GENDER BƏRABƏRLİYİ KOMİSSİYASI

Gender bərabərliyi və media haqqında Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin CM/Rec(2013)1 saylı tövsiyəsinin icrasına dair Bələdçi

COUNCIL OF EUROPE

CONSEIL DE L'EUROPE

Bu sənəddə ifadə olunan fikirlər müəllifə aiddir və Avropa Şurasının rəsmi mövqeyini əks etdirməyə bilər.

Bu sənədin təkrar nəşri və ya tam və ya müəyyən hissələrinin tərcüməsinə dair bütün xahişlər Kommunikasiya Direktorluğuna (F-67075 Strasbourg Cedex və ya publishing@coe.int) ünvanlanmalıdır. Bu sənədlə bağlı bütün digər yazışmalar Ümumi Demokratiya Direktorluğunun Bərabərlik Şöbəsinə ünvanlanmalıdır.

Müstəqil ekspert Pamela Morinière tərəfindən hazırlanıb.

Mətnin orijinalı Avropa Şurasına aiddir. Tərcümə Avropa Şurasının "Azərbaycanda gender bərabərliyi və media azadlığı" layihəsi çərçivəsində həyata keçirilmişdir, tərcümədən məsuliyyəti tərçüməçi daşıyır.

© Avropa Şurası, 2018

Mündəricat

Hissə I - Mediada gender bərabərliyi – cari vəziyyət ... 4

Hissə II - Avropa Şurasının Rec(2013)1 saylı tövsiyəsində qeyd edilən 16 tədbirin həyata keçirilməsi ... 9

Hissə III - Tövsiyə olunan tədbirlər həyata keçirilərkən həll edilməli problemlər ... 36

Əlavə 1 Gender bərabərliyi və media haqqında CM/Rec(2013)1 saylı tövsiyə ... 39

Əlavə 2 Mənbələr ... 45

Hissə I

Mediada gender bərabərliyi – cari vəziyyət

"…ölkənin tam və hərtərəfli inkişafı, dünyanın rifahı və sülh naminə səylər qadınların kişilərlə bərabər şərtlərlə bütün sahələrdə maksimum iştirakını tələb edir"[1].

Avropada gender bərabərliyi sahəsində irəliləyişə baxmayaraq, qadınların media proseslərində iştirak dərəcəsi hələ də narahatlıq yaradır. Həm daxili cəbhədə, yəni media şirkətlərində rəhbər vəzifələrə irəli çəkilmə və iş şəraitinin yaxşılaşdırılması sahəsində, həm də xarici cəbhədə, yəni media materiallarının məzmunu sahəsində qadınlar yetərincə təmsil olunmamanın qurbanlarıdır. Bu, onların əksəriyyətini yalnız bərabər rəftar hüququndan və bərabər imkanlardan məhrum etmir, həm də geniş ictimaiyyət arasında belə bir təəssürat yaradır ki, Avropanın iqtisadi və siyasi həyatına getdikcə daha çox töhfə vermələrinə baxmayaraq, onların ənənəvi rollarına bağlılıqları hələ də qalır.

Media sadəcə cəmiyyətin durumunu və qadınların bir çox səviyyələrdə az təmsil olunmasını əks etdirən güzgüdürmü? Qadınların özlərini ifadə edə bilmələrinə və onlara qarşı kişilərlə bərabər qaydada rəftar edilməsinə nail olmaq üçün media vasitələri öz materiallarının məzmununa, fəaliyyətlərinə və strukturlarına nüfuz etmiş cinsiyyətçi stereotiplərin dağıdılmasında daha çox iştirak etməlidirlərmi? Qadınların media sahəsində irəli çəkilməsində hökumətlər, media rəhbərləri və işçiləri, tənzimləyici və özünütənzimləyən orqanları hansı rolu oynaya bilərlər? Araşdırmalar media mühitində daha tarazlaşdırıcı yanaşmanı necə təşviq edə bilər? Nəhayət, media sahəsində təhsili və peşə təlimlərini gender bərabərliyi yanaşması ilə necə əlaqələndirmək olar?

1995-ci ildə Pekində keçirilmiş Qadınların vəziyyətinə dair Dördüncü Ümumdünya Konfransı Fəaliyyət Platforması[2] qəbul etdi və bu sənədə mətbuatla bağlı xüsusi müddəalar daxil edildi və xüsusən gender bərabərliyinin təşviqində, qərarların qəbulu proseslərinə qadınların cəlb olunmasında və qadınlar barəsindəki stereotip təsvirlərlə mübarizədə medianın oynaya biləcəyi rol etiraf edildi[3].

İyirmi ildən sonra Avropa bu sahədə qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olmaqdan çox uzaqdır. Mediada qadınların sayının həqiqətən artmasına baxmayaraq, bir çox tədqiqatlar qeyri-bərabər rəftarın mövcud olduğunu, qadınların məsul vəzifələrə irəli çəkilmə səviyyəsinin aşağı olduğunu və media materiallarının məzmununda qadınların stereotip təsvirlərinin qaldığını üzə çıxarır.

2011-ci ildə Beynəlxalq Qadın Media Fondu (BQMF) tərəfindən hazırlanmış "Xəbərlər mediasında qadınların vəziyyətinə dair qlobal hesabat"ın[4] nəticələri birmənalı idi. Müxbir vəzifəsinə daha çox sayda qadınlar gəldikləri halda və bəzi Avropa ölkələrində (xüsusilə Finlandiya, İsveç və Rusiyada) onların sayı kişilərin sayını üstələdiyi halda, dünya mediasında məsul vəzifələrin 73%-ini kişilər tuturdular. 1995-ci ildən bəri bir qədər artmış bu rəqəm göstərdi ki, "qərəzli institusional yanaşma" ilə əlaqədar olan və media şirkətlərinin gündəlik fəaliyyətlərində, xüsusən də işə qəbul edilmə və vəzifədə irəli çəkilmə proseslərində özünü dolayısı ilə büruzə verən gözəgörünməz maneə mövcuddur.

---

[1] Qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarının ləğv edilməsi haqqında Konvensiya (CEDAW), 1979-cu il.

[2] http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20E.pdf

[3] Pekin Fəaliyyət Platformasının "J" bölməsi: *"Mediada və yeni kommunikasiya texnologiyaları vasitələrində fikirlərin ifadə edilməsi və qərarların qəbul olunması proseslərində qadınların iştirak etmək və bu proseslərə çıxış əldə etmək imkanlarının artırılması. Mediada qadınların balanslaşdırılmış və stereotiplərə əsaslanmayan imicinin yaradılmasına dəstək verilməsi ".*

[4] http://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2013/09/IWMF-Global-Report-Summary.pdf

Cədvəl: Mediada ən yüksək rəhbər vəzifələrdə olan qadınların faizi, 2011-ci il

Ölkə	Finlandiya	Fransa	Macarıstan	Polşa	Rusiya	İspaniya
İdarəetmə orqanları	37	17	13	30	42	24
Ən yüksək səviyyəli rəhbərlik (media vasitəsinin sahibləri, baş direktorlar, direktorlar)	35	33	33	25	59	21
Yüksək səviyyəli rəhbərlik (xəbərlər bölməsinin direktorları, baş redaktorlar, xəbərlər bürosunun rəhbərləri)	34	36	30	42	49	15
Orta səviyyəli rəhbərlik (redaktorlar, müxbir heyətinin rəhbərləri, dizayn üzrə direktorlar və baş maliyyə mütəxəssisləri)	44	40	22	44	56	32
Baş mütəxəssislər (müxbirlər və jurnalistlər)	51	44	47	46	65	41
Kiçik mütəxəssislər	59	47	59	59	51	70

Mənbə: "Xəbərlər mediasında qadınların vəziyyətinə dair qlobal hesabat" (2011)

Araşdırmalar göstərdi ki, müsahibə aparılan media şirkətlərinin yalnız yarısı (Şərqi Avropada 16%, Qərbi Avropada 69%) xüsusi gender bərabərliyi siyasətini qəbul edib. Həmçinin bir qayda olaraq kişilərə nisbətən qadınların təminatlı işə malik olmaq imkanları daha azdır. Məsələn, Qərbi Avropada qadınların 66,7%-i müddətli müqavilələr əsasında natamam iş günü üzrə işləyirlər ki, bunun da az maaş alma kimi mənfi cəhəti vardır və həm də bu hal, şübhəsiz ki, qeyri-müəyyənliyə səbəb olur.

2012-ci ildə Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası (BJF) və "Veyc İndikator" ("*Wage Indicator*") Fondu tərəfindən aparılmış və 16 ölkəni əhatə etmiş araşdırma[5] jurnalistlərin əmək haqları sahəsində çatışmazlıqları üzə çıxardı, belə ki, araşdırılmış 16 ölkədən 14-ündə kişilərin əmək haqqı daha yüksək idi və Avropa İttifaqı ölkələrində əmək haqları arasında fərq orta hesabla 16% idi.

Media materiallarının məzmunu sahəsində vəziyyət daha da narahatedicidir. Hər beş ildən bir xəbər mediasında qadınların yerini nəzərdən keçirən Qlobal Media Monitorinqi Layihəsi (QMML) 2005-ci ildə belə bir heyrətləndirici nəticəyə gəldi ki, "*xəbərlərdə gördüyümüz dünya faktiki olaraq qadınların nəzərə çarpmadığı dünyadır*"[6].

Beş il sonra, 2010-cu ildə QMML bu qənaətə gəldi ki, bütün dünyada xəbər mediasında göstərilən, oxunan və ya dinlənilən insanların yalnız 24%-i qadınlardır, Avropada isə bu göstərici 26%-dir. 1995-ci ildə birinci araşdırma aparılandan bəri 7% artım təşkil edən bu rəqəmlərə belə bir fakt kölgə salırdı ki, qadınlar xəbərlərin subyekti kimi təqdim edildikləri zaman çox vaxt "sıravi" insanların sırasına endirilir (44%) və yalnız şahidi olduqları və ya şəxsən yaşadıqları hallar barəsində danışmalı olurdular. Bu rəqəm əksəriyyəti (80%-i) kişilərdən ibarət olan, biliklərini və ya xüsusi təcrübələrini bölüşən ekspertlərin və 81%-i kişilərdən ibarət olan natiqlərin sayı ilə ziddiyyət təşkil edirdi.

---

[5] *Jurnalistlərin əmək haqları sahəsində gender baxımından çatışmazlıqlar*, http://www.ifj.org/nc/news-single-view/backpid/238/category/reports-publications-7/article/gender-pay-gap-in-journalism/

[6] *Qlobal Media Monitorinqi Layihəsi (QMML)*, http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2005/gmmp-report-en-2005.pdf

İctimaiyyətin mövqeləri və rəyləri medianın faktları necə təqdim etməsinə qaçılmaz olaraq təsir göstərir. Gender amilinə əsaslanan müəyyən stereotiplərə rəvac verməklə və ya onları vurğulamaqla media cəmiyyət tərəfindən qadınlar və kişilər üçün ayrılan və heç bir real cinsi fərqə əsaslanmayan rolların daimiləşməsinə şərait yaratmış olur.

Xəbər proqramlarında, teleseriallarda və videooyunlarında qadın və kişiləri xarakterizə etmək üçün stereotiplərdən istifadə edilməsi geniş yayılıb. Bəzi reklamlarda müəyyən davranış tipləri, iş növləri, ailə situasiyaları, düşüncə tərzləri və ya müəyyən məhsul kateqoriyaları bu və ya digər cins ilə əlaqələndirilir. Müəyyən məhsullarla əlaqələndirilən çılpaq təsvirlərdən istifadə etməklə qadınların ləyaqətinin aşağılanmasına aid istənilən sayda nümunələr mövcuddur.

Bütün media vasitələrində kişilərin üstünlüyü və qadınların nəzərə çarpmaması, hər bir cins üçün öncədən müəyyən rolların ayrılması, qadın zərifliyinin qabardılması və yaşlı qadınlara daha az yer ayrılması tendensiyası mövcuddur.

Bu, cinslərin yalnız təqdim edilən stereotiplərə uyğun olaraq qəbul edilməsi və ayrı-ayrı fərdlərin kompleks keyfiyyətlərinin itirilməsi riskini artırır. Cəmiyyətdə qadınlar və kişilər üçün ayrılmış rolun ictimaiyyət tərəfindən qavrayışına bu cür ismarıcların göstərdiyi təsir dramatik xarakter daşıyır və qadınların azadlığının nəzarətdə saxlanması vasitəsi kimi çıxış edir.

QMML-in nəticələri həm də ondan xəbər verir ki, Avropada xəbərləri təqdim edən aparıcıların 41%-i, qəzetlər müxbirlərinin 31%-i, radio müxbirlərinin 40%-i və televiziya müxbirlərinin 42%-i qadınlardır. Bu rəqəmlər göstərir ki, qadınlar hələ də jurnalistikada azlıq təşkil edirlər, baxmayaraq ki, bu faizlər xəbər mənbələri kimi istifadə edilən qadınların sayından (26%) xeyli çoxdur.

Qadın media əməkdaşlarının sayını artırmaq yetərli deyil. Bütün əlamətlər onu göstərir ki, cəmiyyətdəki dəyişikliklərə və qadınların media sahəsinə getdikcə artmada olan əhəmiyyətli töhfələr verməsinə baxmayaraq, media sahəsində ənənəvi olaraq kişilərin səslərinə və simalarına üstünlük verilməsi tendensiyası mövcuddur. Bu, QMML-in 2010-cu il tarixli hesabatında Marqaret Gallagerin qeyd etdiyi belə bir fikri təsdiqləyir ki, "*xəbərlərdə qadınlara əhəmiyyət verilməməsi, yaxud ən yaxşı halda onlarla söhbət etmək və ya onların vasitəsilə söhbət aparmaq əvəzinə sadəcə onlar barəsində danışmaq tendensiyası normativ ənənələr praktikasında və beləliklə həm də xəbərlərin toplanmasında və medianın ümumi istehsal fəaliyyətlərində dərin kök salıb*"[7].

Cədvəl: Avropada qadın aparıcıların,
qadın müxbirlərin və xəbər subyekti olan qadınların faiz nisbəti, 2010-cu il

Ölkə	Qadın aparıcıların %-i	Qadın müxbirlərin %-i	Xəbər subyekti olan qadınların %-i
Belçika	30	29	26
Bolqarıstan	67	74	53
Xorvatiya	48	53	29
Estoniya	39	45	15
Finlandiya	39	40	27
Fransa	50	47	26
Almaniya	34	29	26
Yunanıstan	55	34	32
İtaliya	69	43	18
Kosovo[8]	83	18	14

---

[7] http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/global/gmmp_global_report_en.pdf
[8] Bu mətndə Kosovonun istər ərazisi, istərsə də təsisatları və ya əhalisi barəsindəki bütün qeydlər Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Təhlükəsizlik Şurasının 1244 saylı qətnaməsinə tam uyğun olan və Kosovonun statusuna xələl gətirməyən qeydlər kimi başa düşülməlidir.

Malta	75	37	16
Monteneqro	91	58	6
Niderland	27	22	27
Norveç	69	30	31
Polşa	33	28	28
Portuqaliya	79	55	18
Rumıniya	69	59	32
İspaniya	65	44	29
İsveç	47	52	32
İsveçrə	49	37	20
Türkiyə	0	19	24
Birləşmiş Krallıq	51	32	30

Mənbə: QMML,[9] 2010-cu il (çıxarışlar)

Eyni zamanda, media böhran içindədir. Reklam bazarlarının itirilməsi, təmərküzləşmənin və rəqabətin artması, mətbuata subsidiyaların azaldılması, peşəkar mütəxəssislər üçün təminatlı iş yerlərinin azalması və geniş miqyaslı ixtisarların aparılması, mənfəət və sensasiya axtarışında olan medianın peşə standartlarının tənəzzülə uğraması mediada bərabərlik və etik davranış prinsiplərini pozan və daim alternativlərin axtarışında olan ictimaiyyətin mediaya inamını azaldan problemlərdən bəziləridir.

Avropada media mülkiyyətinin təmərküzləşməsi gender bərabərliyinə olduqca mənfi təsir göstərir, xəbərləri standartlaşdırır, tərkibi daha rəngarəng olan işçi qüvvəsini işə cəlb etmək imkanlarını azaldır və rəqabət münasibətlərinə əsaslanan düşüncə tərzinə zəmin yaradır.

Rentabellik axtarışı çox zaman məzmunun keyfiyyətinin zərər çəkməsi hesabına başa gəlir. Xəbərlərin arxasınca düşmək və operativ hərəkət etmək tələbatlarını jurnalist standartlarının və etikasının düzgün qiymətləndirilməsi ilə uzlaşdırmaq çətindir.

Əsas vəzifələrindən biri plüralizmə və ifadə azadlığına hörmətlə yanaşmaq və cəmiyyətdəki müxtəlifliyi əks etdirmək olan ictimai audiovizual xidmətlər bu böhran səbəbindən çox əziyyət çəkirlər. Onların öz stimullarını itirməsi yüksək keyfiyyətli audiovizual məhsulların istehsalını birbaşa təhlükə altına alır və Avropa istehsalının məziyyətlərindən biri olan mədəni müxtəlifliyə təhlükə yaradır.

Ənənəvi media hazırda yeni media tərəfindən geniş rəqabətlə üzləşib. Xəbərlərin auditoriyasını təşkil edən insanlar fərqli materiallar və hətta daha operativ xəbərlər axtarmaq üçün yeni platformalara, xüsusən sosial mediaya getdikcə daha çox üz tuturlar.

Bu çətin şəraitdə gender bərabərliyini qoruyub saxlamaq və inkişaf etdirmək üçün və medianın hər bir kişi və qadına bərabər hüquq və imkanlar tanımaqla və hər bir vətəndaşın məlumatlı şəkildə qərarlar qəbul etməsinə imkan yaratmaqla üzərinə düşən demokratiyanın keşikçisi rolunu yerinə yetirməsini təmin etmək üçün nə etmək olar?

2013-cü ildə Avropa Şurası həyata keçirilməli olan 16 tədbiri özündə ehtiva edən Rec(2013) 1 saylı tövsiyəni qəbul edərək[10] üzv dövlətlərin hökumətlərini medianın gender bərabərliyinin təşviqinə yönələn səylərini dəstəkləməyə çağırdı.

---

[9] http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/global/gmmp_global_report_en.pdf

[10] https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM/Rec(2013)1&Language=lanEnglish&Ver=original&Site=COE&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864

Həmin sənəddə yer alan və bu "Təlimat"ın növbəti hissəsində ətraflı şəkildə əks olunan tövsiyələrə əsasən, mediada gender bərabərliyinin təşviqi istiqamətində səylər aşağıdakı altı əsas sahəyə yönəldilməlidir:

- gender bərabərliyinə dair siyasət və qanunvericilik;
- milli göstəricilərin (indikatorların) qəbul və tətbiq edilməsi;
- məlumatların təmin edilməsi və Qabaqcıl təcrübələrin təşviqi;
- hesabatlılıq kanalları;
- araşdırma və ictimaiyyətə açıqlama;
- media sahəsində maarifləndirmə və fəal vətəndaşlıq.

Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi media fəaliyyətlərində iştirak edənlərin hamısında həqiqi marağın yaranması üçün zəruri olan maddi və maliyyə resurslarını və idarəetmə tədbirlərini təmin etmək istiqamətində hökumətlərin və medianın həqiqi öhdəliklər götürməsini tələb edir.

Gender bərabərliyi yalnız bir neçə ayrı-ayrı şəxslərin istəyindən asılı olan bir şey deyil; bu, ilk növbədə bütün media vasitələrində ənənə və mentalitetlərin dəyişdirilməsini tələb edən kollektiv öhdəliklərin məhsuludur.

Hissə II

Avropa Şurasının Rec(2013)1 saylı tövsiyəsində

qeyd edilən 16 tədbirin həyata keçirilməsi

Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsi medianın "sosial dəyişiklik üçün böyük potensiala" malik olduğunu təsdiq edərək, üzv dövlətləri və Avropanın media şirkətlərini mediada gender bərabərliyi perspektivini genişləndirmək üçün müxtəlif tədbirlər görməyə çağırıb.

Bu tədbirlər aşağıdakı altı əsas sahəyə yönəlib: gender bərabərliyinə dair siyasət və qanunvericilik, milli göstəricilərin (indikatorların) qəbul və tətbiq edilməsi, məlumatların təmin edilməsi və Qabaqcıl təcrübələrin təşviqi, hesabatlılıq kanalları, araşdırma və ictimaiyyətə açıqlama, media sahəsində maarifləndirmə və fəal vətəndaşlıq.

