Krisztina **ROZGONYİ**
Aynur **BƏŞİRLİ**
Ələsgər **MƏMMƏDLİ**
Sevinc **ƏLİYEVA**

GENDER bərabərliyi və MEDİA azadlığı

Dərs vəsaiti

R ə y ç i :

Dr. Krisztina Rozgonyi,
Vyana Universiteti

Dr. Krisztina Rozgonyi, Vyana Universiteti (Mövzu 1, 3, 7, 8)
Aynur Bəşirli, s.e.ü.f.d., media ekspert (Ön söz, Mövzu 5, 6, 10, 11, 12, 14)
Ələsgər Məmmədli, media hüququ üzrə ekspert (Mövzu 2, 4, 9, 13)
Sevinc Əliyeva, f.ü.f.d., Bakı Dövlət Universiteti (Mövzu 10)

R70 **Rozgonyi Krisztina, Bəşirli Aynur, Məmmədli Ələsgər, Əliyeva Sevinc.**
Gender bərabərliyi və media azadlığı. Bakı, “Təhsil”, 2021, 208 səh.

Bu dərslik Avropa Şurasının “Azərbaycan mediasında gender bərabərliyi və digər etik standartların təşviqi” layihəsi çərçivəsində hazırlanıb. Burada ifadə olunan fikirlər heç bir halda Avropa Şurasının rəsmi mövqeyi kimi qəbul edilə bilməz.

©Avropa Şurası, noyabr 2021-ci il

ISBN 978-9952-518-43-6

COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

MÜNDƏRİCAT

Ön söz.....7
Mövzu 1: Gender və gender bərabərliyi konsepsiyaları 8

“Gender” konsepsiyasının tarixi 12
Gender qarşılıqlı bağlılıq məsələsi kimi və gender biosiyasəti 15
Avropa Şurasının sənədlərində əks olunmuş gender və gender bərabərliyi konsepsiyaları 16
Medianın siyasət sənədlərində gender konsepsiyası 19
Mənbələr.....22

Mövzu 2: Media azadlığı və medianın cəmiyyətdə rolu 23

Media hüququnun konstitusion təminatları 24
Medianın fəaliyyətini tənzimləyən daxili qanunvericilik normaları.....27
KİV haqqında Qanunun tələbləri 28
Mənbənin gizliliyinin qorunması.....30
Media azadlığı və informasiya əldəetmə hüququ 31
Jurnalist təhlükəsizliyi 35
Mənbələr.....38

Mövzu 3. Gender bərabərliyi hüquqi konsepsiya kimi. Gender bərabərliyinin sosial ədalətlə və media azadlığı ilə əlaqəsi 39

Gender bərabərliyi ayrı-seçkilik əleyhinə hüquqi sənədlərin işığında.....39
İfadə azadlığı gender bərabərliyi məsələsi kimi.....46
Gender və media azadlığı 48
Əyani nümunə 1: Nifrət nitqinin gender aspektləri.....49
Əyani nümunə 2: Reklamlarda gender stereotipləri 51
Əyani nümunə 3: Gender baxımından jurnalistlərin təhlükəsizliyi.....52
Gender bərabərliyi və media sahəsində Avropa İnsan Hüquqları Məhkəməsinin yurisdiksiyası 54
Mənbələr.....58

Mövzu 4. Gender bərabərliyinin hüquqi aspektləri: Azərbaycan qanunvericiliyi və təcrübə 59

Gender bərabərliyinin təmin edilməsi baxımından yerli qanunvericilik. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında gender bərabərliyi 59
Digər qanunvericilik aktlarında gender bərabərliyi. Gender (kişi və qadınların) bərabərliyinin təminatları haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu 61
Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsində gender məsələsi.....64
Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında Azərbaycan Respublikası Qanunu 69
Kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericiliyin tələbləri 75

Gender bərabərliyi sahəsində hüquqi məsuliyyət 77
Mənbələr 78

Mövzu 5. Azərbaycan mediasında qadın hüquqları. Tarixi baxış.
Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətində qadın hüquqları 79

Azərbaycanda qadınlar. XX əsrin əvvəlləri. Portret cizgiləri.
Qadının yeri. 80
Qadının vəziyyəti 81
Övrət, arvad, qadın, qız, ünas, xatun, bəyim, xanım...
“Arvad məsələsi”nin kökləri və ya dil təfəkkürün aynası kimi 82
Milli mətbuatımızda qadın məsələsinin kökləri və fəlsəfəsi 85
“İşıq”ın işığında 89
Müsəlman qadınından türk qadınına keçid...90
Qadınların seçki hüququ uğrunda mübarizədə: 1905–1918.................91
28 may 1918-ci il İstiqlal Bəyannaməsi və qadın hüquqları.
Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətində qadın hüquqlarının
təmin edilməsinə yönələn tədbirlər 95
Cümhuriyyət dövründə mətbuatda qadın hüquqları məsələsi.
Şəfiqə Əfəndizadənin yaradıcılığında qadın hüquqları..........................97
Mənbələr...100

Mövzu 6. Gender stereotipləri 101

Stereotip nədir? “COVİD 19” – stereotipləri
aşkarlayan lakmus kağızı... 101
Stereotiplər – dəstəkdir, yoxsa köstək? 103
Gender stereotipləri 103
Azərbaycan ailəsində gender stereotipləri..104
Stereotiplərin dinamikası: konservasiya, modifikasiya,
transformasiya 106
Dağılan stereotiplər: 90-lardan sonra... 107
Gender stereotipləri mediada 108
Gender beyni varmı? 109
Reyhan Camalova – gender beyni stereotiplərini sındıran qız............111
Mənbələr 112

Mövzu 7. Mediada cinsiyyətçilik 113

Cinsiyyətçilik hakimiyyət münasibətləri və gender mövqeləri
məsələsi kimi 113
Mediada cinsiyyətçilik 117
İdman tədbirləri mediada: cinsiyyətçi təqdimat meydanı 119
Mediada dilin strateji istifadəsi 120
Sosial media və cinsiyyətçilik: bədən imici 121
Mediadakı gender stereotipləri və cinsiyyətçiliklə mübarizə:
Avropa Şurasının rolu 121
Mənbələr...124

Mövzu 8. Genderəsaslı zorakılıq və mediada cinsiyyətçi nifrət nitqi 125

Genderəsaslı zorakılıq nəzəriyyələri 125
Cins və zorakılıq 128
Cinsiyyətçi nifrət nitqi genderəsaslı zorakılığın təzahürü kimi 129
Cinsiyyətçi nifrət nitqinin dili..130
Onlayn rejimində genderəsaslı zorakılıq 131
Qadın jurnalistlərə qarşı zorakılıq 132
Mediada cinsiyyətçi nifrət nitqi ilə mübarizə: siyasət sahəsində tədbirlər və Avropa Şurasının rolu..........................133
Mediada cinsiyyətçi nifrət nitqi ilə mübarizəyə dair Avropa Şurasının sənədləri 134
Mənbələr...136

Mövzu 9. Gender bərabərliyini təmin etmək üçün peşəkar mediada istifadə edilməli strategiyalar..137

Avropada gender bərabərliyi sahəsində strategiya sənədləri 137
Gender bərabərliyi sahəsində strategiya sənədlərində medianın yeri və rolu 139
Peşəkar mediada istifadə ediləcək strategiyalar 140
Mənbələr...146

Mövzu 10. Audiovizual sektorda gender bərabərliyi 147

Audiovizual sektorda gender stereotipləri və qadınların təsviri. 147
Göyçək Fatmadan Barbiyə qədər. Yaxud uşaqlar bizi necə tərbiyə edə bilər... 147
Cinsçilik və qadınlara qarşı zorakılıqla mübarizədə audiovizual sektorun rolu 149
Örnək 1. Yalan məlumat yayan qadının həbsi barədə xəbər..............149
Örnək 2. Bir kartın reklamı...152
Örnək 3. “Qadına şiddətə yox deyək!” sosial çarxı 152
Örnək 4. “Sabahın alimləri” IX Respublika Müsabiqəsinin açılış mərasiminə həsr olunmuş reportaj..153
Jurnalistlərin gender savadlılığı. Zamanın nəbzini necə tutmalı? 155
Örnək 5.“Little voice Azerbaijan” layihəsi. Uşaqlar bizim bu günümüzdür!...156
Mənbələr...157

Mövzu 11. Təbliğedici və reklam xarakterli məhsullarda gender amili 158

Təbliğedici və reklam xarakterli məhsullarda gender stereotipləri və qadın obrazlarının xarakterik cəhətləri 158
Reklamda gender bərabərliyini təmin üçün mövcud beynəlxalq təcrübə Advertising niyə və necə Femvertising oldu? 162
Azərbaycan reklam bazarında gender stereotipləri 164

Avropa Şurasının Reklamda qadınların imici haqqında 1799 saylı Qətnaməsi......166
Mənbələr......167

Mövzu 12. Sosial media və gender bərabərliyi......168

Sosial mediada gender bərabərliyi......168
Sosial media üzərindən cinsi qısnama......172
Sosial medianın gender bərabərliyinə mümkün qatqısı......173
Örnək 1. Wikigender......174
Örnək 2. Gender Hub Azərbaycan......175
Örnək 3. Woman Life.......175
Mənbələr......176

Mövzu 13. Seçkilərin işıqlandırılması və gender amili......178

Seçki hüququ......178
Avropa Şurasının standartları......181
Seçkilərdə medianın rolu və gender balans problemi......184
Seçki idarəçiliyi sahəsində gender balans problemi......184
Medianın seçkiqabağı təşviqatda iştirakı......185
Qadın və kişi siyasətçilərin mediada işıqlandırılması......187
Seçkilərdə gender stereotipləri......189
Seçkilərin işıqlandırılmasında gender aspekti......191
Mənbələr......192

Mövzu 14. Gender bərabərliyi və inklüziv inkişaf......193

202 illik yolun azərbaycanlı yolçuları......193
İnklüziv cəmiyyəti necə tanımalı?......194
İnklüziv cəmiyyət, ya açıq cəmiyyət? Terminoloji dəqiqlik nəyə görə vacibdir?......195
İnklüziv inkişaf, ya inklüziv artım?......196
İnklüziv inkişaf ideyası necə yarandı?......197
3 önəmli mərhələ: WID, WAD və GAD, yaxud Qadından Genderə......198
"Gender mainstreaming" və ya gender yönümlü həssas yanaşma nədir?......200
Gender bərabərsizliyi göstəricisi və insan inkişafı......201
Gender statistikası. Azərbaycanda gender statistikası......202
Qadınların mediada təmsilçiliyi......203
Son söz əvəzi, yaxud jurnalistlər nə edə bilər.......206
Mənbələr......206

ÖN SÖZ

Əziz tələbə, səninlə yenidən görüşməyimizə şadıq.

Yer üzündə kitabla görüşə gəlməkdən xoş nə ola bilər? Bu kitabın zamanın tələbindən doğduğunu bilmək, onun sənin peşəkar həyatına işıq sala biləcəyinə inanmaq isə fərqli bir hissdir.

Gender bərabərliyi və media azadlığı kitabını əlinə alar-almaz ünvanlayacağın sualları təxmin edirik – "Niyə gender bərabərliyi və media azadlığı? Onlar arasındakı əlaqə nədir və nəyə görə vacibdir?"

Və şübhəsiz, səni daha çox maraqlandıran məsələnin praktik cəhətidir.
Bu kitab sənə bələdçilik edə biləcək, ya yox?

Əgər bizimlə yola çıxsan, gender, media və auditoriya üçbucağında ilk növbədə, mövzunun, yəni genderin bir sosial qavrayış kimi mahiyyətini öyrənəcəksən. Medianın, yəni sənin özünün, mövzu ilə münasibətini təhlil edib, özünü gender mövzusu baxımından sorğulaya biləcək, təsəvvürlərinin və biliklərinin gerçəkliyi nə dərəcədə əks etdirdiyinin fərqində olacaqsan. Gender stereotiplərini öyrənəndə özünü bir daha kəşf edəcəksən. Bu həm özünükəşf, həm də auditoriyanı anlamaq üçün taleyüklü bir kəşfiyyat olacaq. "Kəşf"lər səni gender mövzusunu işıqlandırarkən bizi daim müşayiət edən önyarğılar və qərəzdən necə arınmaq barədə düşünməyə vadar edəcək. Auditoriyanı öyrənəcəksən. Auditoriyanı öyrənməyin yollarını öyrənəcəksən. Başlıcası isə, məsələnin ən vacib bir aspekti haqqında düşünəcəksən – etik olmaq, əxlaqi dəyərlərə söykənmək, mövzunu işıqlandırarkən verdiyin hər bir qərarın məsuliyyətini dərk etmək. Daha yaxşı bir cəmiyyət qurmaq üçün jurnalistikanın missiyasının nə olduğu barədə bir daha düşünmək və bunu gender açısından incələmək.

Biz bu kitabı yazarkən bunları göz önünə aldıq. Biz səni düşündürməyə çalışdıq.

Bu kitabın sənə nə dərəcədə bələdçi ola biləcəyini isə sənin özündən yaxşı kimsə bilməyəcək.

Bizim bildiyimiz isə odur ki, yolu və bələdçini qiymətləndirmək üçün YOLa çıxmaq gərəkdir.

Yolun və zehnin açıq olsun.

Mövzu 1.
Gender və gender bərabərliyi konsepsiyaları

Gender anlayışına tarixi və nəzəri baxış. “Gender” konsepsiyasının tarixi.
Gender qarşılıqlı bağlılıq məsələsi kimi və gender biosiyasəti.
Avropa Şurasının sənədlərində gender bərabərliyi konsepsiyaları.
Medianın siyasət sənədlərində gender konsepsiyası.

Həyatın müxtəlif sahələrində tənqidçi nəzəriyyəçilər və praktiklər cəmiyyətlərimizdəki siyasi, sosial və texnoloji düzən barəsində yenidən düşündükcə “cins” və “gender” konsepsiyaları (və onlar arasındakı əlaqənin dərki) yenidən formalaşaraq yeni forma alır. Əsasən, siyasi xarakter daşıyan feminizm nəzəriyyəsi və hərəkatı gender bərabərsizliyini, qadınların cəmiyyətdəki rollarını, yaşantılarını və maraqlarını araşdıraraq belə bir təməl anlayış ortaya qoyur ki, kişilər və qadınlar siyasi, iqtisadi və sosial cəhətdən bərabərhüquqlu olmalıdırlar.

Feminizm və gender hərəkatları aşağıdakı məsələlərə müvəkkillik edir:

a) cəmiyyətdə siyasi, iqtisadi və sosial gender bərabərsizliyi ilə mübarizə aparmaq və gender bərabərliyi barədə məlumatlılığı artırmaq üçün daha aktıv olmaq;

b) kişilərin və qadınların öz insani maraq, istək və qabiliyyətlərini inkişaf etdirmək üçün seçim imkanlarını genişləndirmək;

c) sosial və iqtisadi sahələrdə genderəsaslı bərabərsizlik yaradan mədəni və ənənəvi normalara və qanunlara qarşı çıxmaq;

d) cinsi və ya genderəsaslı zorakılığa və cins əlamətinə görə insanların (əsasən qadınların) nəzarətdə saxlanmasının təbliğinə son qoymaq.

Bu dərs vəsaitinin məqsədi bir jurnalist kimi bizi maraqlandıran məsələlərə aydınlıq gətirməkdir: gender konsepsiyaları, gender məsələlərinin təqdimatı və qavrayışları media tərəfindən necə yayılır, formalaşdırılır və yenidən necə təqdim edilir.

Biz genderin sosial qavrayış olduğunu iddia etdiyimiz üçün media və gender barəsində danışarkən cəmiyyətdəki gender münasibətlərinin həm *təqdimatından*, həm də *yaradılmasından* bəhs edirik. Bu zaman unutmamalıyıq ki, cəmiyyətdə ənənəvi gender yanaşmalarının mərkəzində binar (ikili) kateqoriyalar – “kişi” və “qadın” kateqoriyaları dayanır. Bununla yanaşı, onu da etiraf etmək lazımdır ki, digər gender kateqoriyaları və identiklik təzahürləri də mövcuddur. Məsələn, *agender* (hər hansı cinsi mənsubiyyəti olmayan və ya özünü hər hansı cinslə identikləşdirməyən şəxs); *bigender* (ənənəvi “kişi” və “qadın” cinsi davranışları və mənsubiyyətləri arasında tərəddüd edən şəxs); *transgender* (gender identikliyi və ya gender özünüifadəsi doğulduğu anda mənsub olduğu cinsinkindən fərqlənən şəxs); *gender baxımından dayanıqsız* (cinsi mənsubiyyətini iki ənənəvi cinsin qatışığı kimi hiss edən, amma bəzi günlərdə özünü daha çox kişi, bəzi günlərdə isə daha çox qadın kimi hiss edən şəxs); *gender baxımından qeyri-*

müəyyən (kişi və ya qadın olduğunu müəyyənləşdirə bilmədikləri şəxs üçün insanların çox zaman işlətdikləri ifadə, yaxud cinsi mənsubiyyəti təsdiqlənməyən və ya ikili cinsi identikliyə malik olan bir çox insanlar üçün işlənən ümumi termin) və digər qruplar.

Bu dərs vəsaitində biz genderdən əsas etibarilə cəmiyyətdə hakim mövqe baxımından kişilərlə qadınlar arasında sərhəd qoyan sosial qavrayış kimi bəhs edəcək, eləcə də cinslərin çox zaman açıq şəkildə təzahür edən binar (ikili) identifikasiyalarına, sosial rollarına, identikliklərinə və münasibətlərinə diqqət yetirəcəyik.

Gündəlik danışıq dilində feminizm, gender və cins terminləri çox zaman bir-birini qarşılıqlı surətdə əvəz etməklə işlənir. Belə görünür ki, bu cür söhbətlərdə *cins* (bioloji anlayış) və *gender* (sosial qavrayış) anlayışları fərqləndirilmir. Bioloji cins gender konsepsiyasının təməli olsa da, gender insanlar tərəfindən tarixi, siyasi və sosial baxımdan formalaşdırılan, təqdim edilən və yenidən formalaşdırılan konsepsiyadır. Gender aktivistlər və nəzəriyyəçilər tərəfindən **mədəni, iqtisadi** və **ənənəvi** mənada cinsi bildirən anlayış kimi başa düşülür. Genderin sosial qavrayış olmasının mühüm nəticələrindən biri odur ki, genderi cinslə eyniləşdirən anlayış özü-özlüyündə sual altına alına bilər. Aktivistlər və nəzəriyyəçilər iddia edirlər ki, bioloji fərq (bədənə görə müəyyənləşdirilən mənsubiyyət) cəmiyyətdə analoji sosial mövqe və ya nəticələr (məsələn, fərqli maaşlar və ya ödənişlər) doğurmalı deyildi. Bu vəziyyət, təbii ki, ənənəvi sosial iyerarxiyaların və qavrayışların, gender siyasətinin, eləcə də patriarxal qaydanın sual altına alınmasına gətirib çıxarır və beləliklə, mövcud sosial üsuli-idarədən kimin faydalanması faktını ortaya qoyur. Bu həm də o deməkdir ki, cins və gender analoji və uzlaşdırılmalı anlayışlar hesab edilməməlidir. Kimsə bioloji cəhətdən kişi (və ya qadın) ola, amma özünün gender identikliyini qadın (və ya kişi) kimi təqdim edə (və ya başqaları tərəfindən bu cür qəbul edilə) bilər.

Məşhur nəzəriyyəçi, feminist Cudit Batler 1990-cı ildə yazdığı inqilabixarakterli “Gender problemi” kitabında bir addım da irəliyə gedərək təbiətin verdiyi cins ilə sosial olaraq əldə edilən cins arasındakı fərqi şübhə altına alır (*Batler, 1990*). Batler iddia edir ki, cins də performativ sosial və mədəni təcrübələrə əsaslanan, öz tarixinə, sosial və siyasi dinamikasına malik məntiqi təfəkkür kontekstində öz əksini tapan sosial qavrayışdır. Özünün məşhur Performativ gender nəzəriyyəsində o iddia edir ki, gender identikliyi təbii olaraq verilən mahiyyətin təzahürü deyil, hərəkətlərin və davranışların, yəni fəaliyyətin (“performans”ın) məhsuludur. Bu, o deməkdir ki, gündəlik hərəkətlər, danışıqlar, jestlər və təqdimatlar, geyim normaları və davranışlar, eləcə də müəyyən qadağalar və tabular – bütün bunlar “kişi” və “qadın” identikliyi kimi qavranılan faktorların yaranmasına gətirib çıxarır. Performativ gender nəzəriyyəsi daxili mahiyyətə (kişi və ya qadın mahiyyətinə) əsaslanan inteqrativ, dayanıqlı gender identikliyini dekonstruksiya edərək iddia edir ki, bədənin cinsiyyəti müəyyən etməsi illüziyadır: repressiv və təhlükəli, eyni zamanda mübahisələndirilə bilən məsələdir.

Bizi bir jurnalist kimi, əsasən, gender/cins amilinin media tərəfindən, media vasitəsilə və media üçün təqdim edilən sosial qavrayışı və bunun sosial-siyasi nəticələri maraqlandırır. Yeri gəlmişkən, müasir gender nəzəriyyəsində genderin (yaxud "kişi və qadın" sosial qavrayışının), əslində, cinslərin sosial mövqeyini təqdim edən və ya yaradan yeganə identiklik xüsusiyyəti olmaması, yaxud onunla bağlı olan digər sosial qavrayışların da gender siyasətinə təsir göstərməsi etiraf edilir. Buna görə də bu gün gender amili müzakirə edilərkən müəyyən dərəcədə üst-üstə düşən və qarşılıqlı asılılıqda olan ayrı-seçkilik və ya müdafiəsizlik sistemlərini əmələ gətirən *qarşılıqlı əlaqəlilikdən* (interseksionallıq), qarşılıqlı əlaqədə olan kateqoriyalardan (məsələn, irq, sinif və gender) bəhs edilir.

Beləliklə, identikliyin kompleks xarakter daşıdığını qəbul edərək və universal gender təcrübəsini sual altına alaraq, bir çox feministlər israrla bildirirlər ki, biz hökmranlıq və müxaliflik münasibətlərinə elə bir baxış bucağından nəzər salmalıyıq ki, həmin baxış bucağı sosial kimliklərin müxtəlif aspektlərinin və bərabərsizlik münasibətlərini yaradan və möhkəmləndirən hökmranlıq sistemlərinin kompleks halda mövcudluğunu etiraf edir. Gender və qarşılıqlı əlaqəlilik münasibətləri bizim sosial mövqelərimiz barədə xüsusi olaraq düşünməyi və onları dərk etməyi tələb edir. Bu imkan verir ki, hakim sosial mövqeləri normal hal kimi qəbul etməyə meyilli olan sistemlərdə çox zaman nəzərə çarpmayan qarşılıqlı əlaqəli istismar sistemlərinin təcrübələrini və təsirlərini görmək və ya istismar sistemlərini ayrıca analiz etmək mümkün olsun. Buna görə də medianı araşdırarkən medianın təqdim etdiyi qarşılıqlı əlaqəli gender, sinif və irq amillərinə, yaxud feminist medianı araşdıran tədqiqatçıların "nəzarətdə saxlanılan imiclər" adlandırdığı obrazlara diqqət yetirmək lazımdır.

Medianın təqdimatı elə bir üsuldur ki, onun vasitəsilə media insanları, müəyyən qrupları, icmaları, yaşantıları, ideyaları və ya mövzuları müəyyən baxış bucağından təsvir edir. Belə media təqdimatları marginallaşmış qrupları repressiv şəkildə təqdim edir və ya hansı bədən formalarının, sosial mövqelərin və baxışların qəbuledilən və ya dəyərli hesab edildiyini irəli sürür. Mediada gender amilinin təqdimatları qadınlara münasibətdə stereotipləri əks etdirir: qadınlar kişilərin onları görmək istədikləri şəkildə (necə deyərlər, "kişi baxışı" əsasında), yaxud cəmiyyətdəki çoxluğun qadınların necə görünməli və davranmalı olduqlarına dair gözləntilərinə uyğun tərzdə təqdim edilirlər. Bir çox hallarda qadınlar mediada bu cür təqdim edilərkən cinsəllik, qadınların rolları və emosiyaları diqqət mərkəzinə çıxarılır. Digər təqdimatlarda isə onların uşaqları ilə münasibətləri, tərəf-müqabillər ilə romantik əlaqələri və yaxud yaxınlarının qayğısına qalmaq təcrübəsi önə çəkilir.

Qərəzli yanaşmanın və hökmranlığın həyata keçirilməsində dil mühüm vasitədir. Elə bir söz yoxdur ki, neytral olsun, elə bir ifadə (strukturlaşdırılmış, nizamlanmış və sistematik qavrayış olaraq) yoxdur ki, mənəvi cəhətdən qərəzsiz, sosial cəhətdən tərəfsiz olsun, yaxud dəyərləndirici mülahizələr-

dən azad olsun. Dil heç zaman sırf daşıyıcı vasitə olmur. İnsanlar arasındakı bütün münasibətlər linqvistik yolla ötürülür və bu zaman dil münasibətlərin qurulmasının və müəyyənləşdirilməsinin ən ənənəvi elementidir. Dil çoxaspektli və dinamik prinsiplər, qaydalar və ənənələr toplusu sayəsində yaranır ki, bunlar da təkcə fərdlərin ömür müddətinin və ya epoxaların hüdudlarını aşmır, həm də onları müəyyənləşdirir. Bu bir həqiqətdir ki, dil hakimiyyəti saxlamağın vasitələrindən biridir. Nəzərə alsaq ki, dil gender ayrı-seçkiliyini və digər ayrı-seçkilik formalarını gerçəkləşdirən elementlərdən biridir, onda bu mülahizələrin nə dərəcədə önəmli olduğunu anlaya bilərik. Əlbəttə, dil təkcə yazılı və ya şifahi söz demək deyil, o, dünya ilə insan arasındakı münasibətləri çatdıran kompleks üsullar və təqdimat vasitələridir.

Buna misal kimi qınaq obyekti olan belə bir halı göstərmək olar ki, kişi cinsini bildirən söz universal olaraq işlədilir, belə ki, ingiliscə “*man*” (kişi) sözü bütün insanları – kişiləri, qadınları və ya uşaqları bildirmək üçün, yəni “adam” mənasında işlənir. Siyasət sahəsində çox zaman qadın siyasətçidən bəhs edərkən yalnız adını söyləyirlər, kişi siyasətçinin isə statusunu və ya vəzifəsini bildirirlər. Məsələn, ingilis dilində çox zaman siyasətçilərə müraciət edərkən vəzifələrini söyləyirlər, misal üçün, “cənab prezident” deyirlər, qadın siyasətçilərə gəldikdə isə, “xanım senator” deyil, “xanım Klinton” deyirlər. Eynilə, futbolçulardan bəhs edərkən onların sadəcə adlarını söyləyirlər, məsələn, *Lionel Messi*, amma qadın futbolçulardan bəhs edərkən belə deyirlər: *qadın futbolçu Meqan Rapino*. Şərhçilər iddia edə bilərlər ki, bunun səbəbi qadın futbol ulduzlarının sayca kişilərdən az olmasıdır. Amma, əslində, bu halda hökmranlıq strukturu rol oynayır ki, burada da yeganə subyekt və ya hüquq sahibi kişidir. Qərb cəmiyyətləri kontekstində və vahid qloballaşma prosesləri çərçivəsində oyun qaydalarını müəyyənləşdirmək üçün linqvistikanın gücündən istifadə edənlər ağdərili heteroseksual kişilərdir, onlar cəmiyyətdəki sinfi mənsubiyyətlərinə, ölkələrinin mənşəyinə və coğrafi mövqeyinə uyğun olaraq çoxsaylı imtiyazlarını saxlayırlar. Gender ayrı-seçkiliyi, bir çox digər repressiv dünyagörüşləri kimi, hakimiyyət istəyindən və bu cür quruluşda yaşamaq və onu qoruyub saxlamaq arzusundan doğur.

Mediada gender faktorunu təqdim edərkən çox zaman “obyektləşdirmə” deyilən üsuldan istifadə edirlər: bu, insan barəsində sanki obyekt, alət və yaxud hətta əmtəə kimi düşünməyə və onunla bu cür davranmağa səbəb olan konkret dehumanizasiya formasıdır. “Cins və sosial ədalət” əsərində (Nussbaum, 1999) Marta Nussbaum obyektləşmənin yeddi aspektini fərqləndirir:

a) alətəçevrilmə: obyekt başqaları üçün alətdir;

b) avtonomluğun inkar edilməsi: obyekt avtonomluqdan və öz müqəddəratını müəyyənləşdirmək hüququndan məhrumdur;

c) ətalət: obyekt hərəkət etmək və aktiv olmaq iqtidarında olmayan varlıqdır;

d) qarşılıqlı əvəzləmə: obyekt ilə eyni kateqoriyadan olan digər obyektlər bir-birini qarşılıqlı surətdə əvəzləyə bilərlər;

e) müdafiəsizlik: obyekt öz müdafiəsi üçün hərəkət etmək və aktiv olmaq iqtidarında deyil;

f) mülkiyyətəçevrilmə: obyekt kiməsə məxsusdur və buna görə də satıla və ya borca verilə bilər;

g) subyektivliyin inkarı: obyekt yaşantıları və hissləri əhəmiyyət kəsb etməyən varlıqdır.

Obyektləşmənin sərhədləri dəyişkəndir və təkcə yuxarıdakı aspektlərlə məhdudlaşmır. Mahiyyət etibarilə bu aspektlərin biri digərindən daha aktiv və ya latent ola bilər, eyni zamanda onlar qarşılıqlı surətdə əlaqəli və avtonomdurlar.

Medianı araşdıran feminist nəzəriyyəçilər obyektləşmənin konkret bir formasını – cinsi obyektləşməni önə çəkirlər. Cinsi obyektləşmə konsepsiyası insanın digərlərinin istəklərinin alətinə çevrilməsini bildirir; insanın qiymətləndirilməsi onun şəxsiyyətinin qalan komponentlərindən ayrılıqda götürülən cinsi funksiyalarının faydalılığına əsaslanır və onun şəxsi statusu sadəcə alət səviyyəsinə endirilir və yaxud cinsi funksiyaları onun şəxsiyyətinin bütün aspektlərini əhatə edirmiş kimi qələmə verilir. Beləliklə, cinsi obyektləşmə, analoji formalar kimi və yaxud hətta kəskin cinsiyyətçi yanaşma kimi, qadınların "təbii" natamamlığının təsdiqinə əsaslanır ki, bu da onlara qarşı açıq düşmənçilik münasibətinə haqq qazandırır.

"Gender" konsepsiyasının tarixi

"Gender" konsepsiyasının tarixindən danışarkən onun fərqli, amma qarşılıqlı əlaqəli cəhətlərə malik üç tarixi sələfini – gender siyasətinin tarixini, gender düşüncəsini və tənqidi gender təfəkkürünü qeyd etmək lazımdır.

Bu istiqamətlərin hər biri kökləri XIX əsrin sonlarına gedib çıxan, siyasətə, mədəniyyətə və sosial təfəkkürə selektiv və patriarxal yanaşmanı önə çəkən sosial prosesləri gender baxımından tənqid edir. Çağdaş "gender bərabərliyi" nəzəriyyəsi və praktikası onların üçünə də əsaslanır.

Tənqidi konsepsiya olaraq gender yanaşması sosial iyerarxiyalara müstəsna yanaşmaları, eləcə də cəmiyyətlərdə hökm sürən münasibətlərə susqun qalan və ya göz yuman sosial qavrayışları tənqid edən mövqeyini digər sahələrə də sirayət etdirir. Bundan başqa, analitik aparat olaraq "gender" həm sosial qavrayış prosesinin, həm də hakimiyyət prosesinin tərkib hissəsi kimi şərh oluna bildiyi üçün konsepsiyanın özü də tənqidi baxımdan araşdırılmalıdır. Buna görə də gender bərabərliyi və media azadlığı mövzusunu öyrənən tələbələrin daha geniş tarixi və mədəni konteksti, eləcə də "gender bərabərliyi" çərçivəsində "gender" konsepsiyasının sosial mənasını anlamaları vacibdir.

Gender bərabərliyini Britaniya, Amerika Birləşmiş Ştatları, Yeni Zelandiya və Avstraliyada təbliğ edən Elizabet Kedi Stenton və Suzan B. Entoni, eləcə də İngiltərədə sufrajistlər hərəkatına rəhbərlik edən Emmelin Pankörst "feminizmin birinci dalğası" adlandırılan mərhələnin pionerləri sayılırlar. Bu mərhələdə qadınlar ictimai təşviqat qruplarında təşkilatlanaraq əmlak hüquqları, iqtisadi və

seçki hüquqlarında bərabərlik uğrunda siyasi kampaniyalara başladılar. 1898-ci ildə Yeni Zelandiyadan başlayaraq qadınlara seçki hüququ verildi. Yarım əsr ərzində qadınlar bütün qitələrin əksər ölkələrində seçki hüququ qazandılar: Azərbaycanda bu 1918-ci ildə, ABŞ-da 1919-cu ildə, Birləşmiş Krallıqda isə 1928-ci ildə baş verdi.

