksinin L.761-1-L 761-16, L796-1 maddələri, həmcinin birinci hissəsinin 3-cü bölməsinin müddəaları onlara şamil edilir.

Jurnalistlərin işe götürülməsi mətbuata dair Milli kollektiv müqaviləyə və ona əlavələrə uyğun olaraq həyata keçirilir.

MADDƏ 94. Radioelektron aparatları alverçiləri, konstrukturları və idxalatçıları hər hansı teleqəbuledicinin satışı ilə əlaqədar istənilən sazişi bağlayarkən öz müştərisindən uyğun bəyannaməni imzalaması tələb etməlidir.

Analoji tələblər bu cür aparatların hərrac vasitəsi ilə satışını təşkil edən dövlət mə'murlarına da aiddir.

Yuxarıda göstərilən bəyannamə saziş bağlandıqdan sonra 30 gündən gec olmayaraq regional vergi idarəsinə göndərilir.

Bəyannamənin surətini satıcı (konstruktur, idxalatçı) dörd il ərzində saxlayır. O, vergi xidmətinin müfəttiş yoxlaması keçirən nümayəndələrinə təqdim olunmalıdır.

MADDƏ 95. Vergi xidmətinin əməkdaşları öz xidməti vəzifələrini yerinə yetirərkən teleqəbuledicilərin satışı ilə məşgül olan şəxslərdən, konstruktörler və idxalatçılardan, həmcinin teleqəbuledicilərin tə'miri və icarəsi ilə məşgül olan şəxslərdən ticarət kodeksinin 2-ci bölməsinin 1-ci hissəsi ilə nəzərdə tutulan satış jurnallarının, həmcinin mühasibat kitablarının, onların əlavələrinin və mədaxil-məxaric sənədlərinin təqdim olunmasını tələb etmək hüququna malikdir.

Teleqəbuledicilərin satışı ilə bağlı hərracların təşkilində iştirak edən vəzifəli şəxslər həmcinin mühasibat kitabları və onlara əlavə edilən maliyyə sənədlərini təqdim etməlidirlər.

BÖLMƏ 7

CƏRİMƏ TƏDBİR'LƏRİ

MADDƏ 96. Bu qanunun 94 və 95-ci maddələrinin pozulmasına görə 50

min franka qədər cərimə müəyyən edilir, vergi xidmətinin qoyduğu cəriməyə bərabər tutulur.

MADDƏ 97. Bu qanunun 7-ci maddəsinin müddəalarının pozulmasına görə 4 mindən 500 min franka qədər cərimə müəyyən edilir.

Təkrar pozuntular olarsa, yaxud qanunsuz verilişin efirə verilməsi hər hansı ictimai xidmətin verilisini pozursa, onda günahkar cərimə ilə yanaşı üç aya qədar müddətə həbs də edilə bilər. İttihad hökmünün çıxarıldığı hallarda məhkəmə müttəhimin avadanlıq və aparatlarının müsadirə olunmasını tələb edə bilər.

MADDƏ 98. Qeydiyyata almaqdan imtina edilməsi, yaxud bu qanunun 72-ci maddəsi ilə nəzərdə tutulan pul mədaxilinin tam qeydə alınmaması bir ildən 3 ilə qədər həbslə və 600-dən 15 min franka qədər cərimə ilə cəzalandırılır. Bu, yuxarıda göstərilən pozuntularla bağlı sonrakı mülki, yaxud cinayət iddialarının irəli sürülməsini istisna etmir.

BÖLMƏ 8

KEÇİD MÜDDƏALARI (verilmir)

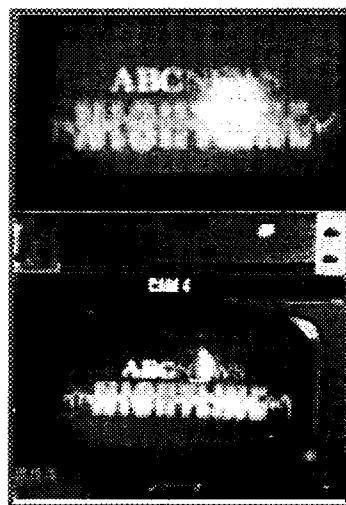
BÖLMƏ 9

YEKUN MÜDDƏALARI

MADDƏ 109 (verilmir)

MADDƏ 110. Bu qanunun tətbiq olunması qaydası Dövlət Şurasının qərarı ilə müəyyən edilir.

ALMANIYA FEDERATİV RESPUBLİKASININ TELEVİZİYA VƏ RADIO YAYIMLARI, MÖVCUD QANUNLAR



ALMANIYA FEDERATİV RESPUBLİKASINDA TELERADIOYAYIM

Radionun vətəni Rusiya (A.S Popov) və İtaliya (Q.Markoni) sayılsa da, bu texniki yenilikdən öz milli mənafeyi naminə böhrələnən ilk ölkə Almaniya olub. Belə ki, hələ 1915-ci ildə hərbi rəqibləri tərəfindən mühasirəyə salınıb xarici aləmdən təcrid olunan Almaniya xüsusi informasiyalar hazırlayaraq efirə verirdi. Morze əlifbası ilə yayılan bu "xəber"lər neytral və düşmən ölkələrə müəyyən ideoloji təsir göstərmək, xaricdə çalışan alman agentlərinə şifrlənmiş təlimatlar vermək məqsədi güdürdü. 1920-ci ilin payızında ilk uzaqməsafəli "radiotelefon danışığı" da məhz Moskva ilə Berlin arasında gerçəkləşdirilib. Hələ 1918-ci ildə Almaniyyada əsasən hərbi sıfarişlərin yerinə yetirilməsinə xidmət edən mükəmməl radiotexnika sənayesi yaradılmışdı. 20-ci illərdə ölkədə 9 radioyayım şirkəti vardı ("Almaniyyada simsiz öyrətmə və əyləncə saatı" adlanan ilk şirkət 1922-ci ilin mayından fəaliyyət göstərirdi). İlk müntəzəm radio verilişləri isə 1923-cü il oktyabrın 29-da Berlində başlanıb. 1929-cu ildə Berlin yaxınlığındakı Vusterhauzen məntəqəsində işə başlayan "Alman dalgası" stansiyası xaricdə yaşayan almanlar üçün verilişlər yayıldı. 30-cu illərdə çoxsaylı yayım şirkətləri "Almaniya Radioyayım Cəmiyyəti"ndə birləşdirildi.

Radionu inkişaf etdirməklə yanaşı, teleyayım sahəsində də hələ 20-ci illərdən elmi axtarışlar gedirdi. 1935-ci ilin martında ilk televerilişlərə kütləvi baxış üçün Berlində kinoteatr tipli xüsusi məntəqə açılmışdı. 1936-ci ilin yanvarından gündə 2 saatlıq (20:00-22:00) müntəzəm verilişlər yayılmağa başlanmış və 1944-ci ildək davam etmişdir. 1945-ci ildə savaş bitdikdən sonra Almaniyadan işğal zonalarına parçalanması müxtəlif tipli iki yayım sisteminin meydana gəlməsinə səbəb oldu. 1946-49-cu illərdə ölkənin Şərqində CCRI, Qərbində isə ABŞ, İngiltərə və Fransa hakim dairələrinin xüsusi nəzarəti ilə hazırlanan radio verilişləri yayıldı. Gələcəkdə yayımın hansı xarakterdə olacağı barədə aparılan müzakirelər nəticəsinde ölkənin Qərb hissəsində qərara alındı ki, bu informasiya vasitələrinin imkanlarından sui-istifadəyə yol verməmək üçün onları dövlətdən və reklamdan asılı vəziyyətə salmaq olmaz, yaxud bu asılılıq minimum səviyyəyə endirilməlidir. Ona görə də ictimai-hüquqi xarakterli müstəqil teleradio

şirkətlər yaradılmasına üstünlük verildi.

İlk radioşirkət 1948-ci il yanvarın 1-də Britaniya işgal zonasında yaradılmış "Nordvest Döyçer Rundfunk" ("Şimal-Şərqi, Alman radiosu" - NWDR) olub. "Bi-Bi-Si"nin nümunəsi əsasında qurulduğundan ona ictimai-hüquqi status verilmişdi.

1949-cu il sentyabrın 20-də AFR, oktyabrın 7-də isə ADR yaradılandan sonra onların hər birində öz siyasi yönlərinə müvafiq yayım sistemləri formalasdırıldı.

1950-ci ildə AFR-də 6 landın (ərazinin) radio şirkətlərini birləşdirən "İctimai-hüquqi Yayım Təşkilatlarının İşbirliyi" ("Arbeitsgemeinshaft der Öffentlich-Rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland" - ARD) qurumu yaradıldı və elə həmin il Hamburgdakı telemərkəz həftədə 3 dəfə sınaq verilişləri yaymağa başladı. 1953-cü ilin martında ADR-nin Hannoverdə keçirilmiş iclasında qərara alındı ki, get-gedə genişlənən teleyayima rəhbərlik etmək üçün ADR daxilində "Alman televiziyası" ("Deutsches Fernsehen") təşkilatı yaradılsın. Beləliklə, Qərbi Almaniya Televiziyanın Birinci Programı (Erstes Deutsches Fernsehen) meydana geldi və onun rəsmi açılışı 1954-cü il noyabrın 1-də oldu.

AFR televiziyanının İkinci Programı (1 aprel 1963-cü il) başqa prinsiplə qurulub. Onun yaradıcısı "İkinci Alman Televiziyası" ("Zweites Deutschen Fernsehen" - ZDF) adlı ictimai qurumdur (1961-ci il iyunun 6-dan fəaliyyət göstərir). ZDF-in yaradılması təşəbbüsü o vaxtki kansler Konrad Adenauerə məxsusdur. Onun məqsədi özəl-hüquqi teleşəbəkə təsis etmək idi. Lakin Federal Konstitusiya Məhkəməsi (FKM) bunun Əsas Qanuna zidd olduğunu bildirərək layihəni redd etmiş və əvəzində "ARD-yə alternativ" kimi ictimai şəbəkə yaradılmasını məsləhət görmüşdü.

1984-cü il dekabrin 1-dən ZDF Avstriya və İsveçrə teleradioları ilə birlikdə kabel xətti olan tamaşaçılara peyk vasitəsilə mədəniyyət programı (3 SAT) yayır. Get-gedə informasiya programına çevrilən bu verilişdə 1993-cü ilin dekabından ARD də iştirak edir.

1991-ci ildə ARD-yə daha iki üzv daxil olub: Orta Almaniya Teleradio yayımı (Mitteldeutscher Rundfunk) və Brandenburg Şərqi Almaniya Teleradiroyayımı (Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg).

Beləliklə, hazırda AFR-də aşağıdakı əsas yayım təşkilatları fəaliyyət göstərir:

"ALMAN DALĞASI" ("DEUTSCHE WELLE") radiosu. Mənzilqərargahı Köln şəhərindədir. Bütövlükdə federal büdcədən maliyyələşir. Funksiyası xarici ölkələrin dinləyicilərinə Almaniya haqqında ətraflı informasiya verməkdir. 36 dildə 93 radio programı, 1992-ci ildən isə həm də teleprogram-

lar yayar.

“ALMANİYA RADİOSU” (“DEUTSCNLAND RADIO”). Bütün ölkə miqyasında iki informasiya-mədəniyyət programı yayır. Reklam vermir. Yeganə maliyyə mənbəyi abunəhaqqıdır.

ARD (BİRİNCİ KANAL). ZDF-dən başqa, bütün qeyri-özəl (ictimai-hüquqi) yayım şirkətlərini əhatə edir. İki ümummilli kanaldan biridir. Bütün Almaniya ərazisində yayılır. Əsas informasiya programı saat 20:00-da yayılan və təxminən 6 mln tamaşaçısı olan “Taqesşau” (“Günün icmali”) verilişidir.

ZDF (İKİNCİ PROGRAM). ARD-dən fərqli olaraq mərkəziyyət prinsipi əsasında qurulub, yəni bütün verilişlər vahid mərkəzdən - Maynts şəhərindən yayılır. Başlıca xəbərlər bülleteni saat 19:00-da efirə çıxan, təqribən 5 mln tamaşaçını əhatə edən “Hoyte” (“Bu gün”) programıdır.

Həm ARD, həm də ZDF Avropanın bir çox televiziylərlərdə iştirak edir, məsələn, 1992-ci ilin mayından Fransanın “La Sert” mədəniyyət kanalı ilə birlikdə verilişlər hazırlayırlar.

ÜÇUNCÜ PROGRAM. Struktur baxımından ARD-yə daxildir. Yaradılmasına 1961-ci ildə başlanıb, rəsmi açılışı isə 1965-ci ildə olub. Bölgələr üçün nəzərdə tutulub.

Landlarda 11 ictimai-hüquqi teleradiomərkəz fəaliyyət göstərir. Onların sırasında abunəçilərin sayına görə (7,4 mln-22,1%) birinci yeri WDR (Qərbi Almaniya Yayımı) tutur. Mərkəzi Köln şəhərindədir, ölkənin əhalicə ən sıx ərazisi olan Şimali Reyn-Vestfaliya landına xidmət edir.

Ikinci yeri (5,75 mln abunəçi, 17,2%) Hamburgda yerləşən. Aşağı Saksoniya, Şlezviq-Holsteyn, Maklenburq-Predpomeraniya landlarını və land statuslu “azad və hanza şəhəri” Hamburqu əhatə edən NDR (Şimali Almaniya Yayımı), üçüncü yeri (5 mln abunəçi, 14,8%) Bavariyaya xidmət göstərən BR (Bavariya Yayımı)..., onuncu yeri SR (Saar Yayımı-430 min abunəçi, 1,3 %), axırıncı yeri isə (300 min abunəçi, 0,9%) RB (Bremen radio-su) tutur.

ƏSAS ÖZƏL TV-LƏR: SAT-1, RTL, RTL-2, VOX, N-TV, VIVA, TELE-5 və PRO-7.

ƏSAS ÖZƏL RADİOLAR: Radio FFN, RSN Radio Schleswig-Holstein, Antenne Bayern, Nundert-6, Radio Namburg və s.

TELERADIOYAYIMIN HÜQUQI MÖVQEYİ. AFR-də mətbuat, informasiya və fikir azadlığının konstitusion əsasını Əsas Qanunun ilk maddəsi təşkil edir:

1) “Hər kəsin öz fikrini şifahi, yazılı, yaxud vizual formada ifadə etmək

və yaymaq, hamiya çatımlı informasiya qaynaqlarından maneəsiz bəhrə-lənmək hüquq var. Mətbuatazadlığına, radio, televiziya və kino vasitəsi ilə azad informasiya yayımına təminat verilir. Senzura yoxdur.

2) Bu hüquqlar ümumi qanunlarla, gənclərin hüquqlarının və şəxsi ləyəqətin qorunması sahəsindəki qanun vericiliyin müddəələri ilə məhdudlaşdırılır".

Bundan əlavə, ayrı-ayrı landlarda mətbuat haqqında qanunlar da fəaliyyət göstərir. Konstitusiyanın informasiya azadlığı ilə bağlı maddələrinin, landların mətbuat qanunlarının, eləcə də teleradioyayım barədə Dövlət Müqavilələrinin yerinə yetirilməsinə ölkənin Federal Konstitusiya Məhkəməsi (FKM) nəzəret edir. Federasiyanı təşkil edən landlar 1987-ci ildə bağladıqları "Teleradioyayım sisteminin yenidən qurulması haqqında Dövlət Müqaviləsi"ndə dual (ikili) müddəaya əsaslanaraq eyni vaxtda həm ictimai-hüquqi, həm də özəl yayımın mövcud ola bilməsi faktını təsbit etdilər.

ADR-lə AFR birləşəndən sonra, 1991-ci il avqustun 31-də "Birləşmiş Almaniyyada teleradioyayım haqqında Dövlət Müqaviləsi" imzalandı.

Teleradioyayım sahəsində Almaniya qanunvericiliyinin şərhini və adı çəkilən Dövlət Müqaviləsinin mətnini azacıq ixtisarla türkcəmizə çevirib oxucuların sərəncamına veririk.

TELERADIOYAYIM SAHƏSİNDƏ ALMANIYA QANUNVERİCİLİYİ

I."TELERADIOYAYIM" ANLAYIŞI

Almaniya hüquqçuları "teleradioyayım" terminini geniş anlamda işlədir-lər. Buraya mətbu kütləvi informasiya vasitələri ilə, ilk növbədə qəzet və jurnallarla yanaşı, XX əsrдə ictimai rəyin formalasdırılmasının mühüm amilinə çevrilmiş radio, televiziya və klassik informasiya vasitələri daxilidir. Radio və televiziya öz başlanğıcını "radioproqramlar" formasında olan radioyayımdan götürür. İki dünya savaşı arasındakı müddətdə radioyayıma "televiziya" adlanan yayım da əlavə olundu.

Almaniya Konstitusiyasının 5-ci maddəsinin 1-ci abzasında teleradioyayımın geniş müdafiəsi nəzərdə tutulsa da, burada həmin anlayışın təfsilatı verilmir. Belə təfsilata "Televiziya və Radio Yayımı haqqında Dövlət Mü-

qaviləsi"ndə rast gəlinir. Orada televiziya və radio yayımı hüquqi baxımdan aşağıdakı kimi səciyyələndirilir:

"Televiziya və radio yayımı ümumi istifadə üçün nəzərdə tutulmuş audio və audiovizual proqramları yaymaqla məşğul olan təşkilatdır. Belə yayım simsiz rabitə şəraitində elektromaqnit dalğaları vasitəsilə gerçəkləşdirilir. Bu anlayışa kodlarla yayılan və xüsusi haqq ödəməklə qəbul olunan proqramlar və telemətn daxildir".

Bu yozum radio və teleproqramların ən klassik yayım formalarını, yəni radioproqramların uzun, orta, qısa və ultraqısa dalğalarda, həm də teleproqramların yerüstü yolla, eləcə də peyk, yaxud kabel vasitəsilə yayılmasını əhatə edir.

"Klassik proqramlar"ın bu cür təsnifatının birmənalılığı belə bir halı istisna etmir ki, elektron KİV-in kompüter vasitəsilə informasiya mübadiləsi və e-mali sistemləri ilə birləşməsi və elektron KİV-in yeni formalarının meydana gəlməsi fonunda bu anlayışın hüdudları silinə bilər. Buna görə də son illər AFR-də "teleradioyayım" anlayışı ətrafında diskussiya gedir və onun nəticələrini qiymətləndirmək hələlik mümkün deyil. Yəni elektron KİV-in hüquqi cəhətdən təsnifatının hüquqi normaların hazırlanmasının kimin - federasiyanın, yoxsa federal landların (ərazilərin) - səlahiyyətində olması baxımdan zəruriliyi faktı bu diskussiyani törədən səbəblər sərəndə sonuncu yerde durmur.

II. ALMANIYADA TELEVİZİYANIN VƏ RADIOYAYIMIN HÜQUQI ƏSASLARI

A. TELEVİZİYA VƏ RADIOYAYIM AZADLIĞININ KONSTITUSİON TƏ-MİNATI

AFR Anayasasının müddəalarında Almanıyanın nasional-sosializm illərinin siyasi təcrübəsi də nəzəre alınır. Məsələn, dövlət hakimiyəti organlarının hamısının əməl etməli olduğu başlıca hüquqlar siyahısı Əsas Qanunun əvvəline çıxarılıb.

Nasional-sosializm dövründəki "hakim ideologiyaya sədaqət" və KİV-ə dövlət təzyiqi təcrübəsindən sonra Konstitusiyada təsbit olunmuş KİV-in azad təşkilinə bağlılıq təəccübə qarşılanmamalıdır. 5-ci maddənin 1-ci və 2-ci abzaslarında deyilir:

- "(1) Hər kəsin öz fikrini şifahi, yazılı, yaxud vizual formada ifadə etmək və yaymaq, hamının çatımlı informasiya qaynaqlarından maneəsiz bəhrələnmək hüququ var. Mətbuat azadlığına, radio, televiziya və kino vasitəsi-

lə azad informasiya yayımına təminat verilir. Senzura yoxdur.

(2) Bu hüquqlar ümumi qanunlarla, gənclərin hüquqlarının və şəxsi ləyaqətin qorunması sahəsindəki qanunvericiliyin müddəələri ilə məhdudlaşdırılır".

Bunlar göstərir ki, Almaniya hüququnda mətbuatın, televiziya və radio-nun azad təşkili konstitusiya-hüquq səviyyəsində ifadə edilib; əsas hüquqların qorunması baxımdan bu məsələ hətta Avropa İnsan Haqları Konvensiyasının (AİHK) 10-cu maddəsinin bütün Avropaya verdiyi təminatdan da irəli getmək əzmindədir: Əsas Qanunun 5-ci maddəsinin 2-ci abzasında həmin maddənin 1-ci abzasında göstərilmiş normalara AİHK-nın 10-cu maddəsinin 2-ci abzasındaki formulirovkalara nisbətən daha yüksək tələblər qoyulub.

B.FEDERAL KONSTITUSİYA MƏHKƏMƏSİNİN (FKM) MƏHKƏMƏ TƏCRÜBƏSİ

1. FKM-in ROLU. Televiziya və radio vasitəsilə azad informasiya yayımına Əsas Qanunun 5-ci maddəsinin 1-ci abzasında verilmiş təminat qismən televiziya və radionun hüquqi cəhətdən əsaslı və geniş şəkildə qorunmasını da əhatə edir, lakin bu təminat özlüyündə televiziya və radio təşkilinin konstitusiya səviyyəsində hüquqi məzmunu deyil. Indiki televiziya və radio sisteminin inkişafı FKM-in səlahiyyətləri çərçivəsində saxlanıb; FKM özünün bu gün "Televiziya və radio yayımı sahəsində məhkəmə qətnamələri" adlanan bir sıra qərarlarında əvvəlcə televiziya və radionun əsas konstitusiya-hüquq prinsiplərinin ilkin çizgilərini müəyyənləşdirmiş, sonra isə onların təkmilləşdirilməsi ilə geniş miqyasda məşğul olmuşdur. Bu rol FKM-ə daha çox uyğun gəlir, çünkü AFR-də konstitusion orqan və ali məhkəmə instansiyası olmaqla o, təkcə federasiyanın konstitusion organları arasındakı mübahisələrdə arbitr kimi çıxış etməklə kifayətlənməyib, həm də federasiya ilə landlar arasındaki konstitusion mübahisələri həll edir. Bundan başqa, ayrı-ayrı vətəndaşlar özlərinin konstitusion hüquqlarının pozulması ilə bağlı müraciət edərkən və bu şikayətlərə əsas hüquqlara istinadən qanunlarla, yaxud ayrı-ayrı qərarlarla bağlı iradlar bildirərkən FKM-in Konstitusiyadakı əsas hüquqları şərh etmək imkanı var.

2. MƏHKƏMƏ PRAKTİKASININ ƏSAS İDEYALARI. Almaniyada televiziya və radio sisteminin əsas prinsiplərindən biri KİV-in dövlətdən asılı olmamasıdır.

Bu prinsipə görə, dövlət orqanlarının radio və televiziya programlarının

məzmununa nə birbaşa, nə də dolayısı ilə tə'sir göstərmək hüququ yoxdur. Bu, əslində, neytrallığa əməl etmək öhdəliyidir və Əsas Qanunun 5-ci maddəsinin 1-ci abzasında senzuranın yasaqlanmasından da ötedir.

Həmin öhdəlik programların məzmununun müəyyən çərçivəyə salınmasını qadağan etməklə yanaşı, həm də, tutaq ki, dövlətin arzu olunan müəyyən programları, yaxud verilişləri maliyyələşdirilməsinin qarşısını alır. Bundan başqa, KIV-in dövlətdən asılı olmaması prinsipi xeyli dərəcədə ictimai-hüquqi teleradioşirkətlərin daxili strukturunu və teleradio sahəsindəki nəzarət sistemini müəyyənləşdirir. Və nəhayət, ictimai-hüquqi şirkətlərin maliyyələşdirilməsi tələbləri də bu prinsipdən irəli gəlir. Məsələn, programların məzmununa landların dolayısı ilə tə'sir göstərməyəcəyinə tə'minat verdiyinə görə FKM radioqəbuləcildərən və televizorlardan istifadə haqqına dair qərarlar qəbul edilməsi barədə mövcud proseduru ləğv edib.

Televiziya və radio yayımı sisteminde fikir rəngarəngliyi tələbinin tə'min olunması da KIV-in dövlətdən asılı olmaması prinsipi ilə sıx bağlıdır. Plüralist demokratik dövlət quruluşu şəraitində KIV-in funksiyasından doğan bu tələbi də FKM irəli sürüb. AFR-də televiziya təzəcə yaranan vaxt bu prinsipə söykənən FKM daxili plüralist nəzarət strukturları olan ictimai-hüquqi radio və teleşirkətlərin inhisarçılığını da əsaslandırmışdı. O zaman teleprogramları hazırlayıb yaymaq üçün zəruri olan tezliklərin və maliyyə vəsaitinin çatışmaması əsas argument kimi götürülmüşdü. Televiziya və radionun özəl teleradioşirkətlərin olmasına icazə verən dual (ikili) sistemi yaranandan sonra məhkəmə fikir müxtəlifliyinin tə'min olunması zərurətindən çıxış edərək özəl teleşirkətlər üçün təşkilati çərçivələr yaradarkən qanunvericilərin nəzərə almalı olduqları yeni tələblər formalaşdırıldı.