Gender bərabərliyinə dair siyasət və qanunvericiliyə yenidən baxmaq və onları qiymətləndirmək

1. Mediaya dair hüquqi bazaya gender bərabərliyi perspektivi baxımından mütəmadi olaraq yenidən baxmaq və onu yeniləmək.

Medianın spesifik mühitində gender bərabərliyi prinsipi iki səviyyədə fəaliyyət göstərir: media şirkətlərində gender bərabərliyi (bərabər imkanlar və bərabər qaydada rəftar, rəhbər vəzifələrə bərabər şərtlərlə irəli çəkilmə) və media materiallarının məzmununda gender bərabərliyi, o cümlədən cinsiyyətçi stereotiplərə qarşı mübarizəyə xüsusilə diqqət yetirilməsi.

Medianı tənzimləyən hüquqi baza media şirkətləri ilə əlaqədar olan qanunvericiliyi, məsələn, lisenziyalaşdırma sisteminə dair normativ aktları, plüralizm və müxtəliflik haqqında, habelə yetkinlik yaşına çatmayanların mənafelərinə və insan ləyaqətinə hörmət edilməsi barədə ümumi normaları, eləcə də bütün şirkətlərə şamil olunan ümumi qaydaları, məsələn, bərabər şərtlərlə əmək haqqı ödənişi barədə müddəaları, yaxud dünyanın 186-dan artıq ölkəsi tərəfindən ratifikasiya edilmiş Qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarının ləğv edilməsi haqqında Konvensiyaya (CEDAW)[11] əsaslanan tədbirləri özündə ehtiva edir.

Lakin konkret olaraq mediada gender bərabərliyi məsələsinə toxunan qanunvericilik normaları azdır və bunun əvəzinə müxtəlifliyin qorunması məqsədini daşıyan müddəalara dair bəzi olduqca ümumi xarakterli təkliflər vardır. Buna görə də, audiovizual medianı tənzimləyən qanunlardan və digər normativ aktlardan irəli gələn bəzi prinsiplər, məsələn, iştirakçıların və rəylərin müxtəlifliyini tələb edən müxtəliflik və plüralizmə dair prinsiplər gender bərabərliyinin təşviqi məqsədi ilə tətbiq edilə bilər.

Bununla yanaşı, bir sıra geniş əhatəli beynəlxalq və Avropa konvensiyalarının müddəaları media şirkətlərinə şamil oluna bilər, bu şərtlə ki, onlar müvafiq hökumətlər tərəfindən ratifikasiya edilmiş olsun.

[11] http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/text/econvention.htm

Qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarının ləğv edilməsi haqqında Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Konvensiyasında (CEDAW) qadınlara qarşı ayrı-seçkiliklə mübarizə üçün üzv dövlətlər tərəfindən həyata keçirilməli olan bir sıra tədbirlər təklif olunur, məsələn, öz milli qanunvericiliklərində və konstitusiyalarında bərabərlik prinsipini təsbit etmək[12], cins əlamətinə əsaslanan qərəzli yanaşmaların kökünü kəsmək[13] və kişilərin və qadınların rolu barədə təhsil sahəsində bütün səviyyələrdə və formalarda mövcud olan stereotip konsepsiyaları ləğv etmək[14].

İnsan hüquqları haqqında Avropa Konvensiyası[15] cins əlaməti də daxil olmaqla müxtəlif əlamətlərə əsaslanan ayrı-seçkiliyə ümumi qadağa qoyur[16] və hüquq və azadlıqlardan ayrı-seçkiliyə yol verilmədən istifadə edilməsini təmin edir[17].

Avropa Sosial Xartiyası[18] ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyi prinsipini müəyyən edib[19] və konkret olaraq məşğulluq məsələlərində bərabər rəftarın və bərabər imkanların zəruriliyini önə çəkib[20]. O həmçinin iş yerində seksual təqiblə bağlı maarifləndirməni, məlumatlandırmanı və belə halların qarşısının alınmasını təşviq edir[21].

Qadınlara qarşı zorakılığın və məişət zorakılığının qarşısının alınması və onlara qarşı mübarizə aparılması haqqında Avropa Şurasının Konvensiyası[22] üzv dövlətlərdən tələb edir ki, qadınlar və kişilər arasında bərabərlik, cinslərin stereotiplərə əsaslanmayan rolları, qadınlara qarşı gender əsaslı zorakılıq və şəxsiyyətin toxunulmazlığı hüququ kimi məsələlərə dair maarifləndirici materiallar hazırlasınlar və bu prinsiplərin mediada tətbiq olunmasına nəzarət etsinlər[23]. Bu sənəd həmçinin üzv dövlətlərdən tələb edir ki, özəl sektoru, informasiya-kommunikasiya texnologiyaları sektorunu və medianı, onların ifadə azadlığına və müstəqilliyinə hörmət etmək şərti ilə, siyasətin hazırlanmasında və həyata keçirilməsində iştirak etməyə, qadınlara qarşı zorakılığın qarşısını almağa yönələn rəhbər prinsiplər və özünütənzimləmə standartları müəyyən etməyə və onların ləyaqətinə hörmətin təmin edilməsini gücləndirməyə təşviq etsinlər[24].

Təkliflər

- Həm struktur və ya şirkətlər səviyyəsində, həm də media materiallarının məzmunu baxımından qadınların mətbuatda yeri barədə məlumatları sistematik olaraq toplamaqla mediada gender bərabərliyinə dair hüquqi bazanın yenilənməsinə şərait yaratmaq.

- Gender bərabərliyinə aid qanunvericiliklə bağlı hər hansı təklifin media sahəsinə təsirinin qiymətləndirilməsi və bu barədə media rəhbərlərinin xəbərdar edilməsi üçün həmin təklif barədə media nümayəndələri ilə mütəmadi məsləhətləşmək.

- Media şirkətlərini əmək haqları, vəzifədə irəli çəkilmə, əmək və şəxsi həyat arasında balansın gözlənilməsi, rəhbər vəzifələrə təyinat və media materiallarının məzmunu məsələlərində gender bərabərliyini təşviq edən siyasətlərini qəbul etməyə həvəsləndirmək.

---

[12] 2-ci maddənin "a" bəndi.
[13] 5-ci maddənin "a" bəndi.
[14] 10-cu maddənin "c" bəndi.
[15] http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf
[16] 12 saylı Protokolun 1-ci maddəsi.
[17] 14-cü maddə.
[18] http://conventions.coe.int/Treaty/EN/Treaties/Html/163.htm
[19] V hissə, maddə E.
[20] 20-ci maddə.
[21] 26-cı maddənin 1-ci bəndi.
[22] http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/convention-violence/convention/Convention%20210%20English.pdf
[23] 14-cü maddə.
[24] 17-ci maddə.

- Mediaya aid qanunvericilikdə "gender bərabərliyi" termininin anlayışını vermək və onu həmin qanunvericilikdə daha dəqiq müəyyən etmək və beləliklə gender bərabərliyi prinsipinin müxtəlifliyin qorunması prinsipindən daha dəqiq fərqləndirilməsini təmin etmək.

- Milli və Avropa səviyyəsində kişilərlə qadınların əmək haqlarının bərabərliyi məsələsi ilə bağlı aparılan araşdırmalara sistematik olaraq media sahəsini də daxil etmək.

- İctimai audiovizual sektorda media materiallarının hazırlanmasında və təchiz edilməsində qadınlarla kişilər arasında balansa riayət edilməsin təşviqinə və monitorinqinə imkan yaradan tədbirlər qəbul etmək. Yayım mediası sahəsində bu tədbirlər yayımçılara lisenziyaların belə bir şərtlə verilməsini özündə ehtiva edə bilər ki, onlar müəyyən bir həcmdə balanslaşdırılmış proqramlar, xüsusən xəbər proqramları və cari məsələlərə aid proqramlar hazırlamalı və ya sifariş etməlidirlər[25].

- Mətbuata subsidiyaların verilməsi üçün gender bərabərliyinə əsaslanan meyarları qanunvericilikdə müəyyən etmək.

- Gender bərabərliyinə hörmət edilməsinə və cinsiyyətçi stereotiplərlə mübarizə aparılmasına yönələn audiovizual materialların yaradılmasında, istehsalında və yayılmasında audiovizual sektora dəstək göstərilməsi məqsədi ilə qeyri-məcburi tədbirlər hazırlamaq[26].

Qabaqcıl təcrübələr

- 2007-ci ildə Malta Yayım İdarəsi tərəfindən qəbul edilmiş "Yayım mediasında gender bərabərliyinə və cinslərin imicinin təqdimatına dair rəhbər prinsiplər"[27] xəbər və reklam proqramları da daxil olmaqla bütün proqramlara şamil olunur. Həmin prinsiplər yayım mediasında kişilərlə və qadınların bərabər təmsilçiliyini önə çəkir. Həmçinin mediaya tövsiyə edilir ki, Malta cəmiyyətində qadınlarla kişilərin rollarına təsir göstərən dəyişiklikləri öz proqramlarında əks etdirsinlər.

- İspaniya qadınlar barəsində zorakılığa qarşı mübarizə tədbirlərində öncüllərdən idi. 28 dekabr 2004-cü ildə ölkədə gender əsaslı zorakılıqdan hərtərəfli müdafiə tədbirləri haqqında qanun qəbul olundu[28]. Bu qanun zorakılığın qarşısının alınmasına və onunla mübarizə aparılmasına çoxsahəli yanaşmanı nəzərdə tutur və xüsusən zorakılıq əleyhinə maarifləndirməni, reklam kampaniyalarını və zorakılıq hallarının mediada işıqlandırılmasını önə çəkir və belə məsələlərdə insan ləyaqətinə və bərabərlik prinsipinə hörmət edilməsini tələb edir.

- 4 avqust 2014-cü ildə qəbul edilmiş "Gender bərabərliyi haqqında" Fransa qanunu[29] Milli Audiovizual Şuranın (MAŞ) audiovizual kommunikasiya sahəsində qadınların hüquqlarına riayət edilməsi ilə bağlı rolunu müəyyən edir. Məsələn, MAŞ audiovizual kommunikasiya

---

[25] "Media plüralizmi və media məzmununun müxtəlifliyi" haqqında Nazirlər Komitəsinin Avropa Şurasına üzv olan dövlətlərə CM/Rec(2007)2 saylı tövsiyəsi https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM/Rec(2007)2&Language=lanEnglish&Ver=original&Site=CM&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864

[26] (Eyni mənbə) https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM/Rec(2007)2&Language=lanEnglish&Ver=original&Site=CM&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864

[27] www.ba-malta.org/file.aspx?f=630

[28] http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo1-2004.html

[29] http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000029330832&categorieLien=id

xidmətlərində kişilərlə qadınların ədalətli şəkildə təmsil olunmasını təmin etməli və bu xidmətlərin proqramlarında qadınların necə təqdim edilməsinə, konkret olaraq stereotiplərlə, qərəzli cinsiyyətçi baxışlarla, alçaldıcı imicin yaradılması ilə, qadınlara qarşı zorakılıqla və cütlüklərin münasibətlərində qadınların zorakılığa məruz qalması ilə bağlı məsələlərə xüsusi diqqət yetirməlidir. Həmçinin ictimai audiovizual xidmətlərə qərəzli cinsiyyətçi baxışlar və qadınlara qarşı zorakılıq mövzusunda proqramlar yayımlamaqla bu hallara qarşı mübarizə aparmaq vəzifəsi həvalə olunub.

- Fransa Mədəniyyət və Kommunikasiya Nazirliyi müqavilə əsaslı yanaşma qəbul edərək mediaya həvəsləndirici təklif irəli sürmək siyasətini yürütməyi öhdəsinə götürüb. Hökumətlə 2013-2015-ci illər üçün "məqsədləri və resursları" əhatə edən müqaviləsi çərçivəsində Fransa İctimai Televiziyası 2014-cü ildə özünün xəbərlər və cari məsələlərə dair debatlar proqramlarında ekspertlərin 30%-inin qadın olması tələbini yerinə yetirməyi və yayımlayacağı verilişlərdə qadın idman tədbirlərinin sayını əhəmiyyətli dərəcədə artırmağı öhdəsinə götürüb. Fransa İctimai Radiosu ilə 2010-2014-cü illər üçün analoji müqavilə bağlanıb, beləliklə, ictimai yayım xidməti istifadə edilə biləcək nümunə ortaya qoyub. Həmçinin 2010-cu ildə bir neçə milli media şirkəti, o cümlədən radiostansiyalar (RTL, Europe 1, RMC), televiziya şirkətləri (Canal +, M6) və qəzetlər ("Le Monde", "Le Figaro") tərəfindən özünütənzimləmə müqavilələri imzalanıb. MAŞ həmçinin media məhsullarına öz töhfələrini verə biləcək qadın ekspertlər qrupunu təklif etməklə proqramlarda iştirak edən qadınların sayının artırılmasında mediaya yardım göstərməyi öhdəsinə götürüb.

- 2010-cu ildə Belçikanın fransız icması audiovizual mediada bərabərlik və müxtəliflik naminə Fəaliyyət Planı qəbul etdi[30]. Üç il davam edən və iki fəaliyyət sahəsinə (göstəriciləri əks etdirən barometrin və Qabaqcıl təcrübə nümunələrinin dərc olunması) yönələn bu plan Belçika Milli Audiovizual Şurası (BMAŞ) tərəfindən koordinasiya olunurdu. Planı koordinasiya etmək və onun məqsədləri ilə bağlı müzakirələri və pozitiv fəaliyyətləri stimullaşdırmaq üçün rəhbər komitə təyin edildi. Barometrdə nümunə qismində seçilmiş müəyyən bir həftənin göstəriciləri əsasında fransızdilli icmada yayımlanan televiziya proqramlarında qadınların və kişilərin, eləcə də digər müxtəlif qrupların (etnik azlıqların, əlillərin, gənclərin, ahılların və s.) necə təqdim edildiyini özündə əks etdirən illik rəqəmlər təqdim edilirdi.

2. Mediada gender bərabərliyi siyasətinin həyata keçirilməsinin qiymətləndirilməsinin illik hesabatlara daxil edilməsini ictimai mediadan tələb etmək və media tənzimləyicilərinə bu səlahiyyəti vermək.

Mediaya dair normativ aktlara riayət edilməsinin təminatçısı olan tənzimləyicilər audiovizual sektora nəzarət edir, lisenziyalar verir, mübahisələri həll edir və qaydalar tətbiq edirlər, amma onlar həm də medianın diqqətini müəyyən məsələlərə cəld etməkdən ibarət mənəvi məsuliyyət daşıyırlar.

İctimai media öz proqramlarının məzmunu və xidmətləri vasitəsilə demokratik dəyərləri və müxtəlifliyi təşviq etməklə ictimai yayım xidmətləri göstərir. Buna görə də, gender bərabərliyinin nəzərə alınması onların ictimai yayım xidməti vəzifələrini yerinə yetirmələrinə birbaşa kömək edir[31].

Xüsusi olaraq gender bərabərliyi məsələləri ilə məşğul olan media tənzimləyicilərinin fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericiliyin əhatə dairəsi ya minimal səviyyədə olur, ya da olduqca ümumi xarakter daşıyır. Belə ki, əksər Avropa ölkələrində qəbul edilmiş müxtəliflik, plüralizm və ayrı-seçkiliyin

[30] http://www.csa.be/faqs/19

[31] Bu, özəl medianı öz peşə əsasnamələrinə, daxili qaydalarına, xidmətlərinə və materiallarına analoji şərtləri daxil etmək vəzifəsindən azad etmir.

yolverilməzliyi prinsipləri tənzimləyicilər tərəfindən gender bərabərliyinin təşviq edilməsinə yönələn müəyyən addımların atılması üçün əsas təşkil edə bilər.

Bununla belə, tənzimləyici orqanlarını fəaliyyətini tənzimləyən bəzi müddəalar xüsusi olaraq gender bərabərliyi məsələsinə aiddir. Onlar tənzimləyicilərin insan resursları siyasətinə aid olmaqla qadınların effektiv təmsilçiliyini tələb edən və yaxud proqramların məzmununa və qadınların imicinin təqdimatının yaxşılaşdırılmasına aid olan müddəalardır.

Təkliflər

- Tənzimləyici qurumların illik hesabatları ilə bağlı tələblərdə dəyişiklik edilməsini nəzərdə tutan qanunvericilikdə aşağıdakı məsələləri əks etdirmək: yeni tələblərin məqsədləri, (insan resursları, proqramların məzmunu, təşkilatdaxili siyasət ilə bağlı) qiymətləndirmələrin meyarları, bu qiymətləndirmələrin nəticələri və gəlinən qənaətlər.

- Qiymətləndirmənin nəticələrini açıqlamaq və müvafiq media işçiləri, media tənzimləyiciləri, onların rəhbərləri, hökumət və ictimaiyyət arasında yayılmasını təşviq etmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- 2012-ci ildən etibarən Belçika Milli Audiovizual Şurasının (BMAŞ) illik hesabatına müxtəliflik və bərabərlik haqqında bölmə daxil edilib, həmin bölmədə onun gender bərabərliyi sahəsindəki fəaliyyətləri təsvir edilir.

- 4 avqust 2014-cü ildə qəbul edilmiş "Gender bərabərliyi haqqında" qanunla Fransa Milli Audiovizual Şurasının (MAŞ) səlahiyyətləri genişləndirildi[32]. İndi ictimai audiovizual yayımçılardan tələb olunur ki, öz proqramlarında qadınların və kişilərin təmsilçiliyinin keyfiyyət və kəmiyyət göstəricilərinin siyahısını ildə bir dəfə MAŞ-a təqdim etsinlər.

- 2011-ci ildə Fransızdilli Media Tənzimləyiciləri Şəbəkəsi (REFRAM) tərəfindən qəbul edilmiş gender bərabərliyi haqqında bəyannamədə[33] qadınların mediaya çıxış imkanlarının təşviqi məsələsində REFRAM-ın üzvlərinin müştərək öhdəlikləri nəzərdə tutulur və konkret olaraq gender bərabərliyi siyasətinin "müntəzəm qaydada, kəmiyyətcə" qiymətləndirilməsi və bu sahədə vəziyyətin qiymətləndirilməsinə imkan verən məlumatlara çıxışın asanlaşdırılması tövsiyə edilir. REFRAM-ın üzvü olan tənzimləyicilərin gender bərabərliyi siyasətinin müqayisəli tədqiqindən sonra[34] REFRAM tənzimləyicilərin siyasətinə gender bərabərliyi aspektinin daxil edilməsi məsələsinə dair rəhbər vəsait dərc edib[35].

- 2012-ci ildə Avstriya ictimai yayım şirkəti ORF gender bərabərliyi sahəsindəki disbalansı düzəltmək məqsədi ilə bərabərliklə bağlı plan qəbul etdi. Qadınların karyerasını inkişaf etdirmək, ayrı-seçkiliyi aradan qaldırmaq, şəxsi və iş həyatının uzlaşdırılması üçün həll yollarını təklif etmək, əvvəllər az təmsil olunduqları təşkilatların sektorlarında qadınların 45%-lik təmsilçiliyinə nail olmaq və texniki sahələrdə onların iştirakını artırmaq məqsədi ilə altı il müddətinə özünütənzimləmə mexanizmi yaradıldı. Nailiyyətlərin qiymətləndirilməsinin vaxtı hər ilin sentyabr/oktyabr aylarına təyin edildi.

---

[32] http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=23499D06BAE8F8765E063E2886090B06.tpdjo11v_1?cidTexte=JORFTEXT000029330832&categorieLien=id
[33] http://www.refram.org/sites/default/files/REFRAM_20110919_declaration_egalite_hommes_femmes_finale.pdf
[34] http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Etude_egalite_hommes_femmes_REFRAM_2011.pdf
[35] http://www.refram.org/sites/default/files/REFRAMVademecum_egaliteHF.pdf

- 2007-ci ildə Britaniya Yayım Korporasiyası (BBC) öz strukturlarında, işçi heyətində, proqramlarında, peşə hazırlığı və əlçatanlıq siyasətində müxtəlifliyin təşviq edilməsinə yönələn on məqsəddən ibarət bərabərlik planı qəbul etdi. Konkret olaraq müxtəlifliyə aid olan, amma həm də gender bərabərliyi tədbirlərini özündə ehtiva edən hesabat 2011-ci ildən etibarən hər il ictimaiyyətə açıqlanır və işlərin gedişatı barədə mütəmadi yenilənən məlumatlar BBC-nin internet saytında yerləşdirilir[36].