Feminizmin ikinci dalğası İkinci dünya müharibəsindən sonra başlayır. Artıq seçki hüququ qazanmış və əmlak hüquqlarında bərabərliyə nail olmuş feministlər müharibədən sonra məşğulluq imkanları, əməkhaqqı, təhsil və reproduktiv hüquqlar uğrunda, eləcə də qadınların ailədə və ev təsərrüfatında məruz qaldıqları ayrı-seçkiliyə qarşı mübarizəyə başlayırlar. Siyasi fəalların bu dalğası ilk dəfə şəxsi və ictimai sahədə kişilərlə qadınlar arasındakı hakimiyyət münasibətlərini təhlil və tənqid edərək belə bir qənaətə gəlirdilər ki, mədəniyyət, cinsəllik və siyasi bərabərsizlik sıx surətdə çulğaşıb və bu cür bərabərsizlik qadınları ayrı-seçkiliyə məruz qoyur ki, bunun da öhdəsindən yalnız hakimiyyət münasibətlərini dərk etməklə gəlmək olar. Bu dövrün əsas feministləri qadınların bərabərsizliyinin köklərini və detallarını araşdırdılar, evdar qadınların evdar və itaətkar rolu barədə mif ətrafındakı susqunluğu dağıtdılar və qadın seksuallığına qoyulan tabulara etiraz edirdilər. 1980-ci illərin sonlarında gender aktivistləri əvvəllər marginallaşdırılmış olan qrupların, xüsusən qaradərili və azlıqlara mənsub olan qadınların, biseksual, lezbiyan və transgender qadınların, “postmüstəmləkə” cəmiyyətlərdə səsləri susdurulan və aşağı sosial siniflərdən olan qadınların bərabərliklə bağlı konkret problemləri barədə məlumatlılığın daha da artırılması üçün çağırış etdilər. Əvvəllər “qadın problemləri” kimi kateqoriyalaşdırılan gender məsələləri araşdırıldı, müzakirə edildi və yalnız qadınlar üçün maraq kəsb etdiyi düşünülən məsələlər, məsələn, məşğulluq sahəsində bərabərlik indi bərabərsizliklə bağlı araşdırmaların daha geniş aspektinin tərkib hissəsinə çevrildi.

Digər nəzəriyyəçilər mədəni, şəxsi və siyasi məsələləri əlaqələndirdilər. Feminist aktivist və müəllif Kerol Haniş “Şəxsi məsələ siyasi məsələdir” şüarını irəli sürdü (*Haniş, 1969*). O iddia edirdi ki, qadınların mədəni və siyasi bərabərsizliyi bir-biri ilə qarşılıqlı surətdə əlaqəlidir. O, qadınları şəxsi həyatlarının aspektlərini dərindən siyasiləşdirilən və cinsiyyətçi hakimiyyət strukturlarını əks etdirən məsələlər kimi anlamağa təşviq edirdi.

Fransız yazıçı və filosof Simona de Bovuar 1949-cu ildə “İkinci cins” manifestini yazdı: qadınların sıxışdırılmasının müfəssəl şəkildə təhlil edildiyi bu manifest müasir feminizmin fundamental traktatı idi (*Bovuar, 1949*). Fransız ekzistensialist təfəkküründən ilhamlanan müəllif iddia edir ki, “insan qadın kimi doğulmur, sonradan qadın olur”. De Bovuar iddia edirdi ki, qadınlar tarixən əyintili və anormal insan hesab ediliblər, hətta erkən dövrlərin feminist qəhrəmanı Meri Uolstonkraft da kişiləri qadınların can atmalı olduqları ideal hesab edib. De Bovuar bunu da iddia edirdi ki, feminizmin irəliyə getməsi üçün bu yanaşma əksinə çevrilməlidir.

Amerikalı aktivist Betti Fridanın 1963-cü ildə yazdığı “Qadın misteriyası” kitabı müasir qadın hərəkatını elə alovlandırdı ki, nəticədə Birləşmiş Ştatların və

dünya ölkələrinin sosial strukturu həmişəlik dəyişmiş oldu. O, qadınların yalnız uşaqları tərbiyələndirmək və ev təsərrüfatı ilə məşğul olmaqla məmnunluq tapa biləcəkləri barədə ideyanı tənqid edərək iddia edirdi ki, qadınlar onları kimliklərini və həyatlarının mənasını ərləri və övladları vasitəsilə tapmağa vadar edən yanlış əqidələr sisteminin qurbanıdırlar. Belə sistem qadınları ailələrinin daxilində kimliklərini tamamilə itirməyə məcbur edir. Fridan dəqiqliklə bu sistemi İkinci dünya müharibəsindən sonrakı dövrdə orta sinfə mənsub olan şəhərətrafı rayonların icmalarının sistemi kimi müəyyənləşdirirdi.

Gender tarixinin ən nüfuzlu nəzəriyyəçilərindən biri olan Coan Skott “Gender: tarixi analizin faydalı kateqoriyası” adlı formativ essesində belə yazır: “Belə görünür ki, ilk dəfə gender məsələsi cins əlamətinə əsaslanan fərqlərin fundamental sosial keyfiyyətə malik olduğunda israr edən amerikalı feministlər arasında meydana çıxıb. Bu söz “cins” və ya “cinsi fərq” kimi terminlərdən istifadənin dolayısı ilə nəzərdə tutduğu bioloji determinizmdən imtina demək idi. “Gender” termini, həmçinin qadınlığın normativ anlayışlarının nisbi aspektini vurğulayırdı” (Skott, 1986).

Sosial məsələlərdə hökmranlığın daha geniş post-marksist tənqidi kontekstində gender amili fransız sosial filosofu Mişel Fukonun “biosiyasət” adlandırdığı siyasətin mühüm elementlərindən birinə çevrildi. Biosiyasət hakimiyyət rejimləri çərçivəsində insanın həyat fəaliyyəti proseslərini idarə etmək üçün istifadə edilən strategiya və mexanizmləri bilik, hakimiyyət və subyektivləşmə prosesləri kimi konsepsiyalar vasitəsilə tədqiq etmək üçün istifadə edilən və inkişaf etdirilən konsepsiyadır. Özünün “Bilgi istəyi” əsərində Fuko “həyata müsbət təsir göstərən, onu idarə etməyə, optimallaşdırmağa və genişləndirməyə çalışan, onu dəqiq nəzarət və hərtərəfli tənzimləmə predmetinə çevirən hakimiyyətdən” bəhs edir (Fuko, 1976): 137). Biosiyasət konsepsiyası həbsxana, psixiatriya xəstəxanası kimi müəssisələrdə və ya cinsəllik qavrayışı kimi cəmiyyətin digər institusional mexanizmlərində insan bədəni üzərində nəzarəti həyata keçirmək üçün bilgilərdən və subyektivləşmə proseslərindən (subyektə universal xarakter verilmədiyinin, subyektin, əslində, bilgi formalarının və hökmranlıq metodlarının sosial qavrayışı olaraq formalaşdığının dərki) hakimiyyətin necə istifadə etdiyini önə çəkir. Biosiyasət nə cəmiyyəti, nə də ayrı-ayrı fərdləri öyrənir (məsələn, qanunla və müqavilə ilə müəyyən edilən məhkəmə orqanı kimi). Bioloji hakimiyyət idarəetmə obyekti olan “sosial orqanizm” üzərində hökmranlıq praktikasıdır. Əhali onu siyasi və elmi problem kimi, hakimiyyəti həyata keçirməyin bioloji məsələsi kimi maraqlandırır. Bioloji hakimiyyət fərd ilə müxtəlif formalarda islahetmə, normallaşdırma və institusionallaşdırma çərçivəsində intizam subyekti kimi davranmır. Əvəzində o, idarəetmənin və xüsusi bilgi formalarının yaradılmasının və idarə olunmasının mürəkkəb qarşılıqlı əlaqəsi vasitəsilə əhalinin davranışını idarə etməklə əhaliyə preventiv təsir göstərir. Feminist nəzəriyyəçilər genderi bioloji hakimiyyət forması kimi başa düşürlər.

Gender qarşılıqlı bağlılıq məsələsi kimi və gender biosiyasəti

Gender konsepsiyasının hazırkı dərkindən bəhs edərkən yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, cinsi identiklik insanın kimliyinin aspektlərini təşkil edən cəhətlərdən yalnız biridir, eləcə də bərabərsizlik təcrübəsinin yalnız bir amilidir. İlk dəfə hüquqşünas alim Kimberli Krenşou tərəfindən təsvir edilmiş qarşılıqlı bağlılıq (interseksionallıq) konsepsiyası gender araşdırmaları çərçivəsində analiz formasından bəhs edir (*Krenşou, 2019*). Qarşılıqlı bağlılıq qavrayışlarında irq, sinif, gender, cinsəllik, yaş, bacarıqlar və kimliyin digər aspektləri qarşılıqlı surətdə birləşən amillər kimi müzakirə olunur. Qarşılıqlı bağlılıq insanların kimliklərinin bir neçə aspektin təsirinə məruz qalmaları kimi başa düşülür. Krenşou iddia edir ki, kimliyin ayrı-ayrı aspektləri onun digər aspektlərindən doğur və formalaşır. Birisinin gender kimliyinin digərləri tərəfindən interpretasiya olunmasına irq, sosial status, yaş, eləcə də kimliyi formalaşdıran bu blokların necə interpretasiya olunması həmişə öz təsirini göstərir. Gender kimliyin digər elementləri ilə, eləcə də qavrayışları və interpretasiyaları ilə çulğaşır. Beləliklə, gender kimliyin elə bir çoxaspektli qavrayışıdır ki, o, irq əlamətinin, bacarıqların və statusun qavrayışlarına təsir göstərir və özü də onların interpretasiyalarının təsirinə məruz qalır.

Sosial tarixçi Cemima Repo 2015-ci ildə dərc olunmuş böyük rezonans doğurmuş kitabında genderin biosiyasət baxımından nəzəri təhlilini verdi (*Repo, 2015*). O, gender probleminə biosiyasət və genealogiya çərçivəsində yeni və fərqli yanaşma təklif edərək, genderi tarixən formalaşmış bioloji hakimiyyətin spesifik aparatı kimi səciyyələndirdi. Cemima Repo 1950-ci illərdə Amerika psixiatriyasında interseksualların cinsiyyət üzvlərinin yetkinləşməməsinin problemə çevrilməsi nəticəsində normalcinsiyyətli şəxsləri sosial qrup olaraq müharibədən sonrakı Amerikada orta sinfə mənsub ağdərili ideal produktiv və reproduktiv subyektlər kateqoriyasına aid etmək üçün “gender” anlayışının necə formalaşdığını araşdırdı. Kitabda iddia edilirdi ki, bu genealogiya etnik avropalıların doğum faizini optimallaşdırmaq üçün neoliberal vasitə kimi gender bərabərliyinin istifadə edilməsi fonunda bugünkü feminist siyasət üçün və regionun gələcək iqtisadi inkişafının təmin edilməsi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu göstərir ki, gender ideyasının özünün biosiyasətinin dərk edilməsi feministlərin nəzəriyyədə və praktikada üzləşdikləri məyusluqların və problemlərin hərtərəfəli dərkinin ayrılmaz tərkib hissəsidir.

Biz mediada gender məsələlərini məhz bu nəzəri və tarixi amillər fonunda başa düşməli və təhlil etməliyik. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, media həm gender amilinin, həm də ondan irəli gələn bərabərsizliyin təqdimatı üçün *meydan* olmaqla yanaşı, həmçinin elə bir alət və ya vasitədir ki, ondan istifadə etməklə gender bərabərsizliyini nümayiş etdirən və təsdiqləyən rolların, münasibətlərin və dəyərlərin açıq və üstüörtülü formada hökmranlığını təmin edir. İddia edilir ki, media gender bərabərliyi istiqamətində struktur dəyişikliklərinə həm əngəl törədə, həm də onları sürətləndirə

bilər. Belə ki cəmiyyətdəki bərabərsizliklər mediada da öz təzahürünü tapır[1] və bu fenomen əlli ildən artıqdır ki, sistematik olaraq öyrənilir. "Araşdırmalar bir daha göstərir ki, media təşkilatlarında xəbərlərin istehsalında, materialların məzmununun hazırlanmasında və qərarların qəbulu proseslərində iştirak edən qadınların sayı və nisbəti kişi həmkarlarına nisbətən əhəmiyyətli dərəcədə aşağıdır" ki, bu da "əksər peşə vəzifələrini, media formalarını, xəbər materiallarını, təşkilat daxilində idarəetməni" əhatə edir. "Media korporasiyalarında kişilərin dominantlığı, habelə daha ədalətli gender rolları istiqamətində dəyişikliyə müqavimət göstərən kişi yönümlü təşkilati mədəniyyət" daimi hal alıb.[2] Bu situasiya bütün vətəndaşların insan hüquqlarından istifadə edə bilmədikləri zərərli durumu aradan qaldırmağa yönələn beynəlxalq norma və standartların qəbul olunmasını tələb edir. Avropa Şurası innovativxarakterli sənədlər qəbul etməklə və onların icrası üçün sistemli səylər göstərməklə bu cür ədalətsizliklərlə mübarizədə mərkəzi rol oynayır.

Avropa Şurasının sənədlərində əks olunmuş gender və gender bərabərliyi konsepsiyaları

Avropa Şurası gender bərabərliyinin insan hüquqlarının həyata keçirilməsi baxımından siyasi və sosial əhəmiyyət daşıyaraq 1980-ci illərdən bəri gender bərabərliyinə dair normaların hazırlanmasında mühüm rol oynayır. Onun müəyyən etdiyi standartlar Avropada sistematik olaraq demokratik diskurs formalaşdırıb. Bu norma və standartlar feminist nəzəriyyələrdə dərin kök salaraq gender konsepsiyalarının transformasiyalarını və nailiyyətlərini əks etdirir. Ən önəmlisi isə, onlar *genderə sosial qavrayış kimi* yanaşaraq bu qavrayışdakı bərabərsizliklərin kökündə duran və onları yaradan (və təkrarən doğuran) mövcud sosial, siyasi, iqtisadi və mədəni iyerarxiyaları, ənənələri və hakimiyyət münasibətlərini sual altına alaraq onlara meydan oxuyur.

Bu bölmədə biz Avropa Şurası tərəfindən gender bərabərliyinə dair ümumi bəyanatların ruhunda şərh və tətbiq edilən *gender və gender bərabərliyi nəzəri konsepsiyalarının siyasi və hüquqi əsaslarına* dair nümunələri təqdim edəcəyik. Gender bərabərliyi "qadınlar və kişilər üçün ictimai və şəxsi həyatın bütün sahələrində bərabər hüquqları, eləcə də eyni vizuallıq, səlahiyyət, məsuliyyət və iştirakçılıq imkanlarını doğurur ki, bu da qadınlarla kişilərin resurslara bərabər çıxış imkanlarını və resursların onlar arasında bərabər bölgüsünü nəzərdə tutur".[3]

---

[1] "Gender bərabərliyi və media haqqında Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2013) 1 saylı Tövsiyəsi.

[2] Avropa Şurasının Gender bərabərliyi üzrə milli koordinatorlar şəbəkəsinin 1-ci konfransının hesabatı. Avropa Şurasının "Media və qadınların imici" mövzusunda konfransı (2013). Sayt: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680590587, səh. 7.

[3] Bax: Avropa Şurası, "Qadınlar və kişilər arasında bərabərlik". Sayt: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168064f51b, səh. 2.

Başlanğıc nöqtəsi olaraq "gender" anlayışını dərindən araşdırmaq lazımdır. Qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və ona qarşı mübarizə haqqında İstanbul Konvensiyasında (bundan sonra "İstanbul Konvensiyası") qeyd edilir ki, "*"gender" dedikdə hər hansı bir cəmiyyətin qadın və kişilər üçün müvafiq hesab etdiyi sosial rollar, davranışlar, fəaliyyət və atributlar başa düşülür*" (İstanbul Konvensiyası, 3-cü maddə) (Həmçinin 3-cü fəslə bax: "Gender bərabərliyi hüquqi konsepsiya kimi, gender bərabərliyinin sosial ədalətlə və media azadlığı ilə əlaqəsi"). 1990-cı illərdən etibarən qadınların zorakılıqdan müdafiəsinin təşviqi üçün irəli sürülən silsilə təşəbbüslərdən sonra 2011-ci ildə bu hüquqi sənədlərin qəbul edilməsi məhz *qadın olduqlarına görə* qadınlara qarşı törədilən zorakılığın genderəsaslı zorakılıq forması olmasının dərkinə əsaslanırdı. Beləliklə, təqdim edilən anlayış cəmiyyət tərəfindən "qadınların qavrayışının" tarixi, mədəni və sosial kontekstini üzə çıxardı və onun geniş və sosial refleksiv və həssas interpretasiyasını qəbul etdi.

Avropa Şurasının standart müəyyən edən və "çoxsahəli strategiyalar vasitəsilə demokratik cəmiyyətin bütün fəaliyyət səviyyələrində və sahələrində qadınların kişilərlə bərabər əsasda tam inteqrasiyasını" nəzərdə tutan təməl konsepsiyası olan *paritet demokratiyasının* siyasi nailiyyəti "*gender bərabərliyinin*" demokratik aktuallığını əyani şəkildə nümayiş etdirdi.[1] Bu interpretasiya standart müəyyən edən əsas sənədlərə şamil olundu və təsbit edildi ki, gender bərabərliyi sosial ədalətə nail olunması üçün tələbdir və demokratiyanın zəruri şərtidir, real gender bərabərliyinə və ya de fakto bərabərliyə nail olmağa yönələn siyasi iradə demokratik cəmiyyətdə mütləq şərtdir.[2]

"Gender bərabərliyi" siyasi məqsəd kimi qarşıya qoyulduqdan sonra bu konsepsiyanın tarixi sələflərinin qarşılıqlı əlaqəli cəhətləri təqdim edildi. Belə ki, *"gender bərabərliyinə"* Avropa Şurasının verdiyi anlayışda çoxsəviyyəli konsepsiya irəli sürüldü və qeyd edildi ki, "gender bərabərliyi ictimai və şəxsi həyatın bütün sahələrində hər iki cinsin bərabər vizuallığı, səlahiyyətləri və iştirakı deməkdir"... O, "qadınlarla kişilər arasındakı fərqliliklərin və onların cəmiyyətdə oynadıqları müxtəlif rolların qəbul edilməsi deməkdir. Gender bərabərliyi fərqli olmaq hüququnu özündə ehtiva edir" və "cəmiyyətdə qadınlarla kişilər arasında qeyri-bərabər hakimiyyət münasibətlərinin saxlanmasına şərait yaradan strukturları dəyişməyi və qadınlarla kişilərin dəyərləri və prioritetləri arasında daha düzgün balansa nail olmağı" ön plana çıxarır.[3] Siyasi nöqteyi-nəzərdən *balanslı iştirak* üçün müəyyən edilmiş minimum standart "o deməkdir ki, siyasi və ya ictimai həyatda iştirak üçün

[1] Bax: "Gender bərabərliyi standartları və mexanizmləri haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin CM/Rec (2007) 17 saylı Tövsiyəsi (32.), İzahedici memorandum (CM(2007)).

[2] İbid, 1 və 2-ci bəndlər.

[3] Avropa Şurasının gender bərabərliyi üzrə qlossarisi (izahlı lüğəti), səh. 3; sayt: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016805e55eb).

istənilən qərarverici orqanda qadınların və ya kişilərin sayı 40%-dən aşağı düşməməlidir”.[1]

Cins əlaməti əsasında qadınlara qarşı *ayrı-seçkiliyin* kökünün kəsilməsi onilliklərboyu Avropa Şurasının siyasətinin diqqət mərkəzində olub. Ayrı-seçkiliyin bir sıra formalarına qarşı yönələn İnsan hüquqları haqqında Avropa Konvensiyasının (14-cü maddə) məcburi hüquqi qüvvəyə malik normaları tədbir görmək üçün əsas təşkil edir. Eyni zamanda *gender konsepsiyasının transformasiyası* ilə yanaşı, *qarşılıqlı əlaqəliliyin* identikliyin çoxaspektli qavrayışını nəzərdə tutması faktı yetərincə nəzərə alınaraq etiraf edilir ki, qadınlar çox zaman ayrı-seçkiliyin bir və ya bir neçə başqa formalarına da məruz qalırlar, “belə ki, bu zaman onların cinsi mənsubiyyətləri digər faktorlarla, məsələn, irq, dərinin rəngi, dil, din, siyasi və ya digər baxışlar, milli və ya digər mənşə, milli azlıqlara mənsubluq, əmlak vəziyyəti, doğum statusu və ya digər əlamətlərlə kombinə olunur”.[2] Buna görə də siyasətin məqsədlərinə yenidən baxılaraq qadınların bu qruplarına münasibətdə ən müdafiəsiz vəziyyətdə olan qruplar kimi məqsədyönlü tədbirlər nəzərdə tutulmalıdır.

Normayaratma və standart müəyyənetmə sahəsində digər bir məsələ onu müəyyənləşdirməkdən ibarət idi ki, insan hüquqlarına dair beynəlxalq və Avropa normalarından irəli gələn, *gender bərabərliyinə nail olmaq məqsədi daşıyan pozitiv tədbirlər görülməsini*[3] nəzərdə tutan hansı müddəalar *dövlətlər üçün məcburi hüquqi qüvvəyə malik öhdəliklər* doğurur. Avropa Şurası gender amilini nəzərə almaqla şərh etdiyi bu məsələ ilə bağlı qeyd edir ki, “pozitiv tədbir dedikdə biz əhalinin müəyyən kateqoriyalarının nümayəndələrinin, konkret olaraq indiki halda qadınların onlar üçün *təmin edilən hüquqlara* digər kateqoriyaların nümayəndələri ilə, konkret olaraq indiki halda kişilərlə eyni dərəcədə *çıxış əldə etmək imkanına malik olmasına şərait yaratmağa yönələn tədbiri* nəzərdə tuturuq”.[4]

Bu normativ şərh daha sonra onu nəzərdə tuturdu ki, dövlətlərin tədbirləri ayrı-seçkiliyin olmamasını və gender bərabərliyini təmin etməyə yönələn hüquqi standartlar müəyyən etməkdən daha irəliyə getməli və hökumətlər *gender amilinin nəzərə alınması* strategiyasına uyğun olaraq siyasət proseslərinin təşkil (yenidən təşkil) edilməsi, yaxşılaşdırılması, inkişaf

[1] Bax: “Siyasi və ictimai qərarların qəbul edilməsində qadınların və kişilərin balanslı iştirakı haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə Rec(2003)3 saylı Tövsiyəsi.

[2] İbid, 4, 59-cu bənd.

[3] Bu termin, həmçinin pozitiv hərəkətləri, müsbət hərəkətləri və ya tədbirləri, preferensial rəftarı, spesifik və ya xüsusi tədbirləri, pozitiv ayrı-seçkiliyi və digər pozitiv addımları bildirmək üçün istifadə edilir (bax: Avropa Şurasının gender bərabərliyi qlossarisi (izahlı lüğəti); sayt: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016805e55eb).

[4] Bax: “Kişilərlə qadınlar arasında bərabərlik sahəsində pozitiv tədbirlər: Kişilərlə qadınlar arasında bərabərlik sahəsində pozitiv tədbirlər üzrə mütəxəssislər qrupunun fəaliyyətlərinə dair yekun hesabat” (EG-S-PA) (2000). Sayt: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680591 6bb, səh. 26.

etdirilməsi və qiymətləndirilməsi sahəsində qabaqcıl beynəlxalq təcrübələrə əsaslanan, faydalı olduğu təsdiqlənən “proaktiv siyasət tədbirləri və müxtəlif strategiyalar müəyyənləşdirməli və səmərəli şəkildə həyata keçirməlidirlər”.[1] Beləliklə, 1990-cı illərdən bəri gender amilinin nəzərə alınmasının Avropa Şurası tərəfindən şərt kimi müəyyən edilməsi “bir qayda olaraq siyasətin müəyyən edilməsində iştirak edən subyektlər tərəfindən gender bərabərliyi perspektivinin bütün səviyyə və mərhələlərdə bütün siyasətlərə daxil edilməsinin” təmin edilməsi üçün zəruri olan hərtərəfli yanaşmanı əyani şəkildə nümayiş etdirir.[2] Bu günədək qadınların tərəqqisi üçün həyata keçirdiyi pozitiv tədbirlərdə Avropa Şurası gender amilinin nəzərə alınması konsepsiyasını rəhbər tutub və bu konsepsiya “2018–2023-cü illər üçün gender bərabərliyi strategiyası”nın əsas məqsədlərindən biri kimi müəyyən edilib.[3]

Medianın siyasət sənədlərində gender konsepsiyası

Biz genderin sosial qavrayışının dərk edilməsinin davamlı transformasiyasını əks etdirən və daim təkamülə uğrayan anlayış olan gender konsepsiyasının nəzəri və tarixi aspektlərinin Avropa Şurasının siyasət müəyyənetmə və normayaratma fəaliyyətində öz əksini tapmasını göstərdik. Bütün bunların fonunda biz *mediada gender məsələlərinə* dair aşağıdakı analoji tədbirləri də təqdim edirik, belə ki, media həm gender amilinin, həm də ondan irəli gələn bərabərsizliyin təqdimatı üçün *meydandır*. Media elə bir mexanizmdir ki, imtiyazlı hakim mövqelərə malik olanlar ondan istifadə etməklə siyasi, iqtisadi və sosial hakimiyyəti həyata keçirirlər. İndi isə Avropa Şurasının siyasət və standartlarının media daxilində və media tərəfindən gender bərabərliyinin təmin edilməsinin mühüm məsələləri olan aşağıdakı problemləri necə həll etdiyinə baxaq:

1) *mediada cinsiyyətçi dildən istifadə edilməsi;*

2) *mediada qadınların stereotiplər əsasında təsvir edilməsi*;

3) *media sahəsində qadınların bərabər əsasda təmsil olunması*.

Cinsiyyətçi dil ilk dəfə Nazirlər Komitəsi tərəfindən geniş şəkildə şərh edilib və ona belə anlayış verilib: “dildən kişi cinsinin qadın cinsi üzərində üstünlük təşkil etdiyi formada istifadə edilməsi”.[4]

---

[1] İbid, 4, 62-ci bənd.

[2] Avropa Şurası: Gender amilinin nəzərə alınmasının konseptual bazası, metodologiyası və qabaqcıl təcrübələrin təqdimatı – Gender amilinin nəzərə alınması üzrə mütəxəssislər qrupunun fəaliyyətlərinə dair yekun hesabat” (2004). Sayt: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680596135, səh. 17.

[3] Bax: “6-cı strateji məqsəd: “Bütün siyasət və tədbirlərdə gender amilinin nəzərə alınmasına nail olmaq”. Sayt: https://rm.coe.int/strategy-en-2018-2023/16807b58eb, səh. 33-37.

[4] “Dildə cinsiyyətçiliyin aradan qaldırılması haqqında” Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə R (90) 4 saylı tövsiyəsi.

Beləliklə, qeyri-cinsiyyətçi dilin istifadəsinin təşviqi siyasəti bütün sektorlarda, amma xüsusilə dövlət sektorunda və bütün formalarda təhsilin aparıldığı müəssisələrdə bütün iştirakçıları, həmçinin *medianı* əhatə edir və "kişi cinsində olan sözlərin universal (ümumi) neytral termin kimi işləndikləri hallarda heç bir cinsi çaları olmayan sözlərlə əvəzlənməsini və yaxud həm kişi, həm də qadın cinsində olan sözlərin işlənməsini; qadınlardan və kişilərdən ibarət qrupları bildirmək üçün mümkün olan hallarda neytral ifadələrdən istifadə edilməsini, yaxud qadın və kişi cinsində olan sözlərin yanaşı işlənməsini; qadınların və kişilərin əlaqələrini bildirən ifadələrin (dul qadın, ər, arvad) işlənməsinin aradan qaldırılmasını (onlar yalnız legitim məqsədə nail olmaq üçün zəruri olan hallarda işlənməlidir)" və qadınları və kişiləri fiziki görünüşləri əsasında, yaxud onların cinsi mənsubiyyəti ilə əlaqədar olan keyfiyyətləri və ya gender rolları əsasında təsvir edən ayrı-seçkilikxarakterli ifadələrin istifadəsinin ümumiyyətlə, aradan qaldırılmasını, təşviq edir.[1] Daha konkret desək, media kontekstində media təşkilatlarına tövsiyə olunur ki, "cins əlaməti əsasında ayrı-seçkiliyə, nifrətə təhrikçiliyə və genderəsaslı zorakılığa səbəb ola biləcək cinsiyyətçi reklamlardan, dildən və məzmundan yaxa qurtarmağa yönələn ardıcıl daxili siyasəti və əmək şəraitini təşviq etsinlər".[2,3] Beləliklə, media sahəsində özünütənzimləmənin gücləndirilməsi və "bu sahə üçün dəqiq standartlar və nəticələr müəyyən etməklə cinsiyyətçi imicin, dilin və praktikanın pislənməsinə və onlarla mübarizə aparılmasına yönələn davranış kodekslərinin qəbul edilməsi və prosesin monitorinqinin təmin edilməsi"[4] vəzifələri Avropa Şurasının sənədlərinə uyğun olaraq müəyyən edilib.

Standartların müəyyən edildiyi digər bir sahə *mediada qadınların stereotiplər əsasında təsvir edilməsi* ilə əlaqədardır. İddia edilir ki, *gender stereotipləri* qadınlara vətəndaş olaraq təsir göstərir və onların insan hüquqlarını pozur, "buna görə də mediada qadınlara münasibət və qadın stereotiplərinin mediada təqdim edilməsi gündəlik həyatda qadınlara qarşı zorakılıqla əlaqələndirildi".[5] Bundan əlavə, xüsusi olaraq qeyd edilir ki, siyasi hadisələrin və seçki kampaniyalarının media tərəfindən işıqlandırılması və bu zaman cinsiyyətçi stereotiplərin saxlanması və stereotiplərlə çox az mübarizə aparılması qadınların demokratik prosesdə iştirakına zərər yetirir.[6] Beləliklə, Avropa Şurası siyasi addımları vasitəsilə üzv dövlətlərə çağırış edir ki, cinsiyyətçi stereotiplərlə mübarizə aparılmasına və "insan ləyaqətinə hörmətin təmin edilməsi, gender əsaslı ayrı-seçkilik də daxil olmaqla ayrı-seçkiliyə qarşı mübarizəyə şərait yaradılması və qadınlarla kişilər arasında təkcə müxtəlifliyin deyil, həm də bərabərliyin təşviq

[1] İbid, 4, 68-ci bənd.
[2] İbid, 1. (Əlavə – Media təşkilatları üçün rəhbər prinsiplər).
[3] "Audiovizual sektorda gender bərabərliyi haqqında" Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec (2017)9 saylı tövsiyəsi.
[4] İbid, 2, səh. 22.
[5] İbid, 2, səh. 3.
[6] İbid, 1.

edilməsi məqsədilə media sahəsində tənzimləyici və ya özünütənzimləyən orqanların səmərəli fəaliyyətinə” şərait yaradılmasına yönələn normalar qəbul etməklə qanunvericilikdə gender bərabərliyini təmin etsinlər.[1]

Bundan başqa, mediada gender konsepsiyası *media sahəsində qadınların bərabər əsasda təmsil olunmasına* yönələn siyasi tədbirlər vasitəsilə önə çəkildi. Avropa Şurası başlanğıc nöqtəsi olaraq diqqəti bu məsələyə cəlb etdi ki, cəmiyyətdəki bərabərsizliklər mediaya da sirayət edir və həm özünü *media təşkilatları daxilində* büruzə verir, belə ki, burada qadınlar media sahibliyində, informasiya istehsalında və jurnalistikada, xəbər redaksiyalarında və rəhbər vəzifələrdə az təmsil olunur (o cümlədən əmək haqlarında bərabərsizlik, “gözəgörünməz baryerlər” və riskli əmək şəraiti mövcud olur); həm də özünü *media buraxılışlarında (məhsullarında)* büruzə verir. Belə ki, qadınlar ekspert qismində nadir hallarda istifadə edilir, qadınların baxışları və rəyləri, nisbi olaraq götürsək, mediada əks olunmur.[2] Qadınlarla kişilərin siyasi və ictimai qərarların qəbulunda balanslı iştirakını təmin etmək üçün üzv dövlətlərə çağırış edilib ki, media, təhsil, təlim, tədqiqat sahələrində və tənzimləyici qurumlarda qərarverici vəzifələrə qəbul üçün bərabər şərtlərin olmasını təşviq etsinlər.[3] Üstəlik, media təşkilatları rəhbər vəzifələrdə, məşvərət, tənzimləmə və daxili nəzarət funksiyalarına malik orqanlarda və ümumiyyətlə, qərarların qəbulu prosesində qadınlarla kişilərin balanslı təmsilçiliyini təmin etməlidirlər.[4] Belə ki, bu məsələlər bərabərsizliklərin yaranmasında və yenidən meydana çıxmasında başlıca rola malikdir. Bundan başqa, media məhsullarına gəlincə Avropa Şurasının müəyyən etdiyi standartlarda nəzərdə tutulur ki, üzv dövlətlər “media tənzimləyiciləri tərəfindən qərarların qəbulunda və praktikalarında gender bərabərliyi prinsiplərinə riayət edilməsini” və media təşkilatları tərəfindən “qadınların və kişilərin stereotiplərə əsaslanmayan imicinin, rolunun və vizuallığının təşviq edilməsini” təmin etməlidirlər.[5]

Bu fəsildəki arqumentlərə yekun vuraraq qeyd edək ki, biz gender konsepsiyasını daim təkamülə və transformasiyaya uğrayan, tarixi, siyasi və mədəni kontekstlərdə öz əksini tapan və cəmiyyətdəki hakimiyyət münasibətləri tərəfindən idarə olunan sosial qavrayış kimi başa düşməliyik. Bundan əlavə, media sahəsində mövcud olan və media məhsullarında özünü büruzə verən gender bərabərsizliklərinin mürəkkəbliyi və qarşılıqlı əlaqəsi mediada gender amilinin aktuallığını nümayiş etdirir. Müxtəlif səviyyələrdə və aspektlərdə mövcud olan, o cümlədən *mikrosəviyyədə* təhriflər, stereotiplər, xəbərlərdə və digər media materialında qadınların həyatından bəhs edilməməsi və onların obyektləşdirilməsi (cinsəl obyekt sayılması) formasında;

[1] “Mediada cinsiyyətçi stereotiplər haqqında” AŞPA-nın 1751 (2010) saylı qətnaməsi və 1931 (2010) saylı tövsiyəsi; 6-cı bənd.
[2] İbid, 1.
[3] İbid, 7.
[4] İbid, 1. (Əlavə – Media təşkilatları üçün rəhbər prinsiplər).
[5] İbid, 1. (Əlavə – Üzv dövlətlər və media təşkilatları üçün rəhbər prinsiplər).

mezosəviyyədə peşə prosedurları, keyfiyyət standartları, işçi-işəgötürən münasibətləri, təşkilati mədəniyyət və təşkilati dəyişikliklər (belə dəyişikliklərin olmaması) sahəsində; və *makrosəviyyədə* media siyasəti, medianın idarə olunması, maliyyələşdirilməsi və media üzərində mülkiyyət hüququ sahəsində (*Birli, 2014*) özünü büruzə verən bərabərsizlik və ədalətsizliklər *zaman-zaman meydana çıxıb (təkrarlanıb) və genderi sosial qavrayış fenomeni kimi formalaşdıran hökmranlıq prosesləri vasitəsilə dəstəklənib.*

MƏNBƏLƏR

1. Beauvoir, S.D. (1949). Le Deuxième Sexe (The Second Sex). Gallimard. [Bovuar S.D. (1949) İkinci cins. “Gallimard” nəşriyyatı].
2. Butler, J. (1990). Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity (1 edition). Routledge. [Batler C. (1990). Gender problemi: Feminizm və identikliyin sarsıdılması (1-ci nəşr). “Routledge” nəşriyyatı].
3. Byerly, C. M. (2014). Women and media control: Feminist interrogations at the macro-level. In C. Carter, L. Steiner, & L. McLaughlin, The Routledge Companion to Media & Gender (pp. 105–115). Routledge Taylor & Francis. [Birli K.M. (2014). Qadınlar və mediaya nəzarət: Makrosəviyyədə feminist sorğulamaları. Mənbə: S. Karter, L. Ştayner və L. Maklaflin, The Routledge Companion to Media & Gender (səh. 105–115). “Routledge Taylor & Francis” nəşriyyatı].
4. Crenshaw, K. (2019). On Intersectionality: Essential Writings. The New Press. [Krenşou K. (2019). Qarşılıqlı əlaqəlilik (interseksionallıq) haqqında: Mühüm yazılar. “The New Press” nəşriyyatı].
5. Foucault, M. (1976). Histoire de la sexualité (The History of Sexuality: The Will to Knowledge: The Will to Knowledge) Volume 1. (R. Hurley, Trans.). Éditions Gallimard. [Fuko M. (1976). Cinsəlliyin tarixi: Bilgi istəyi, 1-ci cild. (R. Harli, tərcümə). “Gallimard” nəşriyyatı].
6. Hanisch, C. (1969). The Personal Is Political: The original feminist theory paper at the author’s web site. http://www.carolhanisch.org/CHwritings/PIP.html. [Haniş K. (1969). “Şəxsi məsələ siyasi məsələdir”: Müəllifin veb-səhifəsində feminizm nəzəriyyəsinə dair orijinal material, http://www.carolhanisch.org/CHwritings/PIP.html].
7. Nussbaum, M.C. (1999). Sex and Social Justice. Oxford University Press. [Nussbaum M.K. (1999). Cins və sosial ədalət. Oksford Universitetinin nəşriyyatı].
8. Repo, J. (2015). The Biopolitics of Gender (1 edition). Oxford University Press. [Repo. C. (2015). Gender biosiyasəti (1-ci nəşr). Oksford Universitetinin nəşriyyatı].
9. Scott, J. W. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. The American Historical Review, 91(5), 1053–1075. JSTOR. https://doi.org/10.2307/1864376. [Skott C. Gender: Tarixi analizin faydalı kateqoriyası. “The American Historical Review” jurnalı, 91(5), 1053–1075. JSTOR. https://doi.org/10.2307/1864376.