Almanyanın televiziya və radio siyasetinin bir çox yönlerinin işlənib-hazırlanmasını FKM onszu da qanunvericinin qərarından asılı edib. "Dövlətin fəaliyyət əsasları" deyilən və AFR-də hökumətlərlə parlamentlər arasında funksiyaların bölüşdürülməsi meyarlarını müəyyənləşdirən nəzəriyəyə əsasən, televiziya və radionun təşkilat əsaslarının da tənzimlənməsi tələb olunur. Məsələn, ictimai-hüquqi teleradioşirkətlərə yanaşı, başqa özəl radio, yaxud televiziya şirkətinin fəaliyyətinə və bu fəaliyyətin hansı formada olacağına yol verilib-verilməməsi məsələsini yalnız qanunverici həll edə bilər.

Kütləvi teleradioşirkətlərin hüquqi statusunu bir çox cəhətdən FKM-in məhkəmə praktikası müəyyənləşdirib. Bu, təkcə onların inhisarçı vəziyyətinin əsaslandırılmasına aid deyil. Onlara sonradan "Əsas təlabatın ödənməsi" adı ilə tanınan bir funksiyanın verilməsi də xeyli önemlidir. Almani-

ya Ali Məhkəməsinin təsəvvürlərinə əsasən, daxili təşkilatlanma plüralizminə söykənən ictimai-hüquqi teleradioşirkətlərin sonrakı mövcudluğu özəl radio və televiziya şirkətlərinin yaradılmasına yol verilməsinin müüm ilkin şərtidir, çünki azı öz sayına görə, özəl tele- və radioşirkətlər, bəzi qəzet və jurnallarda olduğu kimi, fikir müxtəlifliyinin "zahiri plüralist" müdafiəsini hələlik tə'min edə bilmir.

V.FEDERATİV DÖVLƏTDƏ SƏLAHİYYƏTLƏR BÖLGÜSÜ

FKM-in hələ 1961-ci ildə televiziya və radio məsələləri üzrə qəbul etdiyi ilk qərarda Almaniya televiziyası və radiosu sahəsində federativ dövlətdə səlahiyyətlər bölgüsü barədə fundamental izahat verilmişdi. Həmin məhkəmənin praktikasına uyğun olaraq, televiziya və radio sahəsindəki hüquqi normaların tənzimlənməsi dər mə'nada landların səlahiyyətinə daxildir. Teleradiroyayımın və ictimai-hüquqi teleradioşirkətlərin təşkilinə, onların maliyyələşdirilməsinə, konstitusion-hüquqi hüdudlarda özəl teleşirkətlərə və teleradiroyayım programlarının principial mə'yarlarına icazə verilməsinə dair əsas qanunların qəbulunu buraya aid etmək gərəkdir. Federasiyanın səlahiyyətinə isə, məsələn, rabitə sistemi ilə bağlı hüquqi məsələlərin, o cümlədən teleprogramların ötürülmə texnikası, habelə müəlliflik hüququ məsələlərinin tənzimlənməsi daxildir.

Q.LAND HÜQUQUNUN TƏ'SİRİ İLƏ FORMALAŞMIŞ TELERADIO-YAYIM SİSTEMİ

Landlar televiziya və radio sahəsindəki hüquqi normaların tənzimlənməsinə aid öz səlahiyyətlərindən geniş bəhrələnlərlər. Landlararası əməkdaşlığın zəruriliyi fonunda land qanunları formasında təzahür edən land hüquq tənzimlənməsi ilə yanaşı, hüquqi tənzimlənmənin ikinci tipi - televiziya və radio sahəsində bir neçə land arasında bağlanmış dövlət müqaviləsində formalasdıb. Land parlamentinin səlahiyyətləri həmin landın sərhədində qurtardığına görə icbari xarakter daşıyan hüquqi tənzimləmə üçün ayrı-ayrı landlar arasında müqavilələr sistemi yaradılıb; bu sistem müəyyən qədər beynəlxalq hüquq sistemində bağlanan iki, yaxud çoxtərəfli müqavilələri xatırladır. Landlararası müqavilələr landların hökumətləri arasındaki danışqların gedişində işlənib-hazırlanıb və prinsipcə bu danışqlarda iştirak edən landların parlamentləri tərəfindən qanuni şəkildə ratifikasiya olunmalıdır. Elə dövlət müqavilələri var ki, landların hamısı onun iştirakçısidir. Misal olaraq, ikinci Alman Televiziyasının (SDF) yaradılması, yaxud televiziya və radio haqqında dövlət müqavilələrini göstər-

mək olar. İkinci müqavila Federasiya miqyasında land teleradioşirkətlərinin vahid təşkil sisteminin məğzindən ibarətdir. Digər dövlət müqavilələri, məsələn, landlararası "Norddöyçer Rundfunk", yaxud "Mitteldöyçer Rundfunk" tipli teleradioşirkətlərin yaradılması haqqındaki müqavilələr yalnız ayrı-ayrı landlar arasında bağlanıb.

Landlararası teleradioşirkətlərin yaradılmasında iştirak etmeyən landlar öz radio və telesirkətlərini teleradioşirkətlərin təsis olunması barədə qanuna əsasən yaradırlar; bu qanunda land qanunvericisi land teleradioşirkətlərinin vəzifələrini və hüquqi strukturunu nəzərdə tutub. Bununla yanaşı, landların parlamentləri televiziya və radio haqqında ikinci qanun qəbul edib; həmin qanunda özəl teleradioşirkətlərin fəaliyyətinin hüquqi cəhətdən tənzimlənməsi əksini tapıb; buraya şirkətlərə icazə verilməsi şərtləri, programlara və bir qayda olaraq, KIV işləri ilə məşğul olan land qurumlarının səlahiyyətlərinə daxil olan hüquqi nəzarətə verilən tələblər daxildir.

F. "Dual teleradiyayım sistemi"nin tətbiqi barədə qərar

80-ci illərin əvvəlində landlar yeniliyin tətbiqinə daha çox can atırdılar. Bu o demək idi ki, öncə meydana gelmiş ictimai-hüquqi teleradioşirkətlərə yanaşı, indi özəl radio və televiziya şirkətləri də fəaliyyət göstərə bilər.

1. İCTİMAİ-HÜQUKİ TELERADIOŞİRKƏTLƏR

"Dual teleradiyayım sistemi"nin tətbiqi qanunla nəzərdə tutulan ictimai-hüquqi teleradioşirkətlər qarşısındaki vəzifələrin xarakterinə, onların daxili sturukturuna əməli təsir göstərmədi. Əvvəlki kimi, onların vəzifəsi yenə də öz proqramlarını onları təsis etmiş landın (landlararası şirkətlər isə müqavilədə iştirak edən landların) hüdudları daxilində yaymaqdan ibarətdir. Söhbət konkret olaraq aşağıdakı land şirkətlərindən gedir: "Bayerişer Rundfunk", "Hessişer Rundfunk", "Mitteldöyçer Rundfunk", "Norddöyçer Rundfunk", "Ostdöyçer Rundfunk Brandenburg", "Radio Bremen", "Saarlendişer Rundfunk", "Zender Frayes Berlin", "Züddöyçer Rundfunk", "Züdvəstfunk", "Vestdöyçer Rundfunk".

* Qeyd: 1997-ci ilin sonunda Baden-Vürtemberg və Reynland-Pfalts Federal landları birgə teleradioşirkət təşkil ediblər: "Züddöyçer Rundfunk" və "Vestdöyçer Rudfunk" teleradioşirkətlərindən "Züdvəstrundfunk" teleradioşirkəti yaradılıb. Bu radio və televiziya land şirkətlərinin birləşməsin-dən yaranmış Almaniya Teleradioşirkətlərinin İşbirliyi (ARD) həmin şirkətlərin materiallarından Birinci Ümumalmaniya Televiziyasını formalasdırır və onun verilişləri həm yerüstü yolla, həm də kabellə yayımlanır. Buna əlavə olaraq, land şirkətləri qanunla onlar üçün nəzərdə tutulmuş yayım zo-nasında yerüstü yolla daha bir regional teleprogram yayırlar; onu çox vaxt

"3-cü Program" adlandırırlar, çünkü Almanya televiziyası İkinci programının yayılması ilə SDF məşqül olur və bu programda federal landların hamisi iştirak edir. Üstəlik də ARD-yə daxil olan şirkətlər öz yayım zonalarında 5-ə qədər teleradioprogram translyasiya edir. Kabel yayımı sayəsində ayrı-ayrı landların programlarına başqa federal ərazilərdə də baxmaq olur. Almanya televiziyasının Birinci, İkinci Programları və 3-cü programların çoxu peyk vasitəsilə də yayılmışdır.

Televiziya və radio verilişlərinin eyni vaxtda yayılması land şirkətlərinin səciyyəvi cəhətidir. Bundan fərqli olaraq landların hamisinin iştirak etdiyi SDF yalnız İkinci Alman Televiziyasının programlarını yayır, buna baxma yaraq, "Döyüçlandradio" programına görə də məsuliyyət daşıyır. Şirkətlərin translyasiya etdikləri teleprogramlar, necə deyərlər, "tam programlar" adlanır. 1997-ci il yanvarın 1-dən ARD və SDF ixtisaslaşdırılmış "Cocuq kanalı"nın, 1997-ci il aprelin 7-dən isə olaylı-sənədli "Feyniks" kanalının programlarını birgə translyasiya edirlər.

Bu teleradioşirkətlər ictimai hüququn subyektləridir. Bu o deməkdir ki, onlar land qanunu, yaxud dövlət müqaviləsi əsasında yaradılmış ictimai hüquqi qurumlardır. Vəzifələrini və stukturlarını land qanunvericisi müəyyənləşdirir. Beləliklə, səhəbat dövlət mülkiyyətində olan şirkətlərdən gətmir.

Bəzi xırda fərqlər olsa da, ictimai-hüquqi şirkətlərin hüquqi statusu müəyyən özül sxemə söykənir. Hər bir şirkətin başında duran intendant şirkətin yaydığı programlara görə şəxşən məsuliyyət daşıyır. Onun fəaliyyətinə iki orqan nəzarət edir - biri İşlər İdarəsi Komitəsi, - ona çox vaxt İnzibati Şura deyilir, çünkü inzibatçılıq və maliyyə fəaliyyətinə nəzarət edir - o biri isə Proqramlara Nəzarət Komitəsidir (Bu, Teleradiyayım Şurası da adlanır və programların məzmununa nəzarət edir).

Programlara Nəzarət Komitəsi fikir müxtəlifliyinin daxili plüralizm prinsiplərinə əsaslanan təminatçısı kimi çıxış edir və buna görə də bütün əsas "ictimai qrup"ların: partiyaların, həmkarlar ittifaqlarının, kilsənin, dini icmaların, birliliklərin və s. nümayəndələrindən ibarətdir. Əsas vəzifəsi ona nəzarət etməkdir ki, şirkətin yaydığı programlarda yalnız ehalinin hansısa bir qrupunun, yaxud hansısa siyasi istiqamətin birtərəfli mövqeyi eks olunması.

"Alman dalğası" federasiya tabeliyində olan yegane teleradioşirkətdir. Federal bütçədən maliyyələşir. Qanunla müəyyənləşmiş vəzifəsi xaricə radio və televiziya programları yaymaq, əcnəbi dinileyicilərə və tamaşaçılara Almanyanın siyasi, mədəni və iqtisadi həyatı barədə geniş məlumat vermək, mühüm məsələlərə dair Almanyanın mövqeyini izah etməkdir.

ÖZEL RADIÖ VƏ TELEVİZİYA ŞİRKƏTLƏRİ

Özel radio və televiziya şirkətlərinə icazə verilən kimi iki özəl oferent (saziş təklifçisi) yayımı başladı. 1985-ci ildə Sat 1 telesirkəti öz verilişlərini bütün Almaniyaya yaymağa başladı. 1986-ci ildə RTL plus (indı RTL adlanır) şirkəti də onlara qoşuldu. Bu gün özəl radio və televiziya şirkətlərinin sayı xeyli çoxalıb. Həm də burada radio ilə televiziya arasında dəqiq hüdudlanma var. Yəni iri özəl telesirkətlərdən heç biri eyni vaxtda həm də teleprogram yayar. Özəl teleprogramların əksəriyyəti bütün ölkəyə yaxşılığı halda, özəl radioproqramlar, əsasən, ayrı-ayrı bölgələrdə, yaxud vialayətlərdə yayılır.

Özel telesirkətlərin yaydıqları proqramlar əksər hallarda "tam proqramlar"dan ibarət olur, lakin ictimai-hüquqi teleradioşirkətlərin proqramları ilə müqayisədə özəl şirkətlərin verilişlərində əyləncə daha çox olur. İxtisaslaşdırılmış proqramların tamaşaçıları az olsa da, onlar KİV bazarına daxil ola biliblər. Pullu (abunə ilə olan) proqramlar, yaxud ayrı-ayrı pullu verilişlər hələ inkişafın ilk mərhələsindədir.

Ən yüksək reytingə aşağıdakı özəl telesirkətlər malikdir: RTL, Sat1, PRO ZİBEN, RTL 2, Kabel 1, VOKS, Super RTL, Avrosport, DSF.

III. RADIÖ VƏ TELEVİZİYA ŞİRKƏTLƏRİNİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ

İctimai-hüquqi və özəl radiotelesirkətlər arasında əsas fərq onların müxtəlif sistemlərlə maliyyələşdirilməsidir.

Özel şirkətlər, əsasən, reklamdan gələn gəlirlə maliyyələşir. Yalnız pullu proqram yayan "Premyere" telesirkəti tamaşaçıların ödədikləri haqla dolanır.

İctimai-hüquqi teleradioşirkətlərin qarışq maliyyə formasından bəhrələnmək hüququ var. Birincisi budur ki, onlar televizorlardan və radioqəbulicilərdən istifadə üçün müəyyən vəsait əldə edir, üstəlik də məhdud dərəcədə pullu reklam verirlər. Bu şirkətlərin proqramlarında reklama icazə məsələsinə gəlincə, onlar özəl radio və televiziya şirkətlərinə nisbətən daha kəskin məhdudiyyətlərlə üzləşirlər. Televizoru, yaxud radioqəbuledicisi olan hər kəs onlardan istifadəyə görə müvafiq haqq ödəyir. Həm də bu haqq televizorun və radioqəbuledicinin nə qədər veriliş qəbul edib-etməyəcəyinə görə verilmir. Evdə cihazın varsa və o, salamatdırısa, hökmən haqq ödəməlisən.

D.TELEVİZİYA VƏ RADIÖ YAYIMI HAQQINDA DÖVLƏT MÜQAVİLƏSİ

1. TELEVİZİYA VƏ RADIÖ HAQQINDA DÖVLƏT MÜQAVİLƏSİ BÜTÜN ÖLKƏ MİQYASINDA ƏSAS TƏNZİMLƏYICI KİMİ

Land hökumətlərinin hamısı arasında bağlanmış və land parlamentlərinin hamısının ratifikasiya etdiyi Dövlət Müqaviləsi Federasiya məqyasında vahid televiziya və radioyayım sisteminin özeyini təşkil edir. Bununla yanaşı, daha iki Dövlət Müqaviləsi də var ki, onlarda landların hamısı iştirak edir. Biri SDF-in yaradılması haqqında, o biri isə televizorlardan və radioqəbuləcildərən istifadə haqqı barədə Dövlət müqavilələridir.

Televiziya və radio yayımı haqqında Dövlət Müqaviləsi televiziyanın və radionun təşkili ilə bağlı önəmli məsələlərdə landların hüquq normalarının uyğunlaşdırılmasına xidmət edir. Beləliklə, Avropa Birliyinin hüquqi tənzimləmə aktları milli hüquq normalarını uyğunlaşdırıldığı kimi, Dövlət Müqaviləsi də milli çərçivədə eyni funksiyani yerinə yetirir. Müəyyən aspektin Dövlət Müqaviləsi ilə tənzimlənməsi faktının özü belə tənzimlənmənin land qanununda da ola biləcəyi ehtimalını istisna etmir. Eyni zamanda Dövlət Müqaviləsi landların önəmli məsələlər üzrə fərqli hüquq normaları qəbul etmələrinə mane olur.

2. TELEVİZİYA VƏ RADIÖ HAQQINDA DÖVLƏT MÜQAVİLƏSİNDE HÜQUQI TƏNZİMLƏMƏNİN MƏZMUNU

Televiziya və radio haqqında Dövlət Müqaviləsində hüquqi tənzimləmə məzmun baxımından, əsasən, 3 iri bölməyə ayrılır:

- Birinci bölmədə anlayışların izahı ilə yanaşı, həm özəl, həm də ictimai-hüquqi şirkətlərə aid ümumi müddəalar verilir. Burada gənclərin müdafiəsinə dair hüquqi normalar, eləcə də reklamın məzmunu və sponsorluğun mümkünlüyü ilə bağlı ümumi hüquqi normalar tənzimlənir. Sonuncular Avropa hüquq normalarına uyğun gəlir.

- İkinci bölmədə ictimai-hüquqi teleradioşirkətlər üçün xüsusi hüquqi normalar, onların reklam və s. hesabına maliyyələşməsi üsulları, reklamın verilişə daxil edilməsi, onun sürəkliliyi, radioteleshirkətlərin xüsusi direktivlər hazırlamaq səlahiyyəti və s. barədə ayrıca müddəalar verilib.

- Üçüncü bölmədə özəl yayımcılar üçün xüsusi hüquqi normalar, özəl şirkətlərə icazə verilməsi və fikir müxtəlifliyinin təmin edilməsi qaydaları, programların təşkili prinsipləri öz əksini tapıb.

BİRLƏŞMİŞ ALMANIYADA TELEVİZİYA VƏ RADIO YAYIMI HAQQINDA 31 AVQUST 1991-Cİ İL TARİXLİ DÖVLƏT MÜQAVİLƏSİ

26 AVQUST-11 SENTYABR 1996-Cİ İL
DÜZƏLİŞLƏRİ NƏZƏRƏ ALINMAQLA

Baden-Vürtemberq landı; azad Bavariya dövləti; Berlin, Brandenburg landları; azad Hanza şəhəri Bremen, azad və Hanza şəhəri Hamburq; Hessen, Meklenburg-Ön Pomeraniya, Aşağı Saksoniya, Şimali Reyn-Vestfaliya, Reynland-Pfalts, Sair landları; azad Saksoniya dövləti; Saksoniya-Anhalt, Şlezviq-Holşteyn və Türingiya landları aşağıdakı Dövlət Müqaviləsini bağlayırlar

MADDƏ 1

Televiziya və Radio yayımı haqqında Dövlət Müqaviləsi

MADDƏ 2

ARD yaradılması haqqında Dövlət Müqaviləsi

MADDƏ 3

SDF yaradılması haqqında Dövlət Müqaviləsi

MADDƏ 4

Televizorlardan və radioqəbuledicilərdən istifadə pulu haqqında Dövlət Müqaviləsi

MADDƏ 5

Teleradiyoyımın maliyyələşdirilməsi haqqında Dövlət Müqaviləsi

MADDƏ 6

Videomətn haqqında Dövlət Müqaviləsi

MADDƏ 7

Keçid müddəaları, (müqavilənin) pozulması və qüvvəyə minməsi

MADDƏ 8

(Müqavilənin) fəaliyyətinin dayandırılması

PREAMBULA

Bu Dövlət Müqaviləsi birləşmiş Almaniyanın federal landlarında dual televiziya və radio yayımı sistemində ictimai-hüquqi və özəl şirkətlər haqqında prinsipial müddəalardan ibarətdir. Burada teleradiyoyım bütün Avropadakı inkişaf prosesi də nəzərə alınır.

Ictimai-hüquqi və özəl teleradioşirkətlərin üzərinə fərdi və ictimai rəylə-

şirkətlərə müvafiq federal landın qüvvədə olan hüquq normaları tətbiq olunur.

2. ANLAYIŞLARIN AÇIMI

(1) Teleradioyayım hər hansı çıxışın söz, səs, yaxud görüntü formasında simsiz rabitə və ya simlər vasitəsilə elektromaqnit dalğalarından bəhərələnməklə ümumi istifadə üçün təşkili və yayılmasıdır. Bu anlayışa kodlaşdırılmış şəkildə yayılan, yaxud xüsusi haqq ödəməklə qəbul olunan proqramlar və telemətnlər daxildir.

(2) BU DÖVLƏT MÜQAVİLƏSİNDE:

1. tam proqram dedikdə tərkibinin xeyli hissəsi xəbərlər, bilgi-tədris materialları və əyləncəli proqramlardan ibarət olan rəngarəng məzmunlu teleradioyayım proqramı nəzərdə tutulur;
2. xüsusi proqram, əsasən, yekcins məzmunlu proqramdır;
3. "yayım pəncərələri"nə verilən peyk proqramı geniş (əsas) proqram hüdüdlərində bütün Almaniya ərazisinə məhdud vaxt çərçivəsində yayılan televiziya və radio proqramıdır;
4. "yayım pəncərələri"nə verilən regional proqram əsas proqram hüdüdlərində olan və başlıca olaraq bölgələrin həyatından bəhs edən, məhdud ərazi və vaxt çərçivəsində yayılan proqramdır.

3.YASAQ VERİLİŞLƏR, GƏNCLƏRİN MÜDAFIƏSİ

(1) ELƏ VERİLİŞLƏR YOLVERİLMƏZ SAYILIR Kİ:

1. əhalinin hər hansı bir bölümünü, yaxud milli, irqi və dini qruplara qarşı nifrat oyatmağa yönəlmış olsun, onlara qarşı zorakılığa və özbaşınalığa çağırınsın, təhqir və qərəzli böhtan yolu ilə insanın ləyaqətini alçaltsın (CM-in 130-cu paraqrafi);
2. insana qarşı yönəlmış amansız zorakılıq hərəkətləri təqdir edilsin, yaxud belə hərəkətlərin zərərli nəticələri ört-basdır olunsun və ya amansızlıq, zalimlik insan ləyaqətini alçaldacaq tərzdə təsvir edilsin (CM-in 131-ci paraqrafi);
3. müharibə tə`riflənsin;
4. parnoqrafiya məzmununa malik olsun (CM-in 184-cü paraqrafi);
5. uşaqların və yeniyetmələrin əxlaqına ciddi təhlükə yaradacağı aydın sezişsin;
6. ölməkdə olan adamlar, ağır somatik (bədən), yaxud psixi xəstələr insan ləyaqətini alçaldan tərzdə təsvir olunsun, bu tipli verilişlərdə cəmiyyə-

ri, fikir rəngarəngliyini azad surətdə formalasdırmaq vəzifəsi qoyulur. Televiziya və radionun hər iki forması milli və beynəlxalq rəqabətin tələblərinə cavab verməlidir.

Yeni texnikanın meydana gəlməsi nəticəsində Avropada radio və teleprogramların sayının artması ilə almandilli mühitdə də informasiya müxtəlifliyi, elcə də mədəniyyətə dair proqramların çeşidi çoxalmalıdır. Bu Dövlət müqaviləsi ilk növbədə AFR-də maliyyə yardımı proqramının gerçəkləşdirilməsi yeni Avropa teleməhsullarının yaradılmasına daim kömək göstərməlidir.

Ictimai-hüquqi teleradioşirkətlərin mövcudluğuna və inkişafına təminat verilməlidir. Yeni teleradiroyayım formalarının yaradılması, genişləndirilməsi və təşkili zamanı bütün yeni texniki imkanlardan istifadə məsələsi də buraya daxildir. Müvafiq tənzimləmə də daxil olmaqla onların maliyyə bazası möhkəmləndirilməlidir.

Özəl televiziya və radioyayım sistemini, ilk növbədə yayım texnikasını və proqram istehsalını genişləndirib daha da gəlisdirmək, adekvat gəlir əldə etmək, peyk rabitəsi kanalları ilə ötürülən televiziya proqramlarını sərəncamlarında olan yerüstü yayım tezlikləri vasitəsilə yamaq üçün özəl yayımcılara imkanlar verilir; yerüstü teleyayım tezlikləri yeni şirkətlər yaradılmasını nəzərə almaqla bütün Almaniya boyu mümkün qədər bərabər səviyyədə böülüsdürülməlidir.