- İspaniya hökuməti ilə İspaniya ictimai yayım şirkəti RTVE arasında 2009-cu ildə bağlanmış əməkdaşlıq müqaviləsi[37] bu yayım şirkətinə özünün bütün kanallarında gender bərabərliyini və qadınlara qarşı zorakılıq əleyhinə mübarizəni təşviq edən materialların yayılmasının həvalə edilməsini və bu işdə ona yardım göstərilməsini nəzərdə tutur. Müqavilə həmçinin RTVE-dəki bütün reklamların cins əlamətinə əsaslanan ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyi prinsipinə uyğun olmasını tələb edir. Nəhayət, müqavilə RTVE əməkdaşları üçün bərabərlik məsələləri üzrə təlim keçilməsini nəzərdə tutur.

Mediada gender bərabərliyi göstəricilərinin (indikatorlarının) qəbul və tətbiq edilməsi

3. Lazımi hallarda müvafiq maraqlı tərəflərlə beynəlxalq standartlara və Qabaqcıl təcrübələrə əsaslanan milli göstəricilərin hazırlanması və qəbul edilməsi imkanını müzakirə etmək; bununla bağlı ictimai dinləmələr və müzakirələr keçirmək.

Göstəricilərin tətbiq edilməsi müəyyən sektorlarda mövcud vəziyyətin konkret qiymətləndirilməsi üçün və kəmiyyət və keyfiyyət baxımından irəliləyişlərin qiymətləndirilməsi üçün əsas təşkil edir.

Göstəricilər media təşkilatlarının rəhbərlərinin iştirakı ilə media mütəxəssisləri tərəfindən hazırlanmalıdır və bu işdə gender bərabərliyi məsələləri ilə məşğul olan vətəndaş cəmiyyəti nümayəndələrinin təcrübəsindən yararlanmaq olar.

Mediada gender bərabərliyi sahəsində iki əsas məsələyə diqqət yetirilməlidir: mediada bərabərlik və media materiallarının məzmununda bərabərlik. Bu iki əsas məsələdən əlavə həmçinin təlim, reklam, tənzimləyici və özünütənzimləyən orqanlar, hökumət siyasəti və tədqiqatlar kimi digər yardımçı aspektlər də vardır ki, göstəricilər onlara da tətbiq edə bilər.

Göstəricilər əsasında alınan nəticələrin təhlili və müntəzəm monitorinqi həyata keçirilən gender bərabərliyi siyasətinin monitorinqini asanlaşdırır və zəruri hallarda məqsədlərin vəziyyətə uyğun olaraq tənzimlənməsinə imkan yaradır.

Qənaətlərin dərc edilməsi və yayılması maraqlı tərəflərin və geniş ictimaiyyətin məlumatlılığını artırır və mediada bərabərlik ənənəsinin gücləndirilməsinə kömək edir.

Təkliflər

[36] http://www.bbc.co.uk/diversity/strategy/equalityreport2012/equality.html
[37] http://www.rtve.es/noticias/20090707/rtve-tendra-programacion-especifica-favor-igualdad-entre-hombres-mujeres/283924.shtml

- Göstəricilərin qərəzsizliyini, müstəqilliyini, keyfiyyətliliyini və aktuallığını təmin etmək üçün onların hazırlanmasında maraqlı tərəflərin və həmçinin gender bərabərliyi üzrə ekspertlərin iştirakını təmin etmək.

- Gender bərabərliyinin aydın və kəmiyyətcə qiymətləndirilə bilən məqsədlərini müəyyənləşdirmək.

- Yoxlanıla, qiymətləndirilə və mütəmadi yenilənə bilən göstəriciləri qəbul etmək.

- Gender bərabərliyi və media ilə bağlı əsas konsepsiyaların anlayışları barəsində razılığa gəlmək.

- Göstəricilərdən asanlıqla istifadə edə bilmək üçün metodologiyanı qəbul etmək.

- YUNESKO və Avropa Gender Bərabərliyi İnstitutu (AGBİ) tərəfindən hazırlanmış göstəricilərdən istifadə etmək.

- Gəlinmiş qənaətləri media təşkilatları, onların personalı və geniş ictimaiyyət arasında yaymaq.

- Media təmsilçilərinin, hökumət nümayəndələrinin və gender bərabərliyinin təşviqində aktiv iştirak edən QHT-lərin iştirakı ilə göstəricilər mövzusunda məlumatlandırıcı kampaniyalar, məlumatlandırma günləri, ictimai debatlar və dəyirmi masalar təşkil etmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- YUNESKO-nun dəstəyi ilə bir neçə beynəlxalq media təşkilatının, jurnalistlərin və qadın təşkilatlarının nümayəndələrinin iştirakı ilə hazırlanmış "Media üçün gender aspektinin göstəriciləri" (GSIM)[38] iki kateqoriyaya bölünür: media təşkilatlarında gender bərabərliyinə şərait yaradılmasının göstəriciləri və media materiallarında cinslərin imicinin təqdimatına aid göstəricilər. Hər bir kateqoriyada beş başlıq vardır: istifadəçilər; problemli sahələr; strateji məqsəd; göstəricilər; və yoxlama vasitələri.

- Avropa Gender Bərabərliyi İnstitutu (AGBİ) media təşkilatlarında qərarların qəbulu prosesində gender bərabərliyinin təşviqi üçün üç göstərici hazırlamışdır[39]. İki göstərici mediada rəhbər vəzifələrdə qadınların say nisbətinə aiddir, onlardan biri rəhbərliyin dörd müxtəlif səviyyələrini əhatə edir, digəri isə medianın idarəetmə orqanlarında qadınların say nisbətinə aiddir. Üçüncü göstərici xüsusi olaraq media təşkilatlarında gender bərabərliyinin təşviq edilməsi üçün qəbul edilən siyasətin təhlilinə aiddir.

4. Qəbul edilmiş göstəricilər əsasında milli səviyyədə mediada gender bərabərliyinin vəziyyətinin mütəmadi monitorinqini və qiymətləndirilməsini həyata keçirmək.

Qəbul edilmiş göstəricilərin və tədbirlərin tətbiqinin mütəmadi qiymətləndirilməsi və göstəricilərin mütəmadi yoxlanılması lazımi hallarda dəyişikliklərin edilməsi üçün vacibdir. Toplanan məlumatların əksəriyyəti yalnız əldə edilmiş irəliləyişlərin müəyyənləşdirilməsi baxımından əhəmiyyətlidir. Buna

[38] http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002178/217831e.pdf
[39] Media təşkilatlarında qərarların qəbulu prosesində gender bərabərliyinin təşviqi: http://eige.europa.eu/content/document/advancing-gender-equality-in-decision-making-in-media-organisations-report

görə də təkmilləşdirmələrin zəruriliyinin qiymətləndirilməsi üçün ağlabatan müddətlər təyin etmək lazımdır.

Göstəricilərin tətbiqinin təşəbbüsçüləri tərəfindən verilən təkan mühüm əhəmiyyət daşısa da, qiymətləndirmədə əsas rolu media vasitələrinin özləri oynamalıdırlar. Bəzi media təşkilatları bərabərlik məsələləri üzrə bölmələr formalaşdırıblar və ya bu işi həyata keçirmək üçün istifadə edilən gender bərabərliyi üzrə məsul əməkdaşları təyin ediblər.

Təkliflər

- Qəbul edilmiş göstəricilərin dəqiq istifadəçilərini (media, dövlət institutları, hökumət orqanları, jurnalistlər, reklam sahəsində etika məsələləri üzrə məsul əməkdaşlar və s.) müəyyənləşdirmək və onları monitorinq və qiymətləndirmə prosesinə cəlb etmək.

- Əldə edilmiş nailiyyətləri müəyyənləşdirmək üçün mütəmadi qiymətləndirmələr aparmaq.

- Dövlət institutları və monitorinq edilən media təşkilatlarının rəhbərləri və işçiləri arasında məlumatlılığın artırılması məqsədi ilə müvafiq media təşkilatında göstəricilərin tətbiqinə və gəlinən qənaətlərə dair hesabatları hazırlamaq və ictimaiyyətə açıqlamaq.

5. Gender bərabərliyi göstəricilərini mütəmadi olaraq yeniləmək.

Media və bütün maraqlı tərəflər göstəricilərin yenilənməsi prosesində iştirak etməlidirlər. Göstəricilərin tətbiqinə dair illik hesabatların açıqlanması qarşıya çıxan hər hansı çətinlikləri müəyyənləşdirməyə və lazım olan hər hansı yeniləmə barədə qərar qəbul etməyə imkan verir. O həm də göstəricilərin istifadəçilərini müəyyənləşdirməyi və istifadə dairəsini genişləndirməyi asanlaşdırır və onların digər subyektləri də əhatə etməsinə imkan yaradır.

Təkliflər

- Media sahəsinə aid maraqlı tərəfləri cəlb etməklə göstəricilərin yenilənməsi ilə bağlı ictimai məsləhətləşmələr aparmaq.

- Razılaşdırılmış hər hansı yeniləmələrin təfsilatlarını ictimaiyyətə açıqlamaq.

Məlumatların təqdim edilməsi və Qabaqcıl təcrübələrin təşviq edilməsi

6. İctimaiyyəti gender bərabərliyi prinsiplərinə zidd hesab etdiyi media materialları ilə bağlı şikayət verilməsi prosedurları barədə konkret formada (məsələn, onlayn qaydada) məlumatlandırmağa mediani təşviq etmək.

Məzmunun monitorinqi və törədilmiş pozuntulara görə cavab vermə mexanizmlərinin yaradılması mediaya münasibətdə ictimai inamı formalaşdırmağa və gücləndirməyə və hesabatlılıq mədəniyyətini möhkəmləndirməyə imkan verir.

Burada medianın konvergensiyasını nəzərə almaq vacibdir, çünki bu, internetdə getdikcə daha çox fəaliyyət göstərən və son dərəcə müxtəlif auditoriyaya malik olan media mühitini əhatə etməyə imkan yaradır.

Gender bərabərliyinə zidd olan məzmunla bağlı şikayətlər üçün müxtəlif tənzimləyici (qanunla nəzərdə tutulan) və özünütənzimləyici tədbirlər (könüllü sistemlər) mövcuddur. Onlar oxucuların məktublarını öyrənən redaktorları, ombudsmanları, mətbuat şuralarını və standartlar üzrə şuraları və audiovizual tənzimləyiciləri əhatə edir. Bunların müstəqilliyi ictimaiyyətin və mütəxəssislərin inamını qazanmaq üçün vacibdir.

Davranış qaydalarının və rəhbər prinsiplərin qəbul edilməsi mümkün pozuntularla bağlı qərarların, rəylərin və sanksiyaların qəbul edilməsinin istiqamətləndirilməsi üçün önəmlidir. Bu baxımdan uzun müddətdən bəri qəbul edilmiş və ən geniş yayılmış sənədlərdən biri Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyasının qəbul etdiyi "Jurnalistlərin davranış prinsipləri haqqında bəyannamə"dir[40].

Bu sənədlərə daxil edilən müddəalar çox zaman konkret olaraq gender bərabərliyinə birbaşa aid olmur və adətən cins əlamətinə əsaslanan ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyini nəzərdə tutan ümumi prinsipə əsaslanır. Bununla belə, bəzi media təşkilatları qadınların və kişilərin təmsilçiliyi və ya terminologiyadan istifadə məsələlərini əhatə edən daha konkret normalar qəbul ediblər[41].

Gender bərabərliyinə zidd olan məzmunla bağlı verilən şikayətlərin sayı hələ də az olaraq qalır, eyni zamanda, media materiallarının məzmunu ilə bağlı şikayətlər vermək üçün mövcud qaydalar və mexanizmlər barədə ictimaiyyətin məlumatının olmaması şikayətlərin verilməsi mexanizmləri barədə ictimaiyyətin daha çox məlumatlandırılmasını və istifadə edilməli prosedurlar barədə daha çox izahat verilməsini tələb edir.

İctimaiyyət tərəfindən şikayətlərin verilməsi ilə bağlı hər hansı müzakirə zamanı bu fakt da nəzərə alınmalıdır ki, bəzi fərdlər şəxsiyyətlərinin müəyyənləşdiriləcəyindən ehtiyat etdikləri üçün şikayət verməkdən çəkinirlər, belə ki, adətən rəsmiyyətlər onların soyadlarını, adlarını və elektron poçt ünvanlarını göstərmələrini tələb edir.

Təkliflər

- İctimaiyyətin müvafiq prosedura yönəldilərək şikayət mexanizmlərindən istifadə etməsi üçün media təşkilatlarının və özünütənzimləyən və tənzimləyici orqanların internet saytlarında aydın linklər yerləşdirmək.

- Tənzimləyicilərin və ya özünütənzimləyən orqanların qərarları barədə məlumatlılığı və ictimaiyyətin bu orqanlara inamını artırmaq üçün onların qərarları barədə ictimaiyyətə real vaxt rejimində məlumatlar təqdim etmək.

- Tənzimləyici və özünütənzimləyən orqanların illik hesabatlarına ictimaiyyətin çıxış əldə etməsini asanlaşdırmaq.

- Gender bərabərliyinə aid qərarların daha asan müəyyən edilə bilməsi və onlarla daha çox istifadəçinin tanış ola bilməsi üçün qərarların tematik təsnifat sistemini tətbiq etmək və tənzimləyici və özünütənzimləyən orqanların internet saytlarına açar söz vasitəsilə axtarış mexanizmi daxil etmək.

[40] http://www.ifj.org/en/about-ifj/ifj-code-of-principles/
[41] http://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/IFJ_Guidelines_for_Reporting_on_Violence_Against_Women_EN.pdf

- Jurnalistlərin işinə aid olan davranış qaydalarının və rəhbər prinsiplərin ictimaiyyət üçün əlçatan olmasını təmin etmək.

- Tənzimləyici Orqanların Avropa Platforması (EPRA), Fransızdilli Media Tənzimləyiciləri Şəbəkəsi (REFRAM) və Avropa Müstəqil Mətbuat Şuraları Alyansı kimi platformalar barədə məlumatlılığı artırmaq. Bu təşkilatlar özləri müəyyən mövzularla əlaqədar təlimatlar və hesabatlar təqdim edirlər. Media təşkilatlarının internet saytlarında bu platformalara çıxış üçün link yerləşdirmək.

- Tənzimləyici və özünütənzimləyən orqanlar barədə məlumatların ictimaiyyətə açıqlanması üçün "açıq qapı günləri" keçirmək.

- Medianı bu orqanların qərarlarını işıqlandırmağa və dərc etməyə təşviq etmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- Fransa İctimai Televiziyasının internet saytı istifadəçiləri yayım qrupunun ombudsmanlarına yönəldir[42], onlar "*tamaşaçılarla televiziya kanalları arasında dialoqun qurulmasında əsas tərəfdaşlardır. Onlar istənilən rəyləri yayımçılara təqdim edə və debatlar aparılması üçün müstəqil və şəffaf təşəbbüslə çıxış edə bilərlər*".

- İrlandiyada RTE-nin internet saytı istifadəçiləri şikayət etmək istədikləri təqdirdə sərəncamlarında olan aşağıdakı müxtəlif variantlara yönəldir[43]: tənzimləyiciyə şikayətlərin təqdim edilməsi və cavab hüququndan istifadə edilməsi.

- İspaniyanın "*El Pais*" qəzetindəki "Oxucuların müdafiəsi" rubrikası ayrıca bloqa sahibdir[44] və qəzetin çap və onlayn versiyalarında rəyləri dərc edir, həmin bloqda qadınların qəzetdə qərəzli şəkildə işıqlandırılması ilə bağlı şikayətlərə mütəmadi cavablar təqdim edilir. Xüsusən şikayətlərdə qadınlara qarşı zorakılığın az işıqlandırılması, xəbər mənbələri qismində qadınların istifadə edilməməsi və çoxsaylı cinsiyyətçi stereotiplərdən istifadə edilməsi tənqid edilir. Bloq oxucuları qəzetin əməkdaşlarının davranış qaydalarına yönəldir.

7. Yeni media ekosisteminin müxtəlif fəaliyyət sahələrində gender bərabərliyinə şərait yaradılması üçün müxtəlif media qurumları arasında şəbəkələr və tərəfdaşlıqlar formalaşdırmaqla Qabaqcıl təcrübələri dəstəkləmək və təbliğ etmək.

Şəbəkələr yaratma müxtəlif media vasitələri arasında və həmçinin media işçiləri arasında Qabaqcıl təcrübələrin mübadiləsini gücləndirmək vasitəsi olaraq olduqca önəmlidir. O, gender bərabərliyinin müdafiəçiləri arasında əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsinə, medianın sosial məsuliyyəti və davranış qaydalarında bərabərliyin rolu barədə mütəmadi fikir mübadilələrinin aparılmasına, qadınların karyerasının inkişafına və bərabər imkanlara dəstək verilməsinə, peşə təcrübəsinin öyrədilməsi sistemlərinin yaradılmasına, mediada gender bərabərliyinin müdafiəsi kampaniyalarının təşkilinə, Qabaqcıl təcrübələrin mübadiləsinə və nəhayət, tədqiqatların aparılmasına kömək edir.

Təkliflər

[42] http://www.francetelevisions.fr/contact/mediateurs.php
[43] http://www.rte.ie/about/en/information-and-feedback/complaints
[44] http://blogs.elpais.com/defensor-del-lector/

- Jurnalist şəbəkələrinə və birliklərinə gənc jurnalistlərin daxil edilməsinə daha çox diqqət yetirmək.

- Bu şəbəkələr vasitəsilə fəaliyyətləri inkişaf etdirmək, məsələn, media materiallarının məzmununda gender bərabərliyinin təmin edilməsi üçün Avropa mükafatını təsis etmək, xəbərlərin məzmununda gender bərabərliyinin gücləndirilməsi və qadınların imicinin düzgün təqdim edilməsi məqsədi ilə media vasitələri tərəfindən Qabaqcıl təcrübələr toplusunun hazırlanması, mediada rəhbər vəzifələr tutan qadınların şəbəkəsini yaratmaq, mediada gender məsələləri üzrə Avropa düşüncə mərkəzini yaratmaq və bütün media vasitələri üçün gender siyasətinə dair birgə xartiya və ya tövsiyələr hazırlamaq.

- Media təşkilatlarının rəhbərlərini onların müəssisələrində real ənənə dəyişikliklərinin baş verməsinə yönələn və uzunmüddətli xarakter daşıyan tədbirlərin görülməsinə dəvət etmək.

- Şəbəkələr və onların fəaliyyətləri barədə məlumatlılığın artırılması üçün sosial mediadan istifadə etmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- Avropa audiovizual sektorunda sosial dialoq təşəbbüsləri çərçivəsində gender bərabərliyi üzrə tərəfdaşlıq əlaqələrinin qurulması və Avropa Jurnalistləri Federasiyasının (AJF), Beynəlxalq Aktyorlar Federasiyasının Avropa bölməsinin (Avro-FİA), Beynəlxalq Musiqiçilər Federasiyasının (BMF) nümayəndələrinin və Qlobal Media, Əyləncə və İncəsənət Birliyinin Avropa regionu üzrə bölməsinin (Avro-MEI) kino mütəxəssislərinin bu prosesə cəlb olunması Qabaqcıl təcrübələrin mübadiləsinə və həm qadınların, həm də kişilərin əmək fəaliyyəti və şəxsi həyatı arasında balansın gözlənilməsi baxımından müxtəlif peşələrin nümayəndələrinin qarşılaşdığı çətinliklər barədə real məlumatlar əldə etməyə imkan yaradır. Dörd federasiya Avropanın səkkiz ölkəsində qəbul edilmiş praktikanı və əmək fəaliyyəti və şəxsi həyat arasında balansın gözlənilməsi baxımından qarşıya çıxan çətinlikləri ətraflı araşdırıb və mediaya və peşə təşkilatlarına şamil olunan tövsiyələr qəbul edib və bu tövsiyələrə həm qadınların, həm də kişilərin əmək fəaliyyəti və şəxsi həyatı arasında balansın təkmilləşdirilməsi üçün silsilə praktiki tədbirlərin həyata keçirilməsi də daxildir[45].

- 2013-cü ildə Avropa Yayım Birliyi (AYB) qadın media mütəxəssisləri arasında fikir mübadiləsini və müzakirələri təşviq etmək məqsədi daşıyan şəbəkənin qurulmasını nəzərdə tutan "*Mediada qadın rəhbərlər*" (WEM)[46] layihəsinin icrasına başladı. İllik yığıncaq keçirildi və gənc qadın rəhbərlərin təlimatlandırılması üçün peşə təcrübəsinin öyrədilməsi sistemi quruldu.