Mövzu 2. Media azadlığı və medianın cəmiyyətdə rolu

Medianın demokratik cəmiyyətdəki rolu, medianın təməl funksiyaları, informasiya təminatında medianın yeri, idarəetməyə nəzarət baxımından medianın dördüncü hakimiyyət kimi fəlsəfəsi. İfadə azadlığı anlayışı çərçivəsində media azadlığının yeri, media azadlığı, plüralizm, müstəqillik və təhlükəsizliyə gender perspektivindən baxış. Beynəlxalq və milli qanunvericilikdə media azadlığını təmin edən sənədlər.

Cəmiyyətin demokratik dəyərlər üzərində formalaşması baxımından azad media böyük önəm daşıyır. Medianın azad olması dövlətin media azadlığını təmin etmək üçün yaratdığı hüquqi mühitdən birbaşa asılıdır. Avropa Şurasının üzvü olan Azərbaycanın milli hüququnun mənbələri arasında beynəlxalq hüquqi aktların müstəsna rolu vardır. Media azadlığı mövzusu çərçivəsində bu azadlığın hüquqi təminatı olan beynəlxalq normaların, xüsusilə BMT-nin və Avropa Şurasının sənədlərinin öyrənilməsi vacibdir.

Media azadlığı mövzusu mətbuatın, televiziya və radionun, informasiya agentliklərinin, internet media da daxil olmaqla digər kütləvi informasiya vasitələrinin azadlığını, habelə informasiyaya azad çıxış hüququnu əhatə edir. “Media azadlığı və medianın cəmiyyətdə rolu” mövzusu KİV haqqında qanunvericiliyin mahiyyəti, mətbuat azadlığının əhatəsi, media müstəqilliyi və plüralizm, mətbu orqanların, o cümlədən qəzetlərin, jurnalların, informasiya agentliklərinin, televiziya və radioların, kinoxronika proqramlarının, internetin təsis olunması, onların fəaliyyət dairəsi, jurnalist azadlığı və təhlükəsizliyi, peşə standartları, jurnalistin hüquqları və vəzifələri, jurnalist mənbələrinin gizliliyinin qorunması kimi məsələləri əhatə edir.

Azərbaycanda media dedikdə, əsasən, sinonim anlayış kimi kütləvi informasiya vasitələri nəzərdə tutulur. Qanunvericilikdə “media” ifadəsi yerinə “kütləvi informasiya vasitələri” anlayışından daha geniş istifadə edilir. Biz həm kütləvi informasiya vasitələri, həm də media ifadəsindən istifadə edəcəyik.

Media dedikdə ağıla ilk gələn televiziya, radio, qəzet və jurnallar, informasiya agentlikləri olsa da, zəmanəmizdə informasiya kommunikasiya vasitələrinin sürətli inkişafı ilə bu zəncirin halqalarına internet media da əlavə olunub. Hal-hazırda internet üzərindən elektron qəzetlər, internet televiziyası, internet radiosu, elektron jurnallar və s. fəaliyyət göstərir. Son zamanlar hətta sosial şəbəkələri də qanunvericilikdə mediaya aid etmək kimi cəhdlər də mövcuddur.

Mövcudluq formasından asılı olmayaraq, medianın funksiyası eynidir – cəmiyyəti bilgiləndirmək, informasiya ilə təmin etmək, eyni zamanda maarifləndirmə ilə məşğul olmaq və hökumətə ictimai nəzarət funksiyasını həyata keçirmək. Bir sözlə, cəmiyyətin görən gözü, eşidən qulağı, danışan dili olmaq. Bu funksiyaları maneəsiz həyata keçirmək üçün medianın azadlığını tam təmin edən möhkəm qanuni baza olmalıdır. Belə bir bazanın yaradılmasında hökumətlərin üzərinə ciddi vəzifə düşür.

Media hüququnun konstitusion təminatları

Azərbaycanda media azadlığının hüquqi təminatı Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasında[1] nəzərdə tutulub. 12 noyabr 1995-ci ildə referendum yolu ilə qəbul edilən Konstitusiyanın 47-ci maddəsi söz azadlığını, 50-ci maddəsi məlumat azadlığını və media azadlığını təminat altına alıb. 50-ci maddənin 1-ci hissəsində "*Hər kəsin istədiyi məlumatı qanuni yolla axtarmaq, əldə etmək, ötürmək, hazırlamaq və yaymaq azadlığı*" olduğu vurğulanır, 2-ci hissəsində isə bildirilir ki, "*Kütləvi informasiyanın azadlığına təminat verilir. Kütləvi informasiya vasitələrində, o cümlədən mətbuatda dövlət senzurası qadağandır*". Beləliklə, medianın əsas funksiyası olan xəbərləmə, bilgiləndirmə, maarifləndirməni həyata keçirmək üçün jurnalistlərə zəruri olan informasiyaları axtarmaq, əldə etmək, ötürmək azadlığı, informasiya hazırlamaq və yaymaq azadlığı Konstitusiya ilə təmin olunur. Bununla yanaşı, "*mətbuatda dövlət senzurası qadağandır*" deyilməklə hər hansı istisna olmadan dövlət senzurasının yolverilməzliyi qeyd edilir. Bu maddənin giriş hissəsində "hər kəsin" belə bir hüququnun olmasının vurğulanması isə məlumat azadlığının qurum olaraq mediadan və onun daşıyıcıları olan jurnalistlərdən kənara çıxdığını, hətta fərdi ifadə azadlığının da media azadlığı qədər önəmli olduğunu göstərir.

Konstitusiyanın bu norması kifayət qədər liberal normadır və mahiyyət etibarilə media azadlığını qoruyur. Bu ali sənəddə media azadlığının məhdudlaşdırılmasını birbaşa nəzərdə tutan məhdudlaşdırıcı norma yoxdur. Lakin söz azadlığının çərçivəsi müəyyən edilərkən qırmızı xətt kimi irqi, milli, dini, sosial və hər hansı digər meyara əsaslanan ədavət və düşmənçilik oyadan təşviqat və təbliğatın yolverilməzliyi[2] göstərilir.

Konstitusiyanın 71-ci maddəsində insan və vətəndaş hüquqlarının və azadlıqlarının təminatını tənzimləyən normada bütün hakimiyyət qollarının Konstitusiyada təsbit edilmiş insan və vətəndaş hüquqlarını və azadlıqlarını gözləmək və qorumaq borcu olduğu qeyd edilir. İnsan və vətəndaş hüquqlarının və azadlıqlarının həyata keçirilməsinin heç kəs tərəfindən məhdudlaşdırılmayacağı bildirilir. Konstitusiyada sadalanan bütün hüquq və azadlıqlar üçün məhdudlaşdırıcı norma tək bir halda nəzərdə tutulub. Bu hal 71-ci maddənin III bəndində müəyyən edilib: *"müharibə, hərbi vəziyyət və fövqəladə vəziyyət, habelə səfərbərlik elan edilərkən insan və vətəndaş hüquqlarının və azadlıqlarının həyata keçirilməsi Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq öhdəliklərini nəzərə almaq şərti ilə qismən və müvəqqəti məhdudlaşdırıla bilər"*.

2002-ci ilin dekabr ayının 24-də Prezidentin təşəbbüsü ilə Milli Məclis tərəfindən qəbul edilən "Azərbaycan Respublikasında insan hüquq və azadlıqlarının həyata keçirilməsinin tənzimlənməsi haqqında" Azərbaycan Respublikasının Konstitusiya Qanununda[3] Konstitusiyada

[1] Azərbaycan Respublikası Konstitusiyası, http://www.e-qanun.az/framework/897

[2] Azərbaycan Respublikası Kostitusiyası, maddə 47, III bənd, http://www.e-qanun.az/framework/897

[3] Azərbaycan Respublikasında insan hüquq və azadlıqlarının həyata keçirilməsinin tənzimlənməsi haqqında Azərbaycan Respublikasının Konstitusiya Qanunu, http://www.e-qanun.az/framework/1881

təsbit edilən hüquq və azadlıqların məhdudlaşdırılmasının əsasları müəyyən olunub. Həmin Konstitusiya Qanununun 3.6-cı maddəsində nəzərdə tutulur ki, *"Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında göstərilən digər əsaslarla yanaşı, Konstitusiyanın ... 47-ci maddəsində göstərilən söz azadlığı və 50-ci maddəsində göstərilən məlumat azadlığı aşağıdakı hallarda məhdudlaşdırıla bilər:*

– *iğtişaşların qarşısının alınması üçün;*

– *ictimai təhlükəsizliyin qorunması üçün;*

– *dövlətin ərazi bütövlüyünün mənafelərinin təmin edilməsi məqsədilə;*

– *digər şəxslərin nüfuzu və ya hüquqlarının müdafiəsi üçün;*

– *məxfi qaydada əldə edilmiş məlumatın açıqlanmasının qarşısının alınması və ya məhkəmənin nüfuzunun və qərəzsizliyinin təmin edilməsi üçün."*

Burada vurğulamaq yerinə düşər ki, bu konstitusiya qanunu ilə qanunvericiliyə gətirilən məhdudlaşdırıcı əsaslar Azərbaycanın 2001-ci ildə üzvlüyünə qəbul edildiyi Avropa Şurasının İnsan hüquqlarının və əsas azadlıqlarının müdafiəsi haqqında Konvensiyasının 10-cu maddəsində sayılan əsaslarla eynilik təşkil edir.

İnsan Hüquqlarının və Əsas Azadlıqların Müdafiəsi Haqqında Konvensiyasının 10-cu maddəsində ifadə azadlığı təminat altına alınıb. Azərbaycan Respublikası Milli Məclisi 2001-ci ilin dekabr ayında bu Konvensiyanı Qanunla[1] ratifikasiya edib. Konvensiyaya əsasən, hər bir insan öz fikrini ifadə etmək hüququna malikdir. Bu hüquqa öz fikrində qalmaq, dövlət orqanları tərəfindən maneə olmadan və dövlət sərhədlərindən asılı olmayaraq məlumatları almaq və yaymaq azadlığı daxildir. Bu maddə radio, televiziya və ya kinematoqrafiya idarələrinin lisenziyalaşdırılmasında dövlətlərə mane olmur.

Konvensiyanın 10-cu maddəsinin 2-ci hissəsində ifadə azadlığının məhdudlaşdırıla biləcəyi göstərilmiş və əsaslar belə müəyyən olunmuşdur:

– dövlət təhlükəsizliyinin, ərazi bütövlüyünün və ya ictimai asayişin mənafeləri üçün;

– iğtişaşların və cinayətkarlığın qarşısının alınması məqsədi ilə;

– sağlamlığın və mənəviyyatın qorunması üçün;

– digər şəxslərin şöhrət və ya hüquqlarının müdafiəsi məqsədi ilə (şəxslərin özəl həyatının qorunması məqsədi ilə);

– konfidensial qaydada əldə edilmiş məlumatların qarşısının alınması məqsədi ilə (yəni dövlət sirlərinin, xidməti istifadə üçün nəzərdə tutulan informasiyaların, peşə sirlərinin, istintaq sirlərinin, kommersiya sirlərinin və digər qanunla qorunan sirlərin qorunması məqsədi ilə);

– ədalət məhkəməsinin nüfuzunun və qərəzsizliyinin təmin edilməsi üçün.

[1] "İnsan hüquqlarının və əsas azadlıqlarının müdafiəsi haqqında" Konvensiyanın və onun 1, 4, 6 və 7 saylı Protokollarının təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Qanunu, http://www.e-qanun.az/framework/1405

İlk növbədə, qeyd edilmişdir ki, vəzifələr və məsuliyyət doğuran bu azadlıqların həyata keçirilməsi yalnız qanunlarda nəzərdə tutulan əsaslarla məhdudlaşdırıla bilər. Lakin qanunda məhdudiyyətin olması təkbaşına yetərli deyil. Bu məhdudiyyətlərin tətbiqi demokratik cəmiyyətdə zəruri olan formallıqlarla, şərtlərlə, məhdudiyyətlərlə və cərimə sanksiyaları ilə müşayiət edilə bilər. Konvensiyada göstərilən hüquqlar və azadlıqlar ancaq *"demokratik cəmiyyətdə son zərurət"* testindən keçərək balanslaşdırılaraq məhdudlaşdırıla bilər.

Daxili hüquqla qanunvericiliyə gətirilən məhdudlaşdırıcı normalar Konvensiyada müəyyən edilmiş çərçivədən daha çox məhdudlaşdırma nəzərdə tutarsa, bu zaman normaların bir-biri ilə ziddiyyəti baş verə bilər. Belə olan halda hansı normanın daha üstün olacağı önəmlidir. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyası bu məsələyə aydınlıq gətirib. Konstitusiyanın 12-ci maddəsində dövlətin ali məqsədinin insan və vətəndaş hüquqlarının və azadlıqlarının, Azərbaycan Respublikasının vətəndaşlarına layiqli həyat səviyyəsinin təmin edilməsi olduğu qeyd edilir və 2-ci bənddə xüsusi vurğulanır: "*Bu Konstitusiyada sadalanan insan və vətəndaş hüquqları və azadlıqları Azərbaycan Respublikasının tərəfdar çıxdığı beynəlxalq müqavilələrə uyğun tətbiq edilir."*[1] Konstitusiyada bütün təməl hüquq və azadlıqlar sayıldığına görə, xüsusilə ifadə azadlığı, məlumat azadlığı və kütləvi informasiya vasitələrinin azadlığı qeyd edildiyinə görə bu hüquqların tətbiqində normaların ziddiyyət yaratdığı, yaxud Konvensiyadakından daha çox və fərqli məhdudlaşdırıcı hal olduğu zaman Konvensiya əsas götürülməlidir.

İnsan və vətəndaş hüquqlarını və azadlıqlarını təminat altına alan Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 71-ci maddəsinin 6-cı bəndində də bildirilir: *"Azərbaycan Respublikası ərazisində insan və vətəndaş hüquqları və azadlıqları birbaşa qüvvədədir*". Bu birbaşalıq beynəlxalq hüquqa zidd qanunvericiliyə gətirilən normalara, əslində, tətbiq imkanı və sahəsi buraxmır.

Ölkə Konstitusiyası beynəlxalq aktların hüquqi qüvvəsini müəyyən edərkən onların qanunlardan üstün olduğunu xüsusi vurğulayır. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 151-ci maddəsinə görə*, "Azərbaycan Respublikasının qanunvericilik sisteminə daxil olan normativ hüquqi aktlar ilə (Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası və referendumla qəbul edilən aktlar istisna olmaqla) Azərbaycan Respublikasının tərəfdar çıxdığı dövlətlərarası müqavilələr arasında ziddiyyət yaranarsa, həmin beynəlxalq müqavilələr tətbiq edilir".* Bu norma imkan verir ki, ifadə azadlığını qoruma altına alan İnsan Hüquqlarının və Əsas Azadlıqların Müdafiəsi Haqqında Avropa Konvensiyasının 10-cu maddəsinin, habelə BMT-nin qəbul etdiyi Mülki və Siyasi Hüquqlara dair Paktın 19-cu maddəsinin üstünlüyü yerli qanunlardan öndə olsun.

2001-ci ildə Milli Məclis Avropa İnsan Hüquqları Konvensiyasını ratifikasiya etdikdən 4 ay sonra – 15 aprel 2002-ci ildən etibarən Azərbaycan Respublikası Avropa İnsan Hüquqları

[1] Azərbaycan Respublikası Konstitusiyası, http://www.e-qanun.az/framework/897

Məhkəməsinin yuridiksiyasını qəbul etdi. Beləliklə, Konvensional hüquqların, o cümlədən media azadlığını da içərisinə alan ifadə azadlığının qorunması məqsədilə Azərbaycan məhkəmələrində hüquq və azadlıqlarının qorunmasına cəhd edib, nail ola bilməyənlər üçün Avropa Məhkəməsinə müraciət yolu açıqdır. Yerli məhkəmələrin hər üç məhkəmə instansiyasından keçərək bərpa etmədiyi pozuntunu pozuntuya məruz qalan tərəf Ali Məhkəmə qərarının qəbulundan keçən 6 ay ərzində Avropa Məhkəməsində mübahisələndirmək üçün müraciət edə bilir.

Vurğulamaq zəruridir ki, ratifikasiya zamanı İnsan hüquqları və əsas azadlıqlarının müdafiəsi haqqında Konvensiyanın 10-cu maddəsinin 1-ci bəndinə dair Azərbaycan Respublikasının qeyd-şərti olub. Konvensiyanın 57-ci maddəsinə uyğun olaraq, Azərbaycan Respublikası Konvensiyanın 10-cu maddəsinin 1-ci bəndinə dair belə bir qeyd-şərt irəli sürüb: “*10-cu maddənin 1-ci bəndinin müddəaları “Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” 1999-cu il 7 dekabr tarixli Azərbaycan Respublikası Qanununun 14-cü maddəsinə uyğun təfsir və tətbiq olunacaqdır”.* Bu qeyd-şərt media təsisçiliyi ilə bağlıdır. Xarici dövlətlərin hüquqi və fiziki şəxslərinin Azərbaycan Respublikası ərazisində kütləvi informasiya vasitəsi təsis etməsi normal prosedurla mümkün deyil. Bu, Azərbaycan Respublikasının bağladığı dövlətlərarası müqavilə ilə tənzimlənir. Qanunvericilik kimlərin xarici media hesab ediləcəyinə də aydınlıq gətirib. “Xarici dövlətin hüquqi şəxsi” dedikdə hüquqi şəxsin nizamnamə kapitalının və ya səhmlərinin 30 faizindən çoxunun xarici dövlətlərin hüquqi şəxslərinə və ya vətəndaşlarına məxsus olduqda və ya təsisçilərinin 1/3 hissəsindən çoxunun xarici dövlətin hüquqi şəxsi və ya vətəndaşı olan hüquqi şəxslər başa düşülür.[1]

Medianın fəaliyyətini tənzimləyən daxili qanunvericilik normaları

Azərbaycanda kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik aktlarının sayı az deyil. Bu sırada ilk yeri 1999-cu ildə qəbul edilən “Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu tutur. KİV-in önəmli bir hissəsi olan televiziya və radioların fəaliyyətinin tənzimlənməsi 2001-ci ildə bu qanundan ayrılaraq 2002-ci ildə qəbul olunan “Televiziya və Radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu ilə həyata keçirilir. 2004-cü ildə İctimai teleradionun yaradılması ideyası gerçəkləşdiriləndə onun fəaliyyətini ayrıca olaraq tənzimləyən “İctimai televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu qəbul edildi.

Medianın fəaliyyətinin başlıca istiqaməti informasiyanı toplamaq, hazırlamaq və yaymaq olduğundan informasiyanın axtarılması, toplanması, əldə edilməsi tənzimləmə tələb etdiyindən 1998-ci ildə “Məlumat azadlığı haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu qəbul edilib və

[1] “İnsan hüquqları və əsas azadlıqlarının müdafiəsi haqqında” Konvensiyanın 10-cu maddəsinin 1-ci bəndinə dair Azərbaycan Respublikasının qeyd-şərti, sonuncu səhifə, http://www.e-qanun.az/framework/1405

Konstitusiyanın 50-ci maddəsinin tələbinin reallaşdırılması istənilib. Lakin bu qanun funksional olmadığından informasiyanın əldə edilməsi istiqamətində yeni qanunun qəbuluna ehtiyac yaranıb. 2005-ci ildə bu boşluq da doldurularaq "İnformasiya əldə edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu qəbul edilib.

İnformasiya sahəsində başqa bir tənzimlənmə "İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunudur. Bu Qanun daha çox informasiya ehtiyatlarının formalaşması, informasiya sistemləri, texnologiyaları, onların təminat vasitələrinin yaradılması və onlardan istifadə olunması, informasiyanın mühafizəsi və digər bu kimi məsələləri tənzimləyir. 2017-ci ildə bu qanuna əlavələr və məhdudlaşdırıcı normalar daxil edilib.

Kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyətini birbaşa tənzimləməsə də, jurnalistlərin və medianın gündəlik fəaliyyətlərində qarşılaşdıqları məsələlərin həllində əlaqəli qanunlar mövcuddur. Bunlar "Dövlət sirri haqqında", "Telekommunikasiya haqqında", "Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında", "Fərdi məlumatlar haqqında", "Biometrik informasiya haqqında", "Vətəndaşların müraciətlərinə baxılma qaydası haqqında", "Reklam haqqında" Azərbaycan Respublikasının qanunları, habelə Azərbaycan Respublikasının Seçki Məcəlləsi, Cinayət Məcəlləsi, İnzibati Xətalar Məcəlləsi, Mülki Məcəlləsi və digər qanunvericilik aktlarıdır.

Adları çəkilən qanunvericilik aktlarının hər birinin media ilə əlaqəli bölümlərinə aydınlıq gətirməklə bu sahənin özəlliklərini göstərməyə çalışacağıq.

KİV haqqında Qanunun tələbləri

Kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyətini tənzimləyən əsas qanunlardan olan KİV haqqında Qanunun 1-ci maddəsində göstərilir ki, Azərbaycan Respublikasında kütləvi informasiya azaddır. Kütləvi informasiya azadlığı vətəndaşların qanuni yolla informasiya axtarmaq, əldə etmək, hazırlamaq, ötürmək, istehsal etmək və yaymaq hüququna dövlət tərəfindən təminat verilməsinə əsaslanır. Kütləvi informasiya vasitələrinin təsis olunması, onlara sahiblik, onlardan istifadə, onların idarə olunması, kütləvi informasiyanın axtarılması, əldə edilməsi, hazırlanması, ötürülməsi, istehsalı və yayımı Azərbaycan Respublikasının kütləvi informasiya vasitələri haqqında qanunvericiliyində nəzərdə tutulan hallardan başqa, məhdudlaşdırıla bilməz.[1]

Həmin qanunun 7-ci maddəsində senzuranın yolverilməzliyi nəzərdə tutulur. Maddəyə əsasən, kütləvi informasiya vasitələri üzərində dövlət senzurasına, habelə bu məqsədlə xüsusi dövlət orqanlarının və ya vəzifələrin yaradılmasına və maliyyələşdirilməsinə yol verilmir. Məlumatın və ya müsahibənin müəllifi olduqları hallardan başqa, dövlət orqanlarının, bələdiyyələrin, idarə, müəssisə və təşkilatların, ictimai birliklərin, vəzifəli şəxslərin, habelə

[1] "Kütləvi informasiya vasitələri haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu, http://www.e-qanun.az/framework/30

siyasi partiyaların kütləvi informasiya vasitələrində yayılan məlumat və materialların qabaqcadan onlarla razılaşdırılmasını tələb etmək və ya yayılmasını qadağan etmək hüququ yoxdur.

Hərbi vəziyyət dövründə "Hərbi vəziyyət haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununa müvafiq olaraq kütləvi informasiya vasitələrinin məlumat və materialları hərbi senzuradan keçirilə, habelə hərbi vəziyyət tətbiq edilən ərazidə (ərazilərdə) kütləvi informasiya vasitələrinin xüsusi fəaliyyət rejimi tətbiq edilə bilər.

Fövqəladə vəziyyətin qüvvədə olduğu müddət ərzində şərtləri və bu şərtlərin həyata keçirilməsi qaydası göstərilməklə kütləvi informasiya vasitələrinin azadlığı müvəqqəti məhdudlaşdırıla bilər. Bu zaman Azərbaycanın beynəlxalq öhdəlikləri nəzərə alınmaqla və beynəlxalq hüquq normalarına uyğun olmaq şərtilə qismən və müvəqqəti məhdudiyyət tətbiq edilə bilər. Qanuna 2016-cı ilin sonunda əlavə edilən bir bəndlə dini ekstremizm əleyhinə xüsusi əməliyyatın aparılması zonasında kütləvi informasiya vasitələri işçilərinin fəaliyyəti əməliyyat aparan orqan tərəfindən müəyyən edildiyi göstərilir. Dini ekstremizm əleyhinə aparılan xüsusi əməliyyat barədə ictimaiyyətə məlumatlar əməliyyat aparan orqanın müəyyən etdiyi formada və həcmdə verilir.

Qanunun 8-ci maddəsi mətbuat azadlığının kilid rolu olan informasiya əldə etmək hüququnu müəyyən edir. Belə ki, kütləvi informasiya vasitələri cəmiyyətdəki iqtisadi, siyasi, ictimai və sosial durum haqqında, dövlət orqanlarının, bələdiyyələrin, idarə, müəssisə və təşkilatların, ictimai birliklərin, siyasi partiyaların, vəzifəli şəxslərin fəaliyyəti barədə operativ və doğru-dürüst məlumatlar almaq hüququna malikdirlər. Bu hüquq Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyində göstərilən hallardan başqa, məhdudlaşdırıla bilməz.

Dövlət orqanları, bələdiyyələr, idarə, müəssisə və təşkilatlar, ictimai birliklər, siyasi partiyalar, vəzifəli şəxslər öz fəaliyyətləri haqqında məlumatı kütləvi informasiya vasitəsinin sorğusu əsasında, habelə mətbuat konfransları keçirmək yolu ilə, yaxud başqa formalarda verməlidirlər. İnformasiya almaq üçün sorğu yazılı və şifahi ola bilər. Tələb olunan informasiyanı adları çəkilən orqan, təşkilat və ictimai birliklərin rəhbərləri, onların müavinləri, mətbuat xidmətinin işçiləri, yaxud digər səlahiyyətli şəxslər verə bilərlər.

Məlumatın əldə edilməsi barədə yazılı sorğuya Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyənləşdirilmiş qaydada və müddətdə baxılır. Qanunda göstərilən müddətdə həmin məlumat öz operativliyini itirərsə, sorğuya dərhal, bu mümkün olmadıqda isə 24 saatdan gec olmayaraq cavab verilməlidir. Kütləvi informasiya vasitəsinin nümayəndəsi məlumatı verməkdən imtina edən dövlət orqanlarından, bələdiyyələrdən, idarə, müəssisə və təşkilatlardan, ictimai birliklərdən, siyasi partiyalardan və ya vəzifəli şəxslərdən Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə uyğun şəkildə şikayət etmək hüququna malikdir.

2002-ci ildə qəbul edilən Televiziya və radio yayımı haqqında Qanunun[1] 2-ci maddəsi də teleradio yayımının azadlı-

[1] "Televiziya və radio yayımı haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu, http://www.e-qanun.az/framework/1125

ğını tənzimləyir. Maddədə bildirilir ki, Azərbaycan Respublikasında teleradio yayımı azaddır. Teleradio yayımının azadlığı vətəndaşların informasiyanı qanuni yolla axtarmaq, əldə etmək, hazırlamaq, ötürmək və yaymaq hüququna dövlət tərəfindən təminat verilməsinə əsaslanır. Teleradio yayımı sahəsində senzuranın yolverilməz olduğu bildirilir. Yayımçıların yaradıcılıq və redaksiya fəaliyyəti peşə müstəqilliyi əsasında həyata keçirilir və yalnız qanunla müəyyənləşdirilmiş hallarda məhdudlaşdırıla bilər. Dövlət və yerli özünüidarəetmə orqanlarının, siyasi partiyaların, ictimai birliklərin, həmkarlar ittifaqı təşkilatlarının, fiziki və hüquqi şəxslərin yayımçıların yaradıcılıq və redaksiya fəaliyyətinə müdaxiləsi qadağandır.

Bu qanunda da, KİV haqqında qanunda göstərildiyi kimi, fövqəladə vəziyyətin qüvvədə olduğu müddət ərzində şərtləri və bu şərtlərin həyata keçirilməsi qaydası göstərilməklə teleradio yayımının azadlığı müvəqqəti məhdudlaşdırıla biləcəyi vurğulanır.

Məlumat azadlığı haqqında Azərbaycan Respublikası Qanununun[1] 1-ci maddəsi Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 50-ci maddəsinə uyğun olaraq hər kəsin istədiyi məlumatı qanuni yolla axtarmaq, əldə etmək, ötürmək, hazırlamaq və yaymaq azadlığı olduğunu bildirir. Məlumatın nə olduğunu izah edən maddədə bildirilir ki, bu Qanunun məqsədləri üçün "məlumat" dedikdə təqdimat formasından asılı olmayaraq təbiətdə, cəmiyyətdə və dövlətdə baş vermiş hadisələr, proseslər, faktlar və şəxslər haqqında xəbərlər nəzərdə tutulur.

Mənbənin gizliliyinin qorunması

Azad medianın cəmiyyətdə həqiqi rolunu ifadə etməsi baxımından jurnalist mənbələrinin gizliliyinin qorunması həyati əhəmiyyət daşıyır. Medianın, jurnalistlərin cəmiyyətdə ictimai nəzarətçi rolunu ifa etmələri, cəmiyyəti gerçək informasiyalarla bilgiləndirmələri üçün davamlı olaraq fərqli mənbələrlə əməkdaşlıq etmək məcburiyyətindədirlər. Belə mənbələr cəmiyyətin hər təbəqəsində, o cümlədən idarəetmənin içərisində də ola bilir. Belə mənbələrlə işləyən jurnalistlərin hüquqi təminatı olmadan, onlar cəmiyyətdə öz funksiyalarını icra edə bilməz.

KİV haqqında qanunun 11-ci maddəsinə əsasən, kütləvi informasiya vasitəsinin məlumatın dərc olunmasına (efirə verilməsinə) məsul redaktoru və (və ya) jurnalist istintaqda, yaxud məhkəmə icraatında olan işlə əlaqədar qanunla müəyyən edilmiş hallardan başqa, informasiya mənbəyini açıqlamağa məcbur edilə bilməz. Bu halda müəllifi açıqlanmayan təsvirə, məqaləyə, şəklə və ya karikaturaya görə məsuliyyət buraxılışa məsul redaktorun, yaxud jurnalistin üzərinə düşür.

Qanuna əsasən, redaktor və ya jurnalist aşağıdakı hallarda məhkəmə tərəfindən öz mənbəyini açıqlamağa məcbur edilə bilər:

1) insan həyatının müdafiəsi üçün;
2) ağır cinayətin qarşısını almaq məqsədi ilə;

[1] "Məlumat azadlığı haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu, http://www.e-qanun.az/framework/3420

3) ağır cinayət törətməkdə ittiham olunan, yaxud təqsirli bilinən şəxsin müdafiəsi üçün.

Bu maddənin birinci hissəsinin 3-cü bəndinin tələbləri jurnalistin müstəqil təhqiqat aparmaq hüququnu məhdudlaşdırmır.

Yuxarıda göstərilənlərdən başqa, jurnalist qaynaqlarının qorunması ilə bağlı qaydalar heç bir başqa qanunla tənzimlənməyib. Azərbaycanın tərəfdar çıxdığı beynəlxalq normalar qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsini zəruri edir.

Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin jurnalistin qaynağının gizliliyini qorumaq haqqı ilə bağlı 8 mart 2000-ci il tarixli 7 saylı Tövsiyəsində jurnalistin məlumat mənbələrinin gizliliyini, başqa şəxslərin bilgi qaynaqlarını açmamaq haqqını tanıyıb. Həmin sənədə görə, hökumətlər qaynağı açmaq barədə əmri ancaq həmin bilginin açılmasına ictimai maraqlar naminə birincidərəcəli zərurət olduqda, bilinməsi istənən hal yetərincə vacib və ciddi xarakter daşıdıqda verə bilərlər.