Almaniyadan birləşdirilməsi, dual televiziya və radioyayım sisteminin sonrakı inkişafı tezlik kanallarından istifadənin mövcud sistemini bütövlükdə yenidən nəzərdən keçirməyi tələb edir. Bir teleradiroyayım şirkətinin iki və daha çox tezlik kanalı olarsa, bütün federal landlar bu fikirdədir ki, artıq kanallar boşaldılıb özəl yayımcılara verilməlidir.

KIV problemləri ilə məşğul olan land qurumları bir-biriləri ilə six əməkdaşlıq edərək özəl yayımcılar arasında ayrı-seçkiliyə yol verməməli, qəbul edilmiş qərarları optimal surətdə həyata keçirməlidirlər.

I BÖLMƏ

ÜMUMİ MÜDDƏALAR

1. TƏTBİQ SAHƏSİ

(1) Bu Dövlət Müqaviləsi dual sistem çərçivəsində Almaniyada teleradiroyayımın təşkili və gerçəkləşdirilməsi sahəsində fealiyət göstərir.

(2) Teleradioproqramların təşkili və yayılması ilə bağlı bu Dövlət Müqaviləsində başqa müddəalar yoxdursa, ictimai-hüquqi və ya özəl teleradio-

tin önemli və bəraətci marağı olmadan gerçek hadisələr eks etdirilsin; burada təsvir olunan şəxsin razılığı da rol oynamır.

(2) Uşaqların, yaxud yeniyetmələrin fiziki, psixi və ya mənəvi sağlamlığına xəsərə yetirə biləcək verilişlərin yayılması yasaqdır. Buna o halda yol verile bilər ki, yayılma məşğul olan tərəf translyasiya vaxtını seçməklə, yaxud başqa yolla uşaqların və ya yeniyetmələrin həmin verilişləri görmək (eşitmək) imkanını son dərəcə azaltsın; məsələn, o, hesab edə bilər ki, saat 23-dən 6-dək belə bir şərait olur. Gənclərin müdafiəsi haqqında qanuna əsasən, 16 yaşınadək uşaqların baxmasına icazə verilməyən filmlər saat 22-dən 6-ya, 18 yaşınadək uşaqların baxmasına icazə verilməyən filmlər isə yalnız saat 23-dən 6-dək göstərilə bilər.

(3) Mətbu nəşrlərin yayılması haqqında Qanunun 1-ci paraqrafında göstərilmiş mətbu nəşrlərə tam, yaxud mahiyyətə uyğun gələn, yəni uşaqlara və yeniyetmələrə təhlükə törədən verilişlər yalnız saat 23-dən 6-yadək, həm də o şərtlə yayıla bilər ki, uşaqların və yeniyetmələrin mənəviyyatına dəyə biləcək zərər mümkün qədər az olsun. Belə qiymətləndirmənin əsasında duran səbəblər veriliş efişə çıxana qədər yazılmalı, müvafiq landın özəl teleradioşirkətlərinə baxan orqanın (KİV işləri ilə məşğul olan land qurumunun) tələbi ilə ARD və SDF-in müvafiq orqanına təqdim edilməlidir.

(4) Verilişlərin anonslarında həmin verilişlərdən kadrlar varsa, onlar da qanunda göstərilən zaman kəsiyində göstərilməlidir.

(5) ARD-də birləşmiş land şirkətləri və SDF, eləcə də KİV üzrə land qurumları ayrı-ayrı hallarda öz direktivlərində istisnalar edərək, 15 il əvvələdək qiymətləndirilmiş filmlərin göstərilməsinə icazə verə bilər...

(6) KİV üzrə land qurumları qərar qəbul edərkən uşaqların və yeniyetmələrin müdafiəsinə dair könüllü özünənəzarət orqanlarının ekspert rəylərini nəzərə almalıdır.

4.GƏNCLƏRİ MÜDAFIƏ MÜVƏKKİLİ

ARD-də birləşmiş ictimai-hüquqi land şirkətləri, CDF və programlarını bütün Almaniyaya yayan qurumların hər biri gəncləri müdafiə edən bir müvəkkil təyin edir. Öz sahəsində bu müvəkkillər heç kəsdən asılı deyil. Əsas vəzifəsi intendanta və proqrama məsul olan başqa şəxslərə gənclərin müdafiəsi ilə bağlı məsləhətlər verməkdir. Məsələn, o, proqramların alınması, istehsalı, planlaşdırılması və tərtibi kimi məsələlərin həllində adekvat iştirak etməlidir. Bu müvəkkillər müntəzəm olaraq bir-biriləri ilə təcrübə mübadiləsi keçirirlər.

5.QISA REPORTAJLAR

(1) Avropada akkreditə edilmiş hər bir telesirkətin ictimai maraq doğuran tədbirlər və olaylar barədə pulsuz qısa reportajlar vermək hüquq var; bu hüquq şəxsi verilişlərin hazırlanıb yayılması məqsədlərinə xidmət edir. Bu hüquqa yeganə bir reportajın hazırlanması, qısa müddətə birbaşa yayımlanması, lətə yazılması daxildir.

(2) Müəlliflik hüququ və şəxsiyyət hüquqlarının qorunması müddəələri da daxil olmaqla digər qanunvericilik müddəələrinə toxunulmur.

(3) Kilsələrə və dini icmalara, eləcə də onların müvafiq vəzifələri yerinə yetirən qurumlarına Qanunun 1-ci abzası şəamil edilmir.

(4) Pulsuz qısa reportajlar hüquq bəhs olunan hadisə haqqında qısa xəber hazırlayıb yaymaq üçün imkan verməklə məhdudlaşdırılır. Belə reportajın davametmə müddəti bu və ya başqa tədbir (hadisə) haqqında xəber çatdırışı üçün zəruri olan müddətlə bərabər olmalıdır. Belə tədbirlərin tez-tez və müntəzəm təkrarlandığı hallarda reportajın maksimal davametmə müddəti təxminən 1,5 dəqiqə olur. Bu cür tədbirlər barədəki qısa reportajlar bir reportajda cəmləşdirilirsə, belə ümumiləşmiş reportajda da xəber xarakteri saxlanılmalıdır.

(5) Qısa reportaj hüququndan bəhrələnərkən tədbirin (olayın) gedişinə əngel yaratmaq olmaz. Tədbirin pozulması və onun iştirakçılarının hissərinin kobudcasına təhqir olunması təhlükəsi yaranarsa, təşkilatçının ixtiyarı var ki, yayımı, yaxud lətə yazısını məhdudlaşdırırsın və ya tamamilə dayandırırsın. İctimai təhlükəsizlik və asayış maraqlarına zidd olduqda qısa reportaj hüququ aradan çıxır, çünkü bu maraqlar camaatın informasiya maraqlarından üstündür. Qalan hallarda yayım təşkilatçısının tədbiri yaymaq, yaxud lətə yazmaq hüququna toxunulmur.

(6) Yayım təşkilatçısı qısa reportaj üçün material əldə etmək hüququndan bəhrələnmək istəyən reportyorlardan tələb edə bilər ki, hamı kimi onlar da tədbirdə iştirak etməkdən ötrü haqq ödəsinlər; yayım təşkilatçısı qısa reportaj hazırlamaq hüququnu həyata keçirmə prosesində çəkilən xərclərin yerini doldurmaq hüququna malikdir.

(7) Qısa reportaj hüququnun gerçekləşdirilməsi telesirkətin təşkilatçıya sifariş verərək bu hüquqdan tədbirə azı 10 gün qalmış bəhrələnmək niyyətində olduğunu bildirir. Tədbirin başlanmasına azı 5 gün qalmış təşkilatçı sifariş vermiş telesirkətə yayım, yaxud lətə yazısı üçün yeterincə yer və texniki imkan olub-olmadığını bildirməlidir. Qarşidakı tədbir haqqında mə'lumatın verildiyi günlə onun başlandığı gün arasındaki vaxt son dərəcə az olarsa, sifariş mümkün qədər tez verilməlidir.

(8) Yer və texniki imkan çatışmazsa, üstünlük tədbir təşkilatçısı ilə mü-

qaviləsi olan şirkətlərə verilir. Bundan başqa, təşkilatçının seçim hüququ da var. Bu zaman üstünlük tədbirin keçirildiyi federal landda geniş teleyayım qəbulunu tə`min edən şirkətlərə verilir.

(9) Qısa reportaj hazırlamağa imkan əldə etmiş şirkətlər bu imkandan məhrum olmuş şirkətlərə sığnal verməlidir ki, onlar çəkilmiş xərclərin ödənilməsinə yardımçı olsunlar.

(10) Tədbir iştirakçısı hadisənin işıqlandırılması ilə əlaqədar hər hansı bir teleşirkətlə müqavilə bağlayıbsa, çalışmalıdır ki, azı daha bir şirkət qısa reportaj hazırlaya bilsin.

(11) Qısa reportajda istifadə olunmayan fragmentlər tədbirin başa çatmasından 3 aydan gec olmayıaraq məhv edilməli və bu barədə tədbir təşkilatçısına yazılı məlumat verilməlidir. Üçüncü şəxslərin əsaslandırılmış maraqlarını tə`min etmək zərurəti yaranarsa, bu müddət uzaldıla bilər.

6. AVROPA İSTEHSALI, DAXİLİ İSTEHSAL, SİFARIŞLİ İSTEHSAL VƏ BIRGƏ İSTEHSAL

(1) Avropanın və almandilli ölkələrin rəngarəngliyini əks etdirmək, eləcə də Avropada kino və televiziya məhsullarının istehsalına yardımçı olmaq məqsədilə şirkətlər bədii filmlərin, televiziya tamaşalarının, seriallarının, sənədli filmlərin yayılmasına ayrılmış vaxtin əsas hissəsini Avropa qanunvericiliyini nəzərə almaqla Avropa məhsullarına yönəltməlidirlər.

(2) Tam teleprogramlarda daxili məhsulun, sifarişli məhsulun, almandilli və avropalı tərəfdəşlərlə birgə hazırlanın məhsulun xeyli hissəsi əks olunmalıdır. Bu, tematik imkanlar daxilində fəaliyyət göstərən xüsusi teleprogramlara da aiddir.

7. REKLAM VERİLİŞLƏRİNİN MƏZMUNU VƏ NİŞANLANMASI

(1) Reklam çəşqinliq yaratmamalı, istehsalçının maraqlarına xələl gətirməməli, istehsalçının sağlamlığına və təhlükəsizliyinə, eləcə də ətraf mühitin qorunmasına zərər toxundura bilən vərdişlərin inkişafına yardımçı olmamalıdır. Uşaqlar və yeniyetmələr üçün nəzərdə tutulan, yaxud hazırlanmasında uşaqların və yeniyetmələrin iştirak etdikləri reklamlar onların maraqlarına ziyan vurmamalı, onların təcrübəsizliyindən sui-istifadə etməməlidir.

(2) Reklam və reklamverənlər başqa programların məzmununa və redaksiyasına təsir göstərməmelidirlər.

(3) Reklamin dəqiq nişanı olmalı, televiziyyada optik, radioda isə akustik vasitələrlə programın başqa hissələrində birmənəli şəkildə ayrılmalıdır. Reklamda istehsalçıya dolayısi üsullarla təsir göstərmək olmaz.

(4) Sürəkli reklam verilişlərinə o şərtlə yol vermək mümkündür ki, reklam xarakteri tam ön plana çəkilsin və reklam verilişin önemli hissəsi olsun. Sürəkli reklam verilişi ləp öncədən məhz bu cür anonslaşdırılmalıdır və bütün görüntü müddətində reklam kimi qeyd edilməlidir.

(5) Pərdələnmiş reklam yolverilməzdir. Pərdələnmiş reklam o reklama deyirlər ki, programlarda malların, xidmətlərin, firma markalarının, mal istehsalçılarının adı çəkilir, göstərilir və bu xüsusi olaraq reklam məqsədilə edilir və adçəkmənin, göstərmənin eşlə qayəsi ictimaiyyətdə çəşqinqılıq yaradır. Adçəkmə, yaxud göstərmə o zaman reklam üçün nəzərdə tutulmuş sayılır ki, bunun üçün hər hansı formada haqq alınmış olsun.

(6) Müntəzəm olaraq informasiya programları, yaxud müasir siyasi mövzularda verilişlər aparan şəxslər televiziya reklamında çıxış edə bilməzler.

(7) Siyasətlə, dünyagörüşü ilə, yaxud dirlə bağlı reklama yol vermək olmaz.

8. SPONSORLUQ FƏALİYYƏTİ

(1) Sponsorluq fəaliyyəti teleradiroyayım işində, yaxud audiovizual məhsul istehsalında iştirak etməyən fiziki və ya hüquqi şəxsin (şəxslər qrupunun) öz adını, familiyasının markasını populyarlaşdırmaq üçün verilişləri birbaşa, ya da dolayısı yolla maliyyələşdirməsidir.

(2) Bütövlükdə, yaxud qismən sponsorluq obyekti olan verilişlərin əvvəlində və sonunda onların sponsor tərəfindən maliyyələşdirildiyi aydın və qısa şəkildə göstərilməlidir; bunu hərəkətli görüntüsə vətədə etmək olar. Sponsorun adı ilə yanaşı, yaxud adının əvəzinə onun firmasının emblemini, ya da markasını nümayiş etdirməyə icazə verilir.

(3) Sponsorluq obyektinə çevrilmiş verilişlərin məzmununa sponsorun təsiri və həmin verilişlərin programdakı yeri elə məhdudlaşdırılmalıdır ki, şirkətin məsəliyyətinə və redaksiyanın müstəqilliyinə xələf gəlməsin.

(4) Sponsorlu verilişlər sponsorun və ya 3-cü şəxsin məhsullarının (xidmətlərinin) müvafiq tövsiyələr yolu ilə satışına, alışına, yaxud icarəsinə təhrik etməməlidir.

(5) Bu qanuna və ya başqa hüquqi göstərişlərə əsasən reklam fəaliyyəti hüququ olmayan şəxslərin verilişlərə sponsorluq etmək ixtiyarı yoxdur.

(6) İformasiya verilişləri və aktual siyasi mövzularda hazırlanmış programlar sponsorluq predmeti ola bilməz.

9. İNFORMASIYA VERMƏK BORCU, SƏLAHİYYƏTLİ ORQANLAR

(1) Avropa konvensiyasının land hüququnun subyektləri olan sərhəddə-

xili yayım, teleradioşirkət haqqındaki maddəsinə əsasən, onlar tələb olunan anda müvafiq land qanunvericiliyinə görə səlahiyyətli orqan sayılan quruma konvensiyada sadalanan informasiyaları verməyə borcludurlar. Bu, özəl şirkətlərə də aiddir; həmin şirkətlər tələb olunan anda onların fəaliyyətinə icazə vermiş KIV işləri üzdə land qurumuna informasiya verməlidirlər. Həmin qurum isə aldığı informasiyanı ona hüquqi cəhətdən nəzərət edən organa təqdim edir.

(2) Landların baş nazırının qərarları ilə yaradılan bir, yaxub bir neçə orqan Avropa konvensiyasının 19-cu maddəsinin 2-ci və 3-cü abzaslarında göstərilən vəzifələri yerinə yetirirlər. Ayrı-ayrı landların səlahiyyətli qurumları bu vəzifələrin yerinə yetirilməsi üçün zəruri olan informasiyanı həmin orqanlara təqdim etməlidirlər.

(3) Dövlətlərarası və uluslararası təşkilatlara televiziya və radio məsələlərinə dair hesabat vermək üçün hüquqi öhdəlik varsa, müvafiq olaraq 1-ci və 2-ci abzaslar fəaliyyət göstərir.

10. İCTİMAİ RƏ'Y SORĞULARI

Şirkətlərin keçirdikləri ictimai rə'y sorğularını e'lan edərkən onların mötəbər olub-olmaması hökmən bildirilməlidir.

II BÖLMƏ

İCTİMAİ-HÜQUQİ TELERADIOŞİRKƏTLƏR HAQQINDA MÜDDƏALAR

11. FUNKSIYALARA MÜVAFİQ MALİYYƏLƏŞDİRİMƏ PRİNSİPI, MALİYYƏ TƏNZİMLƏMƏSİ PRİNSİPI

(1) Maliyyələşdirmə ictimai-hüquqi şirkətlərə imkan verməlidir ki, onlar konstitusiya ilə və başqa qanunlarla müəyyən edilmiş vəzifələri yerinə yetirə bilsinlər; maliyyələşdirmə belə şirkətlərin mövcudluğunu və gəlisməsini tə'min etməlidir.

(2) Landların teleradioşirkətləri arasında maliyyənin tənzimlənməsi ARD-nin maliyyələşdirmə sisteminin tərkib hissəsidir; o, həm də "Saar-ləndişer Rundfunk", "Radio Bremen" və "Zender Frayes Berlin" şirkətlərinin öz vəzifələrini yerinə yetirmələrinə imkan verir. Yenidən bölünməli olan vəsaitin həcmi, eləcə də onun abunə haqqı ilə uyğunlaşdırılması Teleradiroyayımın Maliyyələşdirilməsi haqqında Dövlət Müqaviləsinə əsasən

müəyyən olunur.

12. MALİYYƏLƏŞDİRİMƏ

(1) İctimai-hüquqi teleradioyayım qəbuledicilərdən istifadə haqqı, reklamdan olan gəlirlər və başqa mədaxillər hesabına maliyyələşdirilir; əsas mənbə teleradioyayımından istifadə haqqıdır.

(2) Verilişləri qəbul etməyə qadir olan radioqəbulədici və televizor sahibi teleradioyayımından istifadə haqqı ödəməyə borcludur.

13. İCTİMAİ-HÜQUQİ TELERADIOYAYIMIN MALİYYƏ TƏLABATI

(1) Bu tələbat müntəzəm olaraq xüsusi müstəqil komissiya tərəfindən yoxlanılır.

(2) Yoxlamanın və təlabatı müəyyənləşdirməyin əsasında bunlar durmalıdır:

1. Mövcud teleradioproqramların gələcəkdə də rəqabətə davam getirə bilerək fəaliyyət göstərməsi, həmçinin bütün landların dövlət müqaviləsi ilə icazələnmiş televiziya proqramları (faktik tələbat);

2. Land qanunvericiliyinə müvafiq olaraq icazələnmiş yeni teleradioproqramlar, teleradioyayım proqramlarının yaradılması və yayılması üçün yeni texniki imkanlardan istifadə prosesində iştiraketmə, habelə yeni teleradioyayım formalarının təşkili imkanı (gelişmə tələbatı);

3. KİV sahəsində məsrəflərin ümumi və xüsusi dinamikası;

4. Teleradioyayımından istifadə haqqının yiğilmasından, reklamdan və s. əldə olunan gəlirlərin dinamikası.

(3) Maliyyə təlabatını yoxlayarkən yüksək obyektivliyə cəhd göstərilməlidir.

(4) Teleradioyayımından istifadə haqqının məbləği Dövlət Müqaviləsi ilə müəyyənləşir.

14. REKLAMIN DAXİL EDİLMƏSİ

(1) İbadət yayımlarına və uşaq verilişlərinə reklam daxil edilməməlidir.

(2) Reklamlar ayrı-ayrı verilişlərin arasına blok şəklində yerləşdirilməlidir; verilişin daxilinə də reklam salmaq olar, bu şərtlə ki, həmin verilişin bütövlüyünə və xarakterinə xələl gəlməsin.

(3) 45 dəqiqədən çox olan televerilişlərdə bir reklam bloku ola bilər. Fasilələrlə verilən olaylar, çıxışlar və tədbirlər translyasiya edilərkən reklam yalnız müstəqil hissələrin arasına daxil edilə, yaxud fasilələrdə verilə bilər.

(4) Fasilələrlə gedən idman verilişlərində reklam yalnız fasilələrdə gös-

terilə bilər.

(5) Televerilişdə reklam xüsusi olaraq, yaxud tez-tez başqa dövlətin tamaşaçılara ünvanlanırsa və o dövlət Avropa Birliyinin üzvü deyilsə, lakin sərhəddaxılı teleyayım haqqında Avropa Konvensiyasını ratifikasiya edibse, telereklam barədə həmin dövlətdə mövcud olan göstərişləri pozmaq yasaqdır. Bu Dövlət Müqaviləsinin telereklam haqqında göstərişləri müvafiq dövlətdə fəaliyyət göstərən hüquqi müddəalardan daha sərdırsə, yaxud həmin dövlətlə bu sahədə sazişlər bağlanıbsa, yuxarıdakı yasaq qüvvədən düşmüş sayılır.

15. REKLAMIN DAVAMETMƏ MÜDDƏTİ

(1) ARD-nin Birinci Televiziya Programı ilə və Almaniya televiziyasının ikinci Programı ilə gedən reklamın ümumi davametmə müddəti orta hesabla hər iş gündündə 20 dəqiqədən çox olmur. Başqa günlərdə qənaət olunmuş vaxt hesabına bu müddəti 25 dəqiqəyə qədər artırmaq olar. Saat 20:00-dan sonra, bazar və ümumalmaniya bayram günlərində reklam vermək qadağandır.

(2) ARD və SDF-in bütün Almaniya ərazisində yayılmışan başqa teleprogramlarda, eləcə də üçüncü televiziya programlarında reklam vermək yasaqdır.

(3) Televerilişlərdə qısa röliklərdən ibarət reklamların davametmə müddəti bir saat ərzində 20 faizdən çox ola bilməz.

(4) Landlar öz teleradioşirkətlərinə orta hesabla hər iş gündündə 20 dəqiqə radio ilə reklam yaymağa icazə verə bilərlər; 1987-ci il yanvarın 1-dək olan yayımlar və məhdudiyyətlər saxlanıla bilər.

16. DİREKTİVLƏR

Bu müqavilənin 3,7, 8, 14 və 15-ci paraqraflarını yerinə yetirməklə bağlı ARD-də cəmləşən land şirkətləri və SDF direktivlər verirlər. Bu məqsədə onlar KİV üzrə land qurumları ilə əlaqə yaradaraq bu direktivləri tətbiq etmək üçün birgə təcrübə mübadiləsi həyata keçirirlər.

17. REKLAMLA BAĞLI DƏYİŞİKLİKLƏR

Reklamin ümumi davametmə müddəti, onun gün ərzində göstərilməsinin məhdudlaşdırılması və ictimai-hüquqi şirkətlərin verilişlərində yalnız iş günlərində yayılmış olması sahəsində dəyişikliklər barədə landlar öz aralarında razılığa gələ bilərlər.

18. "TELEVİZORLA ALQI'LARIN YASAQLANMASI

Konkret alqı-satqı, icarəyə vermə, yaxud malların icarəyə götürülməsi, xidmət ("Televizorla alqı") barədəki təkliflərlə ictimaiyyətə birbaşa müraciət etməyə ictimai-hüquqi şirkətlərdə yol verilmir.

19. ARD VƏ SDF-İN PEYK RABİTƏSİ KANALLARI İLƏ YAYIMLANAN TELEVİZİYA PROGRAMLARI

(1) ARD-də cəmləşən şirkətlər mədəniyyətə həsr olunmuş əlavə televiziya programlarını peyk rabitəsi kanalları ilə birgə yaya bilerlər; burada ilk növbədə Avropa ölkələrindən olan xarici şirkətlər də iştirak edə bilərlər. Başqa kanallarla əlavə yayım müvafiq landın qanunvericiliyi ilə tənzimlənir.

(2) Bundan əlavə, ARD-də land şirkətləri və SDF birlikdə peyk rabitəsi kanalları ilə iki əlavə xüsusi program yaya bilər.

(3) ARD-də birləşən land şirkətlərinin birgə teleprogramlarının və SDF programlarının Almanyanın bütün ərazilərinə yayılmasına yalnız landların hamisinin xüsusi dövlət-müqavilə sazişləri əsasında yol verilir.

(4) ARD-də birləşən land şirkətləri və SDF eyni zamanda onların qarşısına qoyulmuş program vəzifəsini yerinə yetirmək çərçivəsində xarici teleradioşirkətlər və firmalarla beynəlxalq miqyasda yayılan birgə programlar təşkil edə, yaxud belə programın yaradıcılarından biri ola bilər. Bu şərtlə ki:

1. bu programlar Almanyanın hər yerində qəbul edilə bilsin və təkcə AFR üçün nəzərdə tutulmuş reklam verməsin;

2. ARD ilə SDF-in müvafiq teleradioşirkətin programındaki, yaxud programındaki və kapitalındaki, birgə payı 50 faizdən çox olmamalıdır.

ARD-də birləşən land teleradioşirkətləri və SDF Avropa mədəniyyət təlekanalında iştirak edirlər. Başqa programlarda iştirak yalnız landların baş nazirlərinin razılışmaları əsasında mümkündür.

(5) Bu Dövlət Müqaviləsində başqa variant nəzərdə tutulmayıbsa, SDF-in və ARD-də birləşən land şirkətlərinin 12 və 4-cü abzaslarda adı çəkilən programları həmin şirkətlər üçün mövcud olan göstərişlər əsasında fəaliyyət göstərir.