- *"Prenons la Une"*[47] mediada cinsiyyətçi stereotiplərə qarşı çıxış edən Fransa qadın jurnalistlər şəbəkəsidir. Şəbəkə manifest və tövsiyələr qəbul edib və xəbər sektorunda qadınların say nisbəti ilə bağlı araşdırmalara aparır.

- Media sektorunda cinsiyətçiliyə cavab olaraq 1990-cı ildə yaradılmış Rusiya qadın jurnalistlər assosiasiyası[48] Rusiyanın media sektorunda müxtəlif təhlillər aparıb, media işçiləri və media təşkilatlarının rəhbərləri üçün MDB ölkələrini də əhatə etməklə təlim kursları keçib, gender

[45] http://www.ifj.org/nc/en/news-single-view/backpid/238/article/survey-and-recommendations-on-work-life-balance-in-the-live-performance-and-audiovisual-sectors-in-e/
[46] http://www3.ebu.ch/advocacy/initiatives/women-executives-in-media
[47] http://prenons-la-une.tumblr.com/
[48] www.gendermedia.ru

bərabərliyinə dair milli və beynəlxalq konfranslar keçirib, eləcə də Rusiya mediası ilə bağlı bir sıra araşdırmalar aparıb.

- Rumıniya qadın jurnalistlər assosiasiyası ARIADNA[49] qadın və kişilər üçün bərabər imkanların təşviqinə yönələn proqramlar təşkil edir, bərabərlik məsələləri barədə media işçilərinin məlumatlılığını artırır, gənc jurnalistlər üçün təlim kursları keçirir və mediada qadınların balanslaşdırılmış imicinin yaradılmasını təşviq edir.

- *"Sound Women"*[50] qadınların radioda çalışmasını və radioda çalışan qadınların təsir imkanlarına malik olmasını təşviq edən Britaniya şəbəkəsidir. Digər həmkarları ilə şəbəkələrdə birləşmə bu qrupun diqqət mərkəzində olan əsas məsələlərdən biridir, o həmçinin təlimlər keçirir, tədqiqatlar aparır və peşə təcrübəsinin öyrədilməsini həyata keçirir.

- 2011-ci ildə Belçikanın fransızdilli yayımçısı RTBF-nin rəhbərliyi "*Çerchez la femme*" adlı təşəbbüs həyata keçirərək jurnalistləri mümkün qədər kişilərdən daha çox qadınlardan müsahibə almağa çağırdı. İlk növbədə "praqmatik və nəzərə çarpan" addım olan bu tədbir xəbər yayımında qadınların nisbətini artırdı və televiziya və radio reportajlarının mənbələrinin üçdə birinin qadın olması ilə nəticələndi. Yunanıstanda 2004-cü ildə Gender Bərabərliyi üzrə Baş Katiblik Botsis İnstitutu tərəfindən araşdırmaçı jurnalistikada gender bərabərliyi məsələlərinin təşviqinə görə kişi və ya qadın jurnalistlərə verilən Eleni Alitsoğlu mükafatını təsis etdi və həmçinin Saloniki Beynəlxalq Film Festivalı ilə əməkdaşlıq şəraitində mediada gender bərabərliyinə dəstək verən film üçün mükafat təsis etdi.

Hesabatlılıq kanalları

8. Qeyri-hökumət təşkilatlarını, media assosiasiyalarını, fiziki şəxsləri və digər maraqlı tərəfləri onlarda narahatlıq doğuran məsələləri özünütənzimləmə orqanlarına və ya digər ixtisaslaşmış qurumlara (məsələn, mətbuat şuralarına, etika komissiyalarına, reklam şuralarına, ayrı-seçkiliyə qarşı mübarizə komissiyalarına) təqdim etməklə gender bərabərliyini ardıcıl olaraq müdafiə etməyə həvəsləndirmək.

Məzmunun monitorinqinə, ictimaiyyətə hesabat verilməsinə və səhvlərə görə cavab verilməsinə imkan verən müstəqil mexanizmin yaradılması ictimaiyyətin mediaya inamını gücləndirməyə imkan verir.

Jurnalistlərin davranış qaydalarının əksəriyyətində yalnız "Jurnalistlərin davranış prinsipləri haqqında BJF-in bəyannaməsi"ndə yer alan cins əlamətinə əsaslanan ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyi prinsipi qeyd edilir, cinsiyyətçi stereotiplərin nədən ibarət olduğu isə ətraflı göstərilmir. Avropa mətbuat şuralarının tədqiqi[51] göstərir ki, davranış qaydalarının əksəriyyəti insanın həyatının hansı sahələrinin ayrı-seçkilikdən müdafiə edilməli olduğunu göstərir, amma onlardan yalnız 15-i xüsusi olaraq cins əlamətinə görə ayrı-seçkiliyi qadağan edir.

Reklam sahəsində Beynəlxalq Ticarət Palatası (BTP) tərəfindən qəbul edilmiş reklam praktikasına dair beynəlxalq sənəddə dörd prinsip vurğulanır[52]: qanunilik, dürüstlük, mənəviyyatlılıq və sosial məsuliyyət. Həmin davranış qaydalarında təsbit edilmiş cins əlamətinə əsaslanan ayrı-seçkiliyin

---

[49] http://www.anasaf.ro/ro/ONG/A-E/ariadna.html
[50] http://www.soundwomen.co.uk/
[51] *Avropada peşə davranışı qaydaları, mətbuat şuraları və ayrı-seçkilik,* Uilyam Qor, 2009-cu il
[52] http://www.codescentre.com/media/2083/660%20consolidated%20icc%20code_2011_final%20with%20covers.pdf

yolverilməzliyi konsepsiyası[53] Avropa ölkələrindəki bütün davranış qaydalarına daxil edilib, onların bəziləri konkret olaraq mənəviyyatsız və ya kobud sayıla bilən (İtaliya), mövzuya aidiyyəti olmayan çılpaq təsvirləri əks etdirən (Rumıniya), qadınları alçaldan (Avstriya) və ya onları obyektlər kimi təqdim edən (Fransa) reklam materiallarını qadağan edir[54].

Oxucuların məktublarını öyrənən redaktorlar, ombudsmanlar, mətbuat şuraları və ya standartlar üzrə şuralar, reklam şuraları, etika komitələri və etika şuraları şikayətləri cavablandıra və onlarla bağlı tədbirlər görə bilmək üçün müstəqilliyə malikdirlər.

Lakin ictimaiyyət onlarla o qədər də tanış deyil və onlara şikayət etməyə meyl göstərmir. Bundan əlavə, bu qurumlara şikayət verilməsi onların özləri tərəfindən qəbul edilən qaydalardan asılıdır və onların bəziləri şikayətləri yalnız materialların məzmunu nəticəsində faktiki zərər çəkmiş şəxslərdən qəbul edirlər ki, bu da assosiasiyaların birgə tədbirlər görmək imkanlarını məhdudlaşdırır.

İxtisaslaşmış qurumların üstünlükləri ondan ibarətdir ki, onlar şikayətlərlə bağlı ödənişsiz fəaliyyət göstərir, şikayətlərə operativ reaksiya verir və media vasitələri və ya reklamçılar tərəfindən yol verilmiş səhvlərin məsuliyyət daşıyan şəxslər tərəfindən etiraf edilməsini təmin edərək şikayətçilərdə məmnunluq yaradır. Onlar həmçinin redaktorların müstəqilliyinin qorunmasını və dövlət müdaxiləsinin minimuma endirməsini təmin edirlər.

Təkliflər

- Bu orqanlar və onların qərarları barədə məlumatlılığı artırmaq, həyata keçirilən bütün prosedurların şəffaf və əlçatan olmasını təmin etmək.

- Vətəndaş cəmiyyəti nümayəndəsi olan ekspertlərin cəlb olunduğu və qərarların qəbul edilməsində media təmsilçiləri və media təşkilatlarının rəhbərləri ilə eyni hüquqlara malik olduğu üçtərəfli mətbuat şuraları yaratmaq.

- İxtisaslaşmış qurumlarda şikayətlərin verilməsi imkanı ilə bağlı müzakirələrə başlamaq və kollektiv maraqları, məsələn, gender bərabərliyini müdafiə edən təşkilatlara da şikayətlərin verilməsi imkanını nəzərdən keçirmək.

- Gender bərabərliyi məsələlərini media işçiləri üçün rəhbər prinsiplər kimi müəyyənləşdirən davranış qaydalarını qəbul etmək. Davranış qaydalarını tərtib edərkən yerlərdə konkret situasiyaların daha yaxşı nəzərə alınması üçün gender bərabərliyinin təşviqi sahəsində ixtisaslaşmış QHT-lərə və assosiasiyalara məsləhət üçün müraciət etmək.

- Şikayətçilərin şikayətlərini özünütənzimləyən orqanların internet saytlarına yönəltmək üçün gender bərabərliyi məsələləri ilə məşğul olan QHT-lərin və digər təşkilatların internet saytlarında müvafiq linkləri və ya loqotipləri, habelə peşə davranışı qaydalarını və müvafiq şikayət formalarını yerləşdirmək.

- Gender bərabərliyinin ən əlverişli şəkildə nəzərə alındığı reklam və media materialları üçün mükafat təşkil etmək və münsiflər heyətinin özünütənzimləyən orqanların nümayəndələrindən, media işçilərindən, ictimaiyyət nümayəndələrindən və gender bərabərliyini təşviq edən təşkilatlarının üzvlərindən ibarət olmasını təmin etmək.

[53] 4-cü maddə
[54] *Avropada cinslərin imicinin təqdimatı, reklam sahəsində özünütənzimləməyə dair hesabat,* Avropa Reklam Standartları Alyansı, 2008-ci il

- Cəmiyyətdəki tendensiyaları nəzərə almaqla davranış qaydalarını yenidən nəzərdən keçirmək və sadəcə cins əlamətinə əsaslanan ayrı-seçkiliyin qadağan edilməsi ilə kifayətlənməyərək həmin qaydalara cinsiyyətçi stereotiplərlə bağlı ətraflı müddəalar daxil etmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- 1990-cı ildə təsis edilmiş Avropa Müstəqil Mətbuat Şuraları Alyansı[55] aşağıdakı dəyərləri müdafiə edir: mətbuatda redaksiya materiallarının məzmununun tənzimlənməsi müstəqil olmalı; media materiallarının məzmununun istər milli, istərsə də regional səviyyədə tənzimlənməsi müxtəlif mədəniyyətlərin təmsil olunmasına imkan yaratmalı; jurnalistlərin etik davranış qaydaları ictimai rəylər nəzərə alınmaqla jurnalistlər və media vasitələrinin sahibləri tərəfindən yazılmalı və icra edilməli; universal etik davranış qaydaları mövcud olmamalı; istər Avropa səviyyəsində, istərsə də qlobal səviyyədə fövqəlmilli etik davranış qaydalarının və tənzimləyici təşkilatların mövcudluğu qəbul edilməməlidir. Alyans ildə bir dəfə üzvlərinin yığıncağını keçirir.

- Avropa Reklam Standartları Alyansı[56] öz üzvlərini reklam sahəsində özünütənzimləmə məsələləri üzrə ən qabaqcıl təcrübələrin tətbiqinə təşviq edən bir sıra rəhbər prinsiplər dərc etdirmişdir. Onların sırasına qərarların ictimaiyyətə açıqlanması və şəffaflığı və şikayətçilərin anonimliyinin təmin edilməsi barədə tövsiyələr daxildir.

- Dünyada ən qocaman qurumlardan olan İsveç Mətbuat Şurası[57] media sektorunun səkkiz nümayəndəsindən və vətəndaş cəmiyyətinin altı təmsilçisindən ibarətdir. Sədr vəzifəsini bu iki kateqoriyadan birinin nümayəndəsi tutur, digərinin nümayəndəsi isə sədr müavini olur. Şura bərabər sayda qadınlardan və kişilərdən ibarətdir və öz işi barədə məlumatları məktəblər, universitetlər və media vasitələri üçün mütəmadi olaraq açıqlayır. Media vasitələri şuranın qərarlarını və onun barəsində xəbərləri mütəmadi olaraq dərc edir və bununla ictimaiyyətin onlarla tanış olmasını təmin edir.

- Yunanıstanda Gender Bərabərliyi üzrə Baş Katiblik media mühitində cinsiyyətçi davranışları məhdudlaşdıran meyarların tətbiqi və gender bərabərliyini təşviq edən proqramların və reklamların hazırlanması təşəbbüsləri vasitəsilə peşə davranışı qaydalarının təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə proqramların və reklamların monitorinqinə görə məsuliyyət daşıyan qurumlarla, yəni Yunanıstan Milli Radio və Televiziya Şurası ilə və Kommunikasiyalara Nəzarət Şurası ilə əməkdaşlıq edir.

9. Medianın mövcud hesabatlılıq mexanizmlərinin yenilənməsini və mediada gender bərabərliyi pozulduğu hallarda onların səmərəli istifadəsini təşviq etmək.

Cəmiyyətdəki dəyişikliklərin və onun davranış normalarının və dəyərlərinin nəzərə alınması hesabatlılıq mexanizmlərinin yenilənməsinin mühüm tərkib hissəsini təşkil edir. Hər bir ölkə özünün mədəni ənənələri və özəl xüsusiyyətləri çərçivəsində fəaliyyət göstərir.

Medianın gender bərabərliyinə riayət edilməməsi barədə şikayətin mahiyyəti üzrə qərar çıxarmaq üçün müvafiq qanunvericiliyin müddəalarını və peə davranışı qaydalarının məzmununu nəzərdən

[55] http://www.aipce.net/
[56] http://www.easa-alliance.org/Publications/Best-Practice-Guidance/page.aspx/356
[57] http://www.po.se/english

keçirmək zəruridir. Gender bərabərliyinə dair heç bir konkret müddəa yoxudrsa, bu hal çəkindirici rol oynamamalı, gender bərabərliyinə riayət edilməməsinin çərçivələrini və belə hallarda media vasitələrinin məsuliyyətə cəlb edilməsinin ən yaxşı üsullarını müəyyənləşdirmək üçün redaksiyalarda və özünütənzimləyən qurumlarda real müzakirələrə başlanılmalıdır.

Təkliflər

- Mediada gender bərabərliyinə riayət edilmədiyi təqdirdə media sahəsində özünütənzimləyən orqanları bununla bağlı reaksiyalarını uzlaşdırmaq üçün müzakirələr aparmağa sövq etmək.

- Hesabatlılıq mexanizmlərində gender bərabərliyinin daha çox nəzərə alınması və onların ictimaiyyət üçün daha da əlçatan olması üçün media nümayəndələri, özünütənzimləyən orqanlar və gender bərabərliyinin müdafiəsi təşkilatları arasında hesabatlılıq mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi barədə müzakirələr aparmaq.

10. Medianın hesabatlılığı və vətəndaş məsuliyyəti üçün yeni mexanizmlərin, məsələn, ictimai müzakirələr üçün forumların və açıq onlayn və offlayn platformaların yaradılmasını təşviq etmək və bununla vətəndaşlar arasında birbaşa fikir mübadilələrinə imkan yaratmaq.

Media və ictimaiyyət arasında zəruri olan şəffaflıq və dialoq tərəflərin hər birinə digərinin çətinliklərini və təcrübələrini daha yaxşı başa düşməyə imkan verir. Bütün fərdlərin öz fikirlərini sərbəst şəkildə ifadə edə biləcəyi müzakirə forumlarının yaradılması həqiqi dialoqun təşkilinə kömək edəcəkdir. Yeni texnologiyalar qadınların kimliklərini açıqlamalarına ehtiyac olmadan rəylərini daha sərbəst ifadə etmələrinə və rəylərinin milli sərhədlər xaricində eşidilməsinə imkan yarada bilər.

İnternetdə qadınlara qarşı nifrət nitqi və cinsiyyətçi qeydlər barədə məlumatlar həddən artıq çox olsa da belə halların böyük bir qismi cəzasız qalır. Qadınlara qarşı onlayn təqiblərə, təhdidlərə və müəyyən zorakılıq növlərinə göz yumulması hallarına xüsusi diqqət yetirilməlidir, xüsusən ona görə ki, hazırda mövcud tənzimləyici mexanizmlərin sayı çox azdır. Qadın jurnalistlərin özləri bu tip pozuntuların qurbanı olurlar.[58]

Media və ictimaiyyət gender bərabərliyi məsələləri ilə bağlı sərbəst müzakirələrdə iştirak etməlidirlər. Məlumatların həqiqiliyi baxımından risklərin ola biləcəyinə baxmayaraq, fikirləri anonim şəkildə ifadə etmək imkanı öz həqiqi adlarını açıqlamadan fikirlərini bildirmək istəyən şəxslərin də (istər kişi olsun, istərsə də qadın) müzakirələrə qatılmasına kömək edə bilər. Onlayn və offlayn platformaların yaradılması bu cür birbaşa fikir mübadilələrinə şərait yarada bilər.

Təkliflər

- Qadın ekspertlər üçün faydalı resurslardan (rəyləri ifadə etməyə, media ilə təmasda olmağa, Qabaqcıl təcrübələri paylaşmağa və ekspertlərə aid məlumatlarla tanış olmağa imkan yaradan vasitələrdən) ibarət müştərək iş məkanı yaratmaq.

- Müzakirələrə şərait yaradılmasını, şəbəkənin daha çox əlaqələrinin olmasını və beləliklə uzunmüddətli mövcudluğunu təmin etmək üçün onlayn platformanın işinə görə məsul olan administratoru təyin etmək.

[58] *Sexisme sur le terrain, des journalistes sportives parlent*, Victoria Koussa, Le Journal des Femmes http://www.journaldesfemmes.com/societe/magazine/sexisme-journalistes-sport-0814.shtml

- Xəbərlərdə və gündəlik həyatda cinsiyyətçi məzmuna və nitqə yol verilməsi halları barədə məlumat vermək üçün onlayn platforma hazırlamaq.

- Gender bərabərliyi və media məsələləri ilə bağlı müzakirələr üçün ictimaiyyət və media nümayəndələri arasında görüşlər təşkil etmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- "Gündəlik cinsiyyətçilik layihəsi" *(The Everyday Sexism Project)*[59] gündəlik həyatda qadınların qarşılaşdığı cinsiyyətçilik hallarını qeydə alır. Belə hallar ciddi və ya az əhəmiyyətli, yaxud həddən artıq təhqiramiz ola, yaxud da gündəlik həyatda o dərəcədə əhəmiyyətsiz və normal hal kimi qəbul edilə bilər ki, hətta qadınlar onlara etiraz etməyin mənasız olduğunu düşünə bilərlər (#everydaysexism).

- Türkiyə saytı *Bianet*[60] mediada insan hüquqlarını, ifadə azadlığını və qadın və uşaqların hüquqlarını pozan materialları qeydə alır. O, xüsusən qadınlara qarşı zorakılıq hallarının monitorinqi aparır.

- *"Les nouvelles news"*[61] cinslərin bərabərliyinə hörmət edən fransız onlayn jurnalıdır. O, xəbər materiallarında qadınları kişilərlə eyni dərəcədə işıqlandırmağa və cinsiyyətçi stereotipləri aradan qaldırmağa çalışır.

- *"The Vagenda"*[62] jurnalı hər ay qadın jurnallarının üz qabığında və məzmununda cinsiyyətçilik təzahürlərini toplayan və qınayan onlayn platformadır.

- Jurnalistika və informasiya sahəsində beynəlxalq konqres (*Assens internationales du journalisme et de l'information*)[63] yüksək səviyyəli məlumatların hazırlanmasına çalışmaq və hazırlanmasının şərtlərini müəyyənləşdirmək məqsədi ilə Fransada təsis edilib. Konqresin tədbirləri jurnalistlər, naşirlər, tələbələr və müəllimlər, tədqiqatçılar və həm də ilk növbədə ictimaiyyət üçün açıqdır. 2014-cü ildə müzakirə edilmiş mövzulardan biri gender bərabərliyi olub.

- 2011-ci ildə gündəlik İsveç qəzeti *"Dagens Nyheter"*[64] (DN) öz internet saytında müxtəlifliyin monitorinqini apardı və oxucularla əlaqə saxlamaq və onların monitorinqə qoşulmasına imkan yaratmaq üçün bloq yaratdı.

- *"Women's Views on News"*[65] ("Qadınların xəbərlərə dair rəyləri") Britaniya qadınlarının xəbər saytıdır və mediada gender bərabərliyi ilə bağlı siyasi məsələləri, rəyləri və xəbərləri işıqlandırır.