Avropa İnsan Hüquqları Məhkəməsinin yanaşmasına əsasən, jurnalistlərin bilgi qaynaqlarının qorunması bir çox ölkələrin qanunlarında və jurnalistlərin peşə davranışı məcəllələrində mətbuat azadlığının həyata keçirilməsinin əsas şərtlərindən biri sayılır. Bu cür qorumanın olmaması mənbələri ictimai maraq doğuran məsələlər haqqında ictimaiyyəti məlumatlandırmaqda mətbuata yardım etməkdən çəkindirə bilər. Nəticədə mətbuatın mühüm ictimai nəzarətçi rolu zəifləyə, cəmiyyəti dəqiq və etibarlı məlumatlarla təmin etmək imkanları məhdudlaşa bilər. Demokratik cəmiyyətdə mətbuat azadlığı üçün jurnalist mənbələrinin qorunmasının əhəmiyyətini və mənbə açıqlanması ilə bağlı əmrin həmin azadlıqdan istifadənin üzərindəki mənfi təsirini nəzərə alsaq, belə bir tədbir ictimai marağın əsas tələbləri ilə əsaslandırılmadıqda Konvensiyanın 10-cu maddəsi ilə uyğun ola bilməz.[1]

AİHM bəyan edib ki, jurnalistlərlə onların mənbələri arasında peşəkar bağlılıqlar informasiyanın faktiki dəyərindən də böyük önəm daşıyır. Mənbənin hər hansı formada açılması verilən bilginin məzmunundan asılı olmayaraq, gələcəkdə mənbələrdə jurnalistə məlumat verməkdə çəkindirici effekt yarada bilər.

Media azadlığı və informasiya əldəetmə hüququ

Cəmiyyətdə medianın özünü realizə etməsi üçün media azadlığı müstəsna əhəmiyyət daşıyır. Medianın funksiyanallığı üçün pioritet olan plüralizm, fikir rəngarəngliyi azad media üçün önəmli yer tutur. Azad, plüralist media cəmiyyətin bütün problemlərinə işıq tuta bilər, xüsusilə cəmiyyətin inkişafına mənfi təsir edən gender balanssızlığını ortadan qaldırmaqda aparıcı rol oynayar.

Medianın müstəqil, azad, plüralist, demokratik dəyərlərə hörmət göstərən xətdə olmasının zəruri elementlərindən biri də medianın aparıcı gücü olan jurnalistlərin azadlıqları və təhlükəsizliklərinə yaradılan şərait, habelə bu

[1] "İfadə Azadlığı", Avropa İnsan Hüquqları Avropa Konvensiyasının 10-cu maddəsinin şərhi və məzmunu üzrə bələdçi, Tobi Mendel, Bakı, 2012, səh.32. (Qudvin Birləşmiş Krallığa qarşı, 1996, § 39) https://rm.coe.int/16806ff4a7

mühitin təmin edilməsi üçün edilən hərəkətlərdir. Sərbəst hərəkət edə bilməyən, zəruri informasiyalara çıxışı olmayan, informasiya əldə edilməsinə maneələr törədilən, basqı, təzyiq altında işləməli olan jurnalistin fəaliyyəti iflic olunur. Jurnalistlərin bütün basqı və təsirlərdən uzaq olması üçün zəruri olan jurnalistikanın təhlükəsizliyi, o cümlədən fiziki və texniki təhlükəsizliyin azad, obyektiv, plüralist medianın mövcudluğu üçün həyati əhəmiyyəti olduğu danılmazıdır.

Odur ki, beynəlxalq qurumlar, xüsusilə UNESCO-nun ifadə azadlığı və media inkişafı sahəsində dünya trendləri haqqında sistemli qlobal hesabatlarında əsas strukturu formalaşdırarkən medianın müstəqilliyini, azadlığını, media plüralizmini və jurnalistlərin təhlükəsizliyini ayrı-ayrılıqda qiymətləndirməkdədir.[1]

İnformasiya azadlığı, informasiyanın əldə olunması bir hüquq kimi media və jurnalistlər üçün xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Dövlətin idarə olunmasında, cəmiyyətdəki problemlərin həllində bilgili vətəndaşların formalaşması problemlərin ortadan qaldırılmasınə töhfə verməsi üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır. Təsadüfi deyil ki, hər gün informasiya əldə etmək hüququnun önəmi bir az daha artır. İnformasiya əldə etmək hüququ cəmiyyətdə və idarəetmədə şəffaflığın təmin olunmasına, hesabatlılığa, yoxsulluğun aradan qaldırılmasına, idarəetmənin effektivliyinin təmin olunmasına xidmət edir.

İnformasiya əldə etmək hüququ media azadlığını, ifadə azadlığını təmin etmək üçün önəmli vasitələrdən biridir. Media azadlığından faydalanan tərəflər bunun üçün yetərli bilgiyə sahib olduqlarında bu hüquqdan daha effektiv istifadə edə bilirlər. Bilgili olmanın yolu isə informasiyaya yetərli çıxış imkanlarının mövcudluğu ilə sıx bağlıdır.

İnformasiya əldə etmək hüququnu təmin etmək üçün hər bir dövlətin üzərinə bəzi pozitiv öhdəliklər düşür. Beynəlxalq miqyasda bunların çərçivəsini müəyyən edən prinsiplərə informasiya azadlığı prinsipləri də deyilir. İnformasiya azadlığını qoruyan və müdafiə edən qurumlar, əsasən, bu prinsipləri doqquz başlıqda toplayır. İnformasiya azadlığının qorunması və dəstəklənməsi məqsədi ilə dünyada geniş fəaliyyət göstərən qurumlardan biri də adını 19-cu maddədən alan Article–19 təşkilatıdır. Bu təşkilat informasiya azadlığının və informasiya əldə etmək hüququnun təmini baxımından 9 mühüm prinsip müəyyən edib[2]. Sırası ilə, bu prinsiplər:

1. İnformasiyanın maksimum açıqlığı prinsipi; Bu prinsipə görə informasiya azadlığı haqqında qanunvericiliyin əsasında informasiyanın maksimum açıqlığı prinsipi durmalıdır. İnformasiya sahibi olan tərəflərin əllərində olan informasiyalar, əsasən, ictimai əhəmiyyət daşıyan informasiya olduğundan onlar cəmiyyətə açıq olmalıdır.

2. İnformasiyanı dərcetmə öhdəliyi; Bu prinsipə görə dövlət orqanları mühüm məlumatları dərc etməlidirlər. Burada dərc etmək deyəndə söhbət mövcud İKT resurslarının inkişaf prosesini də nəzərə alaraq, onların ən geniş auditoriyada yayılması mənasına gəlir. Məsələn, dərc

[1] http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002610/261065e.pdf
[2] "Bilgi azadlığı haqqında qanunvericiliyin prinsipləri. Media Hüquqları İnstitutu, Bakı, 2004, səh. 8–24.

etmək çap mediasında, elektron mediada, onlayn mediada və onlayn resurslarda ola bilər.

3. Açıq hökumətin dəstəklənməsi; Bu prinsipə əsasən, dövlət orqanları açıq hökuməti aktiv şəkildə dəstəkləməli, ictimai maarifləndirmə aparmalı və rəsmi gizlilik sindromuna qarşı effektiv mübarizə aparmalıdırlar.

4. İstisnaların məhdud siyahısı; Bu prinsipə görə, informasiya üzərində məhdudiyyət tətbiq edilərkən bu məhdudiyyət çox az və dar olmalı, informasiya üçhissəli yoxlamadan keçirilməli, tətbiq edilən məhdudiyyət qanunda göstərilən qanuni məqsədə aid olmalı, informasiyanın açıqlanması nəticəsində həmin məqsədə mühüm ziyanvurma təhlükəsi yaratmalı, informasiyanın verilməsi nəticəsində qanuni məqsədə vurulan ziyanın dərəcəsi həmin informasiyaya olan ictimai maraqdan yüksək olmalıdır.

5. İnformasiyaya çatımlılığı asanlaşdıran qaydaların tətbiqi; Bu prinsipə əsasən, informasiya almaq üçün verilən sorğulara çevik və ədalətli baxılmalı, hər hansı imtina cavabının müstəqil qurum tərəfindən yenidən baxılması mümkün olmalıdır.

6. İctimai informasiyanın ödənişsiz olması; Bu prinsipin əsas qayəsi ictimai əhəmiyyət daşıyan informasiyaların ödənişsiz verilməsinin zəruriliyidir. İstisna hallarda informasiyavermə xidmətinə görə ödəniş müəyyən edilə bilər. Bu zaman müəyyən edilən ödəniş həddindən çox məbləğdə olmamalı, bu metodla insanların bilgi almasına mane törətməməlidir.

7. Açıq toplantıların keçirilməsi; Bu prinsipə əsasən, dövlət orqanlarının yığıncaqları ictimaiyyət üçün açıq olmalıdır.

8. İnformasiyanın açıqlığının üstünlüyü; Bu prinsipin məramı budur ki, informasiyanın maksimal açıqlığı prinsipinə zidd qanunlar dəyişilməli və ya ləğv edilməlidir. Bütün qanunlar bərabər olsalar da, bu yanaşma informasiya əldə etmək hüququnun üstün olduğunu və digər hüquqları qorumaq üçün zəruri açar rolu oynadığını göstərir.

9. “Xəbərçilərin” qorunması; Bu sonuncu prinsipə görə, hüquq pozuntuları barədə informasiyanı qurum daxilindən yayan şəxslərin qanunvericilik tərəfindən xüsusi müdafiəsi olmalıdır.

30 sentyabr 2005-ci il tarixində Milli Məclis tərəfindən qəbul edilən və 9 dekabr 2005-ci ildə Prezident tərəfindən imzalanaraq qüvvəyə minən “İnformasiya əldə etmək haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun[1] qəbul edilməsində məqsəd beynəlxalq hüquqla və Konstitusiya ilə hər kəsin təminat altına alınan informasiya əldə etmək hüququnu qanuni şəkildə tənzimləmək, azad, demokratik cəmiyyət quruculuğu prosesində idarəetmədə şəffaflığı təmin etməkdir.

Bu Qanunun əsas məqsədi məhz informasiyanı əldə etmək, onu hər kəs üçün çatımlı etməkdir. Bu qanunun qəbulu və tətbiqi hüquqi və fiziki şəxslərin məlumat almaq hüququnu, eləcə də dövlətin hüquqi, demokratik dəyərlərə cavab verən şəffaf idarəçiliyini təmin edir. Dövlət ən böyük ictimai institutdur.

[1] http://www.e-qanun.az/framework/11142

Onun yaranması insanların birgə iradəsinin məhsulu olduğundan dövlətin idarə olunması və bu zaman səlahiyyət verilmiş dövlət məmurlarının qanunauyğun davranıb-davranmaması ictimai rəy üçün önəmlidir. Bu baxımdan bütün idarəetmə ilə bağlı informasiyalar ictimai yükü olan informasiyalardır və bu istiqamətdəki fəaliyyətlər ictimai vəzifələrin icrası olaraq qəbul edilməlidir.

Cəmiyyətdə fərdlərin informasiyalı olması onların idarəetməyə müsbət təsir imkanlarını yaradır və informasiyalı cəmiyyətin quruculuğuna təkan verir. Eyni zamanda informasiyalı cəmiyyətdə neqativ hallar minimum olur və korrupsiya, vəzifədən sui-istifadə, özbaşınalıq azalır. Hesabatlılıq yaranır. Dövlət qulluğundaolma vəzifə sahibi kimi özünü qanunlardan üstün görməyi yox, insanlara qulluq edən, xidmət edən və hesabat verən bir xidmət kimi dəyərləndirilir.

Dövlətlə paralel olaraq cəmiyyətin həyatında önəmli yer tutan qurumlar mövcuddur. Xüsusilə qloballaşmanın gətirdiyi yeni münasibətlərdə elə kooperasiyalar var ki, onların həm fəaliyyəti, həm də xidmət sahəsi toplumla yaxından bağlıdır. Bu nəzərə alındığında ictimai informasiyaların, sadəcə, dövlət qurumlarında və dövlət məmurlarında yox, hər bir ictimai fəaliyyətlə məşğul olan qurumda olacağı şübhəsizdir. Belə qurumların əlində olan informasiyalar toplumun diqqət mərkəzində olan və ictimai yükü olan informasiyalardır. Bu baxımdan İnformasiya əldə etmək haqqında Qanun həm də ictimai informasiyaların kimin əlində olmasından asılı olaraq, onlar üçün informasiyaları hazırlama və vermə vəzifəsi müəyyən edir.[1]

"İnformasiya əldə etmək haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun qəbuluna qədər bu sahədəki tənzimləmə yetərsiz idi. 1998-ci ildə Məlumat azadlığı haqqında Qanun qəbul edilmiş, lakin bu qanun deklarativxarakterli olduğundan informasiya əldə edilməsinin praktik problemlərini həll edə bilməmişdi. "Məlumat azadlığı haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununa[2] əsaslanaraq dövlət qurumlarından informasiya əldə etmək effektiv deyildi. Faktiki olaraq, 2005-ci ilə qədər qanun işlək olmadı. Yeni qanunun qəbul olunması zərurəti də buradan qaynaqlandı. Beləliklə, İnformasiya əldə etmək haqqında Qanun qəbul edildi. Məlumat azadlığı haqqında Qanun qüvvədə olsa da, informasiyanın əldə olunmasına dair əsas prosedurları İnformasiya əldə etmək haqqında Qanun tənzimləyir.

Bu Qanunda qanunun icrasına effektiv nəzarət institutu olaraq İnformasiya məsələləri üzrə Müvəkkilliyin yaradılması nəzərdə tutulurdu. Qanun qüvvəyə mindikdən sonra 2011-ci ilədək bu institut formalaşmadı. 24 iyun 2011-ci ildə İnformasiya əldə etmək haqqında Qanunda nəzərdə tutulan səlahiyyətlərin bir hissəsi İnsan Hüquqları üzrə Müvəkkilə verildi və bu Müvəkkil haqqında Konstitusiya Qanununa 13-1-ci maddə kimi daxil edildi. Bu normaya əsasən, Müvəkkil informasiya əldə etmək hüququnun pozulmasına dair şikayətdə əks olunmuş halları 10 iş günü ərzində araşdırır. Əgər şikayət dəqiqləşdirmə tələb edirsə və ya şikayəti araşdırmaq üçün əlavə izahat və sənədlər toplamaq lazımdırsa, Müvəkkil bu barədə şikayətçiyə yazılı məlumat ver-

[1] Gün işığı bələdçisi, ATƏT-in Media Azadlığı Ofisi, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2006, səh.15
[2] http://www.e-qanun.az/framework/3420

məklə şikayətə baxılması müddətini əlavə olaraq 10 iş gününə qədər uzadır.

Müvəkkil informasiya əldə etmək hüququnun pozulmasına dair şikayətlə bağlı informasiya sahibi olan dövlət orqanından, yerli özünüidarə orqanından və ya vəzifəli şəxsdən pozuntuların aradan qaldırılmasını tələb edir.

Müvəkkilin göstərişini aldıqdan sonra informasiya sahibi olan dövlət orqanı, yerli özünüidarə orqanı və ya vəzifəli şəxs Müvəkkilə 10 gün müddətində görülən tədbirlər barəsində yazılı məlumat verməlidir. Məlumat verilmədiyi və ya Müvəkkilin tələbləri yerinə yetirilmədiyi hallarda Müvəkkil müvafiq yuxarı orqana müraciət edir.

Jurnalist təhlükəsizliyi

Ölkə qanunvericiliyində jurnalistlərin təhlükəsizliyinə təminat verən müəyyən normalar mövcuddur. KİV haqqında Qanunda jurnalistlərin məlumat əldə etmələri və yaymaları təminat altına alınıb, müəyyən istisnalarla jurnalist mənbələrinin qorunması nəzərdə tutulub. Medianın ictimai nəzarət funksiyası nəzərə alınaraq, jurnalistlər üzərində ciddi qorxu yaratmaması məqsədi ilə müəyyən hallarda məsuliyyətdən azadetmə halları göstərilib. Yayılan informasiya rəsmi dövlət orqanları və ya onların mətbuat xidmətləri tərəfindən yayılmışdırsa, informasiya agentliklərindən və ya idarə, müəssisə, təşkilat, siyasi partiya və ictimai birliklərin mətbuat xidmətlərindən alınmışdırsa, yaxud digər kütləvi informasiya vasitəsindən götürülmüş və təkzib olunmamışdırsa, ya da Milli Məclis deputatlarının, dövlət orqanlarının, bələdiyyələrin, idarə, müəssisə, təşkilat və ictimai birliklərin nümayəndələrinin, habelə siyasi xidmətlərin və vəzifəli şəxslərin rəsmi çıxışlarında olduğu kimi təkrar edilmişdirsə və ya canlı yayımla efirə gedən çıxışlarda deyilmişdirsə, yaxud KİV haqqında Qanuna müvafiq surətdə redaktə edilməli olmayan mətnlərdə getmişdirsə, redaksiya (məsul redaktor), eləcə də jurnalist buna görə məsuliyyət daşımır.[1]

Jurnalistlərin azad fəaliyyət göstərməsinə maneə olan məqamların önlənməsi üçün Cinayət Məcəlləsində “jurnalistlərin qanuni peşə fəaliyyətinə maneolma” cinayət əməli hesab edilir. Jurnalistlərin qanuni peşə fəaliyyətinə maneolma, yəni zor tətbiq etməklə və ya belə zor tətbiqetmə hədəsi ilə onları məlumat yaymağa və ya məlumat yaymaqdan imtinaya vadaretmə beş yüz manatdan min manatadək miqdarda cərimə və ya bir ilədək müddətə islah işləri ilə cəzalandırılır. Eyni əməllər vəzifəli şəxs tərəfindən öz qulluq mövqeyindən istifadə etməklə törədildikdə üç ilədək müddətə müəyyən vəzifətutma və ya müəyyən fəaliyyətlə məşğulolma hüququndan məhrum edilməklə və ya edilməməklə iki ilədək müddətə islah işləri ilə və ya bir ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.[2]

Diffamasiya. Jurnalistlərin azadlığı və təhlükəsizliyini təhdid edən məqamlardan biri də qanunvericilikdə diffamasiyanın nəzərdə tutulması və ölkədə geniş şəkildə tətbiqidir.

[1] “Kütləvi İnformasiya Vasitələri haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu, Maddə 62, http://www.e-qanun.az/framework/30

[2] Azərbaycan Respublikasının Cinayət Məcəlləsi, Maddə 163, http://www.e-qanun.az/code/11

Azərbaycan Respublikası Cinayət Məcəlləsinin[1] 147-ci maddəsində böhtan, yəni yalan olduğunu bilə-bilə hər hansı şəxsin şərəf və ləyaqətini ləkələyən və ya onu nüfuzdan salan məlumatları kütləvi çıxışlarda, kütləvi nümayiş etdirilən əsərdə, kütləvi informasiya vasitəsində və ya kütləvi nümayiş etdirildiyi halda internet informasiya ehtiyatında yaymaya görə məsuliyyət müəyyən edilib. Buna görə, yüz manatdan beş yüz manatadək miqdarda cərimə ilə və ya iki yüz qırx saatdan dörd yüz səksən saatadək müddətə ictimai işlər və ya bir ilədək müddətə islah işləri və ya altı ayadək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

Şəxsi ağır və ya xüsusilə ağır cinayətdə ittiham etməklə böhtanatma isə ağırlaşdırıcı hal olaraq görülür və iki ilədək müddətə islah işləri və ya üç ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

Cinayət Məcəlləsinin 148-ci maddəsində təhqirə görə, yəni kütləvi çıxışlarda, kütləvi nümayiş etdirilən əsərdə, kütləvi informasiya vasitəsində və ya kütləvi nümayiş etdirildiyi halda internet informasiya ehtiyatında şəxsiyyətin şərəf və ləyaqətini nalayiq formada qəsdən alçaltmaya görə üç yüz manatdan min manatadək miqdarda cərimə və ya iki yüz qırx saatdan dörd yüz səksən saatadək müddətə ictimai işlər və ya bir ilədək müddətə islah işləri və ya altı ayadək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

2016-cı ilin noyabr ayında Cinayət Məcəlləsi sərtləşdirilərək yeni maddə əlavə edildi.[2] Bu maddə "148-1. İnternet informasiya ehtiyatında saxta istifadəçi adlar, profil və ya hesablardan istifadə edərək böhtanatma və ya təhqiretmə" adlanır. İnternet informasiya ehtiyatında saxta istifadəçi adlar, profil və ya hesablardan istifadə edərək kütləvi nümayiş etdirməklə böhtanatma və ya təhqiretmə cinayət əməli hesab edilir və min manatdan min beş yüz manatadək miqdarda cərimə və ya üç yüz altmış saatdan dörd yüz səksən saatadək müddətə ictimai işlər və ya iki ilədək müddətə islah işləri və ya bir ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

Maddənin qeyd hissəsində bildirilir ki, "saxta istifadəçi adlar, profil və ya hesablar" dedikdə internet informasiya ehtiyatlarında, o cümlədən sosial şəbəkələrdə istifadəçinin şəxsiyyətini eyniləşdirməyə imkan verməyən, yəni ad, soyad və ya ata adına dair yalan məlumat yerləşdirilmiş və ya belə məlumatlar gizlədilmiş, habelə digər şəxsə aid məlumatlardan onun razılığı olmadan istifadə edilməklə yaradılmış istifadəçi adlar, profil və ya hesablar başa düşülür.

Bu maddənin tətbiqi zamanı 147 və 148-ci maddələrdə nəzərdə tutulan xüsusi ittiham qaydasında iddia qaldırmaq tələbi yoxdur və birbaşa prokurorluq tərəfindən cinayət işi başladıla bilər.

Diffamativ ifadələrə görə cinayət məsuliyyəti yaradan bir digər hal Azərbaycan dövlətinin başçısının – Azərbaycan Respublikası Prezidentinin şərəf və ləyaqətini kütləvi çıxışda, kütləvi nümayiş etdirilən əsərdə və ya kütləvi informasiya

[1] Rəsmi qanunvericilik portalı, http://www.e-qanun.az/code/11

[2] Azərbaycan Respublikasının Cinayət Məcəlləsində dəyişikliklər edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Qanunu, 29 noyabr 2016-cı il, http://e-qanun.az/framework/34571

vasitəsində ləkələmə və ya alçaltma halıdır. Cinayət Məcəlləsinin 323-cü maddəsinə əsasən, bu halda beş yüz manatdan min manatadək miqdarda cərimə və ya iki ilədək müddətə islah işləri və ya eyni müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

Eyni əməllər ağır və ya xüsusilə ağır cinayətdə ittiham etməklə törədildikdə iki ildən beş ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

Bu maddəyə 2016-cı il noyabr ayında 323.1-1 saylı yeni bənd əlavə edildi.[1] Həmin bənddə göstərilir ki, bu Məcəllənin 323.1-ci maddəsində nəzərdə tutulmuş əməllər internet informasiya ehtiyatında saxta istifadəçi adlar, profil və ya hesablardan istifadə edərək kütləvi nümayiş etdirməklə törədildikdə min manatdan min beş yüz manatadək miqdarda cərimə və ya üç ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

Diffamasiyanın qanunvericilikdə olması media azadlığını təhdid edir. 2010-cu ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti diffamasiyanın tətbiqinə qeyri-rəsmi moratorium qoyulduğunu[2] bəyan etdi, lakin qanunvericilikdən tamam çıxarılmamasını Avropa ölkələrinin bəzilərində də mövcudolma ilə əlaqələndirdi. Prezident 2011-ci ildə Azərbaycan Respublikasında insan hüquq və azadlıqlarının müdafiəsinin səmərəliliyini artırmaq sahəsində Milli Fəaliyyət Proqramının təsdiq edilməsi haqqında Sərəncam imzaladı.[3] Normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsini nəzərdə tutan I fəsildə “1.2.7. Diffamasiyaya görə cinayət məsuliyyətinin aradan qaldırılması məqsədilə qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsinə dair təkliflərin hazırlanması” nəzərdə tutulurdu. Proqramın icra orqanı kimi “Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Administrasiyası” nəzərdə tutulur, icra müddəti isə “2012-ci il” olaraq göstərildi. Göstərilən müddət keçsə də, diffamasiyanın dekriminallaşdırılması istiqamətində hər hansı addım atılmadı.

Digər hüquqi məsuliyyət. Media azadlığının məhdudlaşdırılmasının əsas səbəblərindən biri olan milli, irqi, sosial və ya dini nifrət və düşmənçiliyin salınmasına, habelə milli ləyaqətin alçaldılmasına, habelə milli, irqi və ya dini mənsubiyyətindən asılı olaraq vətəndaşların hüquqlarının məhdudlaşdırılmasına və ya üstünlüklərinin müəyyən edilməsinə yönələn hərəkətlər, aşkar surətdə və ya kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə olunmaqla törədildikdə də Cinayət Məcəlləsinin 283-cü maddəsinə əsasən, cinayət məsuliyyəti yaranır. Buna yol verən şəxs min manatdan iki min manatadək miqdarda cərimə və ya üç ilədək müddətə azadlığın məhdudlaşdırılması və ya iki ildən dörd ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

Eyni əməllər, zor tətbiq etməklə və ya zor tətbiqetmə hədəsi ilə törədildikdə, şəxs tərəfindən öz qulluq mövqeyindən istifadə etməklə törədildikdə, mütəşəkkil dəstə tərəfindən törədildikdə bu məsuliyyətin miqdarı artır və üç ildən beş ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

[1] İbid.
[2] http://www.anl.az/down/meqale/azerbaycan/2010/iyul/128309.htm
[3] Azərbaycan Respublikasında insan hüquq və azadlıqlarının müdafiəsinin səmərəliliyini artırmaq sahəsində Milli Fəaliyyət Proqramı. 27 dekabr 2011-ci il tarixli Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir, № 1938, http://www.e-qanun.az/framework/22821

MƏNBƏLƏR

1. Qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və ona qarşı mübarizə haqqında Avropa şurası Konvensiyası, (İstanbul Konvensiyası), https://rm.coe.int/ic-explanatory-ic-aze-web/16808e9a39;
2. İnsan Hüquqlarının və Əsas Azadlıqların Müdafiəsi Haqqında Avropa Konvensiyası, https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_AZE.pdf
3. Manfred Nowak, Mülki və Siyasi Hüquqlar haqqında Beynəlxalq Paktı: MSHBP Kommentariya (Bakı-2005). səh.623.
4. Gender bərabərliyi və media haqqında Avropa şurasının Nazirlər Komitəsinin CM/Rec(2013)1 saylı tövsiyəsinin icrasına dair Bələdçi, https://rm.coe.int/handbook-rec-282013-291-azerbaijani/ 16808ebda9
5. Avropa şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyası 2018-2023, https://rm.coe.int/ge-strategy-2018-2023-azerbaijani/16808cdbd9
6. "Teleradio yayımı düzənləmə qurumları", Ələsgər Məmmədli, Media Hüquqları İnstitutu, Bakı–2003.
7. "Media Hüququ", Zeynal Məmmədli, Rəşid Hacılı, İntiqam Əliyev, Bakı–2006.
8. "Bilgi azadlığı haqqında qanunvericiliyin prinsipləri", Media Hüquqları İnstitutu, Bakı–2004.
9. "İfadə Azadlığı", Avropa İnsan Hüquqları Avropa Konvensiyasının 10-cu maddəsinin şərhi və məzmunu üzrə bələdçi, Tobi Mendel, Bakı, 2012, səh. 32. (Qudvin Birləşmiş Krallığa qarşı, 1996, § 39) https://rm.coe.int/16806ff4a7
10. Gün işığı bələdçisi, ATƏT-in Media Azadlığı Ofisi, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2006.

Mövzu 3.
Gender bərabərliyi hüquqi konsepsiya kimi.
Gender bərabərliyinin sosial ədalət və media azadlığı ilə əlaqəsi

Gender bərabərliyi insan hüquqları, demokratiya və sosial ədalət üçün zəruri şərt kimi. Gender bərabərliyinin cəmiyyətə faydası. Media və redaksiya azadlığı, media plüralizmi və gender bərabərliyinin bir-birinin inkişafına yarada biləcəyi şərait.

Gender bərabərliyi hüquqi konsepsiya olaraq Avropada meydana çıxdığına görə bu hüququ təmin etməyə yönələn bir çox beynəlxalq təşəbbüslər irəli sürülüb.

Bu təşəbbüslərin çoxu konkret standartların hazırlanması ilə yekunlaşıb. Bu fəsildə media kontekstində gender bərabərliyinin əsas hüquqi aspektlərinin ümumi icmalı verilir, beynəlxalq və Avropa hüququ, Avropa Şurasının standartları və Avropa İnsan Hüquqları Məhkəməsinin müvafiq presedent hüququ nəzərdən keçirilir. Ayrı-seçkiliyin ləğv edilməsi haqqında hüquqi sənədlər ifadə və media azadlığının qorunmasının gender aspektləri ilə birlikdə araşdırılır.

Gender bərabərliyi ayrı-seçkilik əleyhinə hüquqi sənədlərin işığında

İnsan Hüquqları haqqında Ümumi Bəyannamə (İHÜB) insan hüquqları tarixində dönüş nöqtəsi oldu, bütün dünyada qorunmalı olan fundamental insan hüquqları ilk dəfə bu sənəddə öz əksini tapdı. İHÜB 10 dekabr 1948-ci ildə BMT Baş Assambleyası tərəfindən qəbul edildi və Bəyannamədə yer alan hüquqların hər bir şəxsin “*cinsindən* ... və digər vəziyyətindən asılı olmayaraq” bütün insanlar üçün bərabərliyini bəyan etdi. Hüquqi mətndə terminlərin neytral cinsdə (“bütün insanlar”, “hər bir şəxs”) işlənməsi bu hüquqların həm qadınlara, həm də kişilərə eyni qaydada şamil olunduğunu təsdiq edirdi.

İnsan hüquqları haqqında Ümumi Bəyannamə

Maddə 1

Bütün insanlar ləyaqət və hüquqlarına görə azad və bərabər doğulurlar. Onların şüurları və vicdanları var və bir-birlərinə münasibətdə qardaşlıq ruhunda davranmalıdırlar.

Maddə 2

Hər bir şəxs irqindən, dərisinin rəngindən, cinsindən, dilindən, dinindən, siyasi və digər əqidəsindən, milli və ya sosial mənşəyindən, əmlak, sosial mövqe və digər vəziyyətindən asılı olmayaraq bu Bəyannamədə elan olunmuş bütün hüquq və azadlıqlara malik olmalıdır. (...)”

1966-cı ildə qəbul edilmiş və 1976-cı ildə qüvvəyə minmiş ***Mülki və siyasi hüquqlar haqqında Beynəlxalq Pakt (MSHBP)*** bir sıra müxtəlif insan hüquqlarını, o cümlədən aşağıdakıları təmin etdi: yaşamaq hüququ; işgəncələrə məruz qalmamaq hüququ; köləliyə məruz qalmamaq hüququ; şəxsiyyətin azadlığı və təhlükəsizliyi hüququ; cinayət işlərində və məhkəmə proseslərində prosessual normalara riayət edilməsi ilə əlaqədar hüquqlar; qanun qarşısında bərabərlik; hərəkət azadlığı; düşüncə, vicdan və din azadlığı; birləşmək azadlığı; ailə həyatı və uşaqlarla əlaqədar hüquqlar; vətəndaşlıqla və siyasi həyatda iştirakla bağlı hüquqlar; azlıq qruplarının mədəniyyət, din və dilləri ilə əlaqədar hüquqları. MSHBP, həmçinin digər əlamətlərlə yanaşı, cinsə, əsaslanan ayrı-seçkiliyi tam qadağan edir, habelə bu müqavilədə yer alan bütün hüquqlardan kişilərlə qadınların bərabər istifadə hüququnu nəzərdə tutur (26-cı maddə).

Mülki və siyasi hüquqlar haqqında Beynəlxalq Pakt

Maddə 26

Bütün insanlar qanun qarşısında bərabərdirlər və heç bir ayrı-seçkiliyə yol verilmədən qanunla bərabər müdafiə olunmaq hüququna malikdirlər. Bununla bağlı ayrı-seçkiliyin bütün növləri qanunla qadağan olunmalıdır və qanun istənilən əlamətə: irqi, dərisinin rəngi, cinsi, dili, dini, siyasi və digər əqidələri, milli və sosial mənsubiyyəti, əmlak vəziyyəti, doğuşu və ya digər halları ilə bağlı əlamətlərə görə ayrı-seçkiliyə qarşı bütün şəxslərə bərabər və səmərəli müdafiə təminatı verməlidir”.

Qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarının ləğv edilməsi haqqında Konvensiya

Qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarının ləğv edilməsi haqqında Konvensiya (CEDAW) 1979-cu ildə BMT Baş Assambleyası tərəfindən qəbul edildi və çox zaman “Qadın hüquqları haqqında beynəlxalq bill” adlandırılır[1]. CEDAW qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarını pisləyir və iştirakçı dövlətlərin üzərinə gender bərabərliyi qarşısında maneə hesab edilən gender stereotipləri ilə mübarizə aparmaq öhdəliyi qoyur.

Maddə 5

İştirakçı-dövlətlər aşağıdakı məqsədlərlə bütün müvafiq tədbirləri görürlər:

a) cinslərdən birinin naqisliyi, yaxud üstünlüyü ideyasına, yaxud kişilərin və qadınların roluna dair stereotiplərə əsaslanan xurafatın kökünün kəsilməsinə, adətlərin və hər cür başqa praktikanın ləğv edilməsinə nail olmaq məqsədilə kişi və qadınların sosial və mədəni davranış modelini dəyişdirmək;

b) ailə tərbiyəsində analığın sosial funksiyasının düzgün dərk edilməsinə, kişi və qadınların öz övladlarının tərbiyəsinə və inkişafına, uşaqların mənafeyi bütün hallarda üstün tutulmaq şərtilə, birgə məsuliyyət daşımalarının etiraf olunmasını təmin etmək”.