III BÖLME

ÖZƏL TELERADIOŞİRKƏTLƏR HAQQINDA MÜDDƏƏ

1-ci yarimbölmə. Lisenziya və onun alınması qaydası

20. LİSENZİYA

(1) Efirə çıxməq üçün özəl şirkətlərə lazımlı olan lisenziyanı almaq qaydası land qanunvericiliyi ilə müəyyənləşir. Almaniyanın hər yerinə yayımlanan şirkətlərin lisenziyasında programların kateqoriyaları göstərilməlidir.

(2) KIV-in fəaliyyəti televiziya, yaxud radioyayılm kimi təsniflənirsə, bələ fəaliyyəti gerçəkləşdirmək üçün lisenziya tələb olunur və onun alınma qaydasını land qanunvericiliyi müəyyən edir. KIV üzrə səlahiyyətli land qurumu bu ilkin şərtin olmasını digər landların qurumları ilə razılışdırır qeyd edirsə, onda informasiya xidmətlərinin oferenti öz seçimi ilə fəaliyyətinin təsnifatı barədə qərar haqqında xəbərdarlıq aldığı gündən altı ay keçənədək lisenziya alınmasına dair ərizə verməli, yaxud öz informasiya xidmətlərini elə təklif etməlidir ki, onlar televiziya və ya radioyayılm kimi təsnifləşdirilə bilsin. İformasiya xidmətləri oferentinin KIV üzrə səlahiyyətli land qurumuna onun fəaliyyətinin televiziya və radioyayılm sahəsindəki qanunvericiliyə uyğun gəlib-gəlməməsinin yoxlanması barədə ərizə vermək hüquq var.

(3) Land qanunvericiliyində lisenziya verilməsi proseduru o zaman sađələşdirilə bilər ki, verilişlər

1. yerli kütłevi tədbir çərçivəsində və onunla six zaman əlaqəsində aparılsın, yaxud

2. yalnız eyni məqsədlər üçün istifadə olunan müəssisələrə yayılsın, həm də bu verilişlər təkcə həmin yerlərdə qəbul olunsun və o müəssisələrdə yerinə yetirilən vəzifələrlə funksional qarşılıqlı əlaqədə olsun.

Bələ verilişlərdə reklama icazə verilmir.

21. LİSENZİYA ALINMASI QAYDASI HAQQINDA ƏSAS MÜDDƏƏLƏR

(1) Lisenziya almaq barədə ərizə vermiş şəxslər ərizəyə baxılması üçün zəruri olan bütün mə'lumatları, arayışları və sənədləri təqdim etməlidirlər.

(2) Ərizəçi

1. özünün birbaşa, yaxud dolayısı ortaqları haqqında, eləcə də ərizə verən şirkətdə və onunla əlaqəsi olan firmalarda kapitalla səslərin nisbəti

barədə;

2. ortaqlar sırasındaki qohumlar haqqında;

3. şirkətin müqaviləsi və ərizəçi təşkilatın nizamnamə müddəələri haqqında;

4. ərizə verən şəxsin ortaqları arasında olan sazişlər barədə sənədlər, eləcə də

5. həmin sənədlərin dürüstlüğünü təsdiqləyən yazılı iltizam verməlidir.

(3) Lisenziya verilməsi qaydası ilə bağlı yoxlama üçün bu Dövlət Müqaviləsinin fəaliyyət dairəsinə daxil olmayan hadisələrə dair müəyyən şərtlərin olması vacibdirse, onda ərizə verən şəxs həmin şərtləri açıqlamalı və lazımi dəlillər göstərməlidir.

(4) 1-3-cü abzaslarda göstərilən öhdəliklər ərizəçinin ortağı olan fiziki və hüquqi şəxslərə aiddir.

(5) Mə'lumatı və sənədləri verməli olan şəxs öz yardım göstərmək öhdəliyinə ayrılmış zaman kəsiyində əməl etmirsə, lisenziya almaq barədəki xahiş rədd edilə bilər.

(6) Mə'lumatı və sənədləri verməli olan şəxslər ərizə veriləndən, yaxud lisenziya alınandan sonra baş vermiş mühüm dəyişikliklər barədə KIV üzrə səlahiyyətli land qurumuna dərhal xəbər verməlidir.

(7) Təqvim ili başa çatan kimi teleradioşirkətlər və onların ortaqları KIV üzrə səlahiyyətli land qurumuna ötən il şirkətdə başqa şəxslərin iştirak pənyinə nə dərəcədə dəyişib-dəyişməməsi barədə ləngimədən mə'lumat verməlidirlər.

22. BİLGİ ALMAQ HÜQUQU VƏ İSTİNTAQ SƏLAHİYYƏTLƏRİ

(1) KIV üzrə səlahiyyətli land qurumu öz vəzifələrini yerinə yetirmək üçün tələb olunan hər cür istintaq əməliyyatları apara və dəlillər gətirə bilər. Məsələn, buraya

1. arayışlar toplamaq,

2. ortaqları diniitmək, şahidləri və ekspertləri dindirmək, yaxud ortaqlardan, ekspertlərdən və şahidlərdən yazılı ifadə almaq,

3. sənədlərdən və aktlardan bəhrələnmək,

4. baxış keçirmək daxildir.

Ortaq olmayan başqa şəxslər yalnız o halda ifadə verməyə cəlb edilə bilərlər ki, ortaqlar vəziliyətin aydınlaşdırılmasına yardımçı ola bilməsinlər...

23. HESABAT DƏRC ETDİRİMƏK VƏ BAŞQA BİLGİLƏR TƏQDİM ETMƏK VƏZİFƏSİ

(1) Hüquqi formasından asılı olmayaraq teleradioşirkətlərin hamısı təsərrüfat ilü qurtarandan 9 ay keçənədək illik balans və öz fəaliyyəti barədə hesabat hazırlayaraq dərc etdirməlidir...

(2) Həmin müddətdə her bir şirkət KIV üzrə səlahiyyətli land qurumuna hesabat dövründə programların alındığı mənbələrin siyahısını təqdim etməlidir.

24. KONFİDENSİALLIQ (MƏXFİLİK)

Fiziki, hüquqi şəxsin fərdi, yaxud maddi vəziyyəti barədə KIV üzrə land qurumlarına e'tibar edilmiş, yaxud başqa yollarla onlara mə'lum olmuş bilgiləri səlahiyyətli şəxsin icazəsi olmadan açıqlamaq olmaz...

2-Cİ YARIMBÖLMƏ. FİKİR MÜXTƏLİFLİYİNİN TƏ'MİN OLUNMASI

25. FİKİR MÜXTƏLİFLİYİ, BÖLGƏ PROQRAMLARI

(1) Özəl teleradioyayılmda fikir müxtəlifliyi öz ifadəsini tapmalıdır. Önəmli siyasi yönümü, dünyabaxışı olan qüvvələr və ictimai qruplar tam programlarda adekvat dərəcədə söz almmalıdır; bu zaman azlıqların fikri də nəzərə alınmalıdır.

(2) İctimai rə'y formalaşdırılarkən ayrıca program tarzlığı pozmamalıdır.

(3) Lisenziya verilməsi proseduru çərçivəsində KIV üzrə land qurumu çalışmalıdır ki, sözügedən teleradioşirkətdə marağı olan şəxslər mədəniyyət mövzusunda materialllarla iştirak etsinlər.

(4) Yerüstü yayım şəraitində bütün Almaniyaya yayılan tam teleprogramlar müvafiq land qanunvericiliyinin müəyyənləşdiridiyi hüdudlarda bölgə programlarını da özündə eks etdirməlidir. Bölgə programlarını təşkil etməklə yanaşı, teleradioşirkət onları maliyyə cəhətdən də tə'min etməlidir. KIV üzrə land qurumları bölgə programlarını təşkil edərkən vaxt və texnika baxımından müvafiq şirkətin maraqlarını nəzərə almalıdır.

26. TELEVİZİYADA FİKİR MÜXTƏLİFLİYİNİN TƏ'MİN OLUNMASI

(1) AFR-də firmanın (fiziki, hüquqi şəxsin, yaxud şəxslər qrupunun) ixitiyari var ki, ya müstəqil, ya da özünə aid olan müəssisələr vasitəsilə bütün ölkə ərazisində qeyri-məhdud sayıda teleprogram yaysın; bu şərtlə ki, həmin firma aşağıda göstərilən mülahizələrə əsasən, ictimai rə'yin formalaşmasına həllədici tə'sir göstərməsin.

(2) Firmalara məxsus programlara ildə orta hesabla 30 % tamaşaçı baxırsa, bu, ictimai rə'yə həllədici tə'sir sayılır.

Həmin firma əlaqədar informasiya sahəsində üstün mövqe tutursa, yaxud onun TV-dəki və əlaqədar informasiya sahələrindəki fəaliyyəti elə qiymətləndirilirsə ki, bu fəaliyyət nəticəsində ictimai rə'yə göstərilən tə'sir teletamaşaçlarının payı 30 % olan şirkətin tə'sirinə uyğun gəlir, onda bu da həllədici tə'sir hesab edilir.

(3) Firma özünə məxsus programlarla ictimai rə'yə həllədici tə'sir göstərmək səviyyəsinə yüksəlibsə, belə firmaya ona məxsus başqa programlar üçün lisenziya vermək qadağan olunur, yaxud teleprogramlarda iştirak üçün yeni paylar alınması endişə yaratmaya bilməz.

(4) Yuxarıdakı vəziyyət yarananda KIV üzrə səlahiyyətli land qurumu Təmərküzləşməni müəyyənləşdirən komissiya (TMK) vasitəsilə həmin firmaya bunları təklif edir:

1. Firma o vaxta qədər özünə məxsus paylardan imtina edir ki, onun tamaşaçlarının sayı 30 %-dən az olsun;

2. yaxud əlaqədar informasiya sahələrində öz fəaliyyətini azaldır və ya həmin paylardan tam imtina edir;

3. firma özünə məxsus şirkətlərdə fikir müxtəlifliyini tə'min etmək üçün tədbirlər görür.

TMK müvafiq firma ilə göstərilən tədbirlər sahəsində razılığa gələ bil-mirsə, KIV üzrə səlahiyyətli land qurumu həmin firmanın lisenziyasını ləğv edir və firmaya dəyən əmlak zərəri ödənmir.

5. Teleradioşirkətin başlıca olaraq informasiyaya həsr edilmiş tam və ya xüsusi programına ildə orta hesabla 10 faiz tamaşaçı baxırsa, həmin şirkət KIV üzrə land qurumuna xəber verəndən 6 ay keçənədək müstəqil 3-cü teleradioşirkətlərə yayım vaxtı vermelidir. Buna əməl olunmasa, qurum KMK-nin qərarı ilə ona verilmiş lisenziyanı ləğv edir.

(6) KIV üzrə land qurumları üç ildə bir dəfə, ya da landlar tələb edəndə teleradioşirkətlərin təmərküzləşməsi haqqında və özəl teleradioyayımda fikir müxtəlifliyinin təmin olunması üzrə tədbirlər barədə TMK-nin hesabatını dərc edirlər; bu zaman:

1. TV ilə əlaqədar KIV sahələri arasındaki qarşılıqlı əlaqələr.

2. Müxtəlif yayım zonalarında teleradioşirkətlər arasındaki horizontal qarşılıqlı əlaqələr və

3. KIV sahəsində beynəlxalq qarşılıqlı əlaqələr nəzərə alınmalıdır.

(7) KIV üzrə land qurumları hər il TMK-nin tərtib etdiyi proqramlar siyahısını dərc edir. Həmin siyahıda bütün proqramlar, onları hazırlayan teleradioşirkətlər və onların iştirakçıları (ortaqları) göstərilməlidir.

27. TAMAŞACI AUDİTYRİYASININ BÖYÜKLÜYÜNÜN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

(1) KIV üzrə land qurumları TMK vasitəsilə ictimai-hüquqi teleradioyayımın və AFR-in hər yerində qəbul olunan özəl teleradioyayımın bütün almandilli proqramlarını nəzərə almaqla bu və ya digər programların reytingini müəyyən edir. Qərarlar qəbul olunarkən son hesablamadan sonrakı 12 ayda həmin proqramlara baxan tamaşaçıların orta sayı həllədici əhəmiyyət kəsb edir.

(2) KIV üzrə land qurumları TMK-nin qərarına müvafiq olaraq firmaların birinə tamaşacı auditoriyasının böyülüyünü müəyyənləşdirməyi tapşırır; bu sıfariş qənaətçilik və qənaət prinsiplərini nəzərə almaqla müsabiqə əsasında yerinə yetirilir. Tamaşacı auditoriyası “3 yaşından yuxarı olan tamaşaçıların qəbul olunmuş elmi metodların köməyilə” representativ (seçmə) sorğusu əsasında müəyyənləşdirilir. KIV üzrə land qurumları firma ilə razılığa gəlməlidir ki, reytingin müəyyənləşdirilməsi ilə bağlı əldə olunan məlumatlardan 3-cü şəxslər müqavilə qaydasında bəhrələnə bilsinlər. Bu zaman KIV üzrə land qurumlarının xərcləri azadılmalıdır.

(3) Teleradioşirkətlər tamaşacı auditoriyasının müəyyənləşdirilməsinə yardımçı olmalıdır. Bu vəzifəni yerinə yetirməyən şirkətin lisenziyası ləğv edilə bilər.

28. PROQRAMLARIN MƏNSUBİYYƏTİİNİN MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMƏSİ

(1) Hər hansı bir müəssisə hansı proqramları özü müstəqil hazırlayıbsa, yaxud başqa müəssisənin hazırladığı proqramlarda onun 25 və daha çox faiz kapitalı və ya səsi varsa, həmin proqramlar müəssisənin hesab olunur. Sonra, bir müəssisə özü ilə əlaqəli olan müəssisənin hazırladığı proqramlarda dolayısı ilə iştirak edirsə və orada 25 faiz və daha çox kapitalı və səsi varsa, həmin proqramlar da sözügedən müəssisənin sayılır. Bir-biri ilə əlaqəli olan müəssisələr eyni qurumlar hesab olunur və onların kapitalı və ya səsləri üst-üstə gəlinir. Bir neçə müəssisə müqavilə əsasında, yaxud başqa tərzdə qarşılıqlı fəaliyyət göstərərək birlikdə payçı müəssisəyə həllədici təsir edə bilirsə, onlardan hər biri ayrılıqda həllədici müəssisə sayılır.

(2) Bir müəssisə müstəqil olaraq, yaxud başqları ilə birlikdə teleproqramları hazırlayan müəssisəyə önemli təsir göstərə bilirsə, belə bir hal pay iştirakı ilə eyni qüvvəyə malikdir. Müəssisə və ya ona məxsus başqa müəssisə:

1. öz verdiyi proqramlarla müntəzəm olaraq teleradioşirkətin yayım vax-

tının xeyli hissəsini doldurursa, yaxud

2. müqavilə razılaşmaları, nizamnamə-hüquq müddəaları ilə, yaxud başqa yollarla elə bir vəziyyətdə olursa ki, teleradioşirkətin proqramları formalaşdırmaq, almaq, yaxud istehsal etmək məsələləri üzrə mühüm qərarları onun razılığından asılı olur, onda belə hallarda da göstərilən təsir həllədici sayılır.

(3) Mənsubiyəti müəyyən edərkən bu Dövlət Müqaviləsinin təsir sahəsindən kənarda yerləşən müəssisələri də nəzərə almaq lazımdır.

(4) Teleradioşirkətə önəmlı təsiri yoxlayarkən və qiymətləndirərkən mövcud əlaqədar münasibətlər də nəzərə alınmalıdır. Bu zaman təsərrüfat və vergi hüququnun prinsipləri tətbiq olunur.

29 PAY İŞTIRAKININ DƏYİŞMƏSİ

İştirak paylarının nisbətindəki planlaşdırılmış dəyişikliklər vaxtında KİV üzrə land qurumunun nəzarinə çatdırılmalıdır. Bunu teleradioşirkət və onun içinde iştirak edən şəxslər etməlidirlər. KİV üzrə land qurumu bu dəyişiklikləri o vaxt yolverilən saya bilər ki, dəyişilmiş şəraitdə lisensiya vermək mümkün olsun. Əks halda lisensiya ləğv edilir, ləğvetmə qaydası land qanunvericiliyi ilə müəyyənlenir. Səhmdar cəmiyyətlərdəki pay iştirakı az olarsa, TMK öz direktivlərində pay iştirakının dəyişməsi sahəsində istisnalar nəzərdə tutu bilər.

30 MÜXTƏLİFLİYİ TƏMİN ETMƏ TƏDBİRLƏRİ

Yuxarıdakı göstərişlər teleradioşirkətlərin müxtəlifliyi təmin etmək tədbirlərinə yönəlibsə, bu tədbirlərə:

1. müstəqil 3-cü şəxslərə yayım vaxtı verilməsi,
2. Teleradiroyayım Şurasının yaradılması daxildir.

31 MÜSTƏQİL ÜÇÜNCÜ ŞƏXSLƏR ÜÇÜN YAYIM VAXTI

(1) Yuxarıdakı müddəalarla efir vaxtı verilməsi əsasında yayılan bölgə proqramı əsas teleradioşirkətin proqram muxtarıyyətinə əməl edərkən onun xüsusən mədəniyyət, təhsil və informasiya sahəsindəki proqramlarının rəngarəngliyinə əlavə çalar verməlidir. Bölge proqramları əsas proqramın redaksiya asılılığında olmamalıdır.

(2) Bölge proqramının həcmi həftədə 260 dəqiqədən az olmalı və bunun 75 dəqiqəsi saat 19-dan 23:30-dək göstərilməlidir. Həftəlik yayım vaxtına həftədə 150, 3-cü şəxslərin yayım vaxtına isə həftədə 80 dəqiqədən çox olmayan proqramlar daxildir; həftəlik yayım vaxtı bundan az olarsa, göstərilən 80 dəqiqəlik vaxt ixtisar olunur.

(3) Bölğə programının oferenti hüquqi cəhətdən əsas programı yayan teleradioşirkətdən asılı olmamalıdır. Bu o vaxt mümkünkündür ki, həm əsas, həm də bölgə proqramları eyni müəssisəninki olsun.

(4) Əsas programı yayan şirkət müstəqil 3-cü şəxslərə efir vaxtı verməyə borcludursa, onda KIV üzrə qurum əsas programı yayan şirkətlə müzakirədən sonra lisenziya vermək məqsədilə bölgə proqramlarının müsabiqəsini keçirir. Bunun üçün o, daxil olmuş ərizələrin bu Dövlət Müqaviləsinin müddəalarına uyğun gəlib-gəlmədiyini yoxlayır və hansı proqramlara icazə verildiyini əsas şirkəte bildirir. Şirkətlə qurum arasında razılışma baş tutmayanda və müsabiqədən 3-dən artıq program keçəndə 3 proqramdan hansı biri əsas şirkətin programına daha çox rəngarənglik gətirirse, məhz o, qəbul olunur və ona lisenziya verilir. Ərizələrin sayı 3-dən az olarsa, qərarı KIV üzrə qurum özü qəbul edir.

(5) Namizəd seçiləndən sonra əsas programın yayımçısı ilə namizəd arasında saziş bağlanır. Bu sazişdə əsas programın yayımçısının bölgə programını maliyyələşdirməsi də nəzərdə tutulur. Lisenziyanın fəaliyyət müddəti bitməmiş saziş yalnız o zaman pozula bilər ki, müqavilədə ciddi pozuntular aşkar edilsin, yaxud başqa, daha ciddi səbəb olsun. Belə halda 6 ay əvvəlcədən xəbərdarlıq edilməlidir.

(6) Bölğə programını yaymaq üçün KIV üzrə səlahiyyətli land qurumu həmin programı təqdim edən teleradioşirkətə lisenziya verir və onun əsas tərkib hissəsini sazişdəki əsas öhdəliklər təşkil edir. Əsas program yayımçısının lisenziyası qismən ləğv edilərkən ona dəyən əmlak zərəri ödənilmir. Bölğə programının yayımçısına lisenziya 3 illik müddətə, lakin əsas program yayımçısının lisenziyasının fəaliyyət müddətindən çox olmayıraq verilir.

32 TELERADIOYAYIM ŞURASI

(1) Teleradioyayım Şurası proqrama cavabdeh olan şəxslərə, teleradioşirkət rəhbərlərinə və ortaqlara program hazırlığı məsələlərinə dair məsləhətlər verir. Onun əsas vəzifəsi öz təklifləri və ideyaları ilə proqramlarda fikir müxtəlifliyinin və plüralizmin təmin edilməsinə yardımçı olmaqdır. Teleradioşirkət Teleradioyayım Şurası yaradarkən müqavilə, yaxud nizamnamə əsasında onun teleproqrama səmərəli təsirinə nail olmağa çalışmalıdır.

(2) Teleradioyayım Şurasının üzvlərini teleradioşirkət təyin edir. Müxtəlif ictimai qrupları təmsil etdiklərindən onlar birlikdə ona nail olmalıdır ki, proqramlarda cəmiyyətin əsas fikirləri əks olunsun.

(3) Şirkət rəhbərliyi yayılan programın bütün məsələləri barədə Şuraya

məlumat verməlidir. Programın strukturunda, məzmununda, sxemində önəmli dəyişikliklər olanda, habelə KIV üzrə land qurumunda önəmli dilləmələr keçirilərkən, programla bağlı şikayətlər gələndə Şuranın rəyini öyrənmək vacibdir.

(4) Vəzifəsini yerinə yetirərkən Şura şirkət rəhbərliyindən müvafiq arayışlar tələb edib, bütövlükdə program, yaxud ayrı-ayrı materiallar barədə ona öz iradlarını bildirə bilər. Müyyəyen vaxt çərçivəsində rəhbərlik Şuranın sorğularına və iradlarına münasibətini aşkarlamalıdır. Şura belə hesab edirə ki, rəhbərlik onun sorğularını və iradlarını lazımlıca nəzərə almır, nəzarətçi orqandan rəhbərlik barədə qərar qəbul etməsini tələb edə bilər. Nəzarətçi orqan yoxdursa, bu işi orqanlar yığıncağı həll edir. Teleradioyayım Şurasının rəhbərlik barədə qərar layihəsini rədd etmək üçün orqanlar yığıncağının, yaxud nəzarətçi orqanın 75 faiz üzvü səs verməlidir.

(5) Programın strukturunda, məzmununda və sxemində dəyişiklik edərkən, yaxud programla bağlı şikayətlər araşdırılarkən rəhbərlik qərar qəbul etməmiş Teleradioyayım Şurasının razılığını almalıdır. Şura razılıq verməsə, yaxud müyyəyen müddət ondan cavab alınmasa, rəhbərlik bu tədbirləri yalnız nəzarətçi orqanın, beləsi yoxdursa, ortaqjar yığıncağının razılığı ilə həyata keçirə bilər.

(6) Nəzdində Teleradioyayım Şurası yaradılmalı olan yayımçı təkbaşına idarəci müəssisədirəsə, 4 və 5-ci bəndlər o şərtlə fəaliyyət göstərir ki, ortaqjar yığıncağı, yaxud nəzarətçi orqan əvəzinə Teleradioyayım Şurası rəhbərlik vəsitəsilə bu tədbirə dair qərar qəbul etmiş KIV üzrə land qurumuna müraciət etmiş olsun.

33 DİREKTİVLƏR

KIV üzrə land qurumları 31 və 32-ci paraqraflardakı müddəaların yerinə yetirilməsi qaydası haqqında birgə direktivlər hazırlayırlar. 32-ci paraqraf aid direktivlərdə Teleradioyayım Şurasının yaradılması və tərkibi haqqında da tələblər olmalıdır.

34 MÜVƏQQƏTİ MÜDDƏALAR

27-ci paraqrafə uyğun olaraq reytingin ilk dəfə müyyənləşdirilməsinə qədər fikir müxtəlifliyinin dərəcəsini qiymətləndirmək üçün reyting barədə mövcud məlumatlar əsas götürülür. Bu məlumatları TMK-nin tələbi ilə teleradioşirkətlər verməlidir. KIV üzrə land qurumları inzibati-prosessual müddəaların köməyi ilə və iştirakçı tərəflərin mənafeyini nəzərə almaqla 1-ci cümlədə göstərilmiş məlumatlar əsasında bu Dövlət Müqaviləsində

nəzərdə tutulmuş tədbirləri ləngimədən reytingin 27-ci paragrafa əsasən ilk dəfə müəyyənləşdirilməsi nəticəsində yaranmış hüquqi vəziyyətə və şəraitə uyğunlaşdırılmalıdırlar.

3-CÜ YARIMBÖLMƏ, KIV-Ə NƏZARƏTİN TƏŞKİLİ, XÜSUSİ VƏZİFƏLƏRİN MƏLİYYƏLƏŞDIRİLMƏSİ

35 FİKİR MÜXTƏLİFLİYİNİN TƏMİN OLUNMASI HÜDUDLARINDA NƏZARƏT

(1) KIV üzrə land qurumu lisenziya verəndən əvvəl və sonra bu Dövlət Müqaviləsinin müddəələrinə uyğun olaraq fikir müxtəlifliyinin təmin edilməsi haqqında özəl şirkətlər üçün fəaliyyət göstərən qaydaların gerçekləşdirilməsinə nəzarət edir və bu Dövlət Müqaviləsinə müvafiq olaraq lazımi qərarlar işləyib-hazırlayır.