- *"No Hate Speech Movement"*[66] ("Nifrət nitqinə yox!" hərəkatı) Avropa Şurasının himayəsi altında keçirilən və internetdə nifrət nitqinin, irqçiliyin və ayrı-seçkiliyin ifşa olunmasına yönələn gənclər kampaniyasıdır. İstifadə olunan iş metodları maarifləndirmə və təşviqatdan ibarətdir.

---

[59] http://everydaysexism.com/
[60] http://www.bianet.org
[61] http://www.lesnouvellesnews.fr/
[62] http://vagendamagazine.com/
[63] http://www.journalisme.com/les-assises-in-english
[64] http://www.dn.se/
[65] http://womensviewsonnews.org
[66] http://www.nohatespeechmovement.org/campaign

- *"Everything is Possible"*[67] ("Hər şey mümkündür") cinsiyyətçi stereotiplərə qarşı açıq şəkildə çıxış edən İsveç təşkilatıdır. Onun fəaliyyətlərinə ayrı-seçkilik xarakterli reklamların pislənməsi, mediada cinsiyyətçi stereotiplər barədə xəbərdarlıq edilməsi və məktəblərdə və iş yerlərində təlimlərin keçilməsi daxildir.

- *"Nordic Gender and Media Forum"*[68] (Skandinaviya Gender və Media Forumu) mediada gender bərabərliyinə dair onlayn platforma yaradıb. O həm də Skandinaviya ölkələrində mediada gender bərabərliyinin təşviqi edilməsi və bu sahədə vəziyyətin təhlili üçün statistik məlumatları və Qabaqcıl təcrübələrə dair informasiyaları toplayır.

- Pekin Fəaliyyət Platformasının məqsədləri əsasında 2013-cü ildə YUNESKO tərəfindən yaradılmış *Media və Gender Məsələləri üzrə Qlobal Alyans*[69] çoxlu sayda media təşkilatlarını, vətəndaş cəmiyyəti nümayəndələrini, tədqiqatçıları və hökumətləri bir araya gətirir. O, üzvlərinə gender bərabərliyi və media məsələləri ilə bağlı onlayn müzakirələr aparmaq imkanı verir və həmçinin müxtəlif iştirakçıların potensiallarının birləşdirilməsinə şərait yaradır. Alyans fəaliyyət planı qəbul edib və yalnız son zamanlarda təşkil edildiyinə baxmayaraq, beynəlxalq qurumların dəstəyi ilə media və gender bərabərliyi sektorundan olan bütün iştirakçıları birləşdirməklə əhəmiyyətli dəyişikliklərə nail olmaq potensialına malikdir.

Araşdırma və ictimaiyyətə açıqlama

11. Gender bərabərliyi məsələləri və media mövzusunda, xüsusən mediaya çıxış əldə etmə, media fəaliyyətlərində təmsilçilik və iştirak (kəmiyyət və keyfiyyət aspektləri) və mediada iş şəraiti sahəsində aktiv araşdırmaları; təkcə qadınlara aid məsələləri deyil, həm də cinslər arasındakı münasibətləri önə çəkən araşdırmaları təşviq etmək; belə layihələrin nəticələrini mütəmadi olaraq ictimaiyyətə açıqlamaq.

Gender bərabərliyi elə bir geniş tədqiqat sahəsidir ki, burada həm bizim cəmiyyətlərdəki dəyişikliklər, həm də hər bir ölkənin konteksti və özəl xüsusiyyətləri nəzərə alınmalıdır.

Artıq bəzi tədqiqatlar mediada qadınlar və kişilər arasında bərabərsizliyin təhlilinə və kəmiyyətcə qiymətləndirilməsinə və qarşıya çıxan problemlərin aradan qaldırılması üçün praktiki vasitələrin hazırlanmasına kömək edib.

Bu tədqiqatların nəticələrinin praktiki siyasət və tədbirlərə tətbiq edilməsinin yollarını nəzərdən keçirmək lazımdır ki, görülmüş işlər mediada gender bərabərliyi məsələsinin mümkün qədər geniş təşviq edilməsinə kömək etsin.

Təkliflər

- Media vasitələrinin rəhbərliyində qadınların olmasının informasiyaların məzmununa və xüsusən stereotiplərə təsirini qiymətləndirmək.

[67] http://www.alltarmojligt.se
[68] http://www.nordicgenderandmediaforum.se/
[69] http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/crosscutting-priorities/gender-and-media/global-forum-on-media-and-gender/join-the-global-debate/

- Avropa ölkələrində Pekin Fəaliyyət Platformasının həyata keçirilməsində əldə olunan irəliləyişləri qiymətləndirmək.

- Medianın təmərküzləşməsinin media vasitələrində qadınların roluna, media vasitələrinin strukturlarına və gündəlik fəaliyyətlərinə, habelə informasiyaların məzmununa təsirini təhlil etmək.

- Xəbər proqramlarında gender məsələləri və qadınlar barəsində aparılan araşdırmaların sayı ilə digər media sahələri, xüsusən marketinq, ictimai əlaqələr, filmlər və teleseriallar kimi sahələr arasında balans yaratmaq.

- Gender bərabərliyinin araşdırılmasının əhatə dairəsini genişləndirərək bunu onlayn mediaya və sosial mediaya da şamil etmək.

- Tədqiqatların dairəsinə kommersiya mediasını da daxil etmək. Bu media ictimai yayım xidməti funksiyasını daşımasa da, materiallarının məzmununa gender bərabərliyi nöqteyi-nəzərindən yanaşmaqla kommersiya baxımından və ya etik baxımdan fayda əldə edə bilər.

- Qadın jurnalistlərin iş şəraitini təhlil etmək. Məsələn, konkret olaraq əmək haqqı şərtlərinin bərabərliyindən mediada bəhs edilmir. Bu sahəyə aid məlumatlar yalnız özəl qurumlar tərəfindən maliyyələşdirilən təşəbbüslər əsasında əldə edilir. Gözəgörünməz maneələr, əmək həyatı ilə şəxsi həyat arasında balans və iş yerində təqib kimi məsələlər tədqiqatların mümkün obyekti ola bilər. Tədqiqatlara peşə təşkilatları cəlb olunmalıdır.

- Müxtəlif sahələrin tədqiqat təcrübəsinin müqayisə edilməsi, elmi yeniliklərin tətbiqinin təmin edilməsi və yeni tədqiqat sahələrinin yaradılması üçün gender bərabərliyi məsələləri üzrə sahələrarası tematik şəbəkələr yaratmaq[70].

- Tədqiqat işinə şərait yaratmaq üçün jurnalistika fakültələri, universitetlər və media şirkətləri arasında daha çox əməkdaşlığı təşviq etmək.

- Yaş və coğrafi məkan amili nəzərə alınmaqla qadınların mediaya, o cümlədən onlayn və icma mediasına çıxış imkanlarının səviyyəsini öyrənmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- Qlobal Media Monitorinqi Layihəsi (QMML)[71] hər beş ildən bir xəbər mediasında qadınların vəziyyətini təhlil edir. Tədqiqatçılar, tələbələr, jurnalistlər və müəllimlərdən ibarət araşdırma qrupları milli səviyyədə spontan qaydada təşkil edilir. Bu qlobal vasitə gender məsələlərinin tədqiqi baxımından unikaldır, belə ki, onun qənaətləri bütün ölkələr üçün eyni olan təhlillər əsasında əldə edilir ki, bu da ümumdünya miqyasında müqayisə və təhlillər aparmağa imkan verir.

- YUNESKO 2013-cü ildə yaradılmış *Media və Gender Məsələləri üzrə Qlobal Alyans* çərçivəsində bu sahəyə aid olan və qadın tədqiqatçılar tərəfindən hazırlanmış bir sıra tövsiyələrə əsaslanan tədqiqat proqramına başlayıb[72].

---

[70] *Egalité entre les femmes et les hommes - Orientations stratégiques pour les recherches sur le genre*, Fransa Ali Təhsil və Tədqiqatlar Nazirliyi, noyabr 2012-ci il.
[71] http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/global/gmmp_global_report_en.pdf
[72] http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/publications/media_and_gender_scholarly_agenda_for_gamag.pdf

- Avropa Gender Bərabərliyi İnstitutunun (AGBİ) gender bərabərliyi haqqında nəşrlərin, o cümlədən mediada materiallarının sadalandığı onlayn sənədlər mərkəzini yaradıb[73]. Bu mərkəzin sənədləri artıq bu sahədə görülmüş olan işlərin məcmusunu özündə əks etdirir.

- "*Avropada Qadınlar və Media*" (*Women and Media in Europe*) İtaliyada Paduya Universiteti tərəfindən yaradılan, tədqiqatçılar, təlimçilər və media işçiləri tərəfindən Pekin Fəaliyyət Platformasının və onun media ilə bağlı məqsədlərinin həyata keçirilməsi barədə məlumatların mübadiləsinin aparılması üçün əməkdaşlıq məkanını təmin edən onlayn platformadır. Bu layihə 2013-ci ildə AGBİ tərəfindən media təşkilatlarında qərarların qəbulu prosesində gender bərabərliyi ilə bağlı aparılmış tədqiqatın nəticələrinə əsaslanır.

- 2013-cü ildə Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası ilə Avropa Jurnalistlər Federasiyası Avropa jurnalist birliklərindəki qadınlar haqqında araşdırmanın nəticələrinə dair hesabatı[74] açıqladılar. Nəticələr bir çox müvafiq təşkilatlarda qadın üzvlərin sayının artdığını və həmçinin rəhbər vəzifələrdə qadınların sayının azacıq artdığını göstərdi. Lakin hesabat bu təşkilatlarda gənclərin say nisbətinin aşağı olduğunu və onların idarəetmə orqanlarında gənclərin çox az təmsil olunduğunu göstərir.

- Beynəlxalq Aktyorlar Federasiyasının Avropa qrupu Avropada ifaçılıq sənəti sahəsində yaş amilinin və qadınların iştirakının təsirlərinə dair hesabat açıqladı.[75] 21 Avropa ölkəsində aparılmış tədqiqat kişilərlə qadınların yaşının onların karyerasının müddətinə qeyri-bərabər təsirini, əmək haqlarının miqdarında qeyri-bərabərliyi və həmçinin ifaçılıq sənəti sahəsində çalışmaq istəyənlərin etnik mənşəyinin bu sahədə iş tapmalarına mənfi təsirini üzə çıxardı.

12. Plüralist demokratiya şəraitində xüsusi maraq doğuran müəyyən məsələlərin, məsələn, siyasətə dair reportajların, seçki kampaniyalarının mediada işıqlandırılmasının gender bərabərliyi nöqteyi-nəzərindən araşdırılmasını və nəticələrin ictimaiyyətə açıqlanmasını təşviq etmək; siyasətin və qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə müzakirələr təşkil etmək.

Qadın və kişi siyasətçilərin xüsusən seçki dövründə media tərəfindən işıqlandırılması ictimaiyyətdə seçkidəki namizədlər barədə təsəvvür yaranmasına və beləliklə həm də insanların kimə səs verməsinə təsir göstərir. Adətən kişi namizədlərin sayca böyük üstünlüyə malik olduqları seçki kampaniyaları medianın gündəminin böyük bir hissəsini tutur və namizədlərin təhlil edilməsi və ictimaiyyətə təqdim edilməsi baxımından medianın imkanları böyükdür.

Jurnalistlər namizədlərin cinsi mənsubiyyətindən asılı olmayaraq onlar barəsində və onların seçki platformaları haqqında məlumatları ictimaiyyətə mümkün qədər geniş şəkildə açıqlamaq və eyni zamanda onları bərabər qaydada və qərəzsiz şəkildə işıqlandırmaq vəzifəsini daşıyırlar.

Ümumiyyətlə, siyasətin mediada işıqlandırılması etika və peşə davranışı qaydalarına hörmət edən və hər hansı mümkün təzyiqlərə baxmayaraq müstəqil olan məsuliyyətli jurnalistlər tərəfindən həyata keçirilməlidir.

---

[73] *Avropa Gender Bərabərliyi İnstitutunun (AGBİ) Resurs və Sənədlər Mərkəzi,* http://eige.europa.eu/content/rdc
[74] *Avropa jurnalist birliklərindəki qadınlar haqqında araşdırmanın nəticələrinə dair hesabat* (2012) http://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/IFJEFJ_Survey_Report_on_Women_in_Unions_in_Europe.pdf
[75] *Avropada yaş, gender və məşğulluq məsələləri* (2008) http://www.fia-actors.com/uploads/ENGLISH.pdf

Siyasətin və seçki kampaniyalarının mediada işıqlandırılmasına dair tədqiqatlar mediada kişi və qadın siyasətçilərin xüsusən kəmiyyət və keyfiyyətcə necə işıqlandırıldığını ətraflı şəkildə göstərəcəkdir. Alınan nəticələr ictimaiyyətə aşıqlanmalıdır ki, redaktorlar, media təşkilatlarının rəhbərləri və təlimçilər, habelə özünütənzimləyən orqanların üzvləri bu sahədə zəruri olan dəyişikliklər barədə və mediada qadınlarla kişilərin işıqlandırılmasında keyfiyyətin və ədalətliliyinin artırılması məqsədi ilə istifadə edilməli olan xüsusi vasitələr haqqında məlumatlı olsunlar.

Təkliflər

- Hazırlanmış materialları namizədlərin və müxbirlərin cinsi mənsubiyyəti əsasında kəmiyyətcə qiymətləndirmək.
- Hər bir namizədə və hər bir kişi və qadın siyasətçiyə aid məqalələrin, fotoşəkillərin və başlıqların məzmununu təhlil etmək.
- Məqalələrin məzmununu siyasətdə cinsiyyətçiliyin (partiyalar daxilində və ya namizədlərə münasibətdə ayrı-seçkiliyin) qınanması nöqteyi-nəzərindən təhlil etmək.
- Media vasitələrinin və işçilərinin media materiallarında qadınların təmsilçiliyini təmin etmək öhdəliyini necə yerinə yetirmələri baxımından həmin materialların məzmununu təhlil etmək.
- Gender bərabərliyi (qadınlara qarşı zorakılıq və iqtisadi, siyasi və sosial sahələrdə qeyri-bərabərlik) məsələlərinə xüsusi diqqət yetirilməsi baxımından media materiallarının məzmununu təhlil etmək.
- Təhlil apararkən medianın əhatə dairəsini (ümummilli və ya yerli) nəzərə almaq.
- Siyasətin və seçkilərin gender bərabərliyi nöqteyi-nəzərindən işıqlandırılması ilə bağlı məlumat üçün jurnalistlərin peşə davranışı qaydalarına müraciət etmək.

  Yuxarıdakı məsələlərin araşdırılmasının nəticələri əsasında:

- Media işçiləri, media təşkilatlarının rəhbərləri və özünütənzimləyən qurumlar üçün təlim vəsaitləri, habelə media sahəsində maarifləndirici vəsaitlər hazırlamaq.
- Redaksiya kollektivlərinin tərkibinə və siyasi mövzuların hansı jurnalistlərə həvalə olunması məsələsinə yenidən baxmaq və bu məsələlərdə gender bölgüsünü lazımi qaydada nəzərə almaq.
- Media sahəsində gender bərabərliyi üzrə Avropa tədqiqatçıları şəbəkəsinin yaradılmasını təşviq etmək və dəstəkləmək və media, hökumətlər və tədqiqat mərkəzləri arasında onların işinə dair məlumatların yayılmasına yönələn fəaliyyətləri və tədbirləri təşkil etmək.
- Araşdırmanın nəticələri barədə məlumatların yayılmasını asanlaşdırmaq üçün onları bir neçə dildə dərc etmək.
- Nəticələri bütün tədqiqatçılar, media vasitələri və jurnalistika fakültələrinin tələbələri arasında yaymaq.

Qabaqcıl təcrübələr

- *"Xəbərlərdə gender məsələsi və gender məsələsinə aid xəbərlər: 2010-cu ildə Britaniyada keçirilmiş ümumi seçkilərdə cins və siyasət məsələləri və mətbuat tərəfindən işıqlandırılma ilə bağlı araşdırma"* 2010-cu ildə Birləşmiş Krallıqda keçirilmiş seçki ilə bağlı 2012-ci ildə dərc olunmuş araşdırmadır. Həmin material Karen Ross, Elizabet Evans, Liza Harrison, Meri Shirs və Xurşid Vadiya tərəfindən yazılmışdır[76].

- *"Portraying Politics"* ("Siyasətin təsviri") qadın siyasətçilərin imicinə aid bir sıra araşdırmaların nəticələri əsasında 2006-cı ildə Avropa yayımçıları (BBC, NRK, ZDF, ARD), Avropa Jurnalistlər Federasiyası və bəzi təlim qurumları (EJTA[77], RNTC[78], Malta Universiteti) tərəfindən hazırlanan, Avropada siyasətçilərin media tərəfindən işıqlandırılmasına həsr olunan və jurnalistika üzrə təlim keçən təlimçilər üçün nəzərdə tutulan vəsaitdir. Bu vəsaitin DVD nüsxəsi artıq mövcud deyil, lakin hazırda onun ingilis və alman dillərində mətnini əldə etmək olar[79].

13. Qadınların və kişilərin dəyərlərinin, mövqelərinin, tələbatlarının və mənafelərinin formalaşmasına medianın təsirinə dair araşdırmaları təşviq etmək.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, media hələ də bir çox hallarda qadınların və kişilərin stereotiplərə əsaslanan, sosial reallığa uyğun olmayan, hər bir cins barəsində ictimaiyyətin təsəvvürünə, insanların hər bir cinsə verdiyi qiymətə və hər bir cins üçün ayrılmış rolların necə başa düşülməsinə və cinslərin cəmiyyətdəki yerinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilən imicini təqdim edir.

QMML-in və milli səviyyədə aparılmış bir çox araşdırmaların gəldiyi nəticələr media materiallarında qadınlara yetərincə yer ayrılmadığını, eləcə də onlarla əlaqədar stereotiplərin mövcud olduğunu üzə çıxarıb.

İctimaiyyətin tələbatını və media materiallarının məzmununun insanların media vasitələri arasında seçim etməsinə təsirini qiymətləndirən araşdırmalar azdır. Qadınlar media bazarının əhəmiyyətli hissəsini təşkil edirlər və onların tələbatlarının və materialların məzmununa reaksiyalarının təhlili həm etik, həm də kommersiya nöqteyi-nəzərindən faydalı olardı.

Təkliflər

- Milli və Avropa mediasının materiallarının məzmununda qadınların yerini mütəmadi olaraq müəyyənləşdirmək və irəliləyişləri qiymətləndirmək.

- Oxucuların, dinləyicilərin və izləyicilərin dəyərlərinin formalaşmasına, xüsusən cəmiyyətdə qadınlara ayrılan rolun onlar tərəfindən necə qəbul edilməsinə medianın təsirini təhlil etmək.

- Kişi və qadın dinləyicilərin, izləyicilərin və oxucuların media vasitəsi seçimlərini təhlil etmək.

Qabaqcıl təcrübələr

[76] http://eprints.uwe.ac.uk/19462/1/Harrison,%20L%20The%20Gender%20of%20News%20and%20News%20of%20Gender.pdf
[77] http://ejta.eu/
[78] http://www.rntc.nl/
[79] http://www.portrayingpolitics.net/

- Belçikadakı reklamlarda qadınların və kişilərin imici ilə bağlı Belçika Gender Bərabərliyi İnstitutu tərəfindən aparılmış araşdırmada[80] kütləvi media vasitəsi qismində reklamların istehlakçının davranışına təsiri, eləcə də bəzən reklamların alçaldıcı imicin daşıyıcısı olması xüsusi qeyd edilir. Araşdırma nəticəsində reklam sahəsində özünütənzimləyən orqanların fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi və ictimaiyyətlə əlaqələrinin artırılması üçün praktik tədbirlər, eləcə də reklamlarda qadın və kişilərin imicinin yaxşılaşdırılması üçün tövsiyələr irəli sürülüb.

- QMML tərəfindən aparılan monitorinqlər bir çox tədqiqatçı, jurnalist və tələbələrə səylərini birləşdirmək və milli səviyyədə təqdim edilən xəbərlərdə qadınların yerini nəzərdən keçirmək imkanı verir. Belçikanın fransızdilli bölgələrində QMML 2010-cu ildə Peşəkar Jurnalistlər Assosiasiyası (PJA) tərəfindən hazırlanmış *"Quel genre d'info"*[81] adlı layihəyə rəhbərlik etdi, layihə çərçivəsində aparılmış araşdırmalarda müxtəlif tərəfdaşlar da iştirak etdilər. Layihənin məqsədi araşdırmaların nəticələrindən düzgün istifadə etməkdən və onları xüsusən redaktorlarla dialoq qurmaq yolu ilə mütəxəssislər arasında yaymaqdan ibarət idi. Layihə gender məsələlərinin nəzərə alınması məqsədi ilə jurnalistika praktikasında dəyişikliklərin həyata keçirilməsini nəzərdə tuturdu.