[1] Bax: https://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/cedaw.htm.

CEDAW-da insan hüquqlarının geniş konsepsiyası təsbit olunub, belə ki, bu sənəddə "qadınların fundamental hüquqlarından istifadə etmələrinin məhdudlaşdırılmasına mədəniyyətin və ənənənin təsirinin rəsmi etirafı" öz əksini tapıb. Stereotiplərin rolu qadınların vəziyyətinin yaxşılaşdırılması qarşısındakı bir çox hüquqi, siyasi və iqtisadi maneələrin mühüm amili hesab olunur. Kişilərlə qadınlar arasında tam bərabərliyə nail olunması üçün kişilərin ənənəvi rolunun, eləcə də qadınların cəmiyyətdəki və ailədəki rolunun stereotiplərinin dəyişdirilməsinin zəruriliyi bir daha xatırladılıb.

CEDAW-a əsasən, dövlətlər "cinslərdən birinin naqisliyi, yaxud üstünlüyü ideyasına, yaxud kişilərin və qadınların roluna dair stereotiplərə əsaslanan xurafatın kökünün kəsilməsinə, adətlərin və hər cür başqa praktikanın ləğv edilməsinə" nail olmaq məqsədilə fərdi davranış modellərini dəyişdirmək istiqamətində iş aparmağa borcludurlar (5-ci maddə). Bu öhdəlik milli səviyyədə zəruri qanunvericilik tədbirlərini qəbul etmək, qanunları qəbul və icra etmək öhdəliklərini, məsələn, bərabərlik prinsipini həyata keçirmək (maddə 2a), genderəsaslı xurafatı (maddə 5a) və təhsilin bütün səviyyələrində və formalarında kişi və qadınların rollarının stereotiplərə əsaslanan anlayışını aradan qaldırmaq (maddə 10c) öhdəliklərini doğurur.

Media kontekstində CEDAW təkcə birbaşa və dolayı ayrı-seçkiliyi qadağan edən sənəd kimi deyil, həm də dövlətlərin üzərinə media sahəsində və media materiallarının məzmununda sistem və strukturxarakterli gender ayrı-seçkiliyi ilə mübarizə aparmaq öhdəliyi qoyan və dövlətləri gender bərabərliyinə yönələn qanunverici və siyasi tədbirlər görməyə çağıran sənəd kimi başa düşülməlidir. Beləliklə, dövlətlər qanunlar, siyasət və praktika vasitəsilə məşğulluq və əmək şəraiti sahəsində ayrı-seçkiliyi ləğv etməlidirlər. Həmçinin onlar medianın təqdimatındakı gender stereotiplərinin kökünü kəsməli və onların kök salmasını aradan qaldırmalıdırlar.

İnsan hüquqlarına dair beynəlxalq hüquqi baza digər beynəlxalq sənədlər vasitəsilə (əsasən məcburi hüquqi qüvvəyə malik olmayan siyasi öhdəliklər müəyyən edən sənədlər formasında) dolğunlaşdırılır ki, onlar da gender bərabərliyinə münasibətdə ifadə və media azadlığının böyük əhəmiyyətini təsdiqləyir. Bu sənədlər iştirakçı dövlətlərin gender bərabərliyini genişləndirmək öhdəliklərini və vəzifələrini möhkəmləndirir. Onların arasında ***Pekin Bəyannaməsi və Fəaliyyət Platforması*** (1995-ci ildə Pekində keçirilmiş Qadınların vəziyyətinə dair dördüncü ümumdünya konfransında qəbul edilib) media kontekstində xüsusilə aktualdır. Sənədin "Qadınlar və media" bölməsində bir neçə aspekt diqqəti cəlb edir: *1) media sahəsində qərarların qəbulu səviyyəsində və idarəetmə orqanlarında və media siyasətinə təsir göstərən qurumlarda qadınların az təmsil olunması; 2) mediada gender amilinin yetərincə nəzərə alınmaması* ilə əlaqədardır ki, bu da genderəsaslı stereotiplərin kökünü kəsməyə və qadınların rəngarəng həyat mənzərəsini və cəmiyyətə töhfələrini balanslı şəkildə təqdim etməyə yönələn səylərin uğursuzluğuna gətirib çıxarır. Üstəlik, *3) mühüm media infrastrukturlarına (informasiya-kommunikasiya texnologiya-*

larına – İKT) çıxış imkanlarının qeyri-bərabərliyi gender bərabərliyini sarsıdan mühüm faktor kimi göstərilir.

Pekin Bəyannaməsində müəyyən edilən siyasət tədbirləri bu mülahizələri nəzərə alır və hökumətləri və digər subyektləri siyasət və proqramlarına gender amilini nəzərə alan aktiv və əyani tədbirlər daxil etməyə təşviq edir.

Pekin Bəyannaməsi

J.Qadınlar və media

Strateji məqsəd J.1. Mediada və media tərəfindən rəylərini ifadə etmək və qərarların qəbulunda iştirak etmək və mediaya və yeni kommunikasiya texnologiyalarına çıxış əldə etmək baxımından qadınların imkanlarının genişləndirilməsi.

Strateji məqsəd J.2. Mediada qadınların balanslı və stereotiplərdən kənar təqdimatını təşviq etmək”.

Bu strateji məqsədlərin bir qədər uzlaşdırılmış şəkildə ifadə edilməsi razılaşdırılıb, belə ki, mediada təqdimatında gender amilinin nəzərə alınması ifadə azadlığının zəruri tələbləri ilə balanslaşdırılıb, belə ki, icra məsələlərində qanunverici tədbirlərə nisbətən özünütənzimləmə tədbirlərinə üstünlük verilib.

1995-ci ildən bəri (hər beş ildən bir) öhdəliklərə mütəmadi olaraq yenidən baxılır və nailiyyətlər sənədləşdirilir. İrəliləyişlərin monitorinqi üçün Avropa İttifaqı Şurasının sədarəti tərəfindən Avropada 1999-cu ildən etibarən kəmiyyət və keyfiyyət indikatorları hazırlanıb. 2013-cü ildən isə Avropa Gender Bərabərliyi İnstitutu (AGBİ) siyasi tədbirləri dəstəklənmək üçün mediada qərarların qəbuluna imkan verən vəzifələrdə qadınların təmsilçiliyinə dair məlumatları monitorinq vasitəsilə sistematik olaraq toplayır və dərc etdirir.[1]

Daha çox ***İnsan hüquqları haqqında Avropa Konvensiyası (İHAK)*** kimi tanınan İnsan hüquqları və əsas azadlıqlar haqqında Konvensiya 1950-ci ildə qəbul edilib və 1953-cü ildə qüvvəyə minib. Bu, ***İnsan hüquqları haqqında Ümumi Bəyannamədə*** qeyd edilən hüquqların müəyyən qisminin icrasına yönələn və beləliklə, onların icrasına məcburi xarakter verən ilk sənəd idi. ***İHAK*** Avropanın 47 ölkəsində insan hüquqlarının zirvə sənədi hesab olunur, gender əlaməti də daxil olmaqla müxtəlif əlamətlərə görə ayrı-seçkiliyi tam qadağan edir. İHAK bütün növ ayrı-seçkilik formalarını qadağan edir ki, gender ayrı-seçkiliyi də buraya daxildir. İHAK-da təsbit olunmuş mülki və siyasi hüquqlardan və azadlıqlardan ayrı-seçkilik olmadan istifadə etmək mümkün olmalıdır (14-cü maddə). Bu maddə İHAK-dakı hüquqları nəzərdə tutan digər maddələrlə əlaqəli şəkildə götürülməklə bir sıra müxtəlif əlamətlərə görə ayrı-seçkiliyə şamil olunur və hüquqların həm birbaşa, həm də dolayı pozuntularını əhatə edir.

[1] Bax: AGBİ-nin Gender statistikasına dair məlumat bazası, https://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/browse/bpfa/bpfa_j/bpfa_j_offic.

İnsan hüquqları haqqında Avropa Konvensiyası

Maddə 14

Ayrı-seçkiliyin qadağan olunması

“Bu Konvensiyada təsbit olunmuş hüquq və azadlıqlardan istifadə cins, irq, dərinin rəngi, dil, din, siyasi və digər baxışlar, milli və ya sosial mənşə, milli azlıqlara mənsubiyyət, əmlak vəziyyəti, doğum və ya digər hər hansı əlamətlərə görə ayrı-seçkilik olmadan təmin olunmalıdır”.

Bundan əlavə, 12 saylı Protokolun 1-ci maddəsi ayrı-seçkiliyə məruz qalmamaq hüququnun İHAK-dakı digər hüquqla əlaqəli şəkildə götürülməsi şərtini aradan qaldıraraq bu hüququ müstəqil hüquq kimi müəyyən edir.

İnsan hüquqları haqqında Avropa Konvensiyası, 12 saylı Protokol

Maddə 1

Ayrı-seçkiliyə ümumi qadağa

1. Qanunla nəzərdə tutulmuş istənilən hüquq və azadlıqlardan istifadə cins, irq, dərinin rəngi, dil, din, siyasi və ya digər baxışlar, milli və ya sosial mənşə, milli azlıqlara mənsubiyyət, əmlak vəziyyəti, doğum və ya digər hər hansı əlamətlərə görə ayrı-seçkilik olmadan təmin olunmalıdır.

2. Heç kim 1-ci bənddə göstərilən hər hansı əlamətə görə hər hansı dövlət hakimiyyəti orqanı tərəfindən ayrı-seçkiliyə məruz qalmamalıdır.

1961-ci ildə qəbul edilmiş ***Avropa Sosial Xartiyasında*** (ETS [Avropa müqavilələri seriyası] № 35) və 1996-cı ildə qəbul edilmiş ***Dəyişdirilmiş Avropa Sosial Xartiyasında*** (ETS № 163) ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyi prinsipinə uyğun olaraq (V hissə, maddə E) bütün şəxslərə aid olan sosial və iqtisadi hüquq və azadlıqlar təsbit olunur və Avropa Sosial Hüquqlar Komitəsi nəzarət mexanizmi kimi müəyyən edilir. Xartiya ilə təmin edilən ayrı-seçkiliyə məruz qalmamaq tələbi konkret olaraq qadınlar və kişilər üçün məşğulluq sahəsində bərabər rəftar və bərabər imkanların olması hüququnu təsbit edir, o cümlədən ailə vəzifələrinə əsaslanan ayrı-seçkiliyi qadağan edir (20-ci maddə).

Dəyişdirilmiş Avropa Sosial Xartiyası

V hissə, maddə E. Ayrı-seçkilik edilməməsi

Bu Xartiyada ifadə edilmiş hüquqların yerinə yetirilməsi irqi mənsubiyyətinə, dərisinin rənginə, cinsinə, dilinə, dini, siyasi və digər məsləyinə, sağlamlığına, hər hansı milli mənsubiyyətinə, doğuma və ya digər status əlamətlərinə görə ayrı-seçkilik qoymadan təmin edilir.

Maddə 20

Cinsindən asılı olmayaraq məşğulluq və iş məsələlərində bərabər imkanlar və bərabər rəftar hüququ

Cinsindən asılı olmayaraq, məşğulluq və iş məsələlərində bərabər imkanlar və bərabər rəftar hüququnun səmərəli surətdə həyata keçirilməsini təmin etmək məqsədilə Tərəflər bu hüququn tanınması və aşağıdakı sahələrdə həyata keçirilməsini təmin etmək üçün lazımi tədbirlərin görülməsi öhdəliyini götürürlər: a) işə daxil olmaq mümkünlüyü, işdən kənarlaşdırmadan və peşə reinteqrasiyasından müdafiə; b) peşə yönümü, peşə hazırlığı, təkrar peşə hazırlığı və reabilitasiya; c) iş şərtləri və şəraiti, o cümlədən əməyin ödənilməsi; d) işdə yüksəlməyi daxil etməklə karyera inkişafı.

Xartiya, həmçinin iş yerində seksual qısnama barədə izahatı, məlumatlandırmanı və onun qarşısının alınmasını təşviq edir (26-cı maddə, 1-ci bənd).

Maddə 26

İş yerində ləyaqəti qorumaq hüququ

Bütün işçilərin iş yerində ləyaqəti qorumaq hüququnun səmərəli həyata keçirilməsini təmin etmək məqsədilə Tərəflər işəgötürənlər və işçi təşkilatları ilə məsləhətləşmələr apararaq aşağıdakı öhdəlikləri götürürlər:

1. iş yerində və ya işlə bağlı seksual təqib barədə izahatı, məlumatlandırmanı və onun qarşısının alınmasını dəstəkləmək və işçiləri bu cür davranışdan qorumaq üçün bütün lazımi tədbirləri görmək.

Qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və ona qarşı mübarizə haqqında Avropa Şurasının Konvensiyası (CETS [Avropa Şurasının müqavilələri seriyası] № 210, 2011, İstanbul Konvensiyası) nifrət nitqinin geniş yayılmasına xüsusi diqqət yetirməklə media kontekstində xüsusi əhəmiyyət daşıyır. İstanbul Konvensiyasına əsasən, üzv dövlətlər özəl sektoru, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sektorunu və kütləvi informasiya vasitələrini onların ifadə azadlığına və müstəqilliklərinə lazımi hörmət göstərməklə qadınlara qarşı zorakılığın qarşısını almaq və onların ləyaqətinə hörməti artırmaq məqsədilə siyasətin işlənib hazırlanmasında və həyata keçirilməsində iştirak etməyə və rəhbər prinsiplər və özünütənzimləyici standartlar müəyyənləşdirməyə həvəsləndirmək öhdəliyini daşıyırlar (maddə 17). Beləliklə, üzv dövlətlər üzərlərinə maksimum məsuliyyət götürməli, mediada və media tərəfindən cinsiyyətçi və stereotiplərə əsaslanan dildən istifadə edilməməsi, habelə cinsiyyətçi və zərərli məzmunun mediadan xaric edilməsini təmin etməyə yönələn dəqiq siyasət sənədlərinin və şikayət mexanizmlərinin olması üçün təlimat və alətləri təmin etməlidirlər.

İstanbul Konvensiyası

Maddə 17

Özəl sektorun və kütləvi informasiya vasitələrinin iştirakı

1. Tərəflər özəl sektoru, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sektorunu və kütləvi informasiya vasitələrini onların ifadə azadlığına və müstəqilliklərinə lazımi hörmət göstərməklə qadınlara qarşı zorakılığın qarşısını almaq və onların ləyaqətinə hörməti artırmaq məqsədilə siyasətin işlənib hazırlanmasında və həyata keçirilməsində iştirak etməyə və rəhbər prinsiplər və özünütənzimləyici standartlar müəyyənləşdirməyə həvəsləndirirlər.

2. Tərəflər özəl sektorla birgə uşaqlar, valideynlər və tədris sahəsində çalışanlar arasında zərərli ola biləcək seksual və ya zorakıxarakterli alçaldıcı materiallara çıxış təmin edən məlumat və kommunikasiya mühiti ilə necə davranmaqla bağlı vərdişlər yaradır və təşviq edirlər.

Bundan əlavə, gender stereotiplərinin yaradılmasında (bərpa olunmasında) təhsilin rolu İstanbul Konvensiyasında etiraf edilir və üzv dövlətlərdən tələb edilir ki, qadınlarla kişilər arasında bərabərlik, stereotiplərə məruz qalmayan gender rolları, qadınlara qarşı genderzəminli zorakılıq və şəxsi toxunulmazlıq hüququ kimi məsələlərlə bağlı tədris materiallarının hazırlanması üçün tədbirlər görsünlər və bu prinsiplərin mediada tətbiq edilməsinə nəzarət etsinlər (14-cü maddə).

Maddə 14

Təhsil

1. Tərəflər, lazım olarsa, qadınlarla kişilər arasında bərabərlik, stereotiplərə məruz qalmayan gender rolları, qarşılıqlı hörmət, şəxslərarası münasibətlərdə münaqişələrin qeyri-zorakı yolla həlli, qadınlara qarşı genderzəminli zorakılıq və şəxsi toxunulmazlıq hüququ kimi məsələlərlə bağlı tələbələrin inkişaf edən imkanlarına uyğunlaşdırılmış tədris materiallarının təhsilin bütün səviyyələrində rəsmi tədris kurikulumuna daxil edilməsi üçün zəruri tədbirlər görürlər.

2. Tərəflər 1-ci bənddə nəzərdə tutulan prinsiplərin qeyri-rəsmi təhsil müəssisələrində, o cümlədən idman, mədəniyyət və istirahət obyektlərində və kütləvi informasiya vasitələrində təşviq edilməsi üçün zəruri tədbirlər görürlər.

İstanbul Konvensiyası qadınların hədəfə alınmasının geniş yayılmış üsullarından olan seksual (cinsi) qısnamanın və təqibin müxtəlif formalarını, xüsusən onlayn kontekstdə bu cür formaları əhatə edir (40-cı maddə).

Maddə 40

Cinsi qısnama

Tərəflər hər hansı bir şəxsin ləyaqətinə xələl gətirmək məqsədi ilə və ya bu nəticə əldə edilməklə, xüsusən qorxuducu, alçaldıcı, təhqiredici, təcavüzkar və ya düşmən mühiti yaradarkən istənilən cinsixarakterli sözlü, sözsüz və ya fiziki davranış formasına görə cinayət cəzasının və ya digər hüquqi sanksiyanın tətbiq edilməsini təmin etmək üçün lazımi qanunvericilik tədbirləri və ya digər tədbirlər görürlər.

Avropada qüvvədə olan, ayrı-seçkiliyin qarısını almağa yönələn hüquqi baza, həmçinin ***media kontekstində qüvvədə olan gender bərabərliyinin əsasını qoydu***. Ümumi və xüsusi müddəalar media sahəsində əmək şəraitinə, eləcə də media materiallarının məzmununa münasibətdə şərh olunmalıdır. Dövlətlərin pozitiv öhdəliklərinə qadınların mediada ədalətli və bərabər şəkildə, stereotiplərdən uzaq formada təqdimatını, mediada təhlükəsiz və zərərsiz mühiti təmin etmək və ümumən medianın istehsalat şərtlərinin kişilərə və qadınlara münasibətdə bərabər rəftarı nəzərdə tutmasını təmin etmək kimi konkret vəzifələr daxildir.

İfadə azadlığı gender bərabərliyi məsələsi kimi

Amerika qitəsinin İnsan Hüquqları Komissiyasının ifadə azadlığı üzrə xüsusi məruzəçisinin qeyd etdiyi kimi, "gender bərabərliyi eynilə fundamental hüquq olan ifadə azadlığının ayrılmaz tərkib hissəsidir və ifadə azadlığının həyata keçirilməsi gender bərabərliyinin təşviqi üçün mühüm alətdir. Qadınların ifadə azadlığı hüququnu həyata keçirmələrinin mühümlüyü, digər amillərlə yanaşı, faktiki gender bərabərliyinə nail olunmasında və demokratiyanın möhkəmləndirilməsində bu hüququn rolundan irəli gəlir"[1].

İfadə və məlumat azadlığı bir neçə beynəlxalq sənəddə, məsələn, ***İHÜB***-də (19-cu maddə) və ***MSHBP***-də təsbit olunub. MSHBP-də ayrı-seçkilik qoyulmadan bütün şəxslərin (3-cü maddə) ifadə azadlığı hüququ (19-cu maddə) tanınır.

Mülki və siyasi hüquqlar haqqında Beynəlxalq Pakt

Maddə 19

1. Hər bir insan maneəsiz olaraq öz fikirlərində qalmaq hüququna malikdir.

2. Hər bir insan öz fikrini sərbəst ifadə etmək hüququna malikdir; bu hüquqa hər cür informasiyalara və ideyalara dövlət sərhədlərindən asılı olmayaraq, şifahi və ya yazılı şəkildə, mətbuat və ya bədii ifadə formaları vasitəsilə və yaxud öz seçiminə uyğun olaraq digər üsullarla axtarmaq, almaq və yaymaq hüququ daxildir.

3. Hazırkı maddənin 2-ci bəndində nəzərdə tutulan hüquqlardan istifadə insanın üzərinə xüsusi öhdəliklər və xüsusi məsuliyyət qoyur. Buna görə də o, bəzi məhdudiyyətlərlə bağlıdır; lakin aşağıdakı məqsədlər üçün qoyula bilən həmin məhdudiyyətlər qanunla müəyyən edilməli və zəruri olmalıdır:

a) başqa şəxslərin hüquqlarına və nüfuzlarına hörmət edilməsi üçün;

b) dövlət təhlükəsizliyinin, ictimai asayişin, əhalinin sağlamlığının və mənəviyyatının qorunması üçün.

[1] "Qadın jurnalistlər və ifadə azadlığı – Peşə fəaliyyətlərini həyata keçirərkən qadın jurnalistlərin üzləşdiyi ayrı-seçkilik və genderəsaslı zorakılıq (2018)", Amerika qitəsinin İnsan Hüquqları Komissiyasının ifadə azadlığı üzrə xüsusi məruzəçisinin ofisi (səh. 40).

Avropada ***İHAK*** ifadə azadlığının birmənalı olaraq adekvat müdafiəsini təmin edir (10-cu maddə), belə ki, müdafiənin elə ən yüksək standartını müəyyən edir ki, hətta uzunmüddətli konstitusiya ənənələrinə və fundamental hüquqlarla bağlı ənənələrə malik ölkələr belə, öz meyarlarını bu standartla müqayisə etməlidirlər.

İnsan hüquqları haqqında Avropa Konvensiyası

Maddə 10

1. Hər kəs öz fikrini ifadə etmək azadlığı hüququna malikdir. Bu hüquqa öz rəyinə malik olmaq azadlığı, dövlət hakimiyyəti orqanları tərəfindən hər hansı maneə olmadan və dövlət sərhədlərindən asılı olmayaraq, məlumat və ideyaları almaq və yaymaq azadlığı daxildir. Bu maddə dövlətlərin radioyayım, televiziya və kinematoqrafiya müəssisələrinə lisenziya tələbi qoymasına mane olmur.

2. Bu azadlıqların həyata keçirilməsi milli təhlükəsizlik, ərazi bütövlüyü və ya ictimai asayiş maraqları naminə, iğtişaşın və ya cinayətin qarşısını almaq üçün, sağlamlığın, yaxud mənəviyyatın mühafizəsi üçün, digər şəxslərin nüfuzu və hüquqlarının müdafiəsi üçün, gizli əldə edilmiş məlumatların açıqlanmasının qarşısını almaq üçün və ya ədalət mühakiməsinin nüfuz və qərəzsizliyini təmin etmək üçün qanunla nəzərdə tutulmuş və demokratik cəmiyyətdə zəruri olan müəyyən formallıqlara, şərtlərə, məhdudiyyətlərə və ya sanksiyalara məruz qala bilər.

Bununla belə, ifadə azadlığı İHAK-da mütləq (qeyri-məhdud) hüquq kimi müəyyən edilməyib və məhdudlaşdırıla bilər, bu şərtlə ki, məhdudlaşdırıcı tədbir qanuni məqsəd daşımalı və demokratik cəmiyyətdə zəruri olmalıdır. Ənənəvi mənada ifadə azadlığı "hökumətin nəzarətindən azad olmaq" hüququ kimi başa düşülür ki, buna görə də medianın müəyyən istehsalat praktikasının, məsələn, media məhsullarında və reklamlarında qadınların cinsiyyətçi yöndən təqdim edilməsinin məhdudlaşdırılmasına yönələn tədbirlər qanuni hesab edilmələri üçün zərurilik və mütənasiblik yoxlamasından bir çox hallarda keçə bilmirlər. Bu səbəbdən tənqidçilər iddia edirlər ki, "qadınların ifadə və məlumat azadlığı hüququnu strukturxarakterli, iqtisadi və mədəni məhdudiyyət qatları ciddi şəkildə məhdudlaşdırır", buna görə də ənənəvi şərhdən kənarlaşmaq və "qadınların, eləcə də kişilərin məlumatlandırılmaq və rəylərinin dinlənilməsi hüququnu tanıyan konsepsiyaya doğru keçid etmək" qaçılmazdır (Qallager, 2011: 357). Gender və nifrət nitqi ilə, habelə gender stereotipləri və reklamla əlaqədar işlər hüquqlarla məhdudiyyətin bu cür ziddiyyətə girməsinin əyani nümunələrini ətraflı şəkildə təqdim edir.

Gender və media azadlığı

Media azadlığı "ifadə azadlığının qanunsuz məhdudlaşdırılmasından azad olmanı, çoxsaylı media vasitələri arasında seçim etmək azadlığını və siyasi və kommersiyaxarakterli müdaxilə olmadan öz fikrini açıq şəkildə ifadə etmək azadlığını" bildirir, amma eyni zamanda "aşkar görünür ki, media azadlığının bütün aspektlərində gender amilinin nəzərə alınması tələb olunur" (UNESCO, 2018): 21). Beləliklə, *media azadlığı konsepsiyasının dolğun şəkildə və gender amilini nəzərə almaqla müəyyən edilməsi,* o cümlədən onun bir-biri ilə qarşılıqlı surətdə əlaqəli olan dörd komponentinin – *mətbuat azadlığı, plüralizm, müstəqillik və təhlükəsizlik* məsələlərinin nəzərə alınması o deməkdir ki, "qadınlar media azadlığının bütün aspektlərində bərabər əsasda iştirak etmək hüququna malikdirlər, yəni media azadlığı, plüralizm, müstəqillik və təhlükəsizlik subyektləri qismində bunu edə bilərlər" (İbid).

Mediada gender bərabərliyi (bərabərsizliyi) özünü iki səviyyədə göstərir: media şirkətləri daxilində bərabərlik (bərabər imkanlar və bərabər rəftar və qərarların qəbuluna imkan verən vəzifələrin bərabər əsasda əlçatan olması) və cinsiyyətçi stereotiplərə qarşı mübarizəyə xüsusi diqqət yetirilməklə media materiallarının məzmununda bərabərlik (Avropa Şurasının Gender Bərabərliyi Bölməsi, 2015). Media azadlığı və gender bərabərliyi qırılmaz surətdə qarşılıqlı əlaqəli olduğuna və gender bərabərliyi insan hüquqlarının ayrılmaz tərkib hissəsi olduğuna görə, ifadə azadlığının faktiki həyata keçirilməsi gender bərabərliyinin təmin edilməsini dəstəkləməlidir. Media istehsalatı kontekstində gender bərabərliyi (bərabərsizliyi) problemini uğurla həll etməkdən ötrü hər iki cins üçün mediada iş fəaliyyətinə və rəhbər vəzifələrə bərabər çıxış imkanının olması olduqca zəruridir, bu zaman həm də "ictimai həyatın bütün sahələrində, o cümlədən mediada qadınlar və kişilər üçün eyni vizuallıq, səlahiyyət, məsuliyyət və iştirakçılıq imkanlarının olması" təmin edilməlidir ("Gender bərabərliyi və media haqqında" Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2013) 1 saylı tövsiyəsi).

İfadə azadlığına dair beynəlxalq və Avropa normalarına və standartlarına uyğun olaraq, *dövlətlər* ifadə azadlığının həyata keçirilməsində qadınlar üçün real bərabərliyin təmin edilməsinə, habelə bərabərsizliyi daimiləşdirən və qadınları ictimai müzakirələrdən kənarlaşdıran institutların, sistemlərin, rolların və stereotiplərin transformasiyasının təmin edilməsinə yönələn *qətiyyətli tədbirlər görmək öhdəliyini* daşıyırlar. Bununla belə, məlum olub ki, "qadınlar hüquqlarından kişilərlə tam bərabər əsasda istifadə edə bilmirlər, eləcə də yerinə yetirdikləri işlər kişilərlə eyni qaydada dəyərləndirilmir" (UNESCO, 2018): 62). Qadınların media fəaliyyətlərində iştirak etmək, media materiallarına çıxış əldə etmək və media məhsullarını istehsal etmək azadlığı *medianın işçi qüvvəsi sıralarında, rəhbər vəzifələrində və materiallarında (*onilliklərboyu istər mənbə, istərsə də subyekt rolunda) *onların az təmsil olunması* səbəbindən ciddi surətdə məhdudlaşdırılır. Üstəlik, *qadınların fikirlərini təhlükəsiz şəkildə açıq ifadə etmələri* media azadlığı məsələsi olaraq təmin edilmir. Media materialla-

rında ümumən *qadınlara qarşı ifadə edilən* və rəqəmsal sosial mediada daha da şiddətləndirilən *nifrət* onların sosial və siyasi həyatda bərabər əsasda iştirak etmək imkanını məhdudlaşdırır. Qadın jurnalistlərə qarşı hücumlar, o cümlədən qətllər, onlayn təhqirlər, təqiblər və qısnamalar illərboyu qadınların mediada iştirakına konkret və qeyri-mütənasib şəkildə təsir göstərir.

Aşağıda təqdim edilən mediada gender bərabərsizliyinin üç tipik nümunəsi, yəni: 1) *qadınların ictimai həyatda və media istehsalatında iştirakına nifrət nitqinin təsiri;* 2) *media materiallarının məzmununda və reklamlarda cinsiyyətçilik hallarında ifadə azadlığı hüququnu gender siyasətinin məqsədləri ilə balanslaşdırmaqda çətinliklər;* 3) *qadınların jurnalistikada iştirakına qarşı meydana çıxan təhdidlərin qadın jurnalistlərin təhlükəsizliyi üçün yaratdığı təhlükələr* bərabərsizlik praktikasının media azadlığı üçün zərərli nəticələrini qabarıq şəkildə nümayiş etdirir.

Əyani nümunə 1: Nifrət nitqinin gender aspektləri

"Nifrət nitqi" termininin hamılıqla qəbul edilmiş anlayışı yoxdur. Avropa Şurası "nifrət nitqi" terminınə "irqi nifrəti, ksenofobiyanı, antisemitizmi və yaxud dözümsüzlüyə, o cümlədən aqressiv millətçilikdə və etnosentrizmdə, azlıqlara, miqrantlara və immiqrantmənşəli insanlara qarşı ayrı-seçkilikdə və düşmənçilikdə ifadə edilən dözümsüzlüyə əsaslanan digər nifrət formalarını yayan, buna təhrik və təşviq edən və ya haqq qazandıran ifadələrin bütün formalarını əhatə edən" termin kimi anlayış verib ("Nifrət nitqi haqqında" Nazirlər Komitəsinin R (97) 20 saylı tövsiyəsi). Amma bu anlayışda cins, gender və gender identikliyi barədə bu kontekstdə heç nə deyilmirdi, hərçənd ki, Avropa Şurasının İnsan hüquqları komissarı İHAK-ın ayrı-seçkiliklə bağlı müddəalarına (14-cü maddə) uyğun olaraq bu anlayışın digər qrupları, məsələn, qadınları və qızları da hədəf kimi müəyyən edən anlayış kimi şərh olunmasını tövsiyə etmişdi[1].

Baxmayaraq ki, gender zəminində nifrət nitqinin qadınların ictimai həyatda iştirakına mənfi təsir göstərməsi dərk edilirdi və cinsiyyətçi nifrət nitqinin əsas cəhətlərinin məhz qadın qurbanları hədəfə almaqdan, qadınları hədələyici və alçaldıcı tərzdə təqib etməkdən ibarət olması açıq-aydın görünürdü[2], "cinsiyyətçi nifrət nitqini" qadağan edən müddəa Avropa Şurasına üzv olan dövlətlərin milli qanunlarına nadir hallarda daxil edilirdi və yalnız azsaylı hallar istisna təşkil edirdi (Niderland və Fransa qanunvericiliyi).

Bu cür hüquqi məhdudiyyətlərə qarşı irəli sürülən arqument ondan ibarət idi ki, ifadə azadlığı qorunmalıdır və qeyri-mütənasib məhdudiyyətə məruz qala bilər. Amma bu izahat ciddi tənqidlə qarşılaşdı və hüdudsuz onlayn media mühitində bu arqumentə, çətin ki, yer tapılar. İnternetin ani, anonim və asanlıqla yayıla bilən hücumlara imkan yaratması gender zəminində hücumları artırıb. Bunununla belə, cinsiyyətçi onlayn

[1] Bax: Avropa Şurası: "Cinsiyyətçi nifrət nitqinə dair informasiya sənədi", Gender Bərabərliyi Bölməsi tərəfindən hazırlanıb (1 fevral 2016-cı il). Sayt: https://rm.coe.int/168059ad42.
[2] İbid.

nifrət nitqi çox zaman cəzasız qalır ki, bu da qadınların ifadə azadlığını, medianın plüralizmini və müxtəlifliyini məhdudlaşdırır, gender bərabərsizliyini doğurur. Amma Avropa İttifaqı Məhkəməsi tərəfindən bu yaxınlarda baxılan, avstriyalı qadın siyasətçiyə qarşı nifrət nitqi ilə əlaqədar olan işdə *Facebook* sosial şəbəkəsinin üzərinə istifadəçilərin nifrət aşılayan və qanunsuz hesab edilmiş şərhlərlə eyniyyət təşkil etdiyi sübut olunan diffamasiyaxarakterli şərhlərini silmək öhdəliyi qoyuldu[1]. Bu qərarın qəbulu həm də gender nöqteyi-nəzərindən əlamətdar hadisə oldu.