(2) 1-ci abzasdan irəli gələn vəzifələri yerinə yetirmək üçün:

1. KIV sahəsində təmərküzləşməni müəyyənləşdirən komissiyası (TMK) və

2. KIV üzrə land qurumlarının Direktorlar Şurasını (LQDŞ) yaradır.

Bunlar KIV üzrə land qurumlarının 1-ci abzasda göstərilən vəzifələri yerinə yetirən orqanlardır.

(3) TMK təsərrüfat hüququ və teleradioyayım sahələrində səriştəsi olan 6 ekspertdən ibarətdir ki, onlardan 3-ü hakim vəzifəsini tutmaq üçün lazımlı olan ixtisas sahibi olmalıdır. TMK üzvlərini və iki ehtiyat üzvü qarşılıqlı razılışma əsasında landların baş nazirləri 5 illik müddəətə təyin edirlər; təkrar təyinata yol verilir. Avropa İttifaqının, federasiya və land konstitusion orqanlarının, land teleradioşirkətlərinin, ARD-nin, SDF-in, "Doyç-landradio"nın, "ARTE" Avropa Televiziya Mədəniyyət Kanalının, KIV üzrə land qurumlarının, özəl teleradioşirkətlərin və bu şirkətlərdə birbaşa, yaxud dolayısı iştirak edən müəssisələrin üzvləri və əməkdaşları TMK üzvü ola bilməzler.

(4) LQDŞ KIV üzrə land qurumlarının xidmət borcuna görə həmin qurumlara daxil olmuş qanuni təmsilcilərindən ibarətdir; LQDŞ üzvlərindən biri öz vəzifəsini yerinə yetirmək iqtidarından olmayanda onun əvəz edilməsinə icazə verilir. Onlar təmənnasız fəaliyyət göstərirler.

(5) Bu Dövlət Müqaviləsindən irəli gələn vəzifələri yerinə yetirərkən TMK və LQDŞ üzvlərini heç bir göstəriş bir-birinə bağlamır. Xidmət sirrinin açılmasına vəzifəsi TMK və LQDŞ üzvlərinin KIV üzrə land qurumlarının başqa orqanları ilə qarşılıqlı münasibətlərinə də aiddir.

(6) TMK ekspertləri bərabər məbləğdə əməkhaqqı alır və onların əlavə

xərcləri ödənir. Teleradioyayım Komissiyasında sədrlilik edən land ekspertlərlə müqavilələr bağlayır.

(7) KIV üzrə land qurumları TMK-nı zəruri personalla və maddi vəsaitlə təmin edirlər. TMK rentabellik və qənaət prinsiplerinə əsaslanan təsərrüfat planı hazırlayırlar. TMK-ya və LQDS-yə xərclənən vəsait teleradioyayımın maliyyələşdirilməsi haqqında Dövlət Müqaviləsinin 10-cu paraqrafinə əsasən KIV üzrə land qurumlarının payından verilir. KIV üzrə land qurumları proses iştirakçılarından bərabər məbləğdə haqq alırlar. Qalan incəlikləri KIV üzrə qurumlar inzibati sazişlər bağlamaqla tənzimləyirlər. TMK-nın mənzil-qərargahının yeri baş nazirlərin yekdil qərarı ilə müəyyənləşdirilir.

36 SƏLAHİYYƏT

(1) TMK-nin və LQDS-nin səlahiyyətlərinə teleprogramların ümumalma- niya yayımı ilə əlaqədar məsələlərin qəti həlli daxildir. Lisenziya verilməsi, onun dəyişdirilməsi, pay iştirakında mümkün dəyişikliklərin təsdiqlənməsi, 26-ci paraqrafın 4-cü abzasına müvafiq olaraq tədbirlər həyata keçirilməsi kimi məsələlərin nəzərdən keçirilməsi də buraya aiddir. TMK-nin və LQDS-nin 21-ci və 22-ci paraqraflara uyğun prosessual hüquqları var. TMK teleradioşirkətlərin reytingini müəyyənləşdirir.

37 LİSENZİYA VERİLMƏSİ QAYDASI VƏ NƏZARƏT

(1) Özəl teleradioşirkətdən KIV üzrə quruma lisenziyanın verilməsi haqqında ərizə daxil olarkən onun qaytarılması fikir müxtəlifliyinin təmin olunması zərurətindən başqa heç nə ilə mümkün deyilsə, KIV üzrə land qurumunun qanuni nümayəndəsi həmin ərizəni və mövcud sənədləri dərhal TMK-ya göndərir ki, onun fikir müxtəlifliyinin təmin olunması tələbinə uyğun gəlib-gəlmədiyini müəyyənləşdirsin. TMK öz qanuni üzvlərinin səs çoxluğu ilə əsaslandırılmış qərarlar qəbul edir. TMK qərarları KIV üzrə land qurumlarının başqa orqanları üçün icbaridir və onların qərarlarının əsasını təşkil etməlidir.

(2) KIV üzrə land qurumunun lisenziya vermək barədə qərar qəbul edən orqanı TMK-nin qərarından fərqli qərar qəbul etmək niyyətində olsa, TMK-nin qərarından bir ay keçənədək bu barədə LQDS-yə müraciət etməlidir. KIV üzrə başqa land qurumunun LQDS-yə müraciət etməsinə icazə verilmir. Müvafiq ərizə ilə bağlı bütün sənədlər LQDS-yə təqdim olunmalıdır. Müraciətdən 3 ay keçənədək LQDS öz qanuni üzvlərindən dördə üçünün səsi ilə başqa qərar qəbul etmirsə, TMK-nin qərarı qüvvədə qalır; başqa halda TMK-nin qərarının əvəzinə TDŞ-nin qərarı qüvvəyə minir.

(3) TMK və LQDS üzvlərinin fikir müxtəlifliyinin təmin olunması dərəcəsini qiymətləndirmələri üçün 1-ci və 2-ci abzaslar təkcə özəl teleradioşirkətlərə lisenziya verməkdən deyil, həm də onların səlahiyyətinə daxil olan başqa məsələləri həll etməkdən ötrüdür.

(4) KIV üzrə land qurumunun 35 və 36-ci paraqraflara əsasən qəbul etdiyi qərarlardan ümumalmaniya teleyayım lisenziyasına malik və bu qərarla bağlı olan teleşirkət şikayət verə bilər.

38 BAŞQA MƏSƏLƏLƏRDƏ NƏZARƏT

(1) KIV üzrə səlahiyyətli land qurumu lisenziya verəndən əvvəl və sonra bu Dövlət Müqaviləsinin özəl TV-lər üçün fəaliyyət göstərən başqa müddəalarının yerinə yetirilməsinə nəzarət edir.

(2) KIV üzrə səlahiyyətli land qurumları 1-ci abzasın tətbiqi ilə bağlı vahid qayda hazırlamaq məqsədilə öz aralarında fəaliyyətlərini əlaqələndirirlər. Bu məqsədlə, eləcə də ayrı-ayrı məsələlərin həllini hazırlamaq üçün onlar birgə instansiyalar yaratmışdır. KIV üzrə land qurumları layihə və texniki işlərə hazırlıq prosesində əməkdaşlıq etməlidirlər.

(3) KIV üzrə land qurumlarının hər biri lisenziyanın verildiyi land quruma bütün Almaniya ərazisində yayılan hansısa programın Dövlət Müqaviləsinin hansısa bəndini pozması barədə iddia göndərə bilər. Həmin iddiaya baxmaq, keçirilmiş yoxlanmanın nəticələri və görülmüş tədbirlər haqqında iddiaçıya cavab vermək müvafiq land qurumunun borcudur.

39 TƏTBİQ SAHƏSİ

21-38-ci paraqrafların təsiri yalnız ümumalmaniya teleyayımına şamil edilir. Land qanunvericiliyinin fəqli müddəaları yolverilməzdir. KIV üzrə land qurumları yayım obyektlərinin bölüşdürülməsi zamanı TMK-nin və LQDS-nin 37-ci paraqrafın 2 abzasına uyğun qəbul etdikləri qərarları əsas götürməlidirlər.

40 XÜSUSİ VƏZİFƏLƏRİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ

(1) Televizordan və radioqəbuledicilərdən istifadəyə görə vahid ödənişin 2 faizlik əlavəsi aşağıdakı vəzifələrin maliyyəlaşdırılmasına sərf oluna bilər:

1. Lisenziyalar verilməsi, nəzarət funksiyalarının gerçəkləşdirilməsi, o cümlədən bunun üçün lazımlı olan layihə və texniki işlərin hazırlanması;
 2. Açıq kanalların inkişafına yardım.
- 1-ci cümlədə göstərilən pay vəsaitindən 2000-ci il dekabrın 31-dək bütün land ərazisində yerüstü teleyayımın texniki infrastrukturunun inkişa-

fında və yeni texniki teleradioyayım vasitələri yaratmaq üçün nəzərdə tutulmuş layihələrin gerçəkləşdirilməsində istifadə etmək olar. Həmin və saitdən yerli və regional teleradioyayımın qeyri-kommersiya formalarının gelişməsinə də yardım edilə bilər.

(2) Land qanunvericisinin KIV üzrə land qurumuna 1-ci abzasda göstərilən vəsaитdən müəyyən məbləğ ayırması hüququna toxunulmur.

(3) 1-ci abzasda göstərilmiş vəsaит istifadəsiz qalarsa, o, teleradioyayım üzrə müvafiq land qurumunun sərəncamına keçir.

4-cü YARIMBÖLMƏ. PROQRAM PRİNSİPLƏRİ, ÜÇÜNCÜ ŞƏXSLƏR ÜÇÜN YAYIM VAXTI

41 PROQRAM PRİNSİPLƏRİ

(1) Teleradioyayım proqramları konstitusion qaydaya tabedir. Onlar insan ləyaqətinə, başqa adamların əxlaqı, dini əqidələrinə, dünyagörüşləri hörmətlə yanaşmalı, Almanyanın hər iki hissəsinin tam çulgaşmasına və beynəlxalq qarşılıqlı anlaşmaya yardımçı olmalıdır. Ümumi qanunvericiliyin tələbləri ve şəxsi şərəfin qorunması barədə qanunvericilik müddəələri sözsüz yerinə yetirilməlidir.

(2) Tam teleradioyayım proqramları almandilli ölkələrin və bütün Avropanın çeşidiliyinə xidmət etməli, bu məqsədlə bərabər miqdarda informasiya, mədəniyyət və tədris verilişləri yemalıdır; xüsusi proqramlar translasiya etmək imkanına toxunulmur.

(3) Reportajlar və informasiya verilişləri jurnalistikən qəbul olunmuş prinsiplərinə uyğun gəlməli, bağılsız və obyektiv olmalıdır. Yayılmazdan əvvəl informasiyanın meydana gəlmə predmeti və həqiqətə uyğun olması diqqətlə yoxlanılmalıdır. Şərhlər reportajdan tam ayrılmalı və müəlli fi göstərilməklə yayılmalıdır.

(4) 1-3-cü abzaslar yalnız ümumalmaniya teleradioyayımı üçün qüvvədədir.

42 ÜÇÜNCÜ ŞƏXSLƏR ÜÇÜN YAYIM VAXTI

(1) Dini xarakterli verilişlər yaymaq üçün yevangelist kilsələrinə, katolik kilsəsinə və yəhudi icmalarına onların arzusu ilə müvafiq efir vaxtı verilməlidir; bununla əlaqədar, şirkətlər öz xərclərinin ödənilməsini tələb edə bilərlər.

(2) Almaniya Bundestaqına seçki zamanı seçkiyə buraxılmış və azı bir landda deputatlığa namizədlərin siyahısına düşmüş siyasi partiyalara xərclərin ödənilməsi şərti ilə müvafiq efir vaxtı verilməlidir. Namizədlərin-

dən ən azı biri Avropa Parlamentinə AFR-dən seçkiyə buraxılmış partiyalar və başqa siyasi birliklər onlara adekvat efir vaxtı verilməsini tələb etmək hüququna malikdirlər.

(3) 1-ci və 2-ci abzaslar yalnız bütün Almaniyaya veriliş yayan özəl teleradioyayımına aiddir.

5-Cİ YARIMBÖLMƏ. MALİYYƏLƏŞMƏ, REKLAM

43 MALİYYƏLƏŞMƏ

Özəl teleradioşirkətlər öz programlarını reklamdan, başqa gəlirlərdən, o cümlədən teletamaşaçılardan (radiodinləyicilərdən) programların qəbuluna görə alınan haqqın, eləcə də şəxsi vəsaitlərinin hesabına maliyyələşdirir. Özəl teleradioşirkətlərin bütün radioqəbuledici və televizor sahiblərindən mütləq haqq almaq hesabına maliyyələşməsinə yol verilmir.

44 REKLAMIN DAXİL EDİLMƏSİ

(1) İbadət verilişləri, həmçinin uşaqlar üçün programlar reklamla kəsilməməlidir.

(2) Reklamlar ayrı-ayrı verilişlər arasına blok şəklində salınmalıdır; 3-5-ci abzaslarda göstərilmiş ilkin şərtlərə əməl etməklə onları bilavasitə verilişlərə də daxil etmək olar. Bu şərtlə ki, verilişin bütövlüyünə və xarakterinə xələl gəlməsin.

(3) Müstəqil hissələrdən ibarət televişiylərdə, idman programlarında, fasilələrlə gedən analoji tədbirlərin və tamaşaların translyasiyasında reklam yalnız müstəqil hissələrin arasında, ya da fasilələrdə verilə bilər. Ayrica verilişlərdə bir reklamın sonu ilə o biri reklamın əvvəli arasındaki zaman kəsiyi 20 dəqiqədən az olmamalıdır.

(4) İstisna hal kimi bədii kinofilmlər və televiziya filmləri (seriallardan başqa), yüngül əyləncəli və sənədli verilişlər - onlar 45 dəqiqədən artıq davam edirsə - yalnız tam 45 dəqiqədən sonra reklamla kəsile bilər. Veriliş iki və daha çox 45 dəqiqədən azı 20 dəqiqə çox çəkərsə, daha bir reklam salmağa icazə verilir.

(5) 30 dəqiqədən az çəkən xəbər verilişlərini, aktual siyasi mövzuda verilişləri, sənədli və dini məzmunlu verilişləri reklamla kəsmək olmaz. Belə verilişlər 30 dəqiqədən uzun olarsa, 2 və 3-cü abzaslardakı qaydalar qüvvədədir...

(6)...

46. DİREKTİVLƏR...

6-ci YARIMBÖLMƏ, MƏLUMATLARIN MÜHAFİZƏSİ, KASSASIYA ŞİKAYƏTLƏRİ, İNZİBATİ HÜQUQ POZMALAR

47. MƏLUMATLARIN MÜHAFİZƏSİ

(1-6)...

48. İNZİBATİ FEDERASIYA MƏHKƏMƏSİNƏ KASSASIYA ŞİKAYƏTİ

Məhkəmə icraatının gedişində İnzibati Federasiya Məhkəməsinə o zaman kassasiya şikayəti ilə müraciət etmək olar ki, şikayət verilən qərar bu Dövlət Müqaviləsinin müddəalarını pozmuş olsun.

49 İNZİBATİ HÜQUQPOZMALAR

...

IV BÖLMƏ

ÖTÜRÜCÜ OBYEKTLƏR

50 ƏSAS MÜDDƏALAR

Teleradioproqramları yayan ötürücü obyektlərin bölüşdürülməsi və istifadəsi barədə qərarları bu Dövlət Müqaviləsinin müddəalarını və konkret land qanunvericiliyini nəzərə almaqla landlar qəbul edir.

51-53

...

V BÖLMƏ

KEÇİD VƏ YEKUN MÜDDƏALARI

54. MÜQAVİLƏDƏN ÇIXMAQ QAYDASI

(1) Bu Dövlət Müqaviləsi qeyri-müəyyən müddətə bağlanıb. Müqavilədə iştirak edən landların hər biri təqvim ilinin sonunda bu müqavilədən çıxa bilər. Bu barədə ərizə bir il əvvəl verilməlidir. İlk çıxma müddəti 2000-ci il dekabrın 31-dir. İkinci çıxma müddəti birinci çıxmadan 2 il keçəndən sonradır. Çıxma haqqında ərizə Landların Baş Nazirlər Konfransı sədrinin

adına yazılır. Bu Dövlət Müqaviləsindən çıxan land eyni vaxtda televizorlardan və radioqəbuləcilişlərdən istifadə haqqı barədəki Dövlət Müqaviləsindən, eləcə də teleradioyayımın maliyyələşdirilməsi haqqında Dövlət Müqaviləsindən çıxa bilər; bundan 6 ay keçəndən sonra hər hansı başqa land da həmin müqavilələrdən çıxa bilər. Yerdə qalan landlar üçün həmin müqavilələr qüvvəsini saxlayır.

(2) Müqavilədən çıxarkən mövcud kanal bölgüsü bu kanallardan istifadə hüququ başa çatana qədər qalmaqdə davam edir.

(3, 4)...

55...

MADDƏ 1

Teleradioyayım haqqında Dövlət Müqaviləsi.

MADDƏ 2

ARD-nin yaradılması haqqında Dövlət Müqaviləsi.

MADDƏ 3

SDF-in yaradılması haqqında Dövlət Müqaviləsi

MADDƏ 4

Televizorlardan və radioqəbuləcilişlərdən istifadə haqqı barədə Dövlət Müqaviləsi

MADDƏ 5

Teleradioyayımın maliyyələşdirilməsi haqqında Dövlət Müqaviləsi

MADDƏ 6

Videomətn haqqında Dövlət Müqaviləsi

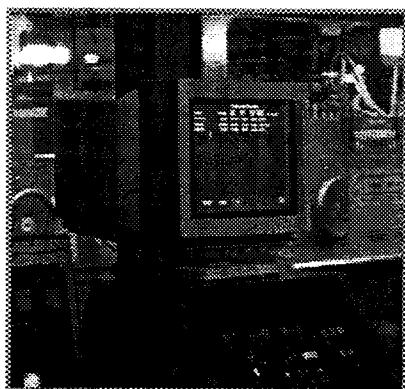
MADDƏ 7

Keçid müddəaları, müqavilədən çıxma, müqavilənin qüvvəyə minməsi

MADDƏ 8

Fəaliyyətin dayandırılması

TÜRKİYƏNİN TELEVİZİYA VƏ RADIÖ YAYIMLARI, MÖVCUD QANUNLAR



TÜRKİYƏDƏ RADIÖ VƏ TV

RADIO

Türkiyədə ilk radio verilişi 1922-ci ildə həyata keçirilmişdir. Həmin il Ali Müəllim Məktəbində təşkil olunan canlı konsert mühəndis Rüştü Uzel tərəfindən İstanbul universitetinin akt salonuna transilyasiya edilmişdir. Bundan sonra ölkədə mütəmadi radio verilişlərinə başlamaq üçün təşəbbüsler göstərilmiş, lakin bütün bunlar müsbət nəticə verməmişdir. Yalnız M. A. Atatürkün işə qarışmasından sonra bu sahədə ciddi irəliləyişlər baş vermişdir. Türkiyənin ilk radioçularından olan Xeyrəddin Xeyrəddin özünün düzəltdiyi qəbuledicini Atatürkə göstərəkən, təsadüfən efirdə Moskva radiosunun verilişine rastlanmışdır. Vaxtilə Sofiyada hərbi attaşə olarkən az-çox bolqarca bilən Atatürk verilişi dinlədikdən sonra "Əfəndilər, baxın, propaganda yapıyorlar" demiş, radionun gənc Türkiyə Respublikasının siyasi, mə'nəvi yüksəlişinə böyük töhfələr verə biləcəyi ni dərhal anlamış və tezliklə radio stansiyası qurulmasını əmr etmişdir.

1927-ci ilin martında İstanbulda radionun ilk sınaq verilişləri efirə çıxmış, həmin il mayın 6-dan etibarən müetəmadi verilişlərə başlanılmışdır. 1927-ci il 18 noyabrda isə Ankara radiosu fəaliyyətə keçmişdir. Hər iki radiostansiya 5 kilovat güc və 250 kilo-herts frekansla çalışmış, Ankara radiosu 1550, İstanbul radiosu isə 1200 metr dalğası ilə veriliş vermişdir. Fəaliyyətə başladıqları ilk dövrlərdə İstanbul radiosunun verilişləri gündə 360 dəqiqə, Ankara radiosununku 262 dəqiqə təşkil etmişdir. Hər iki radionun verilişlərinin texminən 84 faizi musiqiye, qalan qismi xəbərlərə və digər proqramlara ayrılmışdır.

1936-ci ilə qədər radio verilişlərini TTTAŞ (Telsiz Telefon Türk Anonim Şirkəti) vasitəsilə idarə edən dövlət həmin ilin avqustunda qəbul etdiyi bir qərarla bu haqqı RTT-yə (Poçt, Teleqraf, Telefon idarəsi) vermişdir. 1940-ci ildə isə radio verilişlərinə nəzarət Mətbuat Ümum Müdirliyinə həvalə edilmişdir.

1943-49-cu illərdə Basın-Yayın Gənəl Müdirliyi, 1949-58-ci illərdə Basın-Yayın və Turizm Gənəl Müdirliyi, 1958-63-cü illərdə Basın-Yayın və Turizm Nazirliyi, 1963-cü ildən isə Turizm və Tanıtma Nazirliyi ölkədəki radio verilişlərini idarə etmişdir.

1938-ci ildə Ankarada Radio Evi binasının istifadəyə verilməsi türk radio verilişləri tarixində yeni mərhələ açmışdır. Burada ilk dəfə olaraq o

başqa, Radio Evində hər biri 80-100 nəfərlük orkestrlərin, xalq çalğı alətləri ansambllarının rahat şəkildə çıxış edə biləcəyi 3 iri studiya, valların səsləndirilməsi, radio tamaşalarının lətə yazılması üçün studiyalar, xüsusi eks-səda otağı, nəzarət-idarəetmə salonu və pultları, habelə diktörler və əməkdaşlar üçün istirahət otaqları vardı.

1949-cu ildə isə İstanbul yeni Radio Evi açılmışdır. Burada da normal fəaliyyət üçün hər cür şərait yaradılmışdır.

Türkiyədə radionun inkişafı ilə bağlı aşağıdakı rəqəmlər maraqlıdır. Eynən SSRİ-də olduğu kimi Türkiyədə də 30-40-ci illərdə vü'sətli bir radiolaşdırmaq kampaniyası həyata keçirilmiş, ölkənin ən ucqar guşələrində də "dövlətin ağızı, millətin qulağı" deyə tə'bir edilən radionun geniş kütlələr tərəfindən dinlənilmesi tə'min edilmişdir. Bu məqsədli Türkiyənin şəhər, qəsəbə və kənd meydanlarında, parklarda, çayxana, meyxana və istirahət yerlərində radio mikrofonları quraşdırılmışdır. 1940-ci ildə belə mikrofonların sayı 7171 ikən, 1946-ci ildə onların sayı 17400-ə çatdırılmışdır. Vətəndaşların evlərində radioqəbuledicilərin sayı isə müvafiq dövrde 71066-dan 163994-ə yüksəlmüşdür.

1951-ci ilin 24 martında İzmir radiosu fəaliyyətə başlamışdır. Bununla da ölkənin cənub-qərb bölgəsi də radio verilişləri ilə tam əhatə olunmuşdur.

Bunlardan başqa, bir sıra təhsil ocaqlarında yerli (daxili) radiostansiyalar qurulmuşdur. Bunlardan İstanbul Texnika Universitetinin radiosunu (1946), İstanbul Politexnik məktəbinin radiosunu (1950), İstanbul Universitetinin radiosunu (1951), Ankara Polis Akademiyasının radiosunu (1954) və Ordu radiosunu (1960) qeyd etmək mümkündür.

1961-ci ildə Türkiye Respublikası Nazirlər Şurası bir sıra vilayətlərdə yerli radiostansiyaların qurulması barədə qərar qəbul etmişdir. İlyarimlıq sınaq verilişlərindən sonra Ərzurum (1961), Adana (1962), Qaziantep, Antalya, Van, Diyarbəkir, Isgəndərun və Kars (hamısı-1963) radiostansiyaları fəaliyyətə başlamışdır. Daha sonra isə (1968) və Trabzon radiostansiyaları işə salılmışdır.

1965-ci il yanvarın 1-dən e'tibarən Türkiyədə radio və TV verilişləri yeni struktur dəyişikliyinə mə'ruz qalmışdır. Ölkədə dövlət tərəfindən həyata keçirilən radio və TV verilişləri TRT-yə (Türkiyə Radio-Televiziya Qurumu) tabe edilmişdir. Bu qurum Türkiyədəki rəsmi radiolara dalğa, frekans və lisensiya vermək, onların texniki təchizatını yaxşılaşdırmaq, yoxlamaq və s. funksiyalara malikdir.