- Almaniyanın regional qəzeti *"Darmstädter Echo"*[82] gender məsələləri ilə bağlı məlumatlılığın artırılmasına yönələn və bu baxımdan xüsusən xəbərlərin məzmununu önə çəkən seminar keçirdi. Qəzetin hansı məsələləri işıqlandırmasını istədiklərini müəyyənləşdirmək məqsədi ilə qadın oxucular üçün sorğu vərəqləri tərtib edildi.

Media sahəsində maarifləndirmə və fəal vətəndaşlıq

14. Gənc nəslin mediada gender aspektləri ilə bağlı maariflənməsini təşviq etmək, gəncləri media materiallarının müxtəlif formalarına məsuliyyətlə yanaşmağa hazırlamaq və onların mediada gender məsələlərinin təqdimatına tənqidi yöndən yanaşmalarına və cinsiyyətçi stereotipləri üzə çıxarmalarına imkan yaratmaq; insan hüquqları sahəsində geniş maarifləndirilmə və demokratik proseslərdə fəal iştirak faktoru kimi müxtəlif yaş qruplarına mənsub olan gənclər üçün media sahəsində maarifləndirmə proqramlarında gender bərabərliyi aspektini geniş şəkildə tədris etmək.

Media sahəsində maarifləndirmə media materiallarının məzmununa hər bir vətəndaşın aktiv və tənqidi yanaşmasına və beləliklə məlumatlı və məsuliyyətli qərarlar qəbul etməsinə imkan yaratmaqla demokratiya yönündə real addımların atılmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Lakin heç də bütün Avropa ölkələri bu cür proqramlara başlamayıblar.

Gender bərabərliyi barəsində və insanların bəzi kateqoriyalarına dair təsəvvürlərə media vasitələrinin potensial təsirləri haqqında gənc nəsillərin məlumatlılığının artırılması üçün məlumatlılığa əsaslanan demokratiyanın qurulması vacibdir.

Mediaya münasibətdə gənclərdə tənqidi düşüncə tərzinin formalaşdırılması onların cinsiyyətçi stereotiplərdən istifadə hallarını müəyyənləşdirməsinə imkan verir ki, bu da onların belə stereotiplərdən azad olmasına və qadınlarla kişilər arasındakı münasibətlərin pozitiv yöndə inkişaf etməsində hərtərəfli iştirakına şərait yaradır.

Təkliflər

---

[80] http://igvm-iefh.belgium.be/fr/publications/beeldvorming_van_vrouwen_en_mannen_in_de_reclame_in_belgi_.jsp
[81] http://www.ajp.be/gmmp/
[82] http://www.echo-online.de

- Media sahəsində maarifləndirməni məktəblərin tədris proqramına mütləq qaydada daxil etmək, cinsiyyətçi baxışlara əsaslanan ayrı-seçkilik barədə məlumatlandırmanı davamlı proses kimi nəzərdə tutmaq və bu zaman media mühitinin kompleks xarakterini (mətbuat, reklam, internet forumları və videooyunlar) nəzərə almaq. Məlumatlılığın artırılması fəaliyyətləri təkcə gender bərabərliyi konsepsiyası ilə məhdudlaşmamalı, kompleks halda həyata keçirilməlidir.

- Belə təlimlərin həmçinin sosial medianı, onların fəaliyyət üsullarını və bununla bağlı riskləri əhatə etməsini, habelə bu media növü tərəfindən yol verilən ifratçılıq, xüsusən cinsi zorakılığa təhrikçilik halları barədə məlumatlılığın artırılmasını nəzərdə tutmasını təmin etmək.

- Cinsiyyətçi stereotiplərin istifadəsinin qarşısını almağa yönələn məqsədlərin müəyyənləşdirilməsini media sahəsində maarifləndirmə işinə görə məsul olan təşkilatlardan tələb edən müddəaları özündə ehtiva edən milli və Avropa nizamnamələrini (xartiyalarını) hazırlamaq.

- Gənclər arasında məlumatlılığın artırılması üçün faydalı olan metodları və təcrübələri bölüşmək məqsədi ilə gender bərabərliyi sahəsində ixtisaslaşmış qeyri-hökumət təşkilatları və assosiasiyalarla əməkdaşlıq etmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- *TVbyGIRLS*[83] qadınlar və yeniyetmə qızlar arasında tənqidi düşüncəni inkişaf etdirmək istiqamətində çalışan qeyri-kommersiya təşkilatıdır, fəaliyyətlərini bu əqidə əsasında qurur ki, hər bir məsələyə milyonlarla baxış bucağından yanaşmaq olar və həmçinin müəyyən imiclərin formalaşdırılmasını qınayır, habelə gənc qadınları liderliyə doğru aparan yaradıcı yanaşmaları təşviq edir.

- "*Media Smart*" (qeyri-kommersiya təşkilatı) ilə əməkdaşlıq şəraitində Birləşmiş Krallıq hökuməti media tərəfindən imiclərin qeyri-real formaya düşəcək dərəcədə necə dəyişdirildiyini və uşaqların özünəhörmət hissinə bunun necə təsir göstərdiyini uşaqların başa düşməsinə kömək etməkdə müəllimlərə imkan yaradan tədris materialları dəstini təqdim edib.[84] Media sahəsində maarifləndirmə vasitəsi olan bu dəst gənclərin gördükləri imiclərə tənqidi yöndən yanaşmalarına və onlarda daha realist qavrayışların inkişaf etməsinə kömək edir. O, konkret ismarıcların göndərilməsi üçün reklamlarda və mediada ideallaşdırılmış imiclərdən necə və nə üçün istifadə edildiyini araşdıraraq göstərir.

- YUNESKO və Atabaska Universiteti hər iki cinsdən olan 15-25 yaşlarında gənclər üçün media və informasiya sahəsində onlayn maarifləndirmə kursuna başlamışdır.[85] Kursu uğurla bitirən iştirakçılar Atabaska Universitetinin sertifikatına layiq görülmüşlər.

- 2013-cü ildə Estoniya Sosial Məsələlər Nazirliyi cinsiyyətçi stereotiplərlə mübarizə aparmaq və onların məşğulluq sahəsinə və karyera ilə bağlı qərarlara mənfi təsirlərini nümayiş etdirmək üçün məlumatlandırma kampaniyasına başladı. Əsas fəaliyyətlər gənclərin məşğulluq günlərindən və videokliplərdən ibarət idi, həmin kliplərdən ikisi bilavasitə mediada

---
[83] http://tvbygirls.tv/about/
[84] http://www.homeoffice.gov.uk/media-centre/news/media-smart
[85] http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/crosscutting-priorities/gender-and-media/women-make-the-news-2014/about-wmn-2014/encourage-young-girls-and-boys-to-enroll-on-the-mil-intercultural-dialogue-and-gender-online-course/

qadınlara münasibətlə əlaqədar idi. Məşğulluq günlərində oğlanlara ənənəvi olaraq qadınların yerinə yetirdiyi işlər (tibb bacısı, müəllim), qızlara isə ənənəvi olaraq kişilərin yerinə yetirdiyi işlər (mühəndis, hərbçi, dağ-mədən işçisi) təklif olunurdu ki, bunda da məqsəd həmin peşələrlə əlaqədar formalaşmış təsəvvürləri aradan qaldırmaqdan ibarət idi.

- *"SeeMe Media Literacy"*[86] adlı Avstraliya layihəsi çərçivəsində insanların öz fiziki (bədən) quruluşu barəsində pozitiv rəylərinin formalaşmasına kömək edən və kişilərin və qadınların mediada təqdim edilməsi üsullarını və bunun gənclərə təsirini müqayisə etməyə imkan yaradan interaktiv maarifləndirmə saytı hazırlandı.

15. Valideynlər və müəllimlər də daxil olmaqla böyüklər üçün gender sahəsində maariflənmənin və informasiya cəmiyyətində fəal vətəndaşlığın mühüm faktorları qismində media vasitəsilə və media barəsində məlumatlılığın artırılması məqsədi ilə xüsusi vasitələr hazırlamaq.

Gündəlik həyatlarında və şəxsiyyətlərinin formalaşması prosesində gənclərə dəstək göstərilməsində böyüklərin, xüsusən valideynlərin və müəllimlərin rolu, əgər bu rol gənclərdə tənqidi düşüncə tərzinin inkişafına və mediadakı manipulyasiyalar da daxil olmaqla bütün manipulyasiya formaları barədə onların xəbərdar olmalarına kömək edərsə, xüsusilə faydalı olar.

Media materiallarının məzmunu haqqında və cəmiyyətdə qadınların və kişilərin süni bölgüyə əsaslanan rolları barədə səmimi müzakirələrdə iştirak etməklə böyüklər stereotipləri aradan qaldırmaq, media materiallarını deşifrlə etmək və gənc nəsilləri istiqamətləndirmək imkanına malik olarlar.

Böyüklər arasında məlumatlılığın artırılması və cinsiyyətçi stereotiplər və onların mediadakı təzahürləri barədə bilgilərinin təkmilləşdirilməsi üçün vəsaitlər hazırlamaq və onların vasitəsilə:

- bərabərlik haqqında zəruri hüquqi bilikləri təkmilləşdirmək,
- ifadə azadlığını, onun tələblərini və tarixini daha aydın şəkildə göstərmək,
- stereotip və gender bərabərliyi konsepsiyalarının anlayışını vermək,
- mediada (xüsusən xəbərlərdə və reklamlarda) stereotiplərə son qoyulmasına kömək etmək olar.

Təkliflər

- Müəllimlərə gender bərabərliyi sahəsində məcburi qaydada təlim keçilməsini tətbiq etmək və bu təlimi onların işə qəbul edilməsinin şərti kimi müəyyən etmək.

- Müəllimlər tərəfindən tədris vasitəsi kimi istifadə edilmək üçün media materiallarının təhlili cədvəllərini yaratmaq.

- Müəllimlərə medianın monitorinqi üzrə təlim keçmək.

- Media monitorinqi qruplarını təşkil etmək.

- Böyüklər üçün gender bərabərliyi, qadınlara qarşı zorakılıq və belə halların mediada işıqlandırılması mövzularında təlim seminarları təklif etmək.

- Gender bərabərliyi məsələlərini nəzərə alan alternativ media vasitələri təklif etmək.

---

[86] http://www.seeme.org.au/

- Valideynləri sosial şəbəkələrdə uşaqların seksuallaşdırılması (təsvirlər, seksual ismarıclar[87]) barədə maarifləndirmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- *"60 Minute Gender Quiz"*[88] ("Gender mövzusunda 60 dəqiqəlik sorğu") YUNESKO tərəfindən hazırlanan, gender bərabərliyi ilə bağlı ingilis dilində bir sıra sualları özündə ehtiva edən slaydlardan ibarət vəsaitdir.

- Avropa Şurası tərəfindən həyata keçirilən MARS (*Media Against Racism in Sport* – "Media idmanda irqçiliyə qarşı") layihəsi çərçivəsində gender bərabərliyi üzrə təlim vəsaitləri hazırlanıb və onları internetdə ödənişsiz əldə etmək olar[89].

- Belçikadakı Brüssel Qadınlar Universiteti gender bərabərliyi məsələləri ilə maraqlanan mütəxəssislər üçün 2008-2009-cu illərdə *"Qadınlar və media, qadınların mediası"* mövzusunda təlim kursu təşkil edib[90]. Bu kurs media dünyasının müxtəlif aspektlərini tədqiq edir, bu fəaliyyət sektorunda cinslər arasındakı münasibətlər məsələsini və onun media auditoriyası ilə əlaqəsini araşdırır, qadınların cəmiyyətdə yerinin daha da yaxşılaşdırılmasında və yaxud digər tərəfdən qadınlarla kişilər arasında bərabərsizliklərin möhkəmləndirilməsində medianın rolunu nəzərdən keçirir.

16. Gender bərabərliyi və demokratik cəmiyyətdə onun mühüm rolu barəsində dərin biliklər əldə etməyə yönələn tədris və peşə təlimi proqramlarını mütəmadi olaraq təklif etməklə media işçilərinin və media sahəsi üzrə təhsil alan tələbələrin məlumatlılığını artırmaq və potensialını gücləndirmək.

Müasir jurnalistika kursları sürətlə dəyişən media mühitində tələbələri müxtəliflik və bərabərlik məsələlərinə diqqət yetirməkdən daha çox, karyeraları ilə məşğul olmağa hazırlayır[91].

Lakin jurnalistlərin rəyləri eşidilməyən insanların adından danışmalarını gözləmək haqlı gözlənti olardı. Bu yolla jurnalistika daha əhatəli (inklüziv) olur və dünyadakı müxtəlif baxışları və rəyləri ifadə etmiş olur.

Jurnalistika fakültələri gələcək jurnalistlərin, eləcə də mühaziraçilərin tədris proqramına məcburi gender bərabərliyi kurslarını necə daxil etmək barəsində düşünə və gender məsələsinin bütün kurslarda və özlərinin bütün strukturlarında nəzərə alınması üçün bu mövzunun əhatəli tədrisini təşkil edə bilərlər. Burada məqsəd cinslərin media tərəfindən təqdimatına tənqidi yanaşmanın gücləndirilməsindən ibarətdir ki, bunun sayəsində tələbələr media materiallarının məzmununda qadınların daha konstruktiv və obyektiv imicini təqdim edə bilərlər.

Redaksiyalar daxilində əməkdaşlar arasında gender bərabərliyi barədə məlumatlılığın artırılması aşağı səviyyədə olaraq qalmaqdadır və bu sahədə təlimlər faktiki olaraq mövcud deyil. Bu mövzuda ixtisasartırma təlimləri bütün səviyyələrdə, o cümlədən media vasitəsinin ən yüksək rəhbərliyi səviyyəsində təşkil edilməli və bu prosesə həmçinin özünüməşğulluq əsasında çalışan işçilər, habelə

---

[87] Seksual xarakterli multimedia ismarıcı və ya mətn formasında belə ismarıc

[88] http://eige.europa.eu/content/60-minute-gender-quiz

[89] http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/Resources/outputs_en.asp

[90] http://www.universitedesfemmes.be/061_seminaires-feminisme.php?idsem=52

[91] Margaretha Geertsema-Sligh, *Gender mainstreaming in journalism education,* article in *Media and Gender: a Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, UNESCO, IAMCR, AIECS, AIERI, 2014

firmaların əməkdaşları, eləcə də qadınlar və kişilər cəlb olunmalıdır. Bunda məqsəd mütəxəssisləri media daxilində gender bərabərliyi məsələlərini anlamaq, təhlil etmək və dəstəkləmək üçün müxtəlif vasitələrlə təmin etməkdən ibarətdir.

Təkliflər

- Avropada media təşkilatları daxilində və jurnalistika fakültələrində gender bərabərliyi ilə bağlı ilkin təlim və ixtisasartırma kurslarının auditini həyata keçirmək.
- Mediada (xüsusən xəbərlərdə və reklamlarda) stereotiplərin müəyyənləşdirilməsinə kömək etmək.
- Araşdırmaların, məsələn, QMML tərəfindən aparılmış tədqiqatın nəticələri əsasında məktəblərdə və redaksiyalarda müzakirələrə başlamaq.
- Təhsil sahəsində və iş yerlərində ixtisasartırma kurslarında gender bərabərliyi mövzusunda təlimləri əhatəli şəkildə tətbiq etmək.
- Gender bərabərliyinə dair rəhbər prinsiplərin və ya qaydaların və müvafiq terminologiyanın hazırlanması, ayrı-ayrılıqda kişilər və qadınlar barəsində məlumatlar toplamaq üçün bütün redaksiyaları və media rəhbərliyini əhatə edən sistemlərin yaradılması, qadın və kişilər haqqında ayrı-ayrılıqda məlumatların toplanması, mediada işlənən ifadələrin təhlili cədvəllərindən istifadə edilməsi, hər bir media vasitəsində mütəmadi olaraq gender bərabərliyi məsələsinin qiymətləndirilməsi və bu məsələlər üzrə əlaqələndirici şəxsin təyin edilməsi məqsədi ilə redaksiyalarda təşkilatdaxili mexanizmlər yaratmaq.
- Gender bərabərliyi sahəsində fəaliyyət göstərən vətəndaş cəmiyyəti təşkilatları ilə əməkdaşlıq şəraitində işləmək.
- Birinci ildən başlayaraq bütün jurnalistika kurslarında gender bərabərliyinin məcburi tədrisini tətbiq etmək.
- İstər maarifləndirmə işi çərçivəsində, istərsə də jurnalistika kurslarında və təşkilatdaxili ixtisasartırma kurslarında bütün media işçilərinin rəqəmsal sistemə keçidinə şərait yaratmaq və bu təlimlərdən həm qadınların, həm də kişilərin, habelə özünüməşğulluq əsasında çalışanların faydalanmasını təmin etmək.
- Gender bərabərliyi siyasəti və gender bərabərliyinin tədrisi sahəsində nailiyyətlərinə görə jurnalistika fakültələri üçün illik mükafat təsis etmək.
- Jurnalistika fakültələrinin və universitetlərin nəzdində "bərabərlik mərkəzləri" yaradılmasını təşviq etmək.

Qabaqcıl təcrübələr

- *"Femmes et médias dans la région euro-méditerranéenne"*[92] ("Avropa-Aralıq dənizi regionunda qadınlar və media") Aralıq dənizi ölkələri kontekstdə qadınların (və kişilərin) balanslı, stereotiplərə əsaslanmayan imicini təşviq etmək üçün nəzərdə tutulmuş təlim kitabıdır.

[92] http://www.euromedgenderequality.org/image.php?id=568&langue=fr

- *Screening Gender*[93] ("Gender məsələlərinin yoxlanılması") Avropanın altı ictimai yayımçısı – NOS (Niderland), NRK (Norveç), SVT (İsveç), YLE (Finlandiya), ZDF (Almaniya) və DR (Danimarka) tərəfindən 2000-ci ildə hazırlanmış təlimatlandırıcı audiovizual vasitələr dəstidir. Bu dəst gender məsələlərini və qadınların televiziyada təqdimatını qiymətləndirmək üçün bir sıra vasitələrdən ibarətdir. Həmin videolar artıq internetdə mövcud deyil, amma onların mətnini ingilis, fransız və ya ərəb dillərində yükləmək olar.

- *"Portraying Politics"*[94] ("Siyasətin təsviri") qadın siyasətçilərin imicinə aid bir sıra araşdırmaların nəticələri əsasında Avropanın ictimai yayımçıları (BBC, NRK, ZDF, ARD), Avropa Jurnalistlər Federasiyası və bəzi təlim qurumları (EJTA[95], RNTC[96], Malta Universiteti) tərəfindən hazırlanan, xəbər proqramlarında qadın və kişi siyasətçilərin təqdimatına aid olan və Avropa mediasında siyasətin işıqlandırılması məsələləri ilə məşğul olan təlimçilər üçün nəzərdə tutulan təlimatlandırıcı vasitələr dəstidir.

- *"Qadınlara və qızlara qarşı zorakılıq əleyhinə mübarizə: Qabaqcıl təcrübələrin mübadiləsinə dair təlimat" (Tackling Violence against Women and Girls: A Guide to Good Practice Communications)*[97] qadın və qızlara qarşı zorakılıq əleyhinə mübarizə sahəsində ictimaiyyətlə əlaqələr üçün istinad mənbəyi kimi nəzərdə tutulan təlimat kitabıdır.

- *Noticias que salvan vidas*[98] qadınlara qarşı zorakılıq hallarının mediada işıqlandırılması ilə bağlı jurnalistlər üçün təlimat kitabıdır. O, Beynəlxalq Amnistiya Təşkilatının (*Amnesty International*) Argentina bölməsi tərəfindən hazırlanıb.

- Xorvatiya radio və televiziyasının (XRT) təlim mərkəzi, Gender bərabərliyi məsələləri üzrə ombudsmanın idarəsi ilə əməkdaşlıq şəraitində, stereotiplərə əsaslanan, kişiləri və qadınları cinsiyyətçi mövqedən, təhqiramiz və ya alçaldıcı şəkildə təqdim edən materiallara son qoyulmasından ötrü redaktorlar və jurnalistlər üçün təlim proqramları təqdim edib.