Yuxarıda qeyd edilənlərlə əlaqədar olaraq hüquqi gərginliyin təsirini yumşaltmağa yönələn və həm də qadınlara qarşı nifrət nitqi əleyhinə mübarizə məqsədi daşıyan bir neçə siyasi təşəbbüs irəli sürüldü. İstanbul Konvensiyasında iştirakçı dövlətlər üçün hüquqi prinsiplər müəyyən edilərək qeyd edildi ki, onlar “hər hansı bir şəxsin ləyaqətinə xələl gətirmək məqsədi ilə və ya bu nəticə əldə edilməklə, xüsusən qorxuducu, alçaldıcı, təhqiredici, təcavüzkar və ya düşmən mühiti yaradarkən istənilən cinsixarakterli sözlü, sözsüz və ya fiziki davranış formasına görə cinayət cəzasının və ya digər hüquqi sanksiyanın tətbiq edilməsini təmin etmək üçün lazımi qanunvericilik tədbirləri və ya digər tədbirlər görməlidirlər” (40-cı maddə). Bundan başqa, Avropa Şurasının “Gender bərabərliyi strategiyası”nda (2018–2023) bu sahədə uyğunsuzluqlar etiraf edildi, “çox vaxt ifadə azadlığından sui-istifadə edərək qəbuledilməz və təhqiramiz davranışa onunla haqq qazandırıldığı” qeyd edildi və “qadınların insan hüquqlarına qarşı mənfi reaksiyalarla, qeyri-bərabər səlahiyyət strukturları ilə, qadınlara qarşı davamlı zorakılıqlarla, qadın hüquqlarının müdafiəçilərinə qarşı təhdidlərlə, qadınların siyasi prosesdə və qərarların qəbulu prosesində məhdud iştirakı ilə, qərəzli gender yanaşmaları və gender stereotipləri ilə, cinsiyyətçiliklə və qadınlara qarşı ayrı-seçkiliklə, o cümlədən onlayn və oflayn rejimində nifrət nitqi ilə” əlaqədar olaraq xəbərdarlıq edildi.[2]

Mediada ifadə edilən və sosial mediada yayılan nifrət nitqinin mənfi nəticələrinə qəti və təsirli hüquqi reaksiyaların göstərilməsi hələ də gecikir. Qarşıdakı illərdə qanunlarda və normativ aktlarda dəyişiklik etməklə və zəruri qanunları və normativ aktları qəbul etməklə bu halı aradan qaldırmaq və gender aspektlərini nəzərə alan hüquq tətbiqetmə praktikasına məhkəmə sistemini cəlb etmək vacibdir.

Bu mövzu ilə bağlı Mövzu 8-ə bax: “Genderəsaslı zorakılıq və mediada cinsiyyətçi nifrət nitqi”.

[1] Yeva Qlavişinq-Pişşek “Facebook Ireland Limited”ə qarşı, Məhkəmənin (Üçüncü Palata) 3 oktyabr 2019-cu il tarixli qərarı, (C-18/18 – Glawischnig-Piesczek). Sayt: http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-18/18.

[2] Avropa Şurasının “Gender bərabərliyi strategiyası”, 2018-2023, 19-cu bənd, 44. Sayt: https://rm.coe.int/strategy-en-2018-2023/16807b58eb.

Əyani nümunə 2: Reklamlarda gender stereotipləri

Reklamların məzmununda stereotiplərin əks olunması mediada geniş yayılıb və onilliklərboyu davam edir, belə ki, bu cür reklamlarda qadınlar çox zaman cinsəlləşdirilən obyektlər kimi, sosial potensialları və imkanları ilə müqayisədə aşağılayıcı tərzdə təqdim edilirlər. Bu məsələ hüquqi baxımdan bir sıra suallar doğurdu və mediadakı bu praktikaya mümkün və zəruri məhdudiyyətlərin tətbiqi ilə bağlı müzakirələrə səbəb oldu.

Reklamların məzmunu "kommersiya nitqinin" bir formasıdır və onun hüquqi müdafiəsinin kökləri Birləşmiş Ştatlar Konstitusiyasına Birinci düzəlişlə müəyyən edilən tənzimləmə rejiminə gedib çıxır. Kommersiya reklamlarını və ümumi məlumatları (kommunikasiyaları) özündə ehtiva edən bu ifadə kateqoriyası Birinci düzəlişlə qorunur[1], amma demokratik nitqin digər formaları qədər, məsələn, siyasi çıxışlar qədər qorunmur. Avropa İnsan Hüquqları Məhkəməsi (AİHM) də öz məhkəmə praktikasında təsdiq edib ki, kommersiyaxarakterli fikirlərin ifadəsi İHAK-ın 10-cu maddəsi ilə qorunur[2]. Bununla belə, istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi kimi birinci dərəcəli məqsədlərlə əlaqədar olaraq reklamların məzmunu ABŞ-da və hətta daha artıq dərəcədə Avropada ciddi tənzimləmə predmetidir.

Cinsiyyətçi və stereotipxarakterli reklam problemi iki fundamental dəyərin – gender bərabərliyinin və ifadə azadlığının müdafiəsinin kəsişdiyi nöqtədir. Belə dəyərlər toqquşarkən səciyyəvi gərginlik yaranır və bu səbəbdən dövlətlərin buna hüquqi reaksiyası birmənalı olmur. Bir çox ölkələrdə belə reklamlara nadir hallarda normativ hüquqi məhdudiyyətlər qoyulur və çox vaxt bu məsələ media və reklam sahəsinin özünütənzimləmə qurumlarının ixtiyarına buraxılır. Buna görə də reklamlarda gender stereotiplərinə qarşı mübarizənin gender nöqteyinəzərindən uğuru az olub.

Siyasəti hazırlayanlar və qanunvericilər qarşıya qoyulan suala cavab axtararkən kommersiya və demokratiya maraqlarının balanslaşdırılmasını önə çəkir və *reklamlarda gender stereotiplərinin hüquqi tənzimini ifadə azadlığının məhdudlaşdırılması kimi başa düşürdülər*. Bu cür şərh bir çox cəhətdən problemli idi və *bazar münasibətlərindən irəli gələn ifadə azadlığı ilə demokratiyadan irəli gələn ifadə azadlığı arasındakı fərq* kimi qəbul edilirdi (*Edström və başqaları, 2016*). Demokratiyadan irəli gələn ifadə azadlığının rasionallığı demokratiyanın zəruri şərti olan azad və müstəqil məlumatların və fikir ifadəsinin müdafiəsinə yönəlmişdi. Bazar münasibətlərindən irəli gələn ifadə azadlığının rasionallığı isə, əksinə, maraq və məqsədlərindən asılı olmayaraq, bütün məlumatların və fikir ifadəsinin müdafiəsinə yönəlmişdi. Tənqidçilər iddia edirdilər ki, fundamental dəyərlərin balanslaşdırılması məsələsi yenidən işlənməli, yeni formada ifadə edilməli və *kommersiya məlumatları demokratik dəyəri daha*

[1] Bax: Bigelov Virciniyaya qarşı, 421 U.S. 809 (1975).
[2] Bax: Bartold Almaniyaya qarşı məhkəmə işi (1985) və Kasado Koka İspaniyaya qarşı məhkəmə işi (1994).

aşağı olan məlumatlar kimi qəbul edilməlidir. Bu yolla "reklamlarda gender stereotiplərinə gender kimliyini və gender bərabərliyini məhdudlaşdıran hal kimi baxmaq", "reklamlarda gender stereotiplərini məhdudlaşdıran qanunvericiliyə isə hətta ifadə azadlığını və demokratiyanı genişləndirən hal kimi baxmaq" mümkün olardı (*Edström və başqaları, 2016): 510*). *Media materiallarının məzmununda və reklamlarda yer alan cinsiyyətçiliyə münasibətdə gender siyasəti məqsədlərinin ifadə azadlığı hüququ ilə balanslaşdırılmasında çətinliklər* tipik haldır. Bu nümunə gündəlik media istehsalatı praktikasında açıq-aşkar görünən daxili münaqişənin – demokratik dəyərlərlə kommersiya maraqlarının toqquşmasının hüquqi tərəflərini üzə çıxarır.

Əyani nümunə 3: Gender baxımından jurnalistlərin təhlükəsizliyi

Jurnalistlərin təhlükəsizliyi ifadə azadlığı hüququnun və mətbuat azadlığının həyata keçirilməsinin zəruri şərtidir, belə ki, jurnalistlər bu azadlıqların keşikçiləri qismində hərəkət edirlər. Bununla belə, bir çox ölkələrdə "jurnalistlər və digər media işçiləri senzura, siyasi və iqtisadi təzyiq, təhdid, iş yerini itirmək qorxusu, diffamasiya haqqında qanunvericilikdən sui-istifadə, habelə fiziki hücumlar kimi təhlükələrlə üzləşirlər"[1]. Son onillikdə qadın jurnalistlər təhlükəsizliklərinə qarşı bu cür təhlükələrin təsirinə məruz qalıblar və "qadın jurnalistlərə qarşı genderəsaslı zorakılıq halları artıb. O, qadın jurnalistlərin və media işçilərinin gündəlik həyatının tərkib hissəsini təşkil edir, onlar redaksiyada olarkən və yerlərdə işləyərkən qorxudulur, zorlanma ilə hədələnir, ailələri ilə təhdid edilir və seksual qısnamaya məruz qalırlar".[2] "Onlayn media kontekstində rəqəmsal platformalar qadın jurnalistlərə qarşı yeni onlayn zorakılıq formalarına, o cümlədən kibertəqiblərə, diffamasiya kampaniyalarına, şəxsi məlumatların açıqlanması hədələrinə, seksual şantaja, "trol" şərhlərinə, eləcə də qurbanın razılığı olmadan intim xarakterli məlumatlarının yayılmasına (və ya "pornoqisasa") şərait yaradır".[3]

İHAK-a və ona əsaslanan müvafiq məhkəmə praktikasına əsasən, jurnalistlərin müdafiəsi sahəsində dövlətlər həm neqativ, həm də pozitiv öhdəliklər daşıyırlar. Jurnalistlərin müdafiəsi vəzifəsi jurnalistlərə və digər media işçilərinə qarşı hədələyici siyasi bəyanatlar verməkdən çəkinmək öhdəliyini (neqativ öhdəlik) və həmçinin təhlükəsiz jurnalistika fəaliyyəti üçün əlverişli mühit yaratmaq öhdəliyini (pozitiv öhdəlik) doğurur. Qadın jurnalistlərə gəlincə, bu vəzifələr əlavə pozitiv tədbirləri və media sahəsində çalışan qadınların xüsusi ehtiyaclarına və gender zəminində qarşılaşdıqları risklərə uyğun olan fərqli yanaşmaları nəzərdə tutur. Bundan başqa, media sənayesi

[1] Bax: Avropa Şurası, "Jurnalistlərin təhlükəsizliyi". Sayt: https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/safety-of-journalists.

[2] Bax: Birləşmiş Millətlər Təşkilatının xüsusi məruzəçisi xanım Dubravka Şimonoviçin qadınlara qarşı zorakılıq, onun səbəbləri və nəticələri barədə məruzəsi. (2020). Sayt

[3] İbid.

və onlayn platformalar da bu sahədə işlənib hazırlanmış standartlara uyğun olaraq insan hüquqlarına riayət etmək vəzifəsini daşıyırlar.

Son dövrlərdə Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsi Avropada jurnalistlərə və digər media işçilərinə qarşı qəbuledilməz səviyyədə təhdidlərin olması ilə bağlı həyəcan təbili çaldı və aşağıdakı sahələrdə tədbirlər üçün üzv dövlətlərə konkret Rəhbər prinsiplər təqdim etdi: a) *qabaqlama; b) müdafiə; c) cinayət təqibi/ədalət mühakiməsi; d) kompensasiya tədbirləri; e) informasiyaların yayılmasının, maarifləndirmənin və məlumatlılığın artırılmasının təşviqi.*[1]

Rəhbər prinsiplərə əsasən, üzv dövlətlər jurnalistlərin və digər media işçilərinin fiziki və mənəvi toxunulmazlığının qorunması üçün hərtərəfli qanunverici baza yaratmalı və bu sahədə cinayətlərin törədilməsinin qarşısını almaq üçün müvafiq cinayət hüquq normalarını nəzərdə tutmalıdırlar. Daha konkret desək, aşağıdakılar tövsiyə edilib:

a) Qabaqlama: üzv dövlətlər jurnalistlərin və digər media işçilərinin ictimai debatlara real olaraq və qorxmadan töhfə verə bilməsi üçün hərtərəfli qanunverici baza yaratmalıdırlar; jurnalistlərə qarşı zorakılığın qarşısını almağa yönələn tədbirlər görməli, məsələn, jurnalistlərin mənbələrinin konfidensiallığını qorumaq hüququna hörmət etmək öhdəliyinə əməl etməli; və qadınların bu qrupuna qarşı zorakılığın qarşısını almağa yönələn dolğun qabaqlayıcı strategiya və ya dövlət siyasəti hazırlamalıdırlar.

b) Müdafiə: jurnalistlərə qarşı zorakılığa görə cinayət məsuliyyəti nəzərdə tutan qanunvericilik hüquq-mühafizə mexanizmi və qurbanlar (və onların ailələri) üçün kompensasiya mexanizmləri vasitəsilə dəstəklənməli və bu mexanizmlər praktikada səmərəli olmalıdır; lazımi qabaqlayıcı əməli tədbirlər görülməli, məsələn, xüsusilə qadın jurnalistlər və müdafiə üçün müraciət edən digər media işçiləri polisin müdafiəsi ilə təmin edilməli və belə tədbirlər qadın jurnalistlərin və digər qadın media işçilərinin üzləşdiyi gender amili ilə əlaqədar təhlükələr nəzərə alınmaqla hazırlanmalıdır.

c) Cinayət təqibi/Ədalət mühakiməsi: jurnalistlərə və digər media işçilərinə qarşı qətllər törədən, hücumlar edən və qəddar davranan hər kəsin ədalət mühakiməsi qarşısına çıxarılması vacibdir; müvafiq olaraq, dövlət orqanları səlahiyyətlərinə uyğun olaraq səmərəli araşdırma aparmalıdırlar.

d) Kompensasiya tədbirləri: qadınlara qarşı genderəsaslı zorakılığın qurbanı olan qadın jurnalistlər üçün məruz qaldıqları ziyana görə hərtərəfli kompensasiya almaq hüququ təmin edilməlidir. Digər tərəfdən, kompensasiya tədbirləri həyata ke-

---

[1] “Jurnalistikanın müdafiəsi və jurnalistlərin və digər media işçilərinin təhlükəsizliyi haqqında” Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2016)4 saylı tövsiyəsi. Həmçinin bax: “Qadın jurnalistlər və ifadə azadlığı – Peşə vəzifələrini yerinə yetirərkən qadın jurnalistlərin üzləşdiyi ayrı-seçkilik və genderəsaslı zorakılıq”. Amerika qitəsinin İnsan Hüquqları Komissiyasının ifadə azadlığı üzrə xüsusi məruzəçisinin ofisi, İfadə azadlığı üzrə xüsusi məruzəçi Edison Lansa (2018).
Sayt: http://www.oas.org/en/iachr/expression/docs/reports/WomenJournalists.pdf

çirilərkən qadın jurnalistlərin konkret tələbatları və prioritetləri nəzərə alınmalıdır.

e) İnformasiyaların yayılmasının, maarifləndirmənin və məlumatlılığın artırılmasının təşviqi: dövlətlər jurnalistlərin və digər media işçilərinin müdafiəsi üçün, habelə cəzasızlıqla mübarizə aparmaq və lazımi hallarda gender məsələlərini və digər məsələləri qabartmaq üçün qabaqcıl təcrübələrin təşviqi məqsədilə vətəndaş cəmiyyəti və media ilə tərəfdaşlıq münasibətləri formalaşdırmalıdırlar.

Qadın jurnalistlərin təhlükəsizliyi dünyada və həmçinin Avropada çoxlarının diqqətini cəlb etdi və Avropa Şurası təhlükələr barədə məlumatlılığın artırılması, hücumların monitorinq edilməsi və hücumlara operativ reaksiya göstərilməsi istiqamətində əsas tərəfdaş təşkilatlarla[1] səylərini birləşdirdi. “Jurnalistlərin müdafiəsinin və təhlükəsizliyinin təşviqi platforması” Avropa Şurası tərəfindən yaradıldı və jurnalistikaya qarşı təhdidlər haqqında və jurnalistlərin təhlükəsizliyi barədə yenilənən informasiyaları təqdim etdi.

Gender bərabərliyi və media sahəsində Avropa İnsan Hüquqları Məhkəməsinin (AİHM və ya “Məhkəmə”) yurisdiksiyası

Gender bərabərliyinin və media fəaliyyətinin hüquqi aspektləri, öncə qeyd edildiyi kimi, qarşılıqlı əlaqəlidir və kompleks xarakter daşıyır, belə ki, buraya ayrı-seçkiliklə mübarizə, ifadə azadlığı və media məsələləri ilə əlaqədar qanunlar, normativ hüquqi aktlar və siyasi mülahizələr daxildir. Buna görə də, bu məsələlərlə bağlı müvafiq məhkəmə yurisdiksiyası daha yaxından tədqiq edilməlidir ki, buraya da AİHM-in aşağıdakı məsələlərlə bağlı presedent hüququ daxildir: *“gender ayrı-seçkiliyi”, “media plüralizmi”* və *“nifrət nitqi”*.

Gender ayrı-seçkiliyi

Gender bərabərliyi ilə əlaqədar AİHM-in yurisdiksiyası uzun müddətdən bəri formalaşmış çoxsaylı presedentlər toplusunu əhatə edir.[2] İHAK-ın ayrı-seçkilik barəsindəki 14-cü maddəsi bu cür işlər üçün hüquqi prinsipləri müəyyən edir, o, İHAK-da təsbit olunmuş digər hüquqları nəzərdə tutan maddələrlə əlaqəli şəkildə götürülən yardımçı maddədir. Məhkəmə özünün hüquq praktikasında izahat verib ki, bu maddə analoji situasiyalarda olan şəxslərə qarşı fərqli rəftarı qadağan edir, lakin fərqli rəftara haqq qazandıran “əsaslı və obyektiv” səbəblərin olduğu hallar istisna təşkil edir.

Məhkəmə cins əlamətinə əsaslanan ayrı-seçkiliyə yanaşmasını ilk dəfə ifadə edərkən vurğulayıb ki, “cinslərin bərabərliyi ... Avropa Şurasının üzv

[1] Bax: “Jurnalistlərin müdafiəsinin və təhlükəsizliyinin təşviqi platforması çərçivəsində Avropa Şurasının tərəfdaş təşkilatlarının illik hesabatı” (2019). Sayt: https://rm.coe.int/annual-report-2018-democracy-in-danger-threats-and-attacks-media-freed/1680926453.

[2] Bax: AİHM-in bülleteni – Gender bərabərliyi. Sayt: https://www.echr.coe.int/Documents/FS_Gender_Equality_ENG.pdf.

dövlətlərində əsas məqsədlərdən biridir”.[1] Bundan başqa, Məhkəmə qərara alıb ki, gender bərabərliyi prinsipi “Konvensiyanın əsasını təşkil edən mühüm prinsiplərdən biridir”.[2] Üstəlik, Məhkəmə həm də bildirib ki, “gender bərabərliyinin təşviqi Avropa Şurasının üzv dövlətlərində əsas vəzifədir və bu cür fərqli rəftarın Konvensiyaya uyğun hesab edilməsi üçün kifayət qədər əsaslı səbəblər gətirilməlidir... Xüsusən konkret ölkədə ənənələrə, ümumi ehtimallara və üstünlük təşkil edən sosial yanaşmalara istinadlar cins əlamətinə əsaslanan fərqli rəftara haqq qazandırmaq üçün yetərli deyil”.[3]

Son dövrlərə aid Karvalyu Pintu De Suza Moraiş Portuqaliyaya qarşı işdə[4] Məhkəmə gender stereotipləri fenomenini uğurla araşdırdı və ölkədaxili məhkəmə qərarının əsaslandırıcı hissəsində qadın cinsəlliyinə aid stereotiplərdən istifadə edilməsini pislədi və eyni zamanda CEDAW-ın 5-ci maddəsinin və İstanbul Konvensiyasının 12-ci maddəsinin 1-ci bəndinin müəyyən etdiyi insan hüquqlarına dair digər mühüm beynəlxalq standartlara istinad etdi.

Gender bərabərliyinə dair Məhkəmənin ardıcıl hüquq praktikası media kontekstində də ayrı-seçkiliyə aid işlərin həlli üçün ciddi təməl təşkil edir. Bununla belə, tənqidçilərin qeyd etdiyinə görə, Məhkəmə gender bərabərliyi prinsipini tətbiq edərkən çox zaman ayrı-seçkiliyin qarşılıqlı əlaqəliliyini (interseksionallığını) nəzərə almır, halbuki ayrı-seçkilik bir neçə əlamətə və ya bir neçə identikliyə görə baş verir və bunlar bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olur.

Media plüralizmi

Gender məsələsi media azadlığı və plüralizmi məsələsidir. Media plüralizmi səsləndirilmiş fikirlərin, ifadə edilmiş rəylərin və problemlərin plüralizmini (daxili plüralizm), *həm də* media buraxılışlarının və media növlərinin (çap mediası, radio, televiziya və ya rəqəmsal media) plüralizmini və özəl media ilə ictimai medianın yanaşı mövcudluğunu (xarici plüralizm) bildirir. *Mediada gender bərabərliyi əsasən daxili plüralizm göstəriciləri (indikatorları) əsasında qiymətləndirilir* (xəbər materiallarında qadınların işıqlandırılması, reportajlarda gender amilinin nəzərə alınması, stereotiplərdən kənar təqdimat). Bununla belə, mülkiyyət hüququ əsasında mediaya çıxış əldəetmə və mediaya nəzarətetmə, yəni media landşaftının xarici plüralizm xarakteristikaları da gender bərabərliyi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir (*Birli, 2014*).

AİHM-in presedent hüququ dolayısı ilə media plüralizminin gender aspektlərinə şamil edilə bilər. Plüralizm konsepsiyası AİHM-in presedent hüququnda mühüm rol oynayır.

[1] Əbdulaziz, Kabales və Balkandali Birləşmiş Krallığa qarşı (1985).
[2] Leyla Şahin Türkiyəyə qarşı [BP] (2005).
[3] Konstantin Markin Rusiyaya qarşı [BP] (2012).
[4] Karvalyu Pintu De Suza Moraiş Portuqaliyaya qarşı (2017).

Presedent xarakterli qərarlar plüralizm konsepsiyasının Məhkəmə tərəfindən şərhini özündə əks etdirir. İlk dəfə *Həndisaydın işində*[1] Məhkəmə ifadə azadlığının mühümlüyü barədə ümumi mülahizələrini irəli sürdü və onu demokratik cəmiyyətin xarakteristikası ilə əlaqələndirərək qeyd etdi ki, o, belə cəmiyyətin tərəqqisi üçün və onun üzvü olan bütün fərdlərin inkişafı üçün zəruri şərtdir. Onu da qeyd etmək vacibdir ki, Məhkəmə plüralizmin çiçəklənməsi üçün tolerantlığın və geniş fikirliliyin qaçılmaz olduğunu vurğulayıb. Bundan başqa, *Lentia işində*[2] AİHM bildirib ki, mətbuat müxtəlif rəylərin eşidilməsinə imkan yaradan “plüralizm prinsipinə əsaslanmasa”, məlumat və ideyaları yaymaq vəzifəsini uğurla yerinə yetirə bilməz.

Ümumiyyətlə, Məhkəmə plüralizmi söz azadlığı hüququnun əhatə və təsir dairəsini müəyyənləşdirən bir hal kimi demokratik cəmiyyətin əsas xarakteristikalarından biri hesab edib. Bundan başqa, Məhkəmə təsdiq edib ki, dövlət plüralizmin əsas zəminlərindən biri olmalıdır, ictimaiyyətin qərəzsiz və dəqiq informasiyalara və cəmiyyətin müxtəlifliyini əks etdirən müxtəlif rəy və şərhlərə çıxış əldə etmək imkanına malik olmasını təmin etməlidir. Məhkəmə bunu da müəyyən edib ki, ifadə azadlığı hüququnun həyata keçirilməsi məhdudiyyətlərə məruz qalır. O, digər fundamental hüquqlarla balanslaşdırılmalıdır, belə ki, nüfuzun qorunması hüququ və şəxsi həyata hörmət hüququ gender bərabərliyi məsələləri üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Mediada qadınlara qarşı hüquq pozuntuları və ya qadın jurnalistlərə hücumlar plüralizmin təminatları ilə balanslaşdırılmalı, qadınların bərabər müdafiə hüququ yetərincə nəzərə alınmalıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, bu beynəlxalq prinsiplər yeni media kontekstində də aktualdır və Məhkəmə öz hüquq praktikasında təsdiq edib ki, 10-cu maddə internetə də bütünlüklə şamil olunur.[3]

Nifrət nitqi

Öncə qeyd edildiyi kimi (*Örnək: Nifrət nitqinin gender aspektləri”* bölməsinə bax), nifrət nitqi fenomeni gender amili üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu səbəbdən AİHM-in presedent hüququ müvafiq qaydada nəzərdən keçirilməli və təhlil edilməlidir.

Məhkəmə nifrətə təhrikçilik və ifadə azadlığı ilə əlaqədar işləri araşdırarkən iki əsas yanaşma tətbiq edir: ya ifadə azadlığının müdafiəsini müəyyən ifadə aktlarına şamil etmir (İHAK-ın 17-ci maddəsi əsasında), ya da belə aktların müdafiəsinə müəyyən məhdudiyyətlər tətbiq edir (İHAK-ın 10-cu maddəsinin 2-ci bəndi əsasında). Xatırladaq ki, İHAK-ın 17-ci maddəsi (hüquqlardan sui-istifadənin qadağan olunması) o hallarda tətbiq edilir ki, ifadə edilmiş fikirlər və ya şərhlər nifrət nitqinə bərabər olur və İHAK-ın fundamental dəyərlərini heçə endirir. Müvafiq olaraq

---

[1] Həndisayd Birləşmiş Krallığa qarşı (1976).
[2] “İnformasyonsferayn Lentia” və başqaları Avstriyaya qarşı (1993).
[3] Bax: AİHM-in bülleteni – Yeni texnologiyalar. Sayt: https://www.echr.coe.int/Documents/FS_New_technologies_ENG.pdf.

Məhkəmə bu cür ifadələrə müdafiənin şamil olunmasını rədd edib və vurğulayıb ki, "tolerantlıq və bütün insanların bərabər ləyaqətinə hörmət demokratik, plüralist cəmiyyətin dayaqlarını təşkil edir. Belə olan halda prinsip etibarilə müəyyən demokratik cəmiyyətlərdə dözümsüzlüyə əsaslanan nifrəti yayan, qızışdıran, təşviq edən və ya ona haqq qazandıran ifadələrin bütün formalarına sanksiyaların tətbiq edilməsi və yaxud hətta onların qarşısının alınması zəruri sayıla bilər, bu şərtlə ki, tətbiq edilən "rəsmiyyətlər", "şərtlər", "məhdudiyyətlər" və ya "sanksiyalar" qarşıya qoyulan qanuni məqsədə mütənasib olmalıdır".[1]

Digər işlərdə AİHM homofobiyaxarakterli nifrət nitqinin ifadə edildiyini və ifadə azadlığı ilə əlaqədar "öhdəlik və vəzifələrin" pozulduğunu təsdiqləyib və istifadəçilərin nifrət aşılayan nitqinə və şərhlərinə görə media vasitələrinə tətbiq edilmiş məhdudiyyətləri qanuni sayıb.[2]

Qısa icmal

Media daxilində və media tərəfindən təqdim edilən gender bərabərliyinin hüquqi prinsipləri təkamülə uğrayan və dinamik xarakter daşıyan bir çox sahələri əhatə edərək siyasi, sosial və texnoloji inkişaf prosesləri vasitəsilə formalaşdırılır. Bu fəsildə ayrı-seçkilikxarakterli, qeyri-plüralist və yaxud hətta təhqiramiz ünsiyyət praktikalarına qarşı insan hüquqlarına dair beynəlxalq hüquq normalarında təsbit olunmuş hüquqi təminatların möhkəm əsaslarından danışıldı. Bununla belə, bu cür normaların yerinə yetirilməsi və səmərəli şəkildə tətbiq edilməsi onların malik ola biləcəyi potensialdan və mühüm təsir imkanlarından hələ də geri qalır. Bu potensialın gerçəkləşməsinə siyasi iradənin olmaması, qanunvericilik və məhkəmə orqanlarında, eləcə də media sənayesinin gündəlik praktikasında kişi yönümlü hegemon siyasətlərin mövcudluğu maneçilik törədir.

İfadə azadlığının hüquqi tənzimində gender amili nəzərə alınarsa, transformasiya olunmuş və dolğun konseptual yanaşma tətbiq edilərsə, yuxarıda təhlil etdiyimiz örnəklərdəki kimi bir sıra ziddiyyətli məqamlar aradan qaldırıla bilər. Siyasəti və qanunvericiliyi hazırlayanların yanaşmasında bu istiqamətdə dəyişiklik baş verərsə və demokratik ənənələr üçün səciyyəvi olan ifadə azadlığının əsl dəyəri ön plana çıxarsa, gender bərabərliyinin təmin edilməsinin həqiqi mexanizmləri sayəsində biz sosial amillərin nəzərə alındığı və liberal iqtisadi amillərin mövcud olduğu yurisdiksiya reallığının yeni erasının şahidi ola bilərik. Bu nailiyyətlər bütün dünyada qadınların statusunda irəliləyişə şərait yaradan bir sıra hüquqi yeniliklərə, nümunəvi və presedentxarakterli işlərin meydana çıxmasına səbəb olar.

[1] Ərbakan Türkiyəyə qarşı (2006).
[2] "Delfi AS" Estoniyaya qarşı (2015).

MƏNBƏLƏR

1. Byerly, C. M. (2014). Women and media control: Feminist interrogations at the macro-level. In C. Carter, L. Steiner, & L. McLaughlin, The Routledge Companion to Media & Gender (pp. 105–115). Routledge Taylor & Francis. [Birli K.M. (2014). Qadınlar və mediaya nəzarət: Makrosəviyyədə feminist sorğulamaları. Mənbə: S. Karter, L. Ştayner və L. Maklaflin, The Routledge Companion to Media & Gender (səh. 105–115). "Routledge Taylor & Francis" nəşriyyatı].
2. Council of Europe Gender Equality Division. (2015). Handbook on the implementation of Recommendation CM/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers of the Council of Europe on gender equality and media. Council of Europe.

   https://rm.coe.int/1680590558. [Avropa Şurasının Gender Bərabərliyi Bölməsi. (2015). "Gender bərabərliyi və media haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2013)1 saylı tövsiyəsinin icrasına dair təlimat. Avropa Şurası. https://rm.coe.int/1680590558].
3. Edstrom, M., Kenyon, A. T., & Svensson, E.-M. (Eds.). (2016). Blurring the Lines: Market-Driven and Democracy- Driven Freedom of Expression. Nordicom. [Edström M, Kenyon A.T., və Svensson E-M. (redaktorlar). (2016). Sərhədlərin silinməsi: Bazar münasibətlərinə əsaslanan və demokratiyaya əsaslanan ifadə azadlığı. "Nordicom" nəşriyyatı].
4. Gallagher, M. (2011). Gender and Communication Policy: Struggling for Space. In The Handbook of Global Media and Communication Policy (pp. 449–466). John Wiley & Sons, Ltd.

   https://doi.org/10.1002/9781444395433.ch28. [Qallager M. (2011). Gender və kommunikasiya siyasəti: Məkan uğrunda mübarizə. Mənbə: Qlobal media və kommunikasiya siyasətinə dair təlimat (səh. 449-466). "John Wiley & Sons, Ltd." nəşriyyatı, https://doi.org/10.1002/9781444395433.ch28].
5. Handbook on the implementation of Recommendation CM/Rec(2013)1 on gender equality and media:

   https://rm.coe.int/handbook-on-the-implementation-of-recommendation-cm-rec-2013-1-of-the-/16808eb413. ["Gender bərabərliyi və media haqqında" CM/Rec(2013)1 saylı tövsiyəsinin icrasına dair təlimat, https://rm.coe.int/handbook-on-the-implementation-of-recommendation-cm-rec-2013-1-of-the-/16808eb413].
6. UNESCO. (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development: 2017/2018 Global Report (pp. 1–201). en.unesco.org/ world-media-trends-2017. UNESCO. (2018). İfadSKO. (2018). ld-media-trends-2017 and Media Development: 2017/2018 Global Reportf-the-/16808eb413.3)1 sayl (sdSKO. (2018)en.unesco.org/world-media-trends-2017.

Mövzu 4. Gender bərabərliyinin hüquqi aspektləri: Azərbaycan qanunvericiliyi və təcrübə

Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında gender bərabərliyinə verilən təminatlar. AR-in qanunvericilik aktlarında gender bərabərliyi: Gender (kişi və qadınların) bərabərliyinin təminatları haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında Azərbaycan Respublikası Qanunu, Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi. Gender bərabərliyi sahəsində hüquqi məsuliyyət.

Gender bərabərliyinin təmin edilməsi baxımından yerli qanunvericilik. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında gender bərabərliyi

Gender bərabərliyinin qorunması baxımından Azərbaycan Respublikası Konstitusiyası daxili hüquqda birinci yerdə gəlir.

Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 24-cü maddəsi insan hüquq və azadlığının əsas prinsipi kimi insan ləyaqətini önə çəkir və insan ləyaqətinin dövlət tərəfindən qorunduğunu və ona hörmət edildiyini bildirir.

Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının bərabərlik hüququnu tənzimləyən 25-ci maddəsinin 2-ci bəndi ***"Kişi ilə qadının eyni hüquqları və azadlıqları vardır"*** deməklə, gender bərabərliyini təminat altına alıb. Həmin maddənin 3-cü bəndində isə dövlətin "irqindən, etnik mənsubiyyətindən, dinindən, dilindən, ***cinsindən,*** mənşəyindən, əmlak vəziyyətindən, qulluq mövqeyindən, əqidəsindən, siyasi partiyalara, həmkarlar ittifaqlarına və digər ictimai birliklərə mənsubiyyətindən asılı olmayaraq, hər kəsin hüquq və azadlıqlarının bərabərliyinə" təminat verildiyi qeyd edilir.