TRT türk radioqurucu sahəsində yeni addımlar ataraq bir sıra tədbirlər həyata keçirmişdir. Hər şeydən əvvəl Ankara, İstanbul və İzmir radiostan-

siyalarının yenidən qurularaq onların Radio-1, Radio-2, Radio-3 adlandırılmasını qərara almışdır. Radio-y stansiyası 1972-ci ildə, Radio-2 və Radio-3 stansiyaları 1975-ci ildə, Radio-4 stansiyası isə 1987-ci ildə fəaliyyətə başlamışdır. Daha sonra bu stansiyaların bütünlükle stereo verilişlərə keçməsi tə'min edilmişdir. 1991-ci ildə Diyarbakır radio stansiyası GAP-Radio (əslində Radio-5) adı ilə yenidən qurulmuşdur.

GAP stansiyası isə Güney-doğu Anadolu profesi (Dəclə və Fərat çayları üzərində dünyadakı ən iri su anbarları, su-elektrik stansiyaları və suvarma sistemləri yaradılmasını nəzərdə tutan və bunları böyük ölçüdə gerçəkləşdirmiş olan layihələr sistemi) haqqında bölgə sakinlərinə mə'lumat verən, bölgənin mədəni, iqtisadi səviyyəsini yüksəltməyə çalışan bir qurumdur.

Radio-1 stansiyası ölkənin müxtəlif güşələrində qurulmuş vericilər vasitəsilə Türkiyə ərazisinin 98 faizini, əhalisinin isə 98,5 faizini əhatə edir, gündə 24 saat veriliş verir.

Radio-2 (digər adı TRT-FM) və Radio-3 stansiyaları ölkənin 98 faiz ərazisində bütün əhalinin 94 faizi tərəfindən dinlənilir. Bu stansiyaların da verilişlərinin həcmi gündə 24 saatdır.

GAP-Radio stansiyası isə gündə 20 saat (5.00-1.00 arası) veriliş verir.

Radiolar arasında bir növ ixtisaslaşma da aparılmışdır. Radio-1 əsasən xəbərlər, şəhərlər, icmalar, ictimai, siyasi, iqtisadi verilişlər verir, Radio-2 türk xalq və sənət musiqisi, xarici və yerli yüngül musiqi proqramları hazırlanır. Radio-3-ün verilişləri arasında simfonik, polifonik, caz, pop musiqisi üstünlük təşkil edir. Bu stansiya ilə vaxtaşırı olaraq türk, ingilis, fransız və alman dillərində xəbərlər bülleteni də verilir.

Radio-4 isə təhsil, idman proqramları hazırlayırlar.

Bundan başqa, dövlətin əlində gündə 24 saat veriliş veren Radio-Xatay (və ya TRT Xatay FM) adlı bir stansiya hər gün 7.30-24.00 arasında işləyən xüsusi Turizm-Radio adlı xüsusi bir stansiya vardır. Turizm-Radio əsasən Antalya bölgəsində dincələn turistlər üçün ingilis, fransız, alman və yunan dillərində əyləncəli musiqi verilişləri verir.

“Türkiyənin səsi” adlı stansiyadan ayrıca bəhs etmək lazımdır. 1952-ci ildən bu günədək fəaliyyət göstərən bu stansiya ölkənin xarici və daxili siyaseti, ictimai, iqtisadi və mədəni inkişafı barədə xarici ölkə dinləyicilərinə mə'lumat çatdırmaqla məşğuldur. “Türkiyənin səsi” hazırda 20 dildə: türk, ingilis, alman, fransız, yunan, bolqar, makedon, alban, rumın, macar, serb, xorvat, bosniya, rus, urdu, çin, ərəb, fars, gürcü, tatar və azərbaycan dillərində üst-üstə 29 saat 30 dəqiqəlik studiya verilişi, 44 saat 30 dəqiqəlik isə ümumi veriliş verir.

Türkiyedə özəl radioların inkişafı əsasən son dövrlərlə bağlıdır. Hazırda ölkədə neçə özəl radio stansiyasının fəaliyyət göstərməsi haqqında dəqiq rəqəm söyləmək çətindir. Onların sayı hər gün, bəlkə də hər saat artır. Bu tip stansiyalar hər şəhərdə, hər qəsəbədə rahatlıqla açıla bilir. Burada əsas məsələ ölkənin milləti və dövləti ilə bölünməz bütünlüyü prinsipinə əməl etmək, zorakılığa, ədəbsizliyə, insan psixologiyasına mənfi tə'sir göstərən verilişlərə yer ayırmamaqdır.

Türkiyedə radio verilişlərində senzura yoxdur, lakin hər bir radio quru mu hüquq dövləti çərçivəsində öz verilişləri üçün məs'uliyyət daşıyır.

TELEVİZİYA

Televiziya sahəsində Türkiyedə ilk çalışmalar 1949-cu ildə başlamışdır. İstanbul Texnika Universitetinin yüksək frekans texnikası kafedrasının müdürü professor Mustafa Santur tələbələrə dərs keçmək üçün tədris laboratoriyası quraşdırılmış, daha sonra Hollandiyadan televiziya cihazları almışdır.

1952-ci il iyunun 9-da universitet binasında ilk sınaq verilişləri həyata keçirilmişdir. Verilişlər əvvəlcə həftədə 2 saat, sonralar isə 5 saat yarımdavam etmişdir.

1968-ci il yanvarın 30-dan e'tibarən Ankara TV-sinin sınaq verilişləri efi-rə buraxılmışdır.

İstanbul Texnika Universitetində fəaliyyət göstərən studiya bazasında İstanbul TV-si qurulmuş və onun sınaq verilişləri 1971-ci ilin 30 avqustunda başlamışdır. Bir ay sonra isə İzmirdə TV studiyası açılmışdır.

TV verilişlərini bütün ölkə ərazisinə yaymaq üçün Türkşəhərin müxtəlif yerlərində ötürücü qüllələr tikilmiş və 1977-ci ildə əhalinin 81,5 faizi televiilişlərə baxmaq imkanı əldə etmişdir. 1984-cü ildə türk televiziyalarının hamısı rəngli verilişlərə keçmişdir.

1984-cü ildə TRT Ankara yaxınlığında yerləşən Gölbaşı yer stansiyasından Atlantik okeanı üstündəki INTELSAT rabiṭə peyki vasitəsilə xaricə ilk verilişini ötürmüştür. 1987-ci ildə TRT Avropa Kommunikasiya peyki vasitəsilə Eugovision-a, iki il sonra isə INTELSAT-in köməyi ilə Hind okeanı şəbəkəsinə qoşulmuşdur.

1991-ci ildə meydana gələn körfəz müharibəsi zamanı TRT gündə 24 saat veriliş verməyə başlamışdır.

TRT qurumu ölkədəki TV verilişlərinin keyfiyyətini yüksəltmək, TV şəbəkəsi qurmaq üçün bir sıra tədbirlər görmüşdür. İlk iş olaraq Ankara TV studiyası bazasında TV-1, İstanbul studiyası bazasında isə TV-2 kanalları qurulmuşdur. TV-1-in əsasən xəbərlər, ictimai, siyasi verilişlər hazırla-

ması, TV-2-nin isə mədəniyyət, musiqi, əyləncə, idman və dram programları verməsi nəzərdə tutulmuşdur.

1989-cu ildə fəaliyyətə başlayan TV-3 kanalı təhsil proqramları, GAP-TV isə Güney-doğu Anadolu bölgəsi üçün verilişlər hazırlayıır. 1990-ci ildə açılan TV-4 kanalı ölkənin Egey, Aralıq dənizi və qismən də Mərmərə bölgəsinə verilişlər verir.

Müxtəlif dövrlərdə xarici ölkələrə işləməyə getmiş türklərin ana vətənlə əlaqələrini möhkəmləndirmək, onları ölkədə baş verən hadisələrlə tanış etmək üçün 1990-ci ildə TRT-nin beşinci kanalı kimi nəzərdə tutulan TRT-INT kanalı qurulmuşdur. Bu kanalın bütün Avropada rahat izlənməsi üçün Türkiye, Almaniya, Fransa və digər ölkələrlə müqavilə bağlanmış, rabitə peyklerinin transponderlarını kirayəyə götürmüştür.

1988-ci ildə türk tamaşaçıları ilk dəfə kabellə televiziyalarda tanış olmuşlar. Hazırda ancaq kabellə veriliş veren çoxlu TV kanalı fəaliyyət göstərir.

Türkiyə INTELSAT və EUTELSAT adlı beynəlxalq peyk rabitə qurumları ilə müqaviləsi olan ölkə kimi onların transiyasiya etdiyi bütün TV kanallarının izlənməsi üçün Gölbaşında böyük antenalar qurmuşdur. Türkiyədə xarici TV kanallarına diametri 120-470 sm olan çanaq antennalar vasitəsilə baxılır. Lakin 90-ci illərin əvvəllərində çanaq antennalar türk ictimaiyyəti arasında böyük mübahisə mövzusuna çevrilmişdir. Xarici kanallarla seks və pornoqrafiya nümayiş -etdirildiyini, bunun da türk ailə ocağına, milli mentalitetə və tərbiyəyə ziyan vurdugunu bildirən adamlar, xüsusilə Rifah Partiyasının üzvləri çanaq antennalara qarşı geniş kampaniyaaya başlamışlar. Axırda sağlam düşüncə qalib gəlmış, kampaniya dayandırılmışdır.

70-ci illərin sonunda Türkiyənin özünün sün'i rabitə peyki buraxması, həmin peykdən TV verilişlerinin ötürülməsi ideyası meydana çıxmışdır. 1977-ci ildə WARS (Ümumdünya Radio İdarəetmə Təşkilatı) Türkiyənin coğrafi mövqeyinin orbitə sün'i rabitə peyki buraxmaq üçün son dərəcə əl-verişli olduğunu açıqlamış və bunun üçün 5 dərəcə şərq meredianı ilə Klark qurşağının kəsişmə nöqtəsini müəyyənləşdirmişdir. Bu azimutdan veriləcək dalğaların 60x90 sm ölçülü çanaq antennalar vasitəsilə rahatlıqla qəbul ediləcəyi ortaya çıxmışdır. Yəni 5 dərəcəlik azimut İstanbulda çanaq antennasının 36.6 dərəcə, Ankardada 29.5 dərəcə, Karsda isə 22 dərəcə bucaq altında olmasını tələb edir. Bu halda yer üzündən gələn mikrodalğa səviyyəsindəki görüntülər verilişlərə mənfi tə'sir göstərə bilmir.

Türk dövləti rabitə peyki buraxmaq üçün dərhal təşəbbüsə keçmiş, təndər e'lan etmişdir. Ingiltərə, ABŞ və Fransa firmalarının iştirak etdiyi tənderdən Fransanın Aegosratiale firması qazanmışdır. Firma 315 milyon

dollar dəyərindəki bu peyki 2,5 il ərzində hazırlamağa və orbitə çıxarmağa söz vermişdir. TURKSAT-1 adlı bu peyk vasitəsilə Türkiyə ölkədəki TV verilişlərinin, telefon, faks və data xidmətlərinin keyfiyyətini yüksəltməyi, ölkədə çıxan qəzətlərin fotomatrisalarını Avropadakı mətbəələrə göndərməyi planlaşdırılmışdır. Bəsrə körfəzindən İngiltərəyə, Balkanlardan Qafqaza qədər 25 ölkəni öz əhətə dairəsinə alan peykin xidmətlərdən istifadə etmək üçün, TRT, BBC, CNN kimi böyük TV şirkətləri müraciət etmişlər.

1994-cü ilin 24 yanvarında Fransa Qvineyasından kosmik fəzaya göndərilən peyk Ariane daşıyıcı raketinin zədələnməsi nəticəsində startdan 12 dəqiqə sonra göydə partladılmışdır. Bundan sonra eyni firma ikinci türk rabitə peykini hazırlamış və uğurla orbitə çıxarmışdır.

Türkiyə SSRİ-nin dağıılması ərefəsində və sonra türk respublikalarına və bölgələrinə öz TV verilişlərini çatdırmaq üçün ciddi fəaliyyət göstərmişdir. Avrasiya materikinə verilişlər məqsədilə TRT EUTELSAT IIF1 peykindən və INTELSAT 5FT peykindən istifadə etmişdir. TRT-dən verilən siqnallar türk respublikalarındaki yerüstü stansiyalara PAL sistemilə göndərilir, sonra bu, SECAM-a çevrilir. Bu vəziyyət indi də davam edir. Ümumiyyətlə, Türkiyə kanalları hazırda Avropada, Şimali Afrikada, Yaxın və Orta Şərqdə, Azərbaycan da daxil olmaqla bütün Qafqazda, Türkmenistan, Özbəkistan, Qazaxıstan, Qırğızıstan, Tacikistan, Əfqanıstan, Pakistan və Çində rahatlıqla izlənilir.

Türkiyədə özəl TV-lər ilk dəfə 1 mart 1990-ci il tarixindən e'tibarən fəaliyyətə başlamışdır. Həmin gün Madis Box-Star1 kanalı ilə (AFR) öz verilişlərini türk tamaşaçılara təqdim etmişdir. Bu vaxtadək Türkiyədə TRT kanallarından başqa heç bir TV verilişi yox idi. TRT və bə'zi siyasi partiyalar buna e'tiraz edincə, özəl kanalın rəhbərləri "biz Türkiyədə yoxuq, bizim dalğalar kosmosdan gəlir" deyə e'tirazları rədd etmişlər. Nəticədə TRT ilə bu yeni kanal arasında ciddi rəqabət başlamışdır. Üstəlik, Madis Box Türkiyə futbol çempionatının matçlarını transiyasiya etmək haqqını almış, Türkiyə gözəllik müsabiqəsini, körfəz müharibəsini birbaşa verilişlərlə tamaşaçılara çatdırmış, reklamlardan çox böyük pay ala bilmüşdür. Xüsusilə körfəz savaşı zamanı 24 saatlıq veriliş gününə keçən Madis Box hər sahədə TRT-ni üstələmişdir. TRT də məcbur qalaraq 1991-ci il yanvarın 16-dan e'tibarən gündə 24 saatlıq verilişə keçmişdir.

Türkiyədəki ikinci özəl TV kanalı Telon olmuşdur. 8 yanvar 1992-ci ildə fəaliyyətə başlayan bu kanala Madis Box kimi Turqut Özalın oğlu Əhməd Özal rəhbərlik etmişdir.

Üçüncü özəl TV kanalı olan Show Tv 1992-ci il martın 1-dən gündə 24

saat veriliş verməyə başlamışdır. Bu kanal bir müddət Azərbaycana da transilyasiya olunmuşdur.

İlk kadrları ekranda 1993-cü ilin martında çıxan Cine 5 kanalı Türkiyədə ilk pullu TV kimi tarixə daxil olmuşdur. Bu kanal əsasən bədii filmlər və idman yarışları nümayiş etdirir.

Türkiyədə daha sonra qurulmuş əsas TV kanalları bunlardır:

- 1) Kanal 6 - 4 oktyabr 1992
- 2) NBB - 9 oktyabr 1992
- 3) BRT - 3 noyabr 1992
- 4) Flash TV - 1 dekabr 1992
- 5) ATV - 12 iyul 1993
- 6) TGRT - 19 fevral 1993

Bunlardan başqa, hazırda Türkiyədə çox sayda milli, məhəlli və yerli TV kanalları fəaliyyət göstərir.

Özəl və dövlət TV kanallarının fəaliyyəti bir müddət TRT tərəfindən, sonra Radio-Televiziya Yüksek qurumu, daha sonra isə Radio-Televiziya Üst qurumu tərəfindən tənzimlənmişdir. Hazırda bu missiya Üst Qurum tərəfindən gerçekleşdirilir.

RADIO VƏ TELEVİZİYALARIN TƏ'SİS EDİLMƏSİ VƏ VERİLİŞLƏRİ HAQQINDA QANUN (ÇIXARIŞLAR)

QANUNUN NÖMRƏSİ - 3984

QƏBUL EDİLMƏ TARİXİ - 13.04.1994

DƏRC EDİLMƏ TARİXİ - 20.04.1994 "RƏSMİ QAZETE" N 21911

İFƏSİL

MƏQSƏD, ƏHATƏ DAİRƏSİ VƏ TƏRİFLƏR

MƏQSƏD

MADDƏ 1. Bu əsasnamə məqsədi radio və televiziya verilişlərinin tə-

zimlənməsinə, Radio və Televiziya Üst Qurumunun təşkili, vəzifələri, səlahiyyət və məs'uliyətinə dair əsasları və üsulları müəyyənləşdirməkdir.

ƏHATƏ DAİRƏSİ

MADDƏ 2. Bu əsasnamə hər cür texnika, üsul və vasitələrlə və hansı ad altında olursa-olsun, elektromaqnit dalğaları və yolları ilə ölkə daxilinə və xaricinə ötürürlən radio və televiziya verilişlərinə dair xüsusları əhatə edir.

TƏ'RİFLƏR

MADDƏ 3. Bu əsasnamənin tətbiqi zamanı rastlanan deyimlərdən

- a) Üst Qurum: Radio və Televiziya Üst Qurumunu;
- b) Radio verilişi: elektromaqnit dalğaları və digər yollarla xalqın birbaşa qəbul etməsi məqsədilə verilən səslə verilişləri;
- g) Televiziya verilişi: elektromaqnit dalğaları və digər yollarla xalqın birbaşa qəbul etməsi məqsədilə verilən hərəkətli və ya sabit rəsmələrin səslə və ya səssiz verilişlərini;
- d) elektromaqnit dalğası: efirdə və ya kabel, keçirici şüse və buna bənzər fiziki mühitdə işıq sür'əti ilə yayılan, sün'i surətdə istehsal edilmiş elektrik və maqnit xüsusiyyətləri olan dalğanı;
- e) kanal: televiziya verilişi vermək üzrə bir televiziya vericisinin əhatə etdiyi frekans sahəsini;
- f) frekans lenti: radio verilişi vermək üzrə bir radio vericisinin əhatə etdiyi frekans sahəsini;
- k) radio və televiziya vericisi: radio və televiziya verilişlerinin birbaşa izlənə bilməsinə imkan verən yer və ya kosmosdakı hərəkətli və ya sabit hər cür verici, ötürücü, əksetdirici və gücləndirici cihaz və sistemləri;
- h) kabelli radio və televiziya: radio və televiziya verilişlerinin kabel, keçirici şüse və buna bənzər fiziki mühit üzərindən xalqın qəbul etməsi məqsədilə abunəçilərə çatdırılan veriliş növü;
- i) qapalı dövrə televiziya sistemi: ümumi televiziya verilişi xaricində təlim, təhsil, təhlükəsizlik və turizm kimi müvafiq məqsədlər üçün bir bina daxilində və ya bir-birilə əlaqədar binalar qrupunda istifadə olunan kabelli televiziyani;
- j) radio qəbuledicisi: radio verilişlərini qəbul etməyə və ya alıb yazma-ğə və dinləməyə yarayan cihazları;

k) televiziya qəbulədicisi: televiziya verilişlərini qəbul etməyə və tamaşa etməyə yarayan cihazları;

l) əlavə veriliş xidmətləri: televiziya verilişlərində ayrılmış kanal içində qalmaqla birlikdə istifadə edilməyən hissələr vasitəsilə, radio verilişlərində isə ayrılmış kanal içində əlavə daşıyıcılar vasitəsilə teletekst və buna bənzər müstəqil xidmətləri;

m) peyk verilişi: verilmək üzrə hazırlanmış radio və televiziya programlarının səlahiyyətli tə'sisçi və ya xidmət tə'min edən şəxs və ya qurum tərəfindən şifrli və ya şifrsiz olaraq kosmosda siqnal çatdırıran hər hansı bir cihaz vasitəsilə verilən ilk verilişin;

n) yenidən çatdırma: səlahiyyətli veriliş qurumu tərəfindən xalqın tamaşa etməsi məqsədilə, istifadə edilən cihaz nə olursa-olsun, verilən radio və televiziya program xidmətlərinin dəyişiklik edilmədən hamisinin və ya bir qisminin qəbul edilməsini və eyni anda və ya daha sonra verilməsini;

o) tə'sisçi: ictimaiyyətin tamaşa etməsi üçün televiziya programı xidmətləri tərtib edən və verən və ya dəyişiklik edilmədən və tam olaraq üçüncü bir tərəfə çatdırılmasını tə'min edən fiziki və ya hüquqi şəxsi;

p) program xidməti: yuxarıdakı bəndə müəyyən sahələrdə müəyyən bir tə'sisçi tərəfindən tə'min olunan və tək bir xidmət içindəki bütün ünsürləri;

r) bir məhsul və ya xidmətin satılmasını, satın alınmasını və ya kirayələnməsini tə'min etməyə, bir ideyanı və ya fikri yaymağa və ya reklamçının istədiyi başqa fəaliyyəti yaratmağa yönələn, haqq əvəzində və ya bu na bənzər bir mülahizə ilə xalqa çatdırılan e'lənləri;

s) müəllif: ədib, bəstəkar, quruluşçu kimi intellektual sahədə əsər yaranan fiziki şəxsi;

t) ifaçı sənətkar: bir sənət əsərini müəllifdən aldığı iznlə ifa edən sənətkar;

u) musiqi rejissoru: kasset və kompakt disk kimi səs daşıyıcıları üzərinə yazılın musiqi əsərlərini istehsal edən, meydana gətirən fiziki və hüquqi şəxsləri ifadə edir.

II FƏSİL

VERİLİŞ PRİNSİPLƏRİ

MADDƏ 4. Radio və televiziya verilişləri ictimai xidmət içində aşağıdakı prinsiplərə uyğun olaraq həyata keçirilir:

- a) Türkiye Respublikasının mövcudluğu və müstəqilliyinə, dövlətin ölkəsi və millətliə bölünməz bütövlüyüne;
- b) cəmiyyətin milli və mə'nəvi dəyərlərinə;
- v) konstitusianın ümumi əsaslar qismində sadalanan prinsipləre, demokratik qaydalara və insan haqlarına;
- d) ümumi əxlaq, ictimai asayış və türk ailə ocağına;
- e) ifadə azadlığına, informasiya və verilişlərdə çoxsəsliliyə;
- f) insanların irq, cinsiyət, sosial sınıf və ya dini inamları dolayısı ilə heç bir şəkildə ayrıseçkiliyə mə'ruz qalmaması prinsipinə;
- k) cəmiyyəti zorakılıq, terror və etnik ayrı-seçkiliyə sövq edən və cəmiyyətdə nifret duyguları yaradan verilişlərə imkan verilməməsi prinsipinə ziddi olmaması;
- h) türk milli təhsilinin ümumi məqsədlərinə, əsas prinsiplərinə və milli mədəniyyətin inkişaf etdirilməsi prinsipinə;
- i) verilişlərdə ədalət və tərəfsizliyə, qanunlara ehtiram göstərilməsi prinsipinə;
- j) şəxs və qurumları tənqid hüdudlarını aşaraq təhqir edən, alçaldan və ya iftira xüsusiyyətləri daşıyan veriliş yasaqlarına;
- k) xüsusi məqsəd və mənafelərə xidmət edən və haqsız rəqabətə səbab olan veriliş verilməməsi prinsipinə;
- l) xəber və hadisələrin sür'ətli və doğru şəkildə təqdim edilməsi prinsipinə;
- m) uşaqların və gənclərin fiziki, əqli və ruhi və əxlaqi inkişafına mənfi tə'sir göstərən veriliş verilməməsi prinsipinə;
- n) bunun əksi məhkəmə qərarı ilə qətiləşmədikcə heç kimin suçlu kimi e'lan edilə bilməyəcəyi prinsipinə;
- o) şəxs və ya qurumların cavab və təkzib haqqına ehtiram göstərilməsi prinsipinə [...] uyğun olması prinsipi ilə həyata keçirilir.

III FƏSİL

RADIO VƏ TELEVİZİYA ÜST QURUMU

TƏŞKİLİ

MADDƏ 5. Radio və televiziyaların fəaliyyətlərini tənzimləmək məqsədilə muxtar və tərəfsiz bir ictimai hüquqi şəxs xarakterində Radio və Televiziya Üst Qurumu qurulmuşdur.

SEÇİLMƏSİ, VƏZİFƏ MÜDDƏTİ

MADDƏ 6. Üst Qurum mətbuat, veriliş, informasiya və onların texnologiyası, mədəniyyət, din, təhsil, hüquq sahələrində təcrübəsi olanlardan, ali təhsilli, dövlət mə'muru olma xüsusiyətlərinə sahib, beşi iqtidar partiyasının və ya partiyalarının, dördü müxalifət partiyalarının göstərəcəyi namizədlər arasından Türkiyə Büyük Millət Məclisi tərəfindən seçilən doqquz üzdən ibarətdir.