- Portuqaliyanın Vətəndaşlıq və Gender Bərabərliyi Komissiyası (VGBK)[99], Jurnalistlər üçün Peşə Təlimi Mərkəzi (CENJOR)[100] ilə əməkdaşlıq şəraitində, gender məsələləri və xəbər proqramları ilə bağlı 12 saatlıq təlim modulu təqdim edib. Bu modul bərabərliyin təmin edilməsi və ayrı-seçkiliyə qarşı mübarizə sahəsində daha ciddi işlərin aparılması üçün iştirakçılar arasında daha tənqidi yanaşmanı formalaşdırmaq məqsədini daşıyır. O, bir çox mövzuları, o cümlədən gender məsələsinə cəmiyyətdəki yanaşmaları, qadınlara qarşı zorakılığın mediada işıqlandırılmasını və jurnalistlərin peşə etikası qaydalarında gender aspekti məsələlərini əhatə edir. Bu təlimin uğuru xeyli dərəcədə bir sıra amillərin, o cümlədən aşağıdakıların kombinasiyası ilə bağlıdır: məşqçilərin yüksək nüfuzu, stereotiplərin dağıdılması, xəbərlərdə yol verilən konkret ayrı-seçkilik nümunələrinin təqdimatı və tənqidi təhlili və xəbərlərdə gender amilini nəzərə alan peşə bacarıqlarını formalaşdırmağa yönələn təlim vasitələrinin paylaşılması.

---

93 http://www.genreenaction.net/IMG/pdf/Text_francais_final.pdf
94 http://www.portrayingpolitics.net/
95 http://ejta.eu/
96 http://www.rntc.nl/
97 http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20100413151441/http:/www.equalities.gov.uk/pdf/297847%20Tackling%20Violence%20women%20hyperlinked_V3.pdf
98 http://www.libertad-expresion.org.mx/wp-content/uploads/2009/11/manualviolenciacontramujeres.pdf
99 http://www.cig.gov.pt/
100 http://www.cenjor.pt/

Hissə III

Tövsiyə olunan tədbirlər həyata keçirilərkən

həll edilməli problemlər

Media rəhbərlərinin ciddi öhdəlik götürməsi

Mediada qadınların az təmsil olunması ilə mübarizə təkcə jurnalistlərin, reklam məsələlərinə görə məsul şəxslərin, tənzimləyici və özünütənzimləyən orqanların məsələsi deyil. Media rəhbərlərinin zəruri qərarları qəbul etməyi öhdələrinə götürmələri və insan resursları və media materiallarının məzmunu baxımından qarşıya real məqsədlərin qoyulması vacibdir.

Media dünyasında ənənələrin dəyişdirilməsi özü-özlüyündə rəhbərlik tərəfindən qərarların qəbul edilməsini nəzərdə tutur.

Məsələn, İsveç ictimai televiziya kanalı SVT-nin "*Västerbottensnytt*" regional xəbərlər proqramında təqdim edilən xəbər materiallarında qadınların və kişilərin 50/50 nisbətində təmsilçiliyin olmasını tələb edən qərarı həqiqətən qadınların imicinin təqdimatının yaxşılaşdırılmasına və redaksiya daxilində ənənələrin həqiqətən dəyişməsinə və bu dəyişikliklərin bütün əməkdaşları əhatə etməsinə şərait yaradıb. Müəyyən edilmiş məqsədlərin mütəmadi müzakirəsi, redaksiya kollektivi tərəfindən materialların məzmununun mütəmadi monitorinq olunması və əməkdaşlara gündəlik xatırlatmaların edilməsi qarşıya qoyulmuş məqsədlərin unudulmamasını təmin edir. Həmçinin təmsilçilik rəqəmlərinin internet saytında yerləşdirilməsi İsveç ictimaiyyətinin məlumatlandırılmasına imkan yaradır[101].

Hökumətlərin maliyyə öhdəlikləri

Üzv dövlətlər mediaya bərabərliyin təşviqinə yönələn səylərində dəstək verməlidirlər. Buraya təqdim edilən təşəbbüs və təkliflərin çoxu strukturların qurulmasını, üzərinə məsuliyyət düşəcək şəxslərin təyin edilməsini, araşdırmalara başlanılmasını, insanların bir sıra kateqoriyalarına təlim keçilməsini və nəticələrin ictimaiyyətə açıqlanmasını tələb edir. Belə tədbirlərin məsrəfləri üçün yetərli vəsait olmazsa, bu, onların təsirini və gözlənilən dəyişiklikləri qaçılmaz olaraq minimuma endirmiş olacaq. Üzv dövlətlərin hökumətləri tərəfindən bu cür tədbirlərin maliyyələşdirilməsinin lazımi müzakirəsi aparılmalıdır.

Gender bərabərliyinin təşviqinə yönələn tədbirlər barədə kommunikasiya

Bir çox media subyektləri artıq gender bərabərliyi siyasətini qəbul ediblər və bərabərliyi təşviq etmək öhdəliyini götürüblər. Amma işəgötürənlərinin bu sahədə gördüyü tədbirlər barədə yetərincə məlumatlı olan media işçilərinin sayı azdır. Media strukturlarında qadınların yeri, monitorinqin nəticələrinin rəqəmləri, bərabər imkanların təşviqi üçün qəbul edilmiş siyasət barədə məlumatlandırılan əməkdaşların saya azdır.

Media işçilərinin məlumatlandırılmasında həmkarlar ittifaqlarının və işçilərin nümayəndələrinin rolu önəmlidir. Bununla yanaşı, rəhbərlik də işəgötürmə prosedurları, gender bərabərliyinin təşviqi

---

[101] *"Skandinaviya yolu varmı? Xəbər redaksiyalarında gender bərabərliyi sahəsində İsveç təcrübəsi baxımından naliyyətlər və problemlər",* Mariya Edström, 2011-ci il (*Is there a Nordic way? A Swedish perspective on achievements and problems with gender equality in newsrooms*, Maria Edström, 2011)

istiqamətində gördüyü pozitiv tədbirlər, qəbul etdiyi qərarlar və bərabərsizliyə qarşı mübarizə məsələləri üzrə əlaqələndirici şəxslərin təyinatı barədə məlumatların açıqlanmasını təmin etməlidir.

Tənzimləyici və özünütənzimləyən orqanların müstəqilliyi

İctimaiyyət və media arasında etimadın artırılması və mətbuat azadlığı ilə ifadə azadlığının qorunması üçün tənzimləyici və özünütənzimləyən orqanların hökumətlərdən müstəqil olması vacibdir. Bu orqanların qərarlarına, rəylərinə və sanksiyalarına riayət edilməsi üçün həmin qərarlar, rəylər və sanksiyalar siyasi müdaxilə olmadan qəbul edilməlidir. İctimaiyyət və media işçiləri arasında etimadın artırılması və qəbul edilmiş qərarlara uyğun olaraq sağlam əməkdaşlığın əsaslarının qoyulması üçün bu orqanlara təyinatların və onların fəaliyyətinin şəffaflığı təmin edilməlidir.

Gender müxtəlifliyi ilə gender bərabərliyinin fərqləndirilməsi

Müxtəlif qanunvericilik mətnlərinin, media tərəfindən qəbul edilmiş siyasətin, habelə peşə etikası qaydalarının təhlili göstərir ki, gender bərabərliyi konsepsiyası onların mətninə nadir hallarda konkret şəkildə daxil edilir. Hazırkı tendensiya gender bərabərliyi prinsipi ilə müxtəliflik konsepsiyasının birləşdirilməsindən ibarətdir.

Müxtəliflik anlayışı çox zaman ayrı-seçkiliyə qarşı mübarizə məqsədi daşıyan bütün təşəbbüsləri özündə birləşdirən vahid konsepsiya kimi başa düşülür. Lakin yadda saxlamaq vacibdir ki, qadınlarla kişilər arasındakı fərqin əhatə dairəsi etnik mənşə, seksual oriyentasiya və ya dini mənsubiyyət fərqlərinin hüdudlarından daha genişdir.

Gender müxtəlifliyi ilə gender bərabərliyinin eyni anlayış kimi qəbul edilməsi qaçılmaz olaraq qadınların cəmiyyətdəki yerini gücləndirməyə yönələn bütün istəklərin məhdudlaşdırılmasına şərait yaradır və artıq əldə edilmiş irəliləyişlərin sürətinin yavaşlamasına gətirib çıxara bilər.

İfadə azadlığı ilə gender bərabərliyinin uzlaşdırılması

İfadə azadlığı demokratiyanın əsas dayaqlarından biridir və mətbuat azadlığının təməlini təşkil edir. Buna görə də, bu fundamental hüquqa hökumət tərəfindən müdaxilənin olduqca həssas məsələ olduğunu Avropa səviyyəsində İnsan hüquqları haqqında Avropa Konvensiyası (10-cu maddə) və beynəlxalq səviyyədə İnsan hüquqları haqqında Ümumi Bəyannamə (19-cu maddə) təsdiq edir.

Hökumət istər müəyyən insanların informasiyaya çıxışını məhdudlaşdırmaq, istər fərdlərin ifadə azadlığını məhdudiyyətlər qoymaq, istərsə də fikir azadlığını hər hansı şəkildə yönləndirmək yolu ilə ifadə azadlığını məhdudlaşdırmağa çalışdıqda media buna son dərəcə həssas yanaşır və hətta buna qarşı addımlar atır. Belə məhdudiyyətlərin bir çox nəticələri olur: senzura və özünüsenzura, ictimai rəyin müəyyən dərəcədə azdırılması və xüsusən müasir cəmiyyətlərimizin əsas prinsiplərindən biri olan demokratiya prinsipinin pozulması.

Gender bərabərliyi də əsas hüquqlardan biridir. İnsan hüquqları haqqında Avropa Konvensiyasının 14-cü maddəsi cins əlamətinə əsaslanan hər çür ayrı-seçkiliyi qadağan edir. Bu prinsip qadınların və kişilərin hüquq bərabərliyini və şəxsi və ictimai həyatın bütün sahələrində bərabər əsasda iştirakını nəzərdə tutur. Bu bərabərlik həm də demokratik dəyərlərin ayrılmaz hissəsidir.

İfadə azadlığı və gender bərabərliyi anlayışlarınının bir-biri ilə əlaqəli olmayan və ya bir-birinə zidd olan konsepsiyalar kimi qəbul edilməsi yanaşmalardakı dəyişikliklərə maneçilik törədə bilər.

İfadə azadlığı və gender bərabərliyi bir-biri ilə ziddiyyətə girən maraqlar kimi deyil, bir-birini tamamlayan və bir-biri ilə qırılmaz surətdə əlaqəli olan konsepsiyalar kimi qəbul edilməlidir.

> *"Media cəmiyyətin güzgüsüdürsə (bu belə də olmalıdır), o halda, təbii ki, gender bərabərliyinin fundamental insan hüququ olduğunu daha yaxşı əks etdirməlidirlər"*[102].

[102] *Düzgün balansa nail olmaq, Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası*, 2009-cu il (*Getting the balance right*, International Federation of Journalists, 2009)

Əlavə 1

Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə
Gender bərabərliyi və media haqqında
CM/Rec(2013)1 saylı tövsiyəsi[103]

(Nazirlər Komitəsi tərəfindən 10 iyul 2013-cü ildə
nazirlərin nümayəndələrinin 1176-cı iclasında qəbul edilib)

Gender bərabərliyi insan hüquqlarının tam həyata keçirilməsi üçün əvəzolunmaz şərtdir. Avropa İnsan Hüquqları Konvensiyası (ETS No. 5) və onun protokolları ilə verilən hüquqların istifadəsi cinsi mənsubiyyət də daxil olmaqla, heç bir ayrıseçkiliyə yol verilmədən qorunmalıdır. Bu tələb qanunla nəzərdə tutulmuş istənilən hüquqdan istifadənin heç bir ayrı-seçkiliyə yol verilmədən həyata keçirilməsinə zəmanət verən Konvesiyanın (ETS No. 177) 12 saylı Protokolu ilə dəstəklənir.

Həqiqi demokratiya qadın və kişilərin cəmiyyətdə bərabər hüquqlu iştirakını tələb edir. Demokratiya və gender bərabərliyi bir-birindən asılıdır və qarşılıqlı şəkildə inkişaf edir. Qadın və kişilərin bərabər hüquq və imkanlar əsasında qiymətləndirilməsi demokratik idarəetmə və düzgün qərar qəbul etmə üçün zəruri şərtdir. Gender bərabərliyi media da daxil olmaqla ictimai həyatın bütün sahələrində qadın və kişilərin bərabər nüfuza, səlahiyyət və məsuliyyətə, iştirak hüququna malik olması deməkdir. Gender bərabərliyinin əldə edilməsi sosial ədalətin əldə edilməsi üçün ilkin şərtdir. Bu təkcə qadınları deyil, bütövlükdə cəmiyyəti narahat edən bir məsələdir. Avropa Şurası 1988-ci ildə Nazirlər Komitəsinin qəbul etdiyi qadın və kişilərin bərabərliyi haqqında Bəyannaməsi və 2009-cu ildə Nazirlər Komitəsinin qəbul etdiyi gender bərabərliyinin reallaşdırılması haqqında Bəyannaməsi ilə son onilliklər ərzində bu məsələlərə böyük diqqət yetirdiyini göstərmişdir.

Mətbuat azadlığı (redaksiya azadlığı daxil olmaqla) və gender bərabərliyi bir- biri ilə ayrılmaz şəkildə bağlıdır. Gender bərabərliyi insan hüquqlarının ayrılmaz tərkib hissədir. Söz azadlığı əsas hüquq kimi gender bərabərliyi ilə sıx bağlıdır. Bundan əlavə, söz azadlığının həyata keçirilməsi gender bərabərliyinin inkişafına təkan verir.

Media plüralizmi və media məzmununun müxtəlifliyi üçün gender ölçüsü mövcuddur. Media plüralizmi və media məzmununun müxtəlifliyinə dair Tövsiyə CM/Rec(2007)2 demokratik cəmiyyətin formalaşması, cəmiyyətdə ictimai müzakirənin, siyasi plüralizm və müxtəlif qrupların fərqli fikirlərindən xəbərdarlığın möhkəmləndirilməsi üçün müxtəliflik və plüralizmin mühüm əhəmiyyət kəsb etdiyini bir daha vurğulayır. Media cəmiyyətin təfəkkürünü, ideya, münasibət və davranışlarını formalaşdırmaqda aparıcı mövqe tutur. Onlar qadın və kişiləri bütün fərqlilikləri ilə birlikdə real şəkildə əks etdirməlidirlər.

Media gender bərabərliyi istiqamətində struktur dəyişikliyinə həm təkan verə, həm də ona mane ola bilər. Cəmiyyətdəki bərabərsizliklər mediada əks olunur. Bu özünü media sahibkarlığında, informasiya istehsalında və jurnalistikada, redaksiyalarda və rəhbər vəzifələrdə qadınların kifayət qədər təmsil olunmamasında göstərir. Bu qadınların həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət baxımından kütləvi informasiya vasitələrinin məzmununda az görünməsində, kütləvi informasiya vasitələrində

[103] Bu tövsiyədə "media" termini 21 sentyabr 2011-ci ildə qəbul edilmiş Yeni media anlayışına dair Tövsiyənin CM/Rec (2011)7 terminologiyasına istinad edir.

nadir hallarda qadınların ekspert qismində çıxış etməsində və qadınların fikir və əqidələrinin nisbi yoxluğunda daha bariz görünür. Siyasi hadisələrin və seçki kampaniyalarının mediada işıqlandırılması xüsusilə bu məsələdən, eləcə də gender stereotiplərinin dayanıqlığı və əks stereotiplərin azlığından xəbər verir. Bundan əlavə, qadınlar media peşəkarları olaraq tez-tez ödəniş bərabərsizlikləri, mövcud problemlərin görünməməsi və işəgötürmənin ağır şərtləri ilə üzləşirlər.

Müasir cəmiyyətlərdə media sosial dəyişiklik baxımından böyük potensiala malikdir. BMT-nin Dördüncü Ümumdünya Konfransında (Pekin, 1995) medianın qadınların əsas hüquq və azadlıqlarını müdafiə və təbliğ etmək, eləcə də onların inkişafına töhfə vermək perspektivindən potensialı vurğulanmışdır. On il sonra, BMT-nin Qadınların Vəziyyəti üzrə Komissiyası burada razılaşdırılmış məqsədlərə tam şəkildə nail olunmadığını bildirib. Bu məqsədlərin həyata keçirilməsini asanlaşdırmaq məqsədilə 2012-ci ilin dekabrında YUNESKO tərəfindən "Media üçün genderə həssas göstəricilər" (GSIM) dərc olunmuşdur.

İctimai media vasitələri müasir media sisteminin avanqard qüvvəsi olmalı və cəmiyyətdəki bütün icmalara xidmət göstərməlidirlər. Bu, ictimai media vasitələrində iştirak hüququ və ondan istifadə imkanları, eləcə də onun izah olunduğu və təqdim edildiyi məzmun və tərz baxımından gender bərabərliyi üçün xüsusi diqqət tələb edir. İctimai media vasitələri ictimai birlik və bütün fərdlərin inteqrasiyası üçün bir vasitədir və ya olmalıdır, eləcə də media daxilində və media vasitəsilə gender bərabərliyinin inkişaf etdirilməsinə mühüm rol oynayır. İctimai media vasitələri, o cümlədən rəqəmsal platformalar vasitəsilə, bütün sosial qruplar arasında açıq və birbaşa dialoqa təşviq etmək üçün böyük potensial var (bax: informasiya cəmiyyətində ictimai medianın səlahiyyətlərinə dair Tövsiyə CM/Rec(2007)3, 11 fevral 2009-cu ildə qəbul olunmuş ictimai birliyin və mədəniyyətlərarası dialoqun təbliğində ictimaiyyətə xidmət edən MEDIA-in roluna dair Nazirlər Komitəsinin Bəyannaməsi, 15 fevral 2012-ci ildə qəbul olunmuş ictimai medianın idarəetməsinə dair Tövsiyə CM/Rec(2012)1).

Gender bərabərliyinə və bərabərsizliklə mübarizəyə töhfə verən qəbul edilmiş standartların səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi üçün tədbirlər. Nazirlər Komitəsi gender bərabərliyi üzrə standart və mexanizmlərə dair Tövsiyəsində CM/Rec(2007)17 üzv dövlətlərin müasir cəmiyyətlərdə tutduqları hakimiyyətlərindən irəli gələn sosial məsuliyyətlərinə uyğun olaraq, mediada insan hüquqlarının prinsipi kimi gender bərabərliyinə hörmətlə yanaşılmanı təmin etmək üçün səmərəli tədbirləri təbliğ etməli olduqlarını vurğulayıb. Nazirlər Komitəsi gender bərabərliyinin reallaşdırılması haqqında 2009-cu il tarixli Bəyannaməsində MEDIA peşəkarlarını və ümumilikdə kommunikasiya sektorunu qadınların və kişilərin qeyri-stereotip təsvirinin təbliğ edilməsi yönündə stimullaşdırmaq üçün tədbirlər görməyə çağırıb. Gender perspektivinə Avropa Şurasının bir çox sənədlərində toxunulur və xüsusuilə yeni MEDIA anlayışına dair Tövsiyə CM/Rec(2011)7-də yeni media ekosistemi ilə münasibətdə nəzərə çarpdırılır.

Yuxarıdakıları nəzərə alaraq və media sahəsində müəyyən edilmiş standartların həyata keçirilməsi zamanı gender bərabərliyi perspektivinin təmin edilməsi zərurətini tanıyaraq, Avropa Şurası Nizamnaməsinin 15.*b* maddəsinin şərtlərinə uyğun olaraq, Nazirlər Komitəsi üzv dövlətlərin hökümətlərinə aşağıdakıları tövsiyə edir:

1. əlavə olunmuş təlimatlara uyğun olaraq müvafiq siyasətlərin qəbul edilməsi-bu, mediaya gender bərabərliyini fəaliyyətlərdə və institusional təşkilatlara isə yeni çoxölçülü media mühitində əsas prinsip kimi təbliğ etmək üçün müvafiq imkanlar yarada bilər;

2. hazırkı tövsiyənin və onun təlimatlarının geniş şəkildə yayılmasını, müvafiq maraqlı tərəflər və media arasında xüsusilə demokratiya və insan hüquqlarının tam şəkildə həyata keçirilməsində gender bərabərliyinin tutduğu aparıcı mövqeyə dair maarifləndirmənin aparılmasını;

3. Tövsiyənin media sektorunun, jurnalistlərin, digər subyektlərin və onların müvafiq təşkilatlarının, habelə media üçün tənzimləyici təşkilatların diqqətinə çatdırılması və aşağıda göstərilən təlimatlara uyğun olaraq öz tənzimləyici və özünü-tənzimləmə strategiyalarına yenidən baxılması və ya hazırlanması üçün yeni informasiya və rabitə xidmətləri.