Maddənin 4-cü bəndində isə yuxarıdakı əsaslara görə heç kəsə zərər vurula bilməyəcəyi, güzəştlər və ya imtiyazlar verilə bilməyəcəyi, yaxud güzəştlərin və ya imtiyazların verilməsindən imtina oluna bilməyəcəyi bildirilir. Maddənin 5-ci bən-dində göstərilir ki, hüquq və vəzifələrlə bağlı qərarlar qəbul edən dövlət orqanları və dövlət hakimiyyəti səlahiyyətlərinin daşıyıcıları ilə münasibətlərdə ***hər kəsin bərabər hüquqları təmin edilir.***

Konstitusiyanın 25-ci maddəsi ayrı-seçkiliyi sayarkən "gender" anlayışından istifadə etmədən, kişi və qadın ifadələrindən istifadə edib, habelə cinsi ayrı-seçkiliyin qadağan olunduğunu bildirib. Bu mətni Avropa İnsan Hüquqları Konvensiyasının 14-cü maddəsində və BMT-nin Mülki və Siyasi Hüquqlara dair Beynəlxalq Paktının 26-cı maddəsinin mətni ilə müqayisə etdikdə hər iki mətndə gender ifadəsindən istifadə edilmədiyini, "cins" sözünə üstünlük verildiyini görərik. Bu baxımdan Azərbaycan Konstitusiyasının 25-ci maddəsinin mətnində istifadə edilən "cinsi ayrı-seçkilik" ifadəsi hər iki beynəlxalq sənədlə uyğunluq təşkil edir. Lakin müasir ədəbiyyatda gender anlayışını, sadəcə, insanların bioloji aid olduğu cinsi deyil, toplumsal aidiyyət

kimi də təfsir etdiklərindən, bəzən bu məsələyə müəyyən tənqidi yanaşmalar da mövcud olur.

Konstitusiyanın 25-ci maddəsində olmayan, lakin BMT-nin Mülki və Siyasi Hüquqlara dair Beynəlxalq Paktının 26-cı və Avropa İnsan Hüquqları Konvensiyasının 14-cü maddələrində olan bir fərq diqqət çəkir.

Avropa Konvensiyasının 14-cü maddəsi Konvensiyada təsbit olunmuş hüquq və azadlıqlardan istifadəni cins, irq, dərinin rəngi, dil, din, siyasi və digər baxışlar, milli və ya sosial mənşə, milli azlıqlara mənsubiyyət, əmlak vəziyyəti, ***doğum və ya hər hansı digər əlamətlərə*** görə ayrı-seçkilik olmadan təmin edir.

BMT-nin Mülki və Siyasi Hüquqlara dair Beynəlxalq Paktın 26-cı maddəsi ayrı-seçkiliyin bütün növlərini qadağan edir və istənilən əlamətə – irqi, dərisinin rəngi, cinsi, dili, dini, siyasi və digər əqidələri, milli və sosial mənsubiyyəti, əmlak vəziyyəti, ***doğuşu və ya digər halları ilə bağlı*** ayrı-seçkilikdən bütün şəxslərə bərabər və səmərəli müdafiə təminatı verir.

Göründüyü kimi, hər iki beynəlxalq müqavilədə “cinsi ayrı-seçkilikdən” əlavə “***doğum və ya hər hansı digər əlamətlərə***” görə də ayrı-seçkiliyin qadağan olunduğuna xüsusi vurğu edilib.

Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasının 25-ci maddəsində olduğu kimi, bu sənədlərdə “cinsi oriyentasiya, yaxud gender kimliyi” ayrı-seçkilik əsası kimi birbaşa göstərilməyib. Lakin Konstitusiyadan fərqli olaraq, həmin müddəaların geniş təfsirinə yol açan “doğum və ya hər hansı digər əlamət” ifadəsi işlənib. Məhz buna görə də həm BMT-nin İnsan Haqlar Komitəsi[1], həm də Avropa İnsan Haqları Məhkəməsi[2] bir çox işdə cinsi oriyentasiyaya, yaxud gender kimliyinə əsaslanan ayrı-seçkiliyin Paktın 26-cı, Konvensiyanın 14-cü maddəsinin “digər əsaslar” başlığı altında qadağan olunduğunu bildirib. Bu baxımdan, Konstitusiyanın 25-ci maddəsinin 3-cü hissəsinin beynəlxalq müqavilələrlə müqayisədə daha məhdud şəkildə təsvir olunduğu və şəxslərin cinsi oriyentasiya, yaxud gender kimliyinə əsaslanan diskriminasiya məsələlərini xüsusilə LGBTI+ fərdlərinin hüquqları və azadlıqlarının müdafiəsi zamanı qanunvericiliyin bu şəxslərin qorumasını tam əhatə etmədiyini irəli sürənlər mövcuddur.[3]

Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 34-cü maddəsində nikah hüququnu tənzimləyən hissədə də gender bərabərliyinə aidiyyəti olan məsələyə toxunulmuş, tərəflərin nikahda bərabərliyinə vurğu edilib, nikahın könüllü olduğu, heç kəsin zorla **evləndirilə (ərə verilə)** bilməyəcəyi qeyd edilib.

[1] İnsan Haqları Komitəsi, Toonen Avstraliyaya qarşı işi, Kommunikasiya No 488/1992, BMT Dok MSHBP/C/50/D/488/92 (1992); İnsan Haqları Komitəsi, Young Avstraliyaya qarşı işi, Kommunikasiya No 941/2000, BMT Dok MSHBP/ C/78/D/941/2000 (2003). Manfred Nowak, Mülki və Siyasi Hüquqlar haqqında Beynəlxalq Paktı: MSHBP Kommentariya (2005), səh 623.

[2] Salgueirdo da Silva Mouta Portuqaliyaya qarşı, Ərizə No 33290/96; http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-58404; Christine Godwin Böyük Britaniyaya qarşı, Ərizə No no 28957/95, http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-60596

[3] https://idi-aze.org/az/azerbaycanda-lgbt-hquqlar/

Maddənin 4-cü bəndində **ər ilə arvadın hüquqlarının bərabər olduğu,** uşaqlara qayğı göstərməyin, onları tərbiyə etməyin valideynlərin hər ikisinin həm hüququ, həm də borcu olduğu bildirilib.

Konstitusiyanın 34-cü maddəsində "ər və arvad" ifadəsindən istifadə edildiyinə görə burada kişi və qadın nəzərdə tutulur. Bu baxımdan eynicinsli partnyorların nikah hüququ Konstitusiyada nəzərdə tutulmamışdır.

Digər qanunvericilik aktlarında gender bərabərliyi. Gender (kişi və qadınların) bərabərliyinin təminatları haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu

Konstitusiyada cinslərarası bərabərliyin təminat altına alınması daxili qanunvericiliyin formalaşmasına da mayak olmuşdur. 10 oktyabr 2006-cı il tarixində Azərbaycan Respublikası Milli Məclisi ***Gender (kişi və qadınların) bərabərliyinin təminatları haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanununu*** qəbul edib.[1] Qanunun məqsədi cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkiliyin bütün formalarını aradan qaldırmaqla, kişi və qadınlara ictimai həyatın siyasi, iqtisadi, sosial, mədəni və digər sahələrində bərabər imkanlar yaratmaqla gender bərabərliyinin təmin edilməsindən ibarətdir.

Qanunda gender bərabərliyinə aidiyyəti olan müxtəlif anlayışlara yer verilib və onların əhatə dairəsi aydınlaşdırılıb:

Gender – ictimai həyatın siyasi, iqtisadi, mədəni və digər sahələrində kişi və qadın münasibətlərinin sosial cəhətidir;

Gender bərabərliyi – qadın və kişilərin hüquq bərabərliyi və bu hüquqların həyata keçirilməsi üçün bərabər imkanlar və onların cəmiyyətdə bərabər sosial vəziyyətini ifadə edir;

Bərabər imkanlar – insan hüquqlarının həyata keçirilməsində qadınlar və kişilər üçün yaradılan bərabər şərait və təminatları nəzərdə tutur;

Cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkilik – seksual qısnama, cinsi əlamətə görə hüquqların bərabər həyata keçirilməsini məhdudlaşdıran və ya inkar edən istənilən fərq, istisna və ya üstünlük kimi xarakterizə edilir;

Seksual qısnama – əmək və ya xidmət münasibətlərində olan şəxsi alçaldan və təhqir edən, başqa cinsə və ya seksual yönümə mənsubiyyətdən irəli gələn və fiziki hərəkətlərdə (toxunma, əlləvurma), ədəbsiz sözlərdə, jestlərdə, hədələrdə, ləkələyici təkliflərdə və ya dəvətlərdə təzahür edən əxlaqsız davranış olaraq izah edilib.

Qanuna əsasən, cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkiliyin bütün formaları, o cümlədən seksual qısnama qadağandır. Lakin bəzi pozitiv ayrı-seçkiliklər ayrı-seçkilik hesab olunmur və bunlar gender bərabərliyinin ölkədə təmin olunması yolunu açan məqamlardır. Məsələn, qadınlar üçün Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi ilə müəyyən edilmiş güzəştlər, imtiyazlar və əlavə təminatlar, kişilər üçün həqiqi hərbi (alternativ) xidmətə çağırış, kişi və qadınlar üçün qanunla

[1] http://e-qanun.az/framework/12424

müəyyənləşdirilmiş fərqli pensiya yaşı, Azərbaycan Respublikasının Ailə Məcəlləsinin[1] 15-ci maddəsində nəzərdə tutulan arvadın hamiləliyi dövründə və ya uşağın doğulmasından sonra 1 il müddətində arvadın razılığı olmadan ərin nikaha xitam verməsi barədə iddia qaldırmasının məhdudlaşdırılması, kişi və qadınlar üçün cəzaçəkmə müəssisələrində fərqli şəraitin yaradılması və gender bərabərliyinin təmin edilməsi məqsədilə xüsusi tədbirlərin həyata keçirilməsi – pozitiv ayrı-seçkilik olaraq qəbul edilməkdə və gender bərabərliyini pozmamaqdadır.

Qanunda gender bərabərliyinin təmin edilməsində dövlətin vəzifələri də göstərilib. Cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkiliyin bütün formalarının aradan qaldırılması, kişilərlə qadınlara bərabər imkanların yaradılması, dövlətin idarə olunmasında və qərarlar qəbul edilməsində bir cinsin nümayəndələrinin üstünlüyünə yol verilməməsi üçün dövlət tədbirlər görməlidir.

Qanunda cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkiliyin aradan qaldırılmasında işəgötürənin vəzifələri sayılıb, işə qəbul, işdə irəli çəkilmək, peşə hazırlığı keçdiyi və əlavə təhsil aldığı zaman, işin keyfiyyətini qiymətləndirərkən, işdən azad edərkən cinsindən asılı olmayaraq, işçilərə eyni yanaşmaq və bərabər imkanlar yaratmaq, cinsindən asılı olmayaraq, eyni işlə məşğul olan işçilərə eyni iş şəraitini yaratmaq, cinsindən asılı olmayaraq, eyni pozuntuya görə işçilərə fərqli intizam tənbehi tədbirini tətbiq etməmək, cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkiliyin və seksual qısnamanın qarşısını almaq üçün lazımi tədbirlər görmək işəgötürənin vəzifəsidir. İşəgötürən, cinsindən asılı olmayaraq, bir iş yerində işləyən, eyni ixtisas dərəcəsinə malik olan, eyni iş şəraitində işləyən, eyni dəyərli işi yerinə yetirən işçilərə əməkhaqqı, həmçinin mükafatlar və işçini həvəsləndirmək məqsədilə ödənilən digər maddi ödənişləri eyni ödəməlidir. Əməkhaqqı, mükafatlar və işçini həvəsləndirmək məqsədilə ödənilən digər maddi ödənişlər müxtəlif olduqda, işçinin tələbi ilə işəgötürən əməkhaqqındakı fərqin işçinin cinsi mənsubiyyəti ilə əlaqədar olmadığını əsaslandırmalıdır.

Qanun cinsi qısnamaya məruz qalmış işçilərə qarşı hər hansı təzyiqi yolverilməz hesab edir. Digər hallarda əmək müqaviləsinə işçinin təktərəfli dərhal xitam verməsi nəzərdə tutulmasa da, seksual qısnamaya məruz qalmış işçinin əmək müqaviləsinə xitam verilməsi barədə ərizədə göstərdiyi gündən əmək müqaviləsi ləğv edilir. Bu cür təzyiqə məruz qalmış şəxsin əmək müqaviləsinin müddəti bitmədiyinə görə funksiyalarını davam etdirmək ondan tələb oluna bilməz. Gender bərabərliyinin təminatı haqqında Qanunun 17-ci maddəsinə əsasən, seksual qısnamaya məruz qalmış işçilərə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyən edilmiş qaydada işəgötürən tərəfindən zərər əvəzi (kompensasiya) ödənilir.

Bundan əlavə, işə qəbul haqqında elanlarda kişi və qadınlara fərqli tələblərin irəli sürülməsinə, hər hansı cinsin nümayəndələrinə üstünlük verilməsinə,

[1] http://e-qanun.az/code/10

iş axtaranın ailə vəziyyəti və ya şəxsi həyatı barədə məlumatların soruşulmasına yol verilmir. Məsələn, hamilə olub-olmaması, yaxın bir zamanda evlilik planlaması edib-etməməsi və s. kimi. Elanlarda alçaldıcı məzmunlu, kişi və qadınların hüquq bərabərliyi prinsipinə zidd olan ifadələrin dərc edilməsi qadağandır. Yalnız bir cinsin nümayəndəsi üçün müsabiqənin elan edilməsinə yol verilmir. Bunun tək istisnası əmək funksiyalarının xüsusiyyətlərinə görə işçinin cinsi müəyyənedici şərtinin olması və ya həmin işlərə əmək məcəlləsinə əsasən, qadın əməyinin tətbiqi qadağan edilməsidir. Çünki Əmək Məcəlləsində qadınların işləməsinə məhdudiyyət tətbiq edən normalar ağır iş hesabedilmə səbəbi ilə mövcuddur. Məsələn, “Yanlız gənc qızlar müsabiqəyə qatıla bilər” kimi elanın yayılması yolverilməzdir.

Təhsil hüququnun həyata keçirilməsində bərabər imkanlar yaratmaq da qanuna əsasən, dövlətin vəzifələri arasındadır. İşəgötürən kişi və qadınlara əsas və əlavə təhsil almaq, təhsillə bağlı məzuniyyət hüququndan istifadə etmək üçün bərabər şərait yaratmalıdır. Dövlət mülkiyyət növündən asılı olmayaraq, bütün təhsil müəssisələrinə qəbulda, tələbələrin təqaüdlə təmin edilməsində, tədris planının seçilməsində və biliyin qiymətləndirilməsində kişi və qadınlar üçün bərabər imkanlar yaradılmasını təmin etməlidir.

Gender bərabərliyinin cəmiyyətdə tam formalaşması həm də tədris prosesindən, tədrisin keyfiyyətindən asılıdır. Odur ki, dərsliklər gender bərabərliyi prinsipinə əsaslanmalı, gender bərabərliyini açıq-aşkar pozan və ya şagird və tələbələrin şüur altına xitab edən stereotiplərin dərsliklərə düşməməsinə diqqət edilməlidir. Bütün dərsliklərin gender bərabərliyi süzgəcindən keçirilməsi bu baxımdan zəruridir. Dərsliklərin gender bərabərliyinə xidmət etməsi bu məsələdə daha sürətlə nəticələr əldə etməyə zəmin yaradar.

Gender bərabərliyinin təminatı haqqında Qanuna əsasən, qəbul zamanı, tədris planı tərtib olunarkən və ya biliyin qiymətləndirilməsi zamanı kişi və qadınlara qarşı fərqli tələblərin tətbiq edilməsi, təhsil sahəsinin seçilməsində kişi və qadınlar üçün fərqli imkanların yaradılması təhsil müəssisələrinin fəaliyyətində cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkilik kimi qiymətləndirilə bilər. Dövlət kişi və qadınlara təhsil hüququnun həyata keçirilməsi üçün bərabər imkanların yaradılmasını təmin etməlidir.

Dövlətin digər bir vəzifəsi də iqtisadi və sosial münasibətlərdə gender bərabərliyinin təmin etməkdir. Kişi və qadınların mülkiyyət hüququnun həyata keçirilməsinə və sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq üçün bərabər imkanların yaradılmasına, eyni zamanda hər iki tərəfin sosial təminat hüququnun həyata keçirilməsində, ünvanlı dövlət sosial yardımının və digər sosial güzəştlərin alınmasında bərabər imkanların yaradılmasına dövlət təminat verir.

Siyasi partiyaların, qeyri-hökumət təşkilatlarının və həmkarlar ittifaqlarının fəaliyyətində gender bərabərliyi təmin edilməli, partiyalara, qeyri-hökumət təşkilatlarına və həmkarlar ittifaqlarına daxil olarkən kişi və qadınlar üçün eyni şərtlər olmalı və onlar üçün bərabər imkanlar yaradılmalıdır. İstisna olaraq, hər hansı cinsin xüsusi maraqlarının

müdafiəsi məqsədilə yaradılan qeyri-hökumət təşkilatlarına bu şamil edilmir və bərabərsizlik kimi qəbul edilmir. Məsələn, qadın hüquqlarını müdafiə təşkilatı kimi.

Ümumiyyətlə, cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkiliyə məruz qalmış şəxslərə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyən edilmiş qaydada zərər ödənilməsi "Gender bərabərliyinin təminatı haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununda nəzərdə tutulub. Qanunun müddəalarının pozulmasında təqsirli olan şəxslər də Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə uyğun olaraq məsuliyyət daşıyırlar. Gender bərabərliyinin təmin edilməsinə nəzarəti müvafiq icra hakimiyyəti orqanı kimi Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsi həyata keçirir. Bu səlahiyyət Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı[1] ilə müəyyən edilib.

Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsində gender məsələsi

Gender bərabərliyinin təmin edilməsində önəmli bir sahə əmək münasibətlərinin olduğu sahədir. İşəgötürən – işçi münasibətlərində, habelə işçilərin cinsi mənsubiyyətinə görə tərəflər arasındakı münasibətlər baxımından əmək qanunvericiliyi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi[2] gender bərabərliyini təmin etmək məqsədilə işəgötürənin əsas vəzifələri və məsuliyyətini müəyyən edən 12-ci maddədə bildirir ki, işə qəbul, işdə irəli çəkilmək, peşə hazırlığını artırmaq, yeni ixtisasa yiyələnmək və ixtisasınıartırma zamanı, işin keyfiyyətini qiymətləndirərkən işdən azad edərkən cinsindən asılı olmayaraq işəgötürən işçilərə eyni yanaşmaq və bərabər imkanlar yaratmağa borcludur. Cinsindən asılı olmayaraq, eyni işlə məşğul olan işçilərə eyni iş şəraitini yaratmaq, eyni pozuntuya görə işçilərə fərqli intizam tənbehi tədbirini tətbiq etməmək, cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkiliyin və seksual qısnamanın qarşısını almaq üçün işəgötürən lazımi tədbirlər görməlidir.

Məcəllənin 16-cı maddəsində əmək münasibətlərində ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyi müəyyən edilib. Əmək münasibətlərində vətəndaşlığına, cinsinə, irqinə, dininə, milliyyətinə, dilinə, yaşayış yerinə, əmlak vəziyyətinə, ictimai-sosial mənşəyinə, yaşına, ailə vəziyyətinə, əqidəsinə, siyasi baxışlarına, həmkarlar ittifaqlarına və ya başqa ictimai birliklərə mənsubiyyətinə, qulluq mövqeyinə, həmçinin işçinin işgüzar keyfiyyətləri, peşəkarlıq səriştəsi, əməyinin nəticələri ilə bağlı olmayan digər amillərə görə işçilər arasında hər hansı ayrı-seçkiliyə yol verilməsi, həmin amillər zəminində bilavasitə və ya dolayısı ilə imtiyazların və güzəştlərin müəyyən edilməsi, habelə hüquqlarının məhdudlaşdırılması qəti qadağandır.

Əmək Məcəlləsi müəyyən edib ki, qadınlara, əlillərə, yaşı 18-dən az olan və sosial müdafiəyə ehtiyacı olan digər

[1] http://www.e-qanun.az/framework/12432
[2] Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi, http://e-qanun.az/code/7

şəxslərə əmək münasibətlərində güzəştlərin, imtiyazların və əlavə təminatların müəyyən edilməsi ayrı-seçkilik hesab edilmir. Bu yanaşmada qadınlar, əslində, sosial müdafiəyə ehtiyacı olan şəxslər, əlil və uşaq kimi fərqləndiriliblər, kişilərlə müqayisədə dəstəyə ehtiyac olan kimi təqdim ediliblər.

Əmək Məcəlləsində məhz bu yanaşmaya görə qadınları pozitiv cəhətdən fərqləndirən müddəalar mövcuddur.

Kollektiv əmək müqaviləsinin şərtlərini sayarkən məcəllənin 31-ci maddəsində 18 yaşına çatmamış işçilərlə bərabər, qadınların da əmək şəraitinin yaxşılaşdırılması şərtinin bu müqavilədə yer ala biləcəyi nəzərdə tutulub və belə bir tələbin bərabərliyi pozmadığına işarə edilir.

Məcəllənin 52-ci maddəsində nəzərdə tutulan yeni işə cəlb olunanlara sınaq müddətinin tətbiqi bəzi kateqoriya qadınlara şamil edilmir. Hamilə və üç yaşına çatmamış uşağı olan qadınlar yeni işə qəbul olunan zaman onlar üçün sınaq müddəti müəyyən edilmir. Bu qrup işçilərin əmək müqaviləsinə xitam verilməsi Məcəllənin 79-cu maddəsində, gecə görülən işlərə cəlbedilmə isə Məcəllənin 98-ci maddəsində qadağan edilib.

Məcəllənin 66-cı maddəsində attestasiya olunmayan işçilər arasında hamilə qadınlar, habelə uşağının üç yaşınadək sosial məzuniyyətdə olan və həmin məzuniyyət bitdikdən sonra bir ildən az müddətdə müvafiq vəzifədə (peşədə) çalışan qadınlar sayılıb və onlar pozitiv fərqləndirilib.

Praktik tibb və ya əczaçılıq fəaliyyəti ilə məşğul olan, habelə dövlət ümumi təhsil və peşə təhsili (tam orta təhsil üzrə təhsilverənlərə münasibətdə) müəssisələrində təhsilverən kimi işləyən hamilə qadınların, uşağının üç yaşınadək sosial məzuniyyətdə olan və həmin məzuniyyət bitdikdən sonra bir ildən az müddətdə müvafiq vəzifədə (peşədə) çalışan qadınların sertifikasiyasının keçirilməsinə Əmək Məcəlləsinin 67-ci maddəsində yol verilmir.

Ölkədə iş saatı həftəlik 40 saat olaraq məhdudlaşdırılsa da, hamilə və yaşyarımadək uşağı olan qadınlar və 3 yaşınadək uşağını təkbaşına böyüdən valideynlər üçün bu müddət 4 saat qısadır və maksimum 36 saat olaraq müəyyən edilib.[1] Hamiləliyi olan, on dörd yaşına çatmamış, yaxud sağlamlıq imkanları məhdud uşağı olan qadınlara fərdi ərizələr ilə işəgötürən natamam iş vaxtı (iş günü, yaxud iş həftəsi) müəyyən etməlidir.[2]

Əmək qanunvericiliyində əsas və əlavə məzuniyyət hüququ müəyyən edilib. İşləyən bəzi kateqoriya qadınlar bu baxımdan fərqləndirilib. Əsas və əlavə məzuniyyətlərin müddətindən asılı olmayaraq, 14 yaşınadək iki uşağı olan qadınlara 2 təqvim günü, bu yaşda üç və daha çox uşağı olan, həmçinin sağlamlıq imkanları məhdud uşağı olan qadınlara isə 5 təqvim günü müddətində əlavə məzuniyyət verilir.[3] Daha yüksək məzuniyyət verilməsi

[1] İbid, maddə 91, http://e-qanun.az/code/7.
[2] İbid, maddə 94, http://e-qanun.az/code/7.
[3] İbid, maddə 117, http://e-qanun.az/code/7.

nəzərdə tutulan bəzi sahələrdə çalışan qadınlara münasibətdə qanunvericilik istisnaya yol vermir. Belə ki, pedaqoji və elmi fəaliyyətlə məşğul olanlar, teatr-tamaşa və bunlara uyğun digər müəssisələrin işçiləri üçün qanunvericilikdə daha uzun müddət məzuniyyət müəyyən edildiyindən həmin sektorda işləyən bu kateqoriya qadınlar fərqləndirilməyib. Məcəllədə qəyyumlar, himayədarlar və tək valideynlərlə bərabər, 16 yaşınadək uşağı olan qadınların öz xahişləri ilə 14 təqvim gününədək ödənişsiz məzuniyyət[1] götürmə hüququ mövcuddur.

Əmək fəaliyyəti ilə məşğul olan işçilərə əmək məzuniyyəti növbəlilik əsasında verilməsinə baxmayaraq, 14 yaşınadək iki və daha çox uşağı olan və ya sağlamlıq imkanları məhdud uşağı olan qadınlara onların arzusuna uyğun olaraq əlverişli olan vaxtda əmək məzuniyyəti verilə bilər.[2]

Əmək Məcəlləsində gender bərabərliyi prinsipi ilə uyğun olmayan, lakin pozitiv ayrı-seçkilik kimi təqdim edilən məsələlərdən biri qadın əməyinin tətbiqinin qadağan olunduğu iş yerlərinin və işlərin göstərilməsidir. Əmək şəraiti ağır, zərərli olan iş yerlərində, habelə yeraltı tunellərdə, şaxtalarda və digər yeraltı işlərdə qadın əməyinin tətbiqi qadağandır.[3] Bir qayda olaraq, fiziki işlə məşğul olmayan, rəhbər vəzifələrdə çalışan və ya sosial, sanitar-tibbi xidmətlər göstərən, habelə fiziki işlər görmədən yeraltı iş yerlərinə düşüb-qalxmaqla ayrı-ayrı vaxtlarda qadınlar tərəfindən müvafiq yeraltı işlərin yerinə yetirilməsinə yol verilir. Qadınların müəyyən edilmiş normalardan artıq ağır əşyaların qaldırılması və bir yerdən başqa yerə daşınması işlərinə cəlb edilməsi qadağan edilib. Qadınların əmək funksiyasına yalnız müəyyən normalar həddində ümumi çəkisi olan ağır şeylərin əl ilə qaldırılması və daşınması işlərinin görülməsi (xidmətlərin göstərilməsi) daxil edilə bilər:

– başqa işləri görməklə yanaşı, eyni zamanda ümumi çəkisi 15 kiloqramdan çox olmayan əşyaların əl ilə qaldırılaraq başqa yerə daşınması;
– ümumi çəkisi 10 kiloqramdan çox olmayan əşyanın bir metr yarımdan artıq hündürlüyə qaldırılması;
– bütün iş günü (iş növbəsi) ərzində müntəzəm olaraq ümumi çəkisi 10 kiloqramdan çox olmayan əşyanın əl ilə qaldırılıb başqa yerə daşınması;
– 15 kiloqramdan artıq gücün sərf edilməsi tələb olunan yüklənmiş təkərli araba və ya hərəkət edən digər vasitələrlə əşyaların daşınması.

Hamilə və 3 yaşınadək uşağı olan qadınların yuxarıda nəzərdə tutulmuş işlərin görülməsinə cəlb olunması qadağandır.

Qadın əməyinin tətbiqi qadağan olunan əmək şəraiti zərərli və ağır olan istehsalatların, peşələrin (vəzifələrin), habelə yeraltı işlərin siyahısının müəyyən edilməsi Nazirlər Kabinetinə həvalə edilib. Gender bərabərliyinin qorunması baxımından mübahisələndirilməyə səbəb olan, lakin pozitiv ayrı-seçkilik

[1] İbid, maddə 130, http://e-qanun.az/code/7.
[2] İbid, maddə 133, http://e-qanun.az/code/7.
[3] İbid, maddə 241, http://e-qanun.az/code/7.

kimi təqdim edilən əmək şəraiti zərərli və ağır olan istehsalatların, peşələrin (vəzifələrin), habelə yeraltı işlərin siyahısının müəyyən edilərək qadın əməyinin tətbiqini bu sahələrdə qadağan edən qərar Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin təşəbbüsü ilə 1 iyul 1999-cu ildən qüvvədədir. Qərar Əmək Məcəlləsinin qüvvəyə minməsi ilə birlikdə qüvvəyə minibdir.[1] Həmin siyahıda qadınların işləməsinə məhdudiyyət gətirən 38 sahə müəyyən edilib. 38 sahənin də hər birinin alt sahələri, onların da alt peşələri mövcuddur. Məsələn, metal emalı sahəsində 8 alt sahə, həmin sahələrdə isə 76 peşə qadağan olunmuş peşə kimi göstərilib. Ümumiyyətlə, qadınların işləməsinə məhdudiyyət gətirilən 38 sahədə toplam 788 peşə sayılıb. Bu peşələrin əhatə etdiyi sahələrin əhatəsi çox genişdir: metal emalı, tikinti materialları emalı, tikinti, quraşdırma və təmir tikinti, mədən işləri, geoloji-kəşfiyyat və topografiya-geodeziya işləri, qurğuların qazılması, neft və qaz hasilatı, qara metallurgiya, əlvan metallurgiya, elektrik stansiyalarının avadanlıqlarının istismarı, elektrik stansiyalarının və şəbəkələrinin avadanlıqlarının təmiri, radiotexnika və elekrton sahəsində, uçan aparatların istehsalı və təmiri, gəmiqayırma və gəmi təmiri, kimya istehsalatı, rezin emalı, neftin, qazın, şistlərin və kömürün emalı, sintetik neft məhsullarının, neft yağlarının və sürtgü yağlarının emalı, ağac tədarükü işləri, mebel istehsalı, sement istehsalı, daşın emalı və daştökmə məmulatlarının istehsalı, dəmir-beton, beton məmulatları və konstruksiyaların istehsalı, istilik keçirməyən materialların istehsalı, yumşaq dam örtüyünün və hidroizolyasiya materiallarının istehsalı, şüşə və şüşə məmulatlarının istehsalı, toxuculuq və yüngül sənaye, yeyinti sənayesi, dəmiryolu nəqliyyatı və metropoliten, avtomobil nəqliyyatı, çay nəqliyyatı, dəniz nəqliyyatı, mülki aviasiyanın istismar, təlim-uçuş müəssisələri (təşkilatları və uçuş-sınaq stansiyaları), rabitə, polioqrafiya istehsalatı, musiqi alətlərinin istehsalı, kənd təsərrüfatı və xalq təsərrüfatının bütün sahələri üçün ümumi olan fəhlə peşələri. Bu siyahı qadağan edilən peşələrin əhatəsinin nə qədər geniş olduğunu göstərir.

Kənd təsərrüfatı təyinatlı müəssisələrdə qadınların əmək münasibətlərində qanunvericilikdə nəzərdə tutulan bütün fərqləndirmələrin nəzərə alınması xüsusi tələb kimi göstərilib.[2]

Əmək Məcəlləsində qadınların əmək hüququ və onun həyata keçirilməsində təminatları ayrı fəsil kimi nəzərdə tutulub.[3] Fəsildə bir neçə məqam ayrı-ayrı sayılıb və qadınlar digər əmək fəaliyyəti göstərənlərlə müqayisədə fərqləndirilib. Bu fərqləndirmə bütün qadınlar üçün yox, müəyyən fərqliliyi olan qadınlar üçün nəzərdə tutulub. İlkin olaraq, müəyyən edilib ki, hamilə və ya 3 yaşına çatmamış uşağının olması səbəbinə görə qadınla əmək

[1] Qadın əməyinin tətbiqi qadağan olunan, əmək şəraiti zərərli və ağır olan istehsalatların, peşələrin (vəzifələrin), habelə yeraltı işlərin siyahısının təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı; http://www.e-qanun.az/framework/3085

[2] Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi, maddə 256, http://e-qanun.az/code/7.

[3] İbid, 10-cu bölməsinin 17-ci fəsli, http://e-qanun.az/code/7.

müqaviləsinin bağlanmasından imtina yolverilməzdir.[1] İşəgötürən bu səbəblərə görə əmək müqaviləsi bağlamaqdan imtina edərsə, hüququ pozulan qadın imtinanın səbəbi barədə işəgötürəndən yazılı cavab verilməsini tələb edə bilər. Əmək müqaviləsi bağlamaqdan imtina edilməsinin səbəblərinə görə qadının hüququnun müdafiəsi məqsədi ilə məhkəməyə müraciət etmək hüququ nəzərdə tutulur.