Seçki üçün iqtidar partiyası və ya partiyaları on, müxalifət partiyaları səkkiz namizəd göstərilir. Namizədlərin müəyyənləşdirilməsində siyasi partiyaların Türkiyə Büyük Millət Məclisi Rəyasət Hey'ətində təmsil olunanlar əsas götürülür. Ancaq TBMM-də keçirilən seçkilərdə kimə səs veriləcəyinə dair müzakirə keçirilə bilməz və qərar qəbul edilə bilməz.

Namizədlər TBMM sədarəti tərəfindən "Resmi Qazet" də e'lan edilir.

E'landan ən gec on gün sonra gizli səsvermə yolu ilə seçki keçirilir. İqtidar və müxalifət partiyalarından göstərici namizədlər üçün ayrı-ayrı siyahılar halında birləşmiş bülleten təşkil edilir. Namizədlərin adlarının önündəkisi xüsusi yer işarələnmək surətiylə səsvermə keçirilir. İqtidar və müxalifət kontingentlərindən Üst Quruma seçiləcək üzvlərin ümumi sayından az və ya çox verilən səslər e'tibarsız sayılır.

Seçki zamanı iqtidar kontingentindən ən çox səs alan beş namizəd və müxalifət kontingentindən ən çox səs alan dörd namizəd seçilmiş sayılır. Seçkinin nəticələri "Resmi Qazet" də dərc olunur.

Üst Qurum üzvlərinin vəzifə müddəti 6 ildir.

Üzvlərin üçdə biri hər iki ildən bir yenilənir.

Hər hansı səbəbdən dolayı üzvlərdən biri sıradan çıxarsa, TBMM bir ay ərzində, əgər Məclis tə'tildə isə, tə'tildən sonrakı ilk bir ay ərzində yeni üzvü seçər. Boşalmış yer hansı kontingentdəndirse, yeni üzv də həmin kontingentdən və iki misli namizəd arasından seçilir.

Iqtidar partiyaları kontingentindən bir boşalmışsa, seçki iqtidar ortağı olan böyük partiyanın göstərəcəyi bir namizədlə iqtidar ortağı olan digər partiyaların öz aralarında püşkatma yolu ilə təsbit edəcəkləri bir namizəd arasında seçilir.

Müxalifət partiyaları kontingentindən bir üzv yeri boşalması halında da seçki ona müxalifət partiyasının göstərəcəyi bir namizədlə digər müxalifət partiyalarının öz aralarında püşkatma yolu ilə təsbit edəcəkləri bir namizəd arasında keçirilir.

Iqtidar və müxalifət partiyalarının kontingentlərindən birdən artıq üzv yeri boşalması halında siyasi partiyaların TBMM Rəyasət Hey'ətində təm-

sil olunma nisbetleri esas götürülür.

Boşalmış yerə seçilən şəxs yerinə seçildiyi üzvün vəzifə müddətini tamaamlayır.

SƏDR VƏ SƏDR MÜAVİNİ

MADDƏ 7. Üst Qurum öz üzvləri arasından bir sədr seçilir. Sədrin vəzifə müddəti iki ildir.

Sədr Üst Qurum üzvləri arasından özünə bir müavin seçilir və Üst Qurumun təsdiqinə verir. Müavinin vəzifə müddəti sədrin vəzifə müddəti ilə məhduddur.

HÜQUQ VƏ VƏZİFƏLƏR

MADDƏ 8. Üst Qurumun hüquq və vəzifələri aşağıdakılardan ibarətdir:

a) milli və bölgə frekans planlaşdırımlarını işleyib hazırlamaq;
b) müqəddəm şərtləri yerinə yetirmiş müraciət edən qurumlara tərəfsizlik və haqqaniyyət ölçüləri daxilində verilmiş izn və lisenziya vermək, 16-ci maddəyə uyğun olaraq bölgə və məhəlli planlaşdırımlardakı kanal və frekans lentlərinin Türkiyə Radio və Televiziya Qurumu tərəfindən istifadə edilən kanal və frekans lentləri xaricində qalanlarının ən azı 50 faizinin zamanın bölüşdürülməsi və bölgə tənasübünə uyğun şəkildə istifadəsini nəzərə alaraq kanal və frekans lentləri vermək; [...]

e) zamanı bölüşdürülmüş program kanallarının verilməsində bölgə tənasübünü nəzərə alaraq, qurumları ölkənin müxtəlif bölgələrində veriliş verməyi təşviq etmək;

f) ölkə daxilindən veriliş verəcək ictimai və özəl radio-televiziya qurumlarının veriliş izni və lisenziya tələbində buluna bilmək üçün yerinə yetir-meli olduları labüb müqəddəm şərtləri və standartları Avropa Sərhədaşlığı Televiziya Müqaviləsi prinsiplərini nəzərə almaqla təsbit etmək və icti-maiyyətə e'lan etmək;

k) kanal və frekans ayrılmışında lazımlı şərtləri və təxsis hüququ sahələrinin verilişə başlama müddətini və radio və televiziya stansiyaları quranların ödəyəcəkləri veriliş izni və lisenziya qiymətlərini müvafiq əsasnamələrlə müəyyənləşdirmək;

h) radio-televiziya verilişlərini izləmə sistemləri qurmaq, verilişlərin 4-cü maddəyə və bu sahədə Türkiyənin daxil olduğu beynəlxalq müqavilələrə uyğunluğa nəzarət etmək;

i) veriliş qurumlarının bu qanunun hökmərinə zidd veriliş verməsi və

təxsis şərtlərinə riayət etməməsi halında lazımı sanksiyalar tətbiq etmək barədə qərar qəbul etmək;

j) ölkə daxilində verilişlərin çatmadığı yerlərdə yerli imkanlarla radio və televiziya ötürücüsü qurulmasına icazə vermək;

k) peyk vasitəsilə ölkə daxilindən və ya ölkə daxilinə veriləcək verilişlərin milli və beynəlxalq prinsip və əsaslara uyğunluğunu nəzərə alaraq, bu məqsədlə digər ölkələrdəki səlahiyyətli qurumlarla əməkdaşlıq etmək;

l) şifrlili verilişlərlə kabelli radio və televiziya tə'sis və verilişləri ilə əlaqədar qaydaları bu qanundakı prinsiplər çərçivəsində poçt, teleqraf və telefon idarəsi baş redaktorluğunun kabelli radio və televiziya tə'sislərini boş qoymamağı nəzərə almaqla müəyyənləşdirmək; [...]

o) radio və televiziya sahəsində müvafiq qurumlarla mütəmadi məsləhətləşmələr apararaq ictimai fikirdəki meyilləri dəyərləndirmək;

p) bu qanun və Avropa Sərhədaşırı Televiziya Müqaviləsi prinsiplərinə uyğun olaraq çalışma və fəaliyyətləri ilə əlaqədar müvafiq əsasnamələri və digər sənədləri hazırlamaq.

ÜST QURUM ÜZVLÜYÜ İLƏ BİR ARAYA SIĞMAYAN HALLAR

MADDƏ 9. Üst Qurum üzvləri ilə 3-cü dərcəyə qədər (daxil olmaqla) qan və ya əqrəba qohumluğu olanlar özəl radio və televiziya şirkətlərində, bu şirkətlərlə bilavasitə əlaqəsi olan şirkətlərdə ortaqlıq, yaxud rəhbər ola bilməzlər; Üst Qurum üzvü olduqları müddət ərzində rəsmi və ya özəl heç bir vəzifə qura bilməzlər, özəl və ya ictimai veriliş qurumlarının vəzifə və səlahiyyət sahəsinə daxil olan məsələlərdə birbaşa və ya dolayısı ilə tərəfkeş ola bilməz və bu məsələlərde heç bir mənfiət əldə edə bilməzlər, bunların eksinə hərəkət edənlər vəzifələrindən getmiş sayılırlar.

Bu xüsus Üst Qurum tərəfindən şəxsi təşəbbüs və ya ediləcək müraciətin dəyərləndirilməsi nəticəsində qərara bağlanır [...]

TOPLANTI VƏ QƏRAR ÜÇÜN KVORUM SAYI

MADDƏ 11. Üst Qurum ən azı 7 üzvlə toplanır. Qərar üçün kvorum sayı 5-dir. Ancaq kanal verilməsi məsələsində qərar üçün kvorum sayı ümumi üzv sayının üçdə ikisisidir.

Sürəkli çalışılan Üst Qurum həftədə ən azı bir dəfə toplanır [...]

HÖKUMƏT İLƏ MÜNASİBƏTLƏR

MADDƏ 14. Hökumətin Üst Qurum münasibətləri baş nazir tərəfindən

həyata keçirilir.

ÜST QURUM PERSONALI

MADDƏ 15. Üst Qurum qanunun ona verdiyi səlahiyyətləri yerinə yetirmək məqsədilə kifayət sayda və vəsfə personaldan ibarət olan təşkilatını qurur.

IV FƏSİL

KANAL VƏ FREKANS LENTİ VERİLMƏSİ, VERİLİŞLƏRİN TƏNZİMLƏNMƏSİ VƏ REKLAMLAR

KANAL VƏ FREKANS LENTİ VERMƏK SƏLAHİYYƏTİ

MADDƏ 16. ... Bütün ictimai və özəl radio və televiziya qurumlarına kanal və frekans lenti, veriliş izni və lisenziyası vermək və bunları ləğv etmək Üst Qurumun müstəsna səlahiyyətlərinə daxildir.

KANAL VƏ FREKANS LENTİ VERİLMƏSİ

MADDƏ 17. Milli kanal və frekans lentlerinin dördə biri Türkiyə Radio və Televiziya Qurumuna ayrılır. Kanal sayı üçdən, frekans lenti sayı dörd-dən az ola bilməz. Bu kanalların birində TBMM-in fəaliyyəti əks etdirilir. Hansı fəaliyyətlərin hansı ölçüdə işıqlandırılacağına TBMM qərar verir.

Geriyə qalan milli, bölgə və məhəlli kanal və frekans lentlerinin yarısı tam gün, digər yarısı isə arzu edildiyi təqdirdə zamanı bölüşdürülmüş şəkildə və gərekirse rotasiyalı olmaqla təxsis edilir.

Təxsis müddəti 5 ildən artıq ola bilməz.

ÖZƏL RADIÖ VƏ TELEVİZİYA QURUMLARININ MÜKƏLLƏFİYYƏTİ

MADDƏ 18. Üst Qurumun milli veriliş izni verdiyi qurumlar izn tarixindən etibarən ən gec iki ilin sonunda verilişlərini Türkiyə ərazisinin 70 faizinə çatdırmaq və həftədə minimum seksən saat veriliş verməyə məcburdurlar.

REKLAMLAR

MADDƏ 19. ... Reklamlar günlük veriliş müddətinin 15 faizindən artıq

ola bilməz.

V FƏSİL

ÖZƏL RADIÖ VƏ TELEVİZİYA QURUMLARI

TƏ'SİS EDİLMƏSİ VƏ HİSSƏ FAİZLƏRİ

MADDƏ 29. Siyasi partiyalar, cəmiyyətlər, həmkarlar ittifaqları, yaradıcılıq təşkilatları, kooperativlər, vəqflər, məhəlli idarələr və bu idarələr tərəfindən qurulan və ya bu idarələrin ortaq olduğu şirkətlər, birliliklər, istehsal, investisiya, ixracat, idxləlat, marketing və maliyyə qurumları və radio və televiziya tə'sis edə bilməz və bunlara ortaq ola bilməzlər.

Özəl radio və televiziyalardan anonim şirkəti olaraq qurulur.

Eyni şirkət ancaq bir radio və bir televiziya qura bilər.

Eyni radio və televiziya qurumunda üçüncü dərəcəyə qədar (daxil olmaqla) qan və əqrəba qohumluğu olanlar eyni zamanda hissə sahibi ola bilməzlər.

Bir hissədarın bir qurumdakı hissə miqdarı ödənmiş sərayənin 20 faizindən, birdən artıq qurumda hissə sahibi olanların bu qurumlardakı bütün hissələrinin cəmi də 20 faizdən artıq ola bilməz [...]

Müəyyən bir radio və ya televiziya qurumunda xarici sərmayənin payı 20 faizdən artıq ola bilməz.

Yerli və xarici hissədarlar heç bir şəkildə imtiyazlı hissə sənədinə sahib ola bilməzlər.

Müəyyən bir özəl radio və televiziyada ortaq olan xarici fiziki və ya hüquqi şəxslər başqa bir özəl radio və televiziya qurumunda ortaq ola bilməzlər [...]

MƏS'ULİYYƏT

MADDƏ 31. Özəl radio və televiziya qurumları öz verilişlərində müəyyən nisbətdə təhsil, mədəniyyət, türk xalq və türk sənət musiqisi programlarına yer verməyə məcburdurlar. Bu programların növləri və nisbətlərinə dair əsaslar Radio və Televiziya Üst Qurumu tərəfindən təsbit edilir.

SEÇKİ DÖVRÜNDƏ VERİLMƏSİ QADAĞAN OLAN VERİLİŞLƏR

MADDƏ 32. Seçkilərdə səsvermə günündən əvvəlki 7-ci gündən etibar-

rən xəbər, reportaj kimi proqramlar və ya reklamlar yolu ilə ictimai sorğu-
lar, anketlər, təxminlər, informasiya telefonları vasitəsilə mini-referendum
kimi adlar altında siyasi bir partianın və ya namizədin lehinə və ya əley-
hinə və ya vətəndaşın səsinə tə'sir göstərəcək verilişlər vermək qadağan-
dır. Bu yasaqlara riayət etməyənlər veriliş prinsiplərini pozmuş sayılırlar.

VI FƏSİL

SANKSİYALAR

XƏBƏRDARLIQ, DAYANDIRMA, LƏĞV ETMƏ

MADDƏ 33. Üst Qurum öz öhdəliklərini yerinə yetirməyən, izn şərtləri-
ni pozan, veriliş prinsip və əsaslarına zidd veriliş verən özəl radio və te-
leviziya qurumlarına xəbərdarlıq edir. Bu xəbərdarlıqda pozuntunun xa-
rakteri, ağırlığı, terror ediləcəyi təqdirdə doğuracağı nəticələri açıqca gös-
tərilir.

Pozuntu təkrarlandığı təqdirdə pozuntunun ağırlığına görə izn bir ilə qə-
dər müvəqqəti olaraq dayandırılır və ya veriliş izni ləğv edilir.

Veriliş izninin verilməsi üçün lazımlı şərtlərdən birini itirən və ya şərtlə-
rin yerinə yetirilməsində saxtakarlığa yol verən özəl radio və televiziya qu-
rumunun izni Üst Qurum tərəfindən ləğv edilir.

CƏRİMƏ VƏ MÜSADİRƏ

MADDƏ 34. Bu qanunda göstərilən istisnalar xaric olmaqla, Üst Qurum-
dan izn almadan radio və televiziya verilişi verən, yaxud izni Üst Qurum
tərəfindən müvəqqəti və ya sürəkli ləğv edilməsinə baxmayaraq veriliş
verən şəxslərin və ya qurumların sahiblərinə və rəhbərlərinə fe'iləri başqa
bir suç təşkil etsə belə, fe'lin ağırlığına görə altı aydan iki ilə qədər həbs
cəzası və yüz milyon türk lirasından on milyard türk lirasına qədər pul cə-
riməsi kəsilir. Bundan əlavə, bütün veriliş cihazları müsadirə edilir.

Verilişlərin lentlərini bir il müddətinə qoruyub saxlamayan və bu müddət
ərzində respublika prokurorluğunun tələbinə baxmayaraq səsli və görün-
tülü olaraq təqdim etməyən qurumların sahibləri və rəhbərləri bir ildən beş
ilə qədər ağır həbs və yüz milyon lirdən bir milyard lirəyə qədər ağır cə-
rimə ilə cəzalandırılır. Bundan əlavə, bir aydan üç aya qədər verilişlərin
dayandırılmasına qərar verilir.

TÜRKİYƏ RADIÖ VƏ TELEVİZİYA QURUMUNUN MÜKƏLLƏFİYYƏTİ

MADDƏ 35. Türkiye Radio və Televiziya Qurumu bu qanunda nəzərdə tutulan verilişlərin prinsip və əsaslarına uyğun fəaliyyət göstərməyə borcludur.

Verilişlərin prinsip və əsaslarını pozması halında Türkiye Radio və Televiziya Qurumuna pozuntunun xarakteri və ağırlığı açıqca göstərilməklə Üst Qurum tərəfindən xəbərdarlıq edilir.

Dayandırılmasını labüb edən şəkildə veriliş verildiyi halda Üst Qurumun bu istiqamətdə qəbul edəcəyi qərara görə Türkiye Radio və Televiziya Qurumunun baş direktorunun və İdarə Hey'ətinin vəzifəsi başa çatmış sayılır.

VII FƏSİL

MÜXTƏLİF MÜDDƏALAR

QONORAR

MADDƏ 37. Radio və Televiziya qurumları verilişlərində istifadə etdikləri əsərlərə görə qonorar ödəyirlər. Qonorarın ödənməsinə dair əsaslar yaradıcı təşkilatların tövsiyəsi nəzərə alınmaqla Üst Qurum tərəfindən müəyyən edilir [...]

SƏLAHİYYƏTLİ MƏHKƏMƏ

MADDƏ 39. Üst Qurum əleyhinə açılan inzibati davalara baxmaq səlahiyyəti Ankara məhkəmələrinə aiddir [...]

VIII FƏSİL

MÜVƏQQƏTİ MÜDDƏALAR

MÜVƏQQƏTİ

MADDƏ 9. Bu qanunda bəhs edilən əsasnamələr Üst Qurumun təşkil edilməsindən sonrakı dörd ay ərzində hazırlanır və "Resmi Gəzet"də dərc edilərək qüvvəyə minir.

QÜVVƏYƏ MINMƏ

MADDƏ 41. Bu qanun dərc edildiyi gündən qüvvəyə minir.

İCRA

MADDƏ 42. Bu qanunun hökmlərini Nazirlər Şurası icra edir.

RADIO VƏ TELEVİZİYA VERİLİŞLƏRİNİN VERİLİŞ ƏSASLARI VƏ ÜSULLARI HAQQINDA ƏSASNAMƏ

(ÇIXARIŞLAR)

I FƏSİL

MƏQSƏD, ƏHATƏ DAİRƏSİ VƏ TƏ'RİFLƏR

MƏQSƏD

MADDƏ 1. Bu əsasnamənin məqsədi radio və televiziya qurumlarının 3984 sayılı radio və televiziyaların tə'sis edilməsi və verilişləri haqqında qanunda və Avropa sərhədaşırı televiziya sözleşməsində nəzərdə tutulan müddəalar çərçivəsində riyət edəcəkləri veriliş əsaslarını və üsullarını müəyyənləşdirməkdir.

ƏHATƏ DAİRƏSİ

MADDƏ 2. Bu əsasnamə hər cür texnika, üsul və vasitələrlə və hansı ad altında olursa-olsun, elektromaqnit dalğaları və yolları ilə ölkə daxilində və xaricində ötürülen radio və televiziya verilişləri ilə əlaqədar veriliş əsaslarını və üsullarını əhatə edir.

HÜQUQI İSTİNAD

MADDƏ 3. Bu əsasnamə 3984 sayılı radio və televiziyaların tə'sis edilməsi və verilişləri haqqında qanunun 4, 28, 32, 33, 34-cü və digər maddələrin müddəalarına istinadən hazırlanmışdır.

TƏ'RİFLƏR

MADDƏ 4. Bu Əsasnamənin tətbiqi zamanı rastlanan deyimlərdən

MİLLİ RADIÖ VƏ TELEVİZİYA: Üst Qurumun ümummilli veriliş izni verdiyi qurumları;

BÖLGƏYƏ VERİLİŞ: hündürləri Radio və Televiziya Üst Qurumu tərəfindən müəyyənləşdirilmiş bölgəyə verilən veriliş;

MƏHƏLLİ VERİLİŞ: hündürləri Radio və Televiziya Üst Qurumu tərəfin-dən müəyyənləşdirilmiş bir yörəyə verilən veriliş;

ZAMAN BÖLGÜSÜ: birdən artıq qurumun bir veriliş günü ərzində eyni kanalı və ya veriliş mühitinin zaman dilimlərini paylaşaraq istifadə etmə-lərini;

ROTASIYALI VERİLİŞ: eyni kanal və veriliş mühitinin birdən artıq qu-rum tərəfindən rotasiya yolu ilə istifadə edildiyi verilişləri;

VERİLİŞ İZNİ: radio və ya televiziya verilişi vermək üzrə Üst Qurum tə-rəfindən verilən izni;

VERİLİŞ LİSENZİYASI: radio və televiziya verilişi vermək üzrə Üst Qu-rumun izn almış qurumlara iznin xüsusiyyətlərini və şərtlərini müəyyən-ləşdirən sənədi;

TƏ'SİSCİ: ictimaiyyət tərəfindən dinlənməsi və ya baxılması üçün radio və televiziya program xidmətlərini tərtib edən və çatdırın və ya dəyişdiril-mədən üçüncü bir tərəfə çatdırılmasını tə'min edən fiziki və ya hüquqi şəxsi;

RADIÖ VERİLİŞİ: elektromaqnit dalğaları və ya digər yollarla xalqın bir-başa qəbul etməsi məqsədilə verilən səsli verilişləri;

TELEVİZİYA VERİLİŞİ: elektromaqnit dalğaları və ya digər yollarla xal-qın qəbul etməsi məqsədilə verilən hərəkətli və ya sabit rəsmələrin səsli və ya səssiz verilişlərini;

VERİLİŞ PLANI: 3984 sayılı radio və televiziyaların tə'sis edilməsi və

verilişleri hakkında qanunun və bu əsasnamənin tələblərinə uyğun olaraq verilişlərin gün, saat və müddətlərini müəyyənləşdirmək üzrə tə'sisçinin hazırlayacağı veriliş şəbəkəsini;

VERİLİŞ DÖVRÜ: Radio və Televiziya Üst Qurumu tərəfindən müəy-yənləşdirilən və tə'sisçinin veriliş planı hazırlayarkən nəzərdə tutacağı zaman dilimini;

ILLİK VERİLİŞ DÖVRÜ: hər ilin 1 yanvar günü Türkiyə saatı ilə 00.00-dan başlayıb 31 dekabr günü saat 24.00-da başa çatan zaman dilimini;

AYLIQ VERİLİŞ DÖVRÜ: hər ayın 1-ci günü Türkiyə saatı ilə 00.00-da başlayıb son günü saat 24.00-da başa çatan zaman dilimini;

VERİLİŞ GÜNÜ: saat 00.00-da başlayıb saat 24.00-dək fasilesiz davam edən 24 saatlıq zaman dilimini;

VERİLİŞ SAATİ: veriliş verilecek saatları və fərdi programların verilmə saatlarını [...] ifadə edir.

II FƏSİL

ÜMUMİ MÜDDƏALAR

ÜMUMİ VERİLİŞ MÜDDƏALARI

MADDƏ 5. Radio və televiziya verilişləri ictimai xidmət anlayışı və məs- 'uliyyət dərk edilməklə, insan haqları və əsas azadlıqlar nəzərə alınmaqla aşağıdakı prinsiplərə uyğun olaraq həyata keçirilir:

a) verilişlər Türkiyə Respublikasının mövcudluğu və müstəqilliyi, dövlətin ölkəsi və millətli bölgünməz bütövülüyü prinsipinə zidd ola bilmez;

b) türk millətini dünya millətlərinin bərabərhüquqlu şərəfli bir üzvü sa-yan və Türkiyə Respublikasının vətəndaşı olan hər bir fərdi heç bir fərq qoymadan bərabər qəbul edən Atatürk milliyyətçiliyinə, hakimiyyətin qeydsiz-şərtsiz millətə aid olduğu və bu hakimiyyətin heç bir şəxs, zümrə və ya sinif tərəfindən ələ keçirilə bilməyəcəyi, dövlətin sosial, iqtisadi, si- yasi və ya hüquqi əsaslarının qismən də olsa dini qaydalara oturdula bil-məyəcəyi, dinin və ya dini duyğuların, yaxud din tərəfindən müqəddəs sa-

yılan dəyərlərin şəxsi və ya siyasi mənfaət, ya da nüfuz əldə etmək məqsədilə istifadə oluna bilməyəcəyi prinsiplərinə zidd olan, Türkiyə Respublikasının demokratik dövlət və hüquq dövləti xüsusiyyətlərini dəyişdirmək üçün kütlələri yönəldirmək məqsədi güdən veriliş verilə bilməz;

c) verilişlər insan haqlarına zidd olan və ya fərdlərin konstitusiyada təsbit edilən əsas hüquq və azadlıqlarından bərabərlik və sosial ədalət prinsipləri işığında istifadə etmələrinə mane olan ünsürlər daşıya bilməz;

d) ümumi əxlaqa zidd olan, cəmiyyətdə qorxu və panika yarada biləcək yalan xəbər və proqramlarla cəmiyyətin sakitliyini pozacaq və cəmiyyətin ən kiçik vahidi olan ailə ocağını zədələyəcək xüsusiyyət daşıyan veriliş verilə bilməz.