CM/Rec(2013)1 saylı Tövsiyəyə Əlavə

Təlimatlar

A. Üzv dövlətlər

1. Üzv dövlətlər media daxilində insan ləyaqəti prinsipinə hörmətin təbliği və cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkiliyin bütün formalarının, eləcə də nifrətə çağırışın və hər hansı bir formada gender əsaslı zorakılığın aradan qaldırılmasını təmin etmək üçün nəzərdə tutulan müvafiq hüquqi baza qəbul etməlidirlər.

2. Üzv dövlətlər müvafiq vasitələr ilə media tənzimləyicilərinin qərar qəbul etmə prosesində və təcrübədə gender bərabərliyi prinsiplərinə riayət etmələrini təmin etməlidirlər.

3. Üzv dövlətlər mediada gender stereotiplərinə qarşı mübarizədə maarifləndirmə təşəbbüs və kampaniyalarını dəstəkləməlidirlər.

B. Media təşkilatları

4. Aşağıda göstərilən məqsədlərə yönəldilmiş əsaslı daxili siyasət və iş şəratinin yaradılmasına təşviq etmək məqsədilə media təşkilatları özünütənzimləmə tədbirləri, daxili etika/davranış kodeksi qəbul etmək və daxili nəzarəti təmin etmək, eləcə də kütləvi informasiya vasitələrinin işıqlandırılmasında gender bərabərliyini təbliğ edən standartlar işləyib-hazırlamaq üçün həvəsləndirilməlidirlər:

- qadınların kifayət qədər təmsil olunmadıqları sahələr də daxil olmaqla media işində qadın və kişilər üçün bərabər çıxış imkanları, təmsilçilik;

- rəhbər vəzifələrdə, məsləhətçi, tənzimləyici və daxili nəzarətçi qismində müəssisələrdə, ümumilikdə qərar qəbul edilmə prosesində qadın və kişilərin balanslaşdırılmış iştirakı;

- qadın və kişilərin qeyri-stereotip təsviri, rolu və nüfuzu, cinsi mənsubiyyət zəminində ayrı-seçkiliyə gətirib çıxara biləcək gender xarakterli reklam, dil və məzmununun, nifrətə təhrikin və gender əsaslı zorakılığın aradan qaldırılması.

C. Həyata keçirilməsi üçün tədbirlər

5. Mediada gender bərabərliyi məqsədlərinə nail olmaq üçün siyasət və strategiyaların həyata keçirilməsi üzrə aşağıdakı mexanizmlər nəzərə alınmalıdır:

Gender bərabərliyi siyasət və qanunvericiliyinin nəzərdən keçirilməsi və qiymətləndirilməsi

i. Media üzrə qanunvericilik bazasının gender bərabərliyi prespektivindən müntəzəm olaraq nəzərdən keçirilməsi və yenilənməsi.

ii. Media tənzimləyicilərinə səlahiyyət verilməsi və ictimai medianın illik hesablatlarına mediada gender bərabərliyi siyasətinin həyata keçirilməsi üzrə qiymətləndirilmənin daxil etmələrinin tələb edilməsi.

Mediada gender bərabərliyi üzrə milli göstəricilərin qəbul edilməsi və həyata keçirilməsi

iii. Əgər mövcuddursa, müvafiq maraqlı tərəflər ilə beynəlxalq standartlara və qabaqcıl təcrübəyə əsaslanan milli göstəricilərin qəbul edilməsi imkanının müzakirə edilməsi; bununla əlaqədar ictimai dinləmələrin və müzakirələrin aparılması.

iv. Qəbul edilmiş göstəriciləri əsasında milli müstəvidə kütləvi informasiya vasitələrində gender bərabərliyi vəziyyətinin müntəzəm monitorinqinin və qiymətləndirməsinin həyata keçirilməsi.

v. Mütəmadi olaraq gender bərabərliyini göstəricilərinin yenilənməsi.

Məlumatın təmin edilməsi və qabaqcıl təcrübənin təbliği

vi. Media gender bərabərliyi prinsiplərinə zidd hesab etdikləri media məzmunu ilə bağlı şikayətlər proseduru üzrə cəmiyyətə aydın şəkildə məlumat verməyə (məsələn, onlayn) təşviq etmək.

vii. Yeni media ekosisteminin müxtəlif fəaliyyət sahələrində gender bərabərliyi üçün kütləvi informasiya vasitələri arasında şəbəkə və tərəfdaşlıqların inkişaf etdirilməsi vasitəsilə qabaqcıl təcrübələri dəstəkləmək və təbliğ etmək.

Hesabatlılıq kanalları

viii. Qeyri-hökumət təşkilatlarını, media dərnəklərini, fiziki şəxsləri və digər müvafiq maraqlı tərəfləri öz narahatlıqlarını davamlı olaraq özünütənzimləmə təşkilatlarına və ya digər ixtisaslaşmış qurumlara (məsələn, mətbuat şuraları, etika üzrə komissiyaları, reklam şuraları, ayrı-seçkiliklə mübarizə komissiyaları) bildirməklə gender bərabərliyini dəstəkləməyə təşviq etmək.

ix. Mövcud media hesabatlılıq mexanizmlərinin yenilənməsinə və mediada gender bərabərliyinin pozulması hallarında onların səmərəli istifadəsinə təşviq etmək.

x. Media üçün hesabatlılıq və ictimai məsuliyyət üzrə yeni mexanizmlərin yaradılmasına təşviq etmək, məsələn, vətəndaşlar arasında birbaşa məlumat mübadələlərinə imkan yaradan ictimai müzakirə və platformalar üçün onlayn və oflayn forumlar.

Tədqiqat və nəşr

xi. Gender bərabərliyi və media məsələləri, xüsusilə mediaya çıxış imkanı, mediada təmsilçilik, iştirak (kəmiyyət və keyfiyyət profili) və mediada iş şərtləri ilə bağlı fəal tədqiqat aparmağı təbliğ etmək; yalnız qadınların üzərində deyil, eləcə də kişi və qadınlar arasında münasibətləri üzərində cəmləşən tədqiqat; bu cür layihələrin nəticələrinin müntəzəm olaraq ictimailəşdirilməsi.

xii. Plüralist demokratiyada xüsusi narahatlıq doğuran müəyyən sahələrin mediada işıqlandırılması üzrə gender bərabərliyi perspektivindən fəal tədqiqata təşviq edilməsi, məsələn, siyasət və seçki kampaniyalarının mediada işıqlandırılması üzrə hesabatın verilməsi və nəticələrin nəşr edilməsi; siyasət və qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə müzakirələrin təşkil edilməsi.

xiii. Qadın və kişilərin dəyər, münasibət, ehtiyac və maraqlarının formalaşmasında medianın təsiri üzrə tədqiqata təşviq edilməsi.

Media savadlılığı və fəal vətəndaşlıq

xiv. Gənc nəsil üçün genderə həssas media maarifləndirməsinə təşviq etmək, media məzmunun müxtəlif formalarına məsuliyyətlə yanaşan gənc nəsil hazırlamaq və onlara mətbuatda gender təmsilçilərinə qarşı tənqidi baxış sərgiləmək və gender stereotiplərini deşifrə etmək üçün imkan yaratmaq; müxtəlif yaş qrupundan olan gənclər üçün nəzərdə tutulan media maarifləndirilməsi proqramlarında insan hüquqlarının geniş tədrisi və demokratik proseslərdən fəal iştirak etmək üçün əsas faktor kimi gender bərabərliyi perspektivinin rolunu artırmaq;

xv. İnformasiya cəmiyyətində gender təhsilinin və fəal vətəndaşlığın inkişaf etdirilməsi üçün vacib amillərindən sayılan valideyn və müəllimlər də daxil olmaqla böyüklər üçün media ilə bağlı xüsusi maarifləndirmə vasitələrinin işlənib-hazırlanması.

xvi. Gender bərabərliyi üzrə dərin biliklərin əldə edilməsi və demokratik cəmiyyətdə onun həlledici rolunun dərk edilməsi istiqamətində müntəzəm olaraq təhsil və peşə hazırlığı proqramları təklif etməklə Media peşəkarlarının və bu sahədə təhsil alan tələblərin məlumatlılığının artırılması və potensiallarının gücləndirilməsi.

İstinad edilən sənədlər

Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsi

- Mediada qadın və kişi bərabərliyinə dair Tövsiyə Rec(84)17
- Dildə seksizmin aradan qaldırılmasına dair Tövsiyə Rec(90)4
- Gender probleminin ön plana çıxarılmasına dair Tövsiyə Rec(98)14
- Siyasətdə və dövlət əhəmiyyətli qərarların qəbuledilməsində qadın və kişilərin balanslaşdırılmış iştirakına dair Tövsiyə CM/Rec(2003)3
- Media plüralizmi və media məzmun müxtəlifliyinə dair Tövsiyə CM/Rec(2007)2
- İnformasiya cəmiyyətində ictimai media vasitələrinin səlahiyyətlərinə dair Tövsiyə CM/Rec(2007)3
- Yeni informasiya və kommunikasiyalar mühitində söz azadlığının təbliğ edilməsinə dair Tövsiyə Rec(2007)11
- Təhsildə gender probleminin ön plana çıxarılmasına dair Tövsiyə CM/Rec(2007)13
- İnternetin ictimai xidmət dəyərinin təşviqi tədbirlərinə dair Tövsiyə CM/Rec(2007)16
- Gender bərabərliyi ilə bağlı standart və mexanizmlərə dair Tövsiyə CM/Rec(2007)17
- 11 fevral 2009-cu ildə qəbul olunmuş ictimai birliyin və mədəniyyətlərarası dialoqun təbliğində ictimaiyyətə xidmət edən medianın roluna dair Nazirlər Komitəsinin Bəyannaməsi

- Yeni media anlayışına dair Tövsiyə CM/Rec(2011)7

- 15 fevral 2012-ci ildə qəbul olunmuş ictimai media vasitələrininin idarəetməsinə dair Bəyannamə və Nazirlər KomitəsininTövsiyəsi CM/Rec(2012)1

Avropa Şurasının Parlament Assambleyası

- "Reklam sahəsində qadınların təsviri"nə dair Tövsiyə 1799 (2007) və Qətnamə (1557 (2007)

- "Mediada qadınların təsviri"nə dair Tövsiyə 1555 (2002)

- "Mediada seksist stereotiplərlə mübarizə"yə dair Tövsiyə 1931 (2010) və Qətnamə 1751 (2010)

- "Seçki sistemi vasitəsilə siyasətdə qadınların təmsilçiliyinin artırılması"na dair Tövsiyə 1899 (2010)

- "Dünyada qadın hüquqlarının inkişafı" mövzusunda Qətnamə 1860 (2012)

Əlavə 2

Mənbələr

- Avropa Reklam Standartları Alyansı, *Cinslərin imicinin təqdimatı*, *Avropada reklam fəaliyyəti sahəsində özünütənzimləməyə dair hesabat*, 2008 (European Advertising Standards Alliance, *Portrayal of gender, Report on advertising self-regulation across Europe*, 2008)
- Amnesty International Argentina*, Noticias que salvan vidas, Manual periodistico para el abordaje de la violencia contra las mujeres,* 2009
- *Beynəlxalq Ticarət Palatasının reklam və marketinq kommunikasiyaları kodeksi*, 2011 (*Consolidated ICC Code on Advertising and Marketing Communication Practice,* 2011)
- Avropa Komissiyası, "*Mediada gender stereotiplərinin dəf edilməsi*" barədə rəy, 2010 (European Commission, Opinion on "*Breaking gender stereotypes in the media*", 2010)
- Avropa Şurası, *Avropa Sosial Xartiyası (yenilənmiş versiya)*, 1996 (Council of Europe, *European Social Charter (revised)*, 1996)
- Avropa Şurası, Gender Bərabərliyi Komissiyası, Dördüncü toplantının hesabatı, 13-15 noyabr 2013-cü il (Council of Europe, Gender Equality Commission, Report of the fourth meeting, 13-15 November 2013)
- Avropa Şurası, *Qadınlara qarşı zorakılığın və məişət zorakılığının qarşısının alınması və onlara qarşı mübarizə aparılması haqqında Avropa Şurasının Konvensiyası*, 2014 (Council of Europe, *Council of Europe Convention on preventing and combating violence against women and domestic violence*, 2014)
- Avropa Şurası, *Milli səviyyədə gender bərabərliyi və media: Üzv dövlətlərin Qabaqcıl təcrübələrinin toplusu*, 2014 (Council of Europe, *Gender equality and the media at national level, Compilation of good practices from member states,* 2014)
- Avropa Şurası, Gender Bərabərliyi Komissiyası (GBK), "*Media və qadınların imici*" mövzusunda konfransın hesabatı, Amsterdam, 4-5 iyul 2013-cü il (Council of Europe, Gender Equality Commission (GEC), Report of the Conference on *"Media and the image of women"*, Amsterdam, 4-5 July 2013)
- Avropa Şurası, Media plüralizmi və media məzmununun müxtəlifliyi haqqında Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2007)2 saylı tövsiyəsi, 2007 (Council of Europe, *Recommendation CM/Rec(2007)2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content*, 2007)
- Edström M., *Skandinaviya yolu varmı? Xəbər redaksiyalarında gender bərabərliyi sahəsində İsveç təcrübəsi baxımından naliyyətlər və problemlər*, 2011 (Edström M., *Is there a Nordic way? A Swedish perspective on achievements and problems with gender equality in newsrooms*, 2011)
- Avropa Şurası, Qadınlar və kişilər arasında bərabərlik üzrə rəhbər komitə (CDEG), *Qadınlar və jurnalistlər ön planda – Demokratiyanı, keyfiyyətli jurnalistikanı praktikada reallaşdırmaq və gender stereotiplərinə son qoymaq üçün media işçilərinə çağırış,* Cok Herms, 2013 (Council of Europe, Steering Committee for Equality between Women and Men (CDEG), *Women and Journalists First - A challenge to media professionals to realise democracy in practice, quality in journalism and an end to gender stereotyping*, Joke Hermes, 2013)
- AVROMED, *Avromed regionunda qadınlar və media – Təlim vəsaiti* (EUROMED, *Women and Media in the Euromed Region, Training Manual*)
- Avropa Gender Bərabərliyi İnstitutu (AGBİ), *Media təşkilatlarında qərarların qəbulu prosesində gender bərabərliyinin təşviqi*, 2013 (European Institute for Gender Equality (EIGE)*, Advancing gender equality in decision-making in media organisations,* 2013)

- Beynəlxalq Aktyorlar Federasiyası, *Avropada yaş, gender və aktyorların məşğulluğu məsələləri,* 2008 (International Federation of Actors, *Age, Gender and Performer Employment in Europe,* 2008)
- Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası, *Jurnalistlərin davranış prinsipləri haqqında bəyannamə* (International Federation of Journalists, *Declaration of Principles on the Conduct of Journalists*, 1954)
- *WageIndicator* fondunun qlobal hesabatı, *Jurnalistlərin əmək haqları sahəsində gender baxımından çatışmazlıqlar*, 2012 (WageIndicator Global Report, *Gender Pay Gap in Journalism,* 2012)
- Beynəlxalq Jurnalistlər Federasiyası, *Qadınlara qarşı zorakılıq hallarının işıqlandırılmasına dair təlimatlar*, 2009 (International Federation of Journalists, *Guidelines for Reporting on Violence Against Women*, 2009)
- Beynəlxalq və Avropa Jurnalist Federasiyaları, *Avropa jurnalist birliklərindəki qadınlar haqqında araşdırmanın nəticələrinə dair hesabat*, 2012 (International and European Federations of Journalists, *Survey report on women in journalists' unions in Europe*, 2012)
- U. Qor, *Avropada peşə davranışı qaydaları, mətbuat şuraları və ayrı-seçkilik*, 2009 (Gore, W., *Codes, press councils and discrimination in Europe,* 2009)
- Belgian Institute for the equality of women and men, *L'Image des femmes et des hommes dans la publicité en Bélgique,* 2009
- Qadınların Beynəlxalq Media Fondu, *Xəbər mediasında qadınların statusuna dair qlobal hesabat*, 2011 (International Women's Media Foundation, *Global Report on the Status of Women in the News Media,* 2011)
- Koussa V., *Sexisme sur le terrain, des journalistes sportives parlent*, Le Journal des Femmes, 2014
- French Ministry of Higher Education and Research, *Égalité entre les femmes et les hommes-Orientations stratégiques pour les recherches sur le genre*, November 2012
- Birləşmiş Millətlər Təşkilatı, *Qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarının ləğv edilməsi haqqında Konvensiya (CEDAW)*, 1979 (United Nations, *Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination against Women (CEDAW)*, 1979)
- Avropa Parlamenti, *Qadınlar və qızlar medianın diqqətinin hədəfi və mediada reklam kampaniyalarının subyekti kimi*: *Avropada vəziyyət – Qabaqcıl təcrübələr və qanunvericiliklər*, 2013 (European Parliament, Study on *Women and Girls as Subjects of Media's Attention and Advertisement Campaigns: The Situation in Europe, Best Practices and Legislations,* 2013)
- *Avropada audiovizual və canlı ifa sektorlarında iş həyatı ilə şəxsin həyatın balansına dair tövsiyə*, 2013 (*European recommendation on work-life balance in the audiovisual and live performance sectors,* 2013)
- REFRAM, *Déclaration du Réseau francophone des Régulateurs des Médias (REFRAM) sur l'égalité entre hommes et femmes dans les médias audiovisuels*, 2011
- REFRAM*, Etude comparative des politiques des régulateurs membres du REFRAM en matière d'égalité hommes-femmes,* 2011
- REFRAM*, VADE-MECUM des moyens d'action pour une approche intégrée de l'égalité entre hommes et femmes dans les politiques des régulateurs du REFRAM,* 2012
- K. Ross, E. Evans, L. Harrison, M. Shirs və X. Vadiya, *Xəbərlərdə gender məsələsi və gender məsələsinə aid xəbərlər: 2010-cu ildə Britaniyada keçirilmiş ümumi seçkilərdə cins və siyasət məsələləri və mətbuat tərəfindən işıqlandırılma ilə bağlı araşdırma, Beynəlxalq Mətbuat/Siyasət Jurnalı, 18 (1), səh. 3-20. ISSN 1940-1612 (*2013) (Ross K., Evans E., Harrison L., Shears M. and Wadia K., *The Gender of News and News of Gender: a Study of Sex, Politics, and Press Coverage of the 2010 British General Election, The International Journal of Press/Politics, 18 (1). pp. 3-20. ISSN 1940-1612 (*2013))
- YUNESKO, *Media və Gender Məsələləri üzrə Qlobal Alyans üçün fəaliyyət çərçivəsi və planı (GAMAG) – Media sistemlərində, strukturlarında və media materiallarının məzmununda gender bərabərliyinin və qadınların imkanlarının artırılmasının təşviq və tətbiq keçirilməsi,*

2014 (UNESCO, *Framework and plan of action for the Global Alliance on Media and Gender (GAMAG) - Promoting and addressing gender equality and women's empowerment in media systems, structures and content,* 2014)

- YUNESKO, *Media üçün gender aspektinin göstəriciləri* (GSIM), 2012 (UNESCO, *Gender-Sensitive Indicators for Media* (GSIM), 2012)
- YUNESKO, *Media və gender: Media və Gender Məsələləri üzrə Qlobal Alyans üçün elmi gündəlik*, 2014 (UNESCO, *Media and Gender: a Scholarly Agenda for the Global Alliance on Media and Gender*, 2014)
- Ümumdünya Xristian Kommunikasiyaları Assosiasiyası, *Qlobal media monitorinqi layihəsi*, 2005 və 2010-cu illər (World Association of Christian Communications, *Global Media Monitoring Project,* 2005 and 2010)
- A. Uayt, *Düzgün balansa nail olmaq,* BJF, 2009 (White A., *Getting the balance right*, IFJ, 2009)
- A. Uayt, *Sözün düzü – Etik jurnalistika təşəbbüsü,* BJF, 2008 (White A., *To Tell You the Truth*, *The Ethical Journalism Initiative*, IFJ, 2008)