İkinci olaraq, hamilə və 3 yaşına çatmamış uşağı olan qadınların gecə işlərinə, iş vaxtından artıq işlərə, istirahət, iş günü hesab edilməyən bayram və digər günlərdə işə cəlb edilməsinə, habelə onların ezamiyyətə göndərilməsinə yol verilmədiyi müəyyən olunub. 3 yaşından 14 yaşınadək uşağı olan, həmçinin sağlamlıq imkanları məhdud uşağı olan qadınların isə iş vaxtından artıq işlərə, istirahət, bayram və iş günü hesab olunmayan digər günlərdə işə cəlb edilməsinə və ezamiyyətə göndərilməsinə yalnız onların öz razılığı ilə yol verilir.[2]

Pozitiv cəhətdən fərqləndirilən bir digər hal, hamilə və yaşyarımadək uşaqlı qadınların daha yüngül işə keçirilməsinin nəzərdə tutulmasıdır. Tibbi rəyə uyğun olaraq, hamilə qadınlar üçün hasilat və ya xidmət norması azaldılır, yaxud onlar zərərli istehsal amillərinin təsirini istisna edən daha yüngül işə keçirilir. Yaşyarımına çatmamış uşağı olan qadınların, əmək funksiyasını yerinə yetirərkən uşağını yedizdirməkdə və ya əmizdirməkdə çətinlikləri olarsa, işəgötürən qadının ərizəsi ilə onu uşağı yaş yarımına çatanadək başqa yüngül işə keçirməli və ya uşağının yedizdirilməsi üçün zəruri şəraitin yaradılmasını təmin etməlidir. Bu səbəblərlə yüngül işə keçirilənlərin əsas vəzifələri üzrə orta əməkhaqqı saxlanılır. Hamiləlik və ya uşağının yedizdirilməsi səbəblərinə görə qadınların əməkhaqqısının azaldılması qəti qadağandır.[3]

Yaş yarımına çatmamış uşağı olan qadınlara iş vaxtı ərzində istirahət və yemək üçün verilən ümumi fasilədən əlavə, həm də uşağını yedizdirmək (əmizdirmək) üçün əlavə fasilələr verilməlidir. Bu fasilələrin hərəsi azı 30 dəqiqə olmaqla, hər 3 saatdan bir nəzərdə tutulub. Qadının yaş yarımına çatmamış iki və daha çox uşağı olduqda hər fasilənin müddəti azı bir saat müəyyən edilir. Bu fasilələr iş vaxtına daxil edilir və orta əməkhaqqı saxlanılır. Qadın istərsə, uşağın yedizdirilməsi üçün fasilələr cəmlənərək nahar və istirahət vaxtına birləşdirilə, yaxud iş vaxtının (növbəsinin) əvvəlində, və ya axırında istifadə edilə bilər. Əgər qadın uşağın yedizdirilməsi üçün fasilələri cəmləyərək iş vaxtının sonunda istifadə etmək istəsə, bu zaman onun iş günü həmin fasilələrin müddəti qədər qısaldılır.[4]

Hamilə, 14 yaşına çatmamış, yaxud sağlamlıq imkanları məhdud uşağı olan, eyni zamanda tibbi rəy əsasında xəstə ailə üzvünə qulluq edən

[1] İbid, maddə 240, http://e-qanun.az/code/7.
[2] İbid, maddə 242, http://e-qanun.az/code/7.
[3] Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi, maddə 243, http://e-qanun.az/code/7.
[4] İbid, maddə 244, http://e-qanun.az/code/7.

qadınların xahişi ilə işəgötürən onlara işlənmiş vaxta mütənasib əməkhaqqı ödənilən natamam iş günü və ya natamam iş həftəsi müəyyən etməlidir. Bu halda qadının gündəlik və ya həftəlik iş vaxtının müddəti tərəflərin razılığı ilə müəyyən edilir. İş saatının başlaması, bitməsi, yaxud hansı günlərin iş günü olacağı razılaşdırmanın predmeti ola bilir. Hamilə və 3 yaşınadək uşağı olan qadınların həm özlərinin, həm də uşaqlarının tibb müəssisələrində dispanser və ambulator müayinələrinin keçirildiyi, həkim məsləhətləri aparıldığı günlərdə orta əməkhaqqı saxlanılır. Belə müayinələrin keçirilməsi üçün işəgötürən hökmən hamilə və ya hami qadınlara zəruri şərait yaratmalıdır.[1]

Məcəllənin bir önəmli tənzimləməsi uşaqların anası öldükdə, yaxud ana valideynlik hüququndan məhrum edildikdə və ya müəyyən müddət müalicə müəssisələrində və azadlıqdan məhrumetmə yerlərində olduqda uşağı anasız təkbaşına böyüdən atalara, habelə uşaqların qəyyumlarına, himayədarlarına da 17-ci fəsildə müəyyən olunan qadınların əmək hüququ və onun həyata keçirilməsində təminatları bütünlüklə şamil olunur.[2] Bununla da bərabər vəziyyətdə olan qadın və kişi fərqləndirilməyərək, gender bərabərliyi təmin olunur.

Əmək münasibətləri prosesində işçilər arasında ayrı-seçkiliyə yol verən işəgötürən və ya digər fiziki şəxs qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş qaydada müvafiq məsuliyyət daşıyır. Ayrı-seçkiliyə məruz qalan işçi pozulmuş hüququnun bərpa edilməsi tələbi ilə məhkəməyə müraciət edə bilər.

Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında Azərbaycan Respublikası Qanunu

Məlumdur ki, cəmiyyətdə məişət zorakılığı tez-tez rastlanan və cəmiyyəti narahat edən məsələdir. Məişət zorakılığının əhatəsi genişdir. Yaxın qohumluq münasibətlərində olanların, birgə və ya əvvəllər birgə yaşayışdan sui-istifadə edərək törətdikləri zorakılıq bu çərçivədəki zorakılıqdır.

Gender bərabərliyinin təmin edilməsi istiqamətində problemlərdən biri də məişət zorakılığının xüsusilə qadın-kişi münasibətlərində mövcud olmasıdır. Bəzən ictimai şəkildə açıq yayılmasa da, qadınların, qız uşaqlarının müxtəlif basqılara, məişət zorakılığına məruz qalaraq təhsildən, əmək fəaliyyətindən kənarda qalması baş verə bilir. Bunun və digər zorakılıq hallarının doğurduğu mənfi hüquqi, tibbi və sosial nəticələrin qarşısının alınması, məişət zorakılığından zərər çəkmiş şəxslərin sosial müdafiəsi, hüquqi yardımla təmin edilməsi, habelə məişət zorakılığına səbəb olan halların aradan qaldırılması və önlənməsi məqsədilə 2010-cu ildə “Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu[3] qəbul edilib.

---

[1] İbid, maddə 245, http://e-qanun.az/code/7.
[2] İbid, maddə 246, http://e-qanun.az/code/7.
[3] http://e-qanun.az/framework/20131

Qanunda məişət zorakılığını törədən şəxslərin (subyektlərin) dairəsi belə müəyyənləşdirilib:[1]

– *yaxın qohum olan ailə üzvləri (ər, arvad, valideynlər, uşaqlar, nənələr, babalar, nəvələr, doğma və ögey qardaşlar və bacılar, övladlığa götürmüş və övladlığa götürülmüş şəxslər), habelə birgə yaşadığı hallarda digər qohumlar;*
– *nikah pozulduqdan sonra birgə və ya ayrılıqda yaşayan keçmiş ər-arvad;*
– *qəyyum və ya himayəçi təyin olunmuş fiziki şəxslər, habelə üzərində qəyyumluq və ya himayəçilik təyin edilmiş şəxslər;*
– *qanuni nikahda olmadan birgə yaşayan kişi və qadın, habelə onlarla birgə yaşayan yaxın qohumlar.*

Bu kateqoriyada olan şəxslərin zorakılığı fiziki, psixoloji, iqtisadi və cinsi olmaqla dörd fərqli formada təzahür edə bilir.

Şəxsə fiziki təzyiq göstərilməsi, yəni zor tətbiq etməklə təhlükəsizliyinin pozulması, döyülməsi, sağlamlığına zərər vurulması, işgəncə verilməsi, azadlıq hüququnun məhdudlaşdırılması məişət zəminində fiziki zorakılıq olaraq görülür. Cinayət Məsəlləsində məişət zəminində bu hüquqpozmalar ayrılıqda göstərilməsə də, ümumi şəkildə hər bir hərəkətin yaratdığı məsuliyyət göstərilib.[2] Təqsirkar şəxs üçün aşkar surətdə yetkinlik yaşına çatmayan, habelə köməksiz vəziyyətdə olan şəxsə qarşı törədildikdə və ya işgəncə ilə törədildikdə bir ildən beş ilədək azadlıqdan məhrumetmə cəzası nəzərdə tutulub.

Məişət zorakılığının subyektinin digərinə qəsdən psixi təzyiq göstərməsi və ya dözülməz psixi şərait yaradılmasına yönəlmiş hərəkətləri məişət zəminində psixi zorakılıq olaraq qəbul edilir. Bu hərəkətlər Cinayət Məcəlləsinin müvafiq maddələrinə əsasən cinayət məsuliyyətinə səbəb olmadıqda İnzibati Xətalar Məcəlləsinə əsasən,[3] pozuntuya yol verən şəxsin yüz manatdan üç yüz manatadək məbləğdə cərimə edilməsi nəzərdə tutulub.

Məişət zorakılığının subyektinin digərini onun mülkiyyətində, sərəncamında və ya istifadəsində olan əmlakdan, gəlirlərdən məhrum etməsi, iqtisadi asılılıq yaratması, belə asılılığı saxlaması və ya ondan sui-istifadə etməsi məişət zəminində iqtisadixarakterli qanunsuz məhdudiyyətlərin tətbiqidir və bu da zorakılığın iqtisadi təzahürüdür. Bu hərəkətlər Cinayət Məcəlləsinin müvafiq maddələrinə əsasən cinayət məsuliyyətinə səbəb olmadıqda İnzibati Xətalar Məcəlləsinə əsasən[4], pozuntunu törədən şəxsin yüz manatdan üç yüz manatadək məbləğdə cərimə edilməsi nəzərdə tutulub.

---

[1] "Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu, maddə 4, http://e-qanun.az/framework/20131

[2] Bax, Azərbaycan Respublikası Cinayət Məcəlləsinin 126-129, 133.2.4, 133.2.6, http://www.e-qanun.az/code/11

[3] Azərbaycan Respublikası İnzibati Xətalar Məcəlləsi, maddə 158.2, http://www.e-qanun.az/code/24

[4] İbid, maddə 158.1, http://www.e-qanun.az/code/24

Məişət zorakılığının subyekti olan şəxslərin birinin digərini onun iradəsi əleyhinə seksualxarakterli hərəkətlərə məcbur etməsi məişət zəminində cinsi zorakılıq olaraq qəbul edilir. Cinayət Məcəlləsinə əsasən,[1] şəxsin maddi və ya sair asılılığından istifadə etməklə onu cinsi əlaqəyə girməyə, uşaqbazlığa və ya seksualxarakterli digər hərəkətlərə məcburetmə – bir ildən iki ilədək müddətə islah işləri və ya bir ildən üç ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

Dövlətin məişət zorakılığının önlənməsi sahəsində vəzifələri

Qanunda məişət zorakılığının aradan qaldırılmasında dövlətin üç istiqamətdə tədbirlər görməsi nəzərdə tutulub. Bunlar:

– ***hüquqixarakterli tədbirlər*** *– məişət zorakılığı hallarının araşdırılması, məişət zorakılığına yol vermiş şəxslərin qanunla müəyyən edilmiş qaydada məsuliyyətə cəlb edilməsi;*

– ***sosialxarakterli tədbirlər*** *– zərər çəkmiş şəxslərin sosial müdafiəsi üzrə, o cümlədən müvəqqəti sığınacaqla təmin edilməsi, onlara dövlət hesabına hüquqi və tibbi yardımın göstərilməsi, habelə digər sosialyönümlü tədbirlərin həyata keçirilməsi;*

– ***qabaqlayıcı tədbirlər*** *– əhali arasında məişət zorakılığının mənfi hüquqi, tibbi və sosial nəticələrinin izah edilməsi, məişət zorakılığının qarşısının alınmasına yönəlmiş digər maarifləndirmə tədbirlərinin təşkilindən ibarətdir.*

Məişət zorakılığının qarşısının alınması sahəsində hüquqi tədbirlər

Məişət zorakılığının qarşısının alınması sahəsində dövlətin alacağı hüquqixarakterli tədbirləri qanunverici belə müəyyən edib:[2]

- *məişət zorakılığı törətmiş şəxslərin məsuliyyətə cəlb edilməsi;*
- *cinayət təqibinin həyata keçirilməsi;*
- *zərər çəkmiş şəxslərin hüquqlarının, azadlıqlarının və qanuni mənafelərinin müdafiəsi, araşdırmanın aparıldığı müddət ərzində müraciət etmiş şəxsin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi;*
- *zərərçəkmiş şəxslərin dövlət vəsaiti hesabına hüquqi yardımla təmin edilməsi;*
- *məişət zorakılığı ilə bağlı işlərə dair məhkəmə qərarlarının icrasının təmin edilməsi;*
- *məişət zorakılığı ilə bağlı verilmiş xəbərdarlığın icrasına nəzarətin həyata keçirilməsi;*
- *məişət zorakılığı ilə bağlı hərəkətləri törətmiş şəxslərin qanunvericiliklə müəyyən olunmuş qaydada valideynlik hüququndan məhrum edilməsi və ya valideynlik hüquqlarının məhdudlaşdırılması;*
- *məişət zorakılığı ilə bağlı statistik məlumatların toplanması;*

[1] İbid, Maddə 151, http://www.e-qanun.az/code/11
[2] "Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu, maddə 14, http://e-qanun.az/framework/20131

– *qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada məişət zorakılığı ilə bağlı məlumatların konfidensiallığının təmin edilməsi;*

– *qeyri-dövlət yardım mərkəzlərinin fəaliyyəti ilə bağlı normativ tənzimləmənin və həmin mərkəzlərin akkreditasiyasının həyata keçirilməsi.*

Məişət zorakılığının qarşısının alınması sahəsində sosial tədbirlər

Ölkədə məişət zorakılığına ən çox məruz qalanlar qadınlardır. 2015–2016-cı illərin statistikasına görə, ümumi məişət zorakılığına məruz qalanların 85,5%-i qadınlar olub.[1] Məişət zorakılığına məruz qalanların digər 9,2%-i isə yetkinlik yaşına çatmayan oğlanlar olduğunu nəzərə aldıqda, qadınların böyük basqı altında olduğunu aydın görmək mümkündür.

Qadınlara qarşı zorakılığın struktur xüsusiyyətinin genderəsaslı zorakılıq olduğunu və qadınlara qarşı zorakılığın kişilərə nisbətdə qadınların ikincidərəcəli mövqedə qalmasının ən mühüm sosial mexanizmlərindən biri olduğu şübhəsizdir.[2]

Qadın və kişi bərabərliyinə nail olmaq yolunda böyük maneə olan və onların təməl insan hüquqlarının ciddi pozuntusu sayılan məişət zorakılığı, cinsi qısnama, zorlama, məcburi nikah, namus-qeyrət naminə törədilən cinayətlər[3] dövlət qurumlarını bu zorakılığın qarşısını almaq məqsədilə müxtəlif hüquqi və sosial tədbirlər həyata keçirməyə təşviq edir.

Qanun məişət zorakılığının qarşısının alınması sahəsində sosial tədbirləri aşağıdakı şəkildə müəyyən edib:[4]

– *zərərçəkmiş şəxslərin sosial müdafiəsinin təşkili, onlara müvafiq sənədlərin və ya qanunvericiliklə müəyyən edilmiş sosial müavinətlərin alınmasında kömək göstərilməsi;*

– *zərərçəkmiş şəxslərə təhsilin davam etdirilməsində kömək göstərilməsi;*

– *zərərçəkmiş şəxslərin işlə təmin edilməsində, yeni peşələrə yiyələnməsində kömək göstərilməsi;*

– *zərərçəkmiş şəxslərə dövlət vəsaiti hesabına tibbi yardımın göstərilməsi;*

– *zərərçəkmiş şəxslər üçün psixoloji reabilitasiya və psixoloji korreksiya kurslarının təşkili;*

– *zərərçəkmiş şəxslər üçün yardım mərkəzlərinin yaradılması;*

– *zərərçəkmiş uşaqların sosial qayğı ilə təmin edilməsi üçün tədbirlərin görülməsi;*

– *zərərçəkmiş şəxslərin sosial müdafiəsi istiqamətində digər tədbirlərin həyata keçirilməsi.*

[1] Elgün Səfərov, Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin İnformasiya və analitik araşdırmalar şöbəsinin müdiri. http://xezerxeber.az/Cəmiyyət/149253.html

[2] Qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və ona qarşı mübarizə haqqında Avropa şurası Konvensiyası, (İstanbul Konvensiyası). https://rm.coe.int/ic-explanatory-ic-aze-web/16808e9a39

[3] Bax, https://rm.coe.int/ic-explanatory-ic-aze-web/16808e9a39

[4] “Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu, maddə 15, http://e-qanun.az/framework/20131

Məişət zorakılığının qarşısının alınması sahəsində qabaqlayıcı tədbirlər

Məişət zorakılığının önlənməsi prosesində dövlət tərəfindən qabaqlayıcı tədbirlərin alınması zorakılığın minumalizə olunmasında mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Zorakılığın qarşısını almaq və zorakı davranış formalarını dəyişmək baxımından məişət zorakılığı törədənlərə şəxslərarası münasibətlərdə qeyri-zorakı davranış aşılamağa yönəlmiş proqramlar hazırlamaq və ya bu cür proqramların hazırlanmasına kömək etmək üçün zəruri qanunvericilik tədbirləri və ya digər tədbirlər görmək; zorakılıq əməlləri, xüsusilə də cinsi zəmində cinayət əməlləri törətmiş şəxslərin təkrar cinayət törətmələrinin qarşısını almağa yönəlmiş proqramlar işləyib hazırlamaq və ya onların hazırlanmasına dəstək olmaq üçün zəruri qanunvericilik tədbirləri və ya digər tədbirlər görmək; zərərçəkmişlərin təhlükəsizliyinin, onlara yardımın və onların insan hüquqlarının diqqət mərkəzində dayanmasını və tələb olunarsa, bu proqramların zərərçəkmişlər üçün peşəkar yardım xidmətəri ilə sıx əlaqədə hazırlanıb həyata keçirilməsini təmin etmək[1] İstanbul Konvensiyasına qoşulan ölkələr üçün zəruri öhdəliklərdəndir. Azərbaycan bu sənədə hələlik qoşulmasa da, mövcud Qanunda[2] məişət zorakılığı ilə bağlı qabaqlayıcı tədbirlərin məişət zorakılığının qarşısının alınmasına, ailələrdə normal münasibətlərin yaradılmasına, məişət zorakılığı hallarından yaranan mənfi hüquqi, tibbi və sosial nəticələrin aradan qaldırılmasına yönələn qabaqlayıcı tədbirlərin görülməsini nəzərdə tutub:

- *məişət zorakılığı əleyhinə maarifləndirmə işinin aparılması;*
- *məişət zorakılığı hallarının və onun doğurduğu mənfi hüquqi, tibbi və sosial nəticələrin izah edilməsi;*
- *məişət zorakılığının qarşısının alınması üsullarının izah edilməsi;*
- *əhali arasında yüksək mədəniyyətə və qarşılıqlı hörmətə əsaslanan ailə münasibətlərinin təbliğ edilməsi;*
- *məişət zorakılığına səbəb olan halların araşdırılması, təhlil edilməsi, onların qarşısının alınmasına yönəlmiş tövsiyələrin, proqramların hazırlanması, maarifləndirmə tədbirlərinin təşkili;*
- *məişət zorakılığı törətmiş şəxslərin profilaktik qeydiyyata götürülməsi və həmin şəxslərlə tərbiyəvi-qabaqlayıcı işin aparılması;*
- *məişət zorakılığına görə qanunvericiliklə müəyyən olunmuş məsuliyyətin izah edilməsi;*
- *məişət zorakılığı törətmiş şəxslərə belə halların təkrarlanmaması barədə xəbərdarlıq edilməsi;*
- *məişət zorakılığı ilə bağlı sorğuların keçirilməsi.*

[1] Qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və ona qarşı mübarizə haqqında Avropa şurası Konvensiyası (İstanbul Konvensiyası), maddə-16, https://rm.coe.int/ic-explanatory-ic-aze-web/16808e9a39

[2] "Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunu, maddə 16, http://e-qanun.az/framework/20131

– *məişət zorakılığı törətmiş şəxslərin profilaktik qeydiyyata götürülməsi və həmin şəxslərlə tərbiyəvi-qabaqlayıcı işin aparılması.*

1 oktyabr 2010-cu il, 331 saylı "Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanının[1] 2.2-ci bəndinə əsasən, qabaqlayıcı tədbirlərin görülməsi üçün zəruri tənzimləmə vəzifəsi AR Nazirlər Kabinetinə həvalə edilib. Bu çərçivədə AR Nazirlər Kabineti bir sıra qərarlar qəbul edib. "Məişət zorakılığı törətmiş şəxslərin profilaktik qeydiyyata götürülməsi və həmin şəxslərlə tərbiyəvi-qabaqlayıcı işin aparılması Qaydası"nın təsdiq edilməsi haqqında AR Nazirlər Kabinetinin 19 dekabr 2011-ci il, 206 saylı qərarı[2], "Məişət zorakılığı ilə bağlı məlumat bankının təşkili və aparılması Qaydaları"nın təsdiq edilməsi haqqında AR Nazirlər Kabinetinin 19 dekabr 2011-ci il, 207 saylı qərarı[3], "Məişət zorakılığı barədə şikayətdə cinayət tərkibinin əlamətləri olmadıqda, şikayətlərə baxılma Qaydası"nın təsdiq edilməsi haqqında 24 fevral 2012-ci il, 46 saylı AR Nazirlər Kabinetinin Qərarı[4], Məişət zorakılığından zərər çəkmiş şəxslərə yardım mərkəzlərinin fəaliyyəti Qaydası"nın və "Məişət zorakılığından zərər çəkmiş şəxslərə qeyri-dövlət yardım mərkəzlərinin akkreditasiyası Qaydaları"nın təsdiq edilməsi barədə 25 aprel 2012-ci il, 89 saylı AR Nazirlər Kabinetinin Qərarı[5] bu məsələləri tənzimləyir.

Məişət zorakılığından zərər çəkmiş şəxslərə hüquqi, tibbi, *psixoloji*, sosial və digər yardımın göstərilməsi məqsədi ilə yaradılan dövlət və qeyri-dövlət yardım mərkəzləri qurula bilir. Dövlət yardım mərkəzləri Azərbaycan Respublikasının Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi tərəfindən təşkil olunur. Dövlət yardım mərkəzlərinin maddi-texniki təchizatı dövlət büdcəsi və qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş digər mənbələr hesabına həyata keçirilir.

Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsi birbaşa məişət zorakılığının önlənməsi məqsədi daşımasa da, regionlarda müxtəlif mərkəzlər qurub və onların fəaliyyətinə, həm də zorakılığa məruz qalanlara dəstək verməyi nəzərdə tutub. Belə mərkəzlər İsmayıllı, Ağdam, Göygöl, Goranboy, Saatlı, Zərdab, Zaqatala, Qəbələ, Şüvəlan, Sabirabad və Hacıqabulda fəaliyyət göstərir.[6]

Yerli özünüidarə orqanları, qeyri-hökumət təşkilatları, digər qurumlar və şəxslər belə yardım mərkəzləri yarada bilərlər. Məişət zorakılığından zərər çəkmiş şəxslər üçün əvvəllər bir sıra qeyri-dövlət yardım mərkəzlərinin akkreditasiyası aparılsa da, onların sonrakı fəaliyyətinin necə olduğu, hazırda da həmin mərkəzlərin fəaliyyətinin hansı səviyyədə olduğu məlum olmadığından Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyində yaradılan yeni komissiya tərəfindən məişət zorakılığından zərər çəkmiş

[1] http://www.e-qanun.az/framework/20132
[2] http://www.e-qanun.az/framework/22718
[3] http://www.e-qanun.az/framework/22719
[4] http://www.e-qanun.az/framework/23241
[5] http://www.e-qanun.az/framework/23457
[6] http://www.scfwca.gov.az/page/usaq-ve-ailelere-destek-merkezleri

şəxslər üçün yeni qeyri-dövlət yardım mərkəzlərinin akkreditasiyası aparılacaq və yardım mərkəzlərinin fəaliyyətinə davamlı nəzarət həyata keçiriləcək.[1]

Azərbaycan Respublikasında məişət zorakılığı ilə mübarizəyə dair 2020–2023-cü illər üçün Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2020-ci il 27 noyabr tarixli Sərəncamı ilə Milli Fəaliyyət Planı təsdiq edilmişdir.[2] Plana əsasən bir sıra işlərin görülməsi nəzərdə tutulub. Bu işlərin icrası Milli Fəaliyyət Planında reqlamentləşdirilib və bir sıra mərkəzi icra hakimiyyəti orqanlarına konkret tapşırıqlar verilib. Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsi, Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi, Daxili İşlər Nazirliyi, Səhiyyə Nazirliyi və digər qurumlar müəyyən öhdəliklər daşıyır.

Məişət zorakılığının qarşısının alınması və qurbanlarla iş məsələsi qanunvericilikdə xeyli müddət öncə nəzərdə tutulsa da, bu sahədə tam qanunvericiliyin formalaşması prosesi yekunlaşmayıb.

Mövcud Qanunun qəbulundan 10 il vaxt keçməsinə baxmayaraq, məişət zorakılığının, xüsusilə genderəsaslı məişət zorakılığının önlənməsi məqsədi ilə qabaqlayıcı tədbirlərin təşkili və effektivliyi qənaətbəxş hesab edilə bilməz. Bu sahədə dövlətin əsas siyasətini həyata keçirən Ailə Qadın Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin illik fəaliyyətini əks etdirən hesabatlarda[3] konkret tədbirlər və statistika mövcud deyil.

Kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericiliyin tələbləri

Cəmiyyətdə gender bərabərliyinin təmin edilməsi və ayrı-seçkiliyin aradan qaldırılmasında ən önəmli vasitələrin başında KİV gəlir. KİV-in yanaşması gender bərabərsizliyi probleminin həm aradan qaldırılmasına, həm də yanlış istiqamətə getdikdə, əksinə, dərinləşməsinə aparıb çıxara bilər. Doğru istiqamətdə hərəkət etmək jurnalistlərin və KİV rəhbərlərinin yanaşmasından, bilgisindən asılıdır. KİV və jurnalistlərin gender bərabərliyi prinsipinin mahiyyətini tam dərk edərək, onun cəmiyyətə verəcəyi faydanı bilərək fəaliyyət göstərməsi cəmiyyətdəki cinslərarası bərabərsizliyin aradan qaldırılmasına, mənfi stereotiplərin əriməsinə səbəb ola bilər. Jurnalistlər xüsusilə gender bərabərliyinin hüquqi və etik tənzimləmələrini dəqiq bilməli, öz fəaliyyətlərində yanlışa yol verməməlidir.

Azərbaycanda kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyətini tənzimləyən qanunverici aktlar çoxdur. Bunlardan ən əsası 7 dekabr 1999-cu ildə qəbul edilən “Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunudur.[4] Qanunun 10-cu maddəsi kütləvi informasiya azadlığından sui-istifadəni qadağan edir:

[1] https://www.sosial.gov.az/post_452113

[2] https://mincom.gov.az/upload/files/c2253526f0a2ae19b5866c11118afe63.pdf

[3] Azərbaycan Respublikasının Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin 2015, 2016, 2017, 2018, 2019-cu illər üzrə fəaliyyəti haqqında Hesabatları, http://www.scfwca.gov.az/page/illik-hesabatlar

[4] “Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, http://e-qanun.az/framework/30

Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə qorunan sirləri, habelə yayılması qadağan edilən digər informasiyanı yaymaq, mövcud konstitusiyalı dövlət quruluşunu zorakılıqla çevirmək, dövlətin bütövlüyünə qəsd etmək, müharibəni, zorakılığı və qəddarlığı, milli, irqi, sosial ədavəti, yaxud dözülməzliyi təbliğ etmək, mötəbər mənbə adı altında vətəndaşların şərəf və ləyaqətini alçaldan şayiələr, yalan və qərəzli yazılar, pornoqrafik materiallar çap etdirmək, böhtan atmaq, yaxud digər qanunazidd əməllər törətmək məqsədi ilə kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə olunmasına yol verilmir.

2001-ci ildə qanunun bu maddəsinə dəyişiklik olmadan öncə açıq şəkildə ayrı-seçkiliyin çeşidləri sadalanarkən cinsi ayrı-seçkilik də qeyd edilmişdi. Lakin 2001-ci ildən sonra daha ümumi ifadə ilə ayrı-seçkilik qadağan edildi və cinsi ayrı-seçkilik mətndən çıxarıldı. Sonradan 1 dekabr 2017-ci ildə bu maddəyə daha bir əlavə edilərək “habelə yayılması qadağan edilən digər informasiyanı yaymaq”[1] da qadağalar arasına girdi. Beləliklə, daha ümumi ifadə edilsə də, yenə də ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyinin həm də cinsi ayrı-seçkiliyə aid olduğu nəticəsi çıxarıla bilir. Çünki Konstitusiyanın 25-ci maddəsinin tələbi də bu yöndədir.

Gender bərabərliyinin təmin edilməsi ilə bağlı digər bir əhəmiyyət daşıyan qanun, İctimai Televiziya və radio yayımı haqqında Qanundur.[2] Bu Qanunun 8.4-cü maddəsinə əsasən, ictimai yayım xidmətində işə götürülən, irəli çəkilən və ya ictimai yayımın başqa xidmətlərində daha yüksək vəzifəyə təyin olunan kadrlara irqinə, cinsinə, dini mənsubiyyətinə, yaxud siyasi baxışlarına görə məhdudiyyət qoyula bilməz.

Qanunun 17-ci maddəsi başqa bir məqama diqqət çəkir. İctimai yayımın ən üst idarəetmə orqanı olan Yayım Şurasının formalaşması prosesində pozitiv ayrı-seçkilik kimi qəbul edilən bir müddəaya yer verilib. Şura üzvlüyünə namizəd irəli sürmək hüququ olan 9 müxtəlif subyektin sırasına qadın cəmiyyətlərinin də adı salınıb. Bu, cəmiyyətin fəaliyyətində önəmli yeri olması düşünülən ictimai yayımın idarə edilməsində qadınların rolunu təşviq etmək məqsədi daşıyır. Lakin praktikada bu norma qadın idarəçilərinin sayının məhdud olması ilə nəticələnib. Hazırda Yayım Şurasında sadəcə iki qadın üzv var.[3] Digər qurumlar öz namizədlərini sadəcə kişi namizədlər[4] olaraq seçməkdə[5] davam edib.

Televiziya və radio yayımı haqqında Qanunda teleradio yayımı sahəsində dövlətin əsas funksiyaları və vəzifələri müəyyən edilərkən, dövlətin terrorizmin, zorakılığın, qəddarlığın, milli, irqi və dini ayrı-seçkiliyin təbliğinə yol verilməməsinə nəzarət funksiyaları sayılıb.[6]

1 “İbid, http://www.e-qanun.az/framework/37419
2 http://e-qanun.az/framework/5546
3 İctimai Televiziya və Radio Yayımları Şirkəti Yayım Şurasının tərkibində dəyişikliklər edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Milli Məclisinin Qərarları, http://e-qanun.az/framework/25639, http://www.e-qanun.az/framework/30070
4 http://e-qanun.az/framework/35242
5 http://e-qanun.az/framework/30070
6 Televiziya və radio yayımı haqqında Azərbaycan Respublikası Qanunu, maddə 11.5.4, http://www.e-qanun.az/framework/1125

Lakin milli, irqi və dini ayrı-seçkilik göstərilməsinə baxmayaraq, cinsi ayrı-seçkiliyə yol verilməməsinə nəzarət dövlətin funksiyaları arasında göstərilməyib.

Gender bərabərliyi sahəsində hüquqi məsuliyyət

Azərbaycan Respublikası Cinayət Məcəlləsində[1] cinsi ayrı-seçkiliyin müxtəlif elementlərini qadağan edən yanaşma və məsuliyyət nəzərdə tutulub. Məcəllədə qanun qarşısında bərabərlik prinsipinə yer verilib. Cinayət törətmiş şəxslərin qanun qarşısında bərabər olduğu və irqindən, milliyyətindən, dinindən, dilindən, cinsindən, mənşəyindən, əmlak vəziyyətindən, qulluq mövqeyindən, əqidəsindən, siyasi partiyalara, həmkarlar ittifaqlarına və digər ictimai birliklərə mənsubiyyətindən və digər hallardan asılı olmayaraq, cinayət məsuliyyətinə cəlb olunacağı bildirilib.[2] Bu, bərabərlik prinsipinin hüquqi məsuliyyət zamanı gözlənməsidir.

Cinayət Məcəlləsinə əsasən, cinsi köləlik və ya köləlik əsasında cinsi azadlığa qəsd edən əməl cinayət hesab edilir və 5–10 il azadlıqdan məhrumedilmə ilə cəzalandırılır.[3]

Fərdin, yaxud hər hansı qrupun siyasi, irqi, milli, etnik, mədəni, dini, cinsi və ya beynəlxalq hüquq normaları ilə qadağan edilmiş digər əsaslara görə təqib edilməsi, yəni qrupa və ya təşkilata mənsub olduqlarına görə insanları əsas hüquqlardan kobudcasına məhrumetmə insanlıq əleyhinə digər cinayətlərlə əlaqədar olduqda beş ildən on ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.[4]

Cinayət Məcəlləsində konkret bərabərlik hüququnun pozulmasına görə ayrıca məsuliyyət müəyyən edilib. İrqindən, milliyyətindən, dinindən, dilindən, cinsindən, mənşəyindən, əmlak vəziyyətindən, qulluq mövqeyindən, əqidəsindən, siyasi partiyalara, həmkarlar ittifaqlarına və digər ictimai birliklərə mənsubiyyətindən asılı olaraq, şəxsin hüquq və qanuni mənafelərinə zərər vurmaqla şəxsin bərabərlik hüququnupozma min manatdan iki min manatadək miqdarda cərimə və ya bir ilədək müddətə islah işləri ilə cəzalandırılır.[5] Bu əməllər vəzifəli şəxs tərəfindən öz qulluq mövqeyindən istifadə etməklə törədildikdə verilən cəza daha da ağırlaşdırılır və iki min manatdan üç min manatadək miqdarda cərimə və ya iki ilədək müddətə islah işləri və ya üç ilədək müddətə müəyyən vəzifətutma və ya müəyyən fəaliyyətlə məşğulolma hüququndan məhrum edilməklə və ya edilməməklə iki ilədək müddətə azadlıqdan məhrumetmə ilə cəzalandırılır.

Cinayət məcəlləsinin sadalanan bu normaları daha ümumi normalardır, ayrı-seçkiliyə yol verilməməsi və bərabərlik hüququnun pozulmaması baxımından çəkindiricidir. Ölkədə gender bərabərliyinin təmin edilməsi məqsədi ilə yeni qanunvericilik aktları qəbul edilir və bu çərçivədə dövlət qurumlarına

[1] Azərbaycan Respublikası Cinayət Məcəlləsi, http://e-qanun.az/code/11
[2] İbid, maddə 6, http://e-qanun.az/code/11
[3] İbid, maddə 106, http://e-qanun.az/code/11
[4] İbid, maddə 109, http://e-qanun.az/code/11
[5] Azərbaycan Respublikası Cinayət Məcəlləsi, maddə 154, http://e-qanun.az/code/11

bəzi öhdəliklər əlavə edilir. Bu öhdəliklərin hər birinin reallaşması, eyni zamanda məsuliyyət tələb edir. “Gender bərabərliyinin təminatı haqqında” və “Məişət zorakılığının qarşısının alınması haqqında” qanunlarda konkret göstərişlərin icra edilməsinə görə məsuliyyət olduğunu göstərən müddəalar yer almasına baxmayaraq, inzibati və cinayət qanunvericiliyində bu istiqamətdə məsuliyyət yaradan normalar tam formalaşdırılmayıb. Qanunvericiliyin qısa zamanda monitorinq edilərək bu boşluqların doldurulması zəruridir.

MƏNBƏLƏR

1. Qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və ona qarşı mübarizə haqqında