Verilişlərdə şəxsi həyatın gizliliyi və mənzil toxunulmazlığı prinsipləri pozula bilməz;

e) verilişlərdə fərqli düşüncə və əqidələrə yer verilməsi çoxsəsliliyin təmin olunması kimi qəbul edilir;

f) verilişlərdə insanlar dil, irq, rəng, cinsiyyət, siyasi düşüncə, fəlsəfi və ya dini inam, məzhəb və ya buna bənzər səbəblər dolayısı ilə heç bir şəkildə pişlənə bilməz və ya həqarətə uğraya bilməz;

g) cəmiyyəti zorakılığa və terrora təşviq edən, dini, etnik və buna bənzər ayrı-seçkiliyə sövq edən, cəmiyyətdə kin və nifrət duyğuları oyadan verilişlər verilə bilməz;

h) verilişlər türk milli təhsilinin ümumi məqsədlərinə, əsas prinsiplərinə və milli mədəniyyətin inkişaf etdirilməsi prinsipinə zidd ola bilməz;

i) verilişlər ədalət və tərəfsizlik prinsiplərinə və qanunlara ehtiram prinsipinə zidd ola bilməz;

j) şəxs və qurumları tənqid hüdudlarını aşaraq təhqir edən, alçaldan və ya iftira xüsusiyyətləri daşıyan verilişlərə yer verile bilməz. Verilişlərdə hər hansı bir fikir və ya rə'yin mahiyyəti onun məzmununu dəyişdirəcək şəkildə yalnız bir qismi verilməklə və ya digər izahat metodları və texniki-kası istifadə edilməklə təhrif oluna bilməz; [...]

l) xəbər və hadisələrin işıqlandırılmasında sürətlilik və doğruluq prinsipi əsas kimi qəbul edilir;

m) verilişlərdə uşaqların və gənclərin fiziki, əqli, ruhi və əxlaqi inkişafına mənfi tə'sir göstərən ünsürlərə yer verile bilməz. Uşaqların və gənclərin istismarına səbəb olacaq şəkildə veriliş verilə bilməz;

n) verilişlərdə bunun əksi məhəllə qərarı ilə qətiləşmədikcə, heç kim suçu kimi göstərilə bilməz. Məhkəmə icraatına qəbul edilmiş hər hansı bir dava barədə davanın açılmasından hökmün qətiləşməsinə qədər məhkəmə qərarına tə'sir edəcək şəkildə veriliş verilə bilməz;

o) verilişlərdə şəxs və ya qurumların düzəltmə və cavab haqlarına ehtiram göstərmək prinsipinə riayət olunur; [...]

s) radio və televiziya verilişlərinin türk dilində verilməsi əsasdır. Ancaq ümumdünya mədəniyyət və elm əsərlərinin yaranmasına töhfə verən xərici dillər öyrədilə bilər və bu dillər xəbər və ya digər programlarda istifadə oluna bilər. Verilişlərdə ifrata varmamaq şərti türk dilinin xüsusiyyətləri və qaydaları pozulmadan danışq dili kimi istifadə olunmasına, milli birlik və bərabərliyin əsas ünsürlərindən biri kimi müasir təhsil, mədəniyyət və elm dili halında inkişafına və zənginləşməsinə diqqət verilir [...]

III FƏSİL

TƏ'SİŞÇİNİN MƏŞ'ULİYYƏTLƏRİ

TƏ'SİŞÇİNİN BİTƏRƏFLİYİ

MADDƏ 6. Tə'sisçi xəbər, xəbər programı və aktual programlarda mövzu və hadisələrin neytral və konkret şəkildə seçiləməsi və verilməsi prinsipinə riayət etməlidir.

Verilişlərdə xəbər və şaiyələr bir-birindən ayrılmalıdır.

DUYĞU SUI-İSTİSMARI

MADDƏ 7. Verilişlərdə insanların iztirabları, acıları, yaşadıqları fəlakətlər, ölüm anları və buna bənzər hallar duyğu sui-istismarına səbəb olacaq, qorxu yaradacaq və tamaşaçını dəhşətə salacaq şəkildə verilə bilməz.

DİNİ VƏ ƏXLAQI MÖVZULAR

MADDƏ 8. Tə'sisçi dini və əxlaqi mövzuları kin və nifrət yaradacaq, milli birlik və bərabərliyi pozacaq, əxlaqa, elmə, vicdan azadlığına, müasir düşüncəyə zidd olan şəkildə işləyə bilməz.

PSİKOLOGİYA VƏ FATALİZM

MADDƏ 9. Radio və televiziyalarda xalqın psixologiyasını pozacaq səbəbsiz qorxular və ziddiyyətli duygular yaradan, insanları fatalizmə yönəldən şəkildə veriliş verilə bilməz.

SEKS

MADDƏ 10. Seksual duyğuları istismar edən verilişlər verilə bilməz. Ancaq növ və məzmunun gərkli qaldığı hallarda seksuallığın yer aldığı əsərlər gənclərin və uşaqların əqli, psixoloji, sosial və əxlaqi inkişafını qorumaq məqsədilə müvafiq xəbərdarlıq edilərək saat 24.00-05.00 arasında verilə bilər. Bu cür programların anonslarında seksuallığı açıq göstərən hissələr istifadə oluna bilməz.

Fərdləri seksual əmtəə olaraq göstərən verilişlər verilə bilməz.

ZORAKILIQ

MADDƏ 11. Zorakılığa qarşı fərdin və cəmiyyətin həssaslığını azaldan, insanları zorakılığa yönəldən, həvəsləndirən verilişlər verilə bilməz. Verilişlərdə insanları intihara yönəldən və ya intihar təşəbbüsündə bulunma-ya təşviq edən ünsürlərə yol verilə bilməz. Xəbər, xəbər programı və ya aktual programlarda zorakılıq ünsürü daşıyan səs və görüntüler ancaq hadisənin gerçəkləşdiyi ölçüdə, ifrata varmadan istifadə oluna bilər.

Zorakılıq ünsürü çox olan dramatik əsərlər uşaqlara və gənclərə mənfi tə'sir göstərməməsi üçün əvvəlcədən müvafiq xəbərdarlıq etmək şətirlə ancaq saat 23.00-05.00 arasında verilə bilər. Bu cür programların anonslarında zorakılığı əhatə edən qismılardan istifadə oluna bilməz.

UŞAQLAR VƏ GƏNCLƏR

MADDƏ 12. Uşaqların fiziki, ruhi və ya cinsi yönəldən istismarını, yaxud uşaq əməyinin istismarını həvəsləndirən verilişlər verilə bilməz.

Verilişlərdə marağa səbəb olan şəxs və ya xarakterlər uşaq və gənc tamaşaçıları həvəsləndirərək onların ruhi, əxlaqi və sosial inkişafına mənfi tə'sir göstərəcək şəkildə verilə bilməz.

Uşaqları və gəncləri siqaret çəkmək, spirtli içki içmək, narkotik maddə qəbul etmək kimi pis alışkanlıqlara yönəldən verilişlər verilə bilməz.

FİZİKİ VƏ ƏQLİ ÇATIŞMAZLIQLAR

MADDƏ 13. İnsanların fiziki və əqli çatışmazlıqlardan dolayı pessimizmə və bədbəxtliyə qapılmasına və aşağılanmalarına səbəb olacaq şəkil-də verilişlər verilə bilməz.

SUÇ VƏ İCTİMAİ QAYDALARA ZİDD DAVRANIŞLAR

MADDƏ 14. Verilişlərdə suç və ictimai qaydalara zidd davranışlar insanları bu cür fe'l və davranışlara həvəsləndirən, suç işləməyi təlqin edən şəkildə verilə bilməz.

GİZLİ ÇƏKİLİŞ VƏ SƏSYAZMA

MADDƏ 15. Gizli kamera, gizli mikrofon və ya buna bənzər metodlarla çəkilən çəkilişlər və yazılan səslər müvafiq icazə olmadan verilə bilməz.

CANLI VERİLİŞLƏR

MADDƏ 16. Canlı verilişlər təkrar edilərkən onların təkrar verildiyi bildirilməlidir.

CANLANDIRMA

MADDƏ 17. Xəbərlərdə, xəbər programlarında və ya aktual programlarda gerçek bir hadisə dramatik yollarla yenidən canlandırılıb verilirsə, verilişin dramatizə olunduğu bildirilməlidir.

VERİLİŞ PLANLAŞDIRILMASI

Tə'sisçi veriliş dövrü ilə əlaqədar əvvəlcədən müəyyənləşdirdiyi veriliş planına riayət etməyə diqqət yetirməlidir. Tə'sisçi bu məqsədlə veriliş dövründən əvvəl veriliş planını Üst Quruma göndərməli, veriliş dövrünün axırında veriliş planının gerçkləşmə vəziyyəti barədə məruzə hazırlayaraq Üst Quruma təqdim etməlidir.

Tə'sisçi verilişi planlaşdırarkən ailə fəndlərinin birlikdə verilişlərə baxışları saatları nəzərə almalıdır.

IV FƏSİL

SİYASİ VERİLİŞLƏR

MADDƏ 19. Verilişlərdə Konstitusianın amir hökmünə uyğun olaraq xalqın hakimiyətini təmsil edən Türkiye Büyük Millət Məclisinin funksiyası və fəaliyyətinə dair xəbər, şərh və tənqidlərdə bu qurumun sayqınığını və vazkeçilməzliyini zədələyən ünsürlər ola bilməz.

Demokratiyanın vazkeçilməz ünsürləri olan siyasi partiyalara dair xəber, şərh və tənqidlər bu qurumların sayqınığını zədələyəcək ünsürləri ehtiva edə bilməz.

Verilişlərdə demokratik qaydalar çərçivəsində ictimaiyyətin siyaset, təhsil və mədəniyyət sahələrində gözlədiyinə cavab verəcək şəkildə, demokratik qruplar və siyasi partiyalar arasında fürsət bərbərliyinin tə'min edilməsi prinsipinə riayət olunur.

SEÇKİLƏRDƏ SİYASİ PARTİYALARIN VERİLİŞLƏRİ

MADDƏ 20. Seçki dövründəki verilişlər qanunla Mərkəzi Seçki Komisiyasına verilən səlahiyyətlər çərçivəsində MSK tərəfindən tənzimlənir. Üst Qurum seçki dövründəki verilişlərə MSK qərarları istiqamətində nəzarət edir.

SEÇKİ DÖVRÜNDƏ VERİLƏ BİLMƏYƏN VERİLİŞLƏR

MADDƏ 21. Seçkilərdə səsvermə günündən əvvəlki 7-ci gündən etibarən xəber, reportaj kimi proqramlar və ya reklamlar vasitəsilə, sorğular, anketlər, təxminlər, informasiya telefonları vasitəsilə mini-referendum kimi adlarla siyasi bir partianın və ya namizədin lehine və ya əleyhinə təbliğat aparmaqla vətəndaşın səsinə tə'sir edəcək heç bir veriliş verilə bilməz. Bu yasaqlara riayət etməyənlər veriliş prinsiplərini pozmuş sayılırlar.

V FƏSİL

MÜKƏLLƏFİYYƏTLƏR, YASAQLAR, SANKSİYALAR

VERİLİŞLƏRİN YASAQLANMASI

MADDƏ 22. Məhkəmə qərarları istisna olmaq şərtilə verilişlərə əvvəlcə-dən nəzarət edilə bilməz və onlar dayandırıla bilməz. Ancaq milli təhlükəsizliyin açıqca gərəkli qaldığı hallarda, yaxud ictimai aşayışın ciddi şəkil-də pozulması qüvvətlə ehtimal edildiyi təqdirdə baş nazir və ya onun və-zifələndirdiyi nazir verilişi dayandırı bilər.

Radio və televiziya qurumları prezidentin və ya hökumətin, milli təhlükəsizliyin, ictimai aşayışın, ümumi sağlamlığın və ümumi əxlaqın gərəklərinə dair bəyanatlarını yayaqla mükəlləfdir.

Tə'sisçi prezident, hökumət və ya Üst Qurum tərəfindən yayılması va-cib sayılan bəyanatları ən qısa zamanda yaymalıdır.

DÜZƏLTMƏ VƏ CAVAB HAQQI

MADDƏ 23. Fiziki və hüquqi şəxslərin hüquqlarına hücum təşkil edən verilişlərə və həqiqətə zidd olduğu iddia edilən verilişlərə görə düzəltmə və cavab haqqının tanınması üçün həmin şəxslər məhkəməyə müraciət edə bilərlər.

Televiziya tə'sisçisi bütün verilişlərini görüntü lənlərinə, radio tə'sisçisi isə səs lənlərinə yazmalı və bunları bir il müddətinə saxlamalıdır. Üst Qurum tərəfindən səs və ya görüntülü lenti istənən tə'sisçi lenti ən gec 3 gün ərzində Üst Quruma göndərməlidir. Əks təqdirdə Üst Qurum əldəki mövcud bilgi və sənədlərə görə qərar qəbul edir [...]

Cavab haqqından istifadə etməyə mane olan və ya qərara uyğun şəkildə istifadə etməyə mane olan və ya gecikdirən qurumun verilişləri Üst Qurum tərəfindən hərəkətin ağırlığına görə, 3 aya qədər yandırılır. Bu hərəkət ikinci dəfə təkrar olunsa, veriliş izni ləğv edilir.

Fiziki və hüquqi şəxslərin ümumi müddəələrə görə müvafiq quruma qarşı təzminat davası açmaq haqqı vardır [...]

XƏBƏRDARLIQ, DAYANDIRMA, LƏĞV ETMƏ

MADDƏ 25. Üst Qurum nəzərdə tutulan vəzifələri yerinə yetirməyən, izn şərtlərini pozan, verilişlərin prinsip və əsaslarına zidd verilişlər verən tə'sisçilərə səbəblərini göstərməklə xəbərdarlıq edir. Bu xəbərdə pozuntunun xarakteri, ağırlığı və təkrar olunacağı təqdirdə nəticələri açıqca göstərilir.

Pozuntu təkrarlandığı halda pozuntunun ağırlıq dərəcəsinə görə veriliş izni bir il müddətinə qədər müvəqqəti olaraq dayandırılır və ya veriliş izni ləğv edilir.

Veriliş iznini almaq üçün lazımlı olan şərtlərdən birini itirən və ya şərtləri tamamlamaq üçün saxtakarlığa əl atan özəl radio və televiziyaların təsis izni Üs Qurum tərəfindən ləğv edilir.

VI FƏSİL

MÜXTƏLİF MÜDDƏALAR

QONORAR

MADDƏ 26. Tə'sisçi öz verilişlərində istifadə etdiyi əsərlər üçün qonorar ödəməyə məcburdur.

VERİLİŞLƏRİN İZLƏNMƏSİ VƏ DƏYƏRLƏNDİRİLMƏSİ

MADDƏ 27. Üst Qurum radio və televiziya verilişlərinin bu Əsasnamənin müddəalarına uyğun olub-olmamasına nəzarət etmək üçün, verilişləri izləmək və ictimaiyyətdən bilavasitə və ya bilavasitə alınan şikayət və təqiqidleri dəyərləndirmək üçün izləmə və dəyərləndirmə sistemi qurur.

Tə'sisci Üst Qurumun tədqiqat üçün tələb etdiyi verilişlərin lənlərini ən gec 3 gün ərzində Üst Quruma təqdim etməlidir. Üst Qurum verilişlərin keyfiyyətini, ictimai faydasını və ya veriliş prinsiplərinə uyğunluğunu dəyərləndirərək qərar qəbul edir [...]

SƏLAHİYYƏTLİ MƏHKƏMƏ

MADDƏ 29. Radio və televiziya Üst Qurumu əleyhinə açılan inzibati məhkəmə işlərinə Ankara məhkəmələrində baxılır.

QÜVVƏYƏ MİN MƏ

MADDƏ 30. Bu Əsasnamənin 5-ci maddəsinin rəbəndi 01.01.1996-ci il tarixində, digər maddələri dərc olunduğu gündən qüvvəyə minir.

İCRA

MADDƏ 31. Bu Əsasnamənin maddələrini Radio və Televiziya Üst Qurumu icra edir.

Tərcüməcinin qeydi:

Bu Əsasname Türkiyənin Resmi Qazete- sində 28 may 1995-ci il tarixli 22296 sayılı nömrəsində dərc olunub.

Ədəbiyyat siyahısı

İngilis dilində:

1. Amerikan Broadcasting and the First Amendment. Lucas A., Yr. Powe (Nardcover) Published 1987.
2. Documents of American Broadcasting. Frank Y. Kahn (Editor)/Published 1984.
3. Emeril's TV Dinners - Published 1998.
4. The Encycloredia of Daytime Television: Everything Üou Ever. Wanted to Know About Daytime TV but Dign't Know Where to Look! from American Bandstand,a - Published 1997.
5. Prime Time: Now TV Portrays American Culture -Published 1995.
6. The Sponsored Life: Ads, TV, and American Culture (Culture and the Moving Image) - Published 1994.
7. Television and the American Child - Published 1991.
8. Television and the American Family (Communication Series) - Published 1990.
9. TV Tie-Ins: ABibliogrrahy of American TV Tie-In Parerbacks-Published 1997.
10. TV Tie-Ins: A Biblogrrahy of American TV Tie-In Parerbacks-Shirs in 2-3 days.
11. Directing for Television: Conversations With American TV Directors. -Published 1998.
12. Radio Television in Turkey. Ankara, 1998.
13. Comstosk, George. TNE EVOLUTION OF AMERICAN TELEVISION (Newbury Park, CA: Sage, 1990).
14. Eastman, Susan Tyler, ed., BROADCAST/CABLE PROGRAMMING: STRATEGIES AND PRACTICES, 4th Editon (Belmont, Ca: Wags-worth, 1993).
15. Federal Communications Commission (FCC), ANNUAL REPORT (Washington, DC: Government Printing Office).
16. Grant, August, ed. COMMUNICATION TECNNOLOGY UPDATE, 4th Editon (Newton, MA: Focal Press, 1995).
17. Nead, Sydney W. et al BROADCASTING IN AMERICA: A SURVEÜ OF ELECTRONIC MEDIA, 7th Editon (Boston: Noughtom-Mifflin, 1994).
18. Barnow E. "Tube of plenty. The evolution of american television. Ney

-York, Oxford, 1975.

19. Fransis Balle. Medias et Societe. De Qytenberg a internet. Paris, 1997.

Türk dilində:

20. Hülya Yengin. Ekranın büyüyü (Batıda degişen televizyon Yayınlığının Boyutları ve Türkiyede Özel Televizyonlar). İstanbul, 1994.
21. "Radiodan TRT-yə", TRT Basım və Yayım Müdürlüğü Yayımları. Ankara, 1991.
22. TRT 1992 Genel Yayın Planı, TRT Basım və Yayım Müdürlüğü Yayımları, N237, Ankara, 1992.
23. Radiodan TRT-yə, TRT Basım və Yayım Müdürlüğü Yayımları, Ankara, 1991.
24. Yerel medya eğitini semineri (11-13 hazırlan 1998). Trabzon, 1998.
25. Cumhuriyet Basını. Ankara, 1998.

Rus dilində:

26. Андрунас Е. И. Информационная элита корпорация и рынок новостей. М., 1995.
27. Вачнадзе Георгий. Всемирное Телевидение. Тбилиси, 1989.
28. Голядкин Николаий. Творческая телерекламма (из Американского опыта). М., 1998.
29. Колесник С. Г. Основные тенденции развития телевидения США (1995-1996 г.) Вестник, N1, М., 1998.
30. Любимов Б.И. Семьдесят лет Британского вещания. М., 1995.
31. Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики. М., 1994.
32. Урина Н. В. Средства массовой информации Италии. М., 1996.
33. Херманн Майн. Средства Массовой информации в Федеративной Республике Германии. М., 1996.
34. Органов Георгий. ТВ по Американски. М., 1985.
35. Актуальные проблемы права СМИ. (Материалы Российской-американской конференции). М., 1997.
36. Беседы о масс-медиа. М., 1997.
37. Краткий очерк электронных средств массовой информации в Америке (Издание второе). Международный центр для журналистов. Вашингтон. 1996.

38. Современное право средств массовой информации в США. М. 1997.
39. Средства массовой информации и выборы. М., 1995.
40. В диапазоне современности. М., 1985.
41. Совет Европы: документы по проблемам средств массовой информации. Санкт-Петербург. 1998.
42. Современные США. Энциклопедический справочник. М., 1988.
43. От Джорджа Вашингтона к Джорджу Бушу: Белый дом и пресса. М., 1991.
44. Законы и практика Средств Массовой Информации в Европе, Америке и Австралии. Фонд Защиты Гласности. М., 1993.
45. Государственный договор о телевидении и радиовещании. Бонн. 1997

Kitabın hazırlanması prosesində INTERNET-dəki çoxlu sayıda material-lardan da istifadə edilmişdir.

MÜNDƏRİCAT

❖ AMERİKA BİRLƏŞMİŞ ŞTATLARININ TELEVİZİYA VƏ RADIÖ YAYIMLARI, MÖVCUD QANUNLAR <i>(Hazırlayıcı: Nəsiman Yaqublu)</i>	3
❖ BÖYÜK BRİTANIYANIN TELEVİZİYA VƏ RADIÖ YAYIMLARI, YAYIM ÜZRƏ QANUN AKTI <i>(Hazırlayıcı: professor Niyazi Mehdi)</i>	43
❖ İTALİYADA TELEVİZİYA VƏ RADIÖ YAYIMLARI, HÜQUQİ DURUM <i>(Hazırlayıcı: professor Niyazi Mehdi, Dilarə Mehdi)</i>	82
❖ FRANSANIN TELEVİZİYA VƏ RADIÖ YAYIMLARI, MÖVCUD QANUNLAR <i>(Hazırlayıcı: Akif Nağı)</i>	129
❖ ALMANIYA FEDERATİV RESPUBLİKASININ TELEVİZİYA VƏ RADIÖ YAYIMLARI, MÖVCUD QANUNLAR <i>(Hazırlayıcı: Nəsir Əhmədli)</i>	170
❖ TÜRKİYƏNİN TELEVİZİYA VƏ RADIÖ YAYIMLARI, MÖVCUD QANUNLAR <i>(Hazırlayıcı: Ramiz Əsgər)</i> ..	209

Layihənin direktoru və kitabın redaktoru



NƏSİMAN YAQUBLU -

Məhəmməd Əmin Rəsulzadə Fonduunun sədridir. 1962-ci ildə ana-dan olub. Sankt-Peterburg Universitetinin jurnalistika fakültəsini bitirib.

Metbuatda, Televiziyyada, Radioda çoxlu sayıda məqalələrlə, verilişlərlə çıxış edib. "Yazıçı" nəşriyyatında redaktor, "Azərbaycan ordusı" qəzetində Baş redaktor işləyib. Hazırda M. Ə. Rəsulzadə adına BDU-nun Beynəlxalq Hüquq və Beynəlxalq Əlaqələr fakültəsinin Beynəlxalq jurnalistika bölməsində müəllim işləyir. Televiziya və Radio jurnalistikasından, Azərbaycan mühacirət mətbuatı tarixindən mühazirələr oxuyur. N. Yaqublu H. Z. Tağıyev adına Respublika Milli mükafatının laueratıdır. O, həmcinin Azərbaycan Demokratik Respublikası tarixi ilə bağlı araşdırmalarına görə Həsən bəy Zərdabi adına mükafata layiq görülmüşdür. N. Yaqublunun 4 tarixi kitabı ("Ağrılı ömürlər" - 1990-ci il, "Məhəmməd Əmin rəsulzadə" - 1991-ci il, "Xocalı qırğını" - 1992-ci il, "Müsavat Partiyasının tarixi" - 1997-ci il), rus və türk dillərindən tərcümə kitabları nəşr edilib.

THE TV/RADIO SYSTEM IN DEMOCRATIC STATES

Bakı - "Ozan" - 1999

Nəşriyyatın direktoru: **Asif Rüstəmli**
Mətbəənin direktoru: **Hidayət Əsgərov**
Kompüter tərtibatçısı: **İsmayıł Əyyubov**
Kompüterdə yiğdi: **Nəzakət Muradova**
Korrektor: **İradə Quliyeva**

Yığılmağa verilmiş: 14.07.99. Çapa imzalanmış: 14.07.99.
Kağız formatı 84X60 1/16. Ofset üsulu ilə. Həcmi 15,25 ç.v.
Tirajı: 1000 nüsxə. Sifariş №90. Kitab pulsuz paylanır.

**«Ozan» nəşriyyatı. Bakı-143, H. Cavid pr. 31
«TS» firmasının mətbəəsi. Bakı, S.Vurğun, 36.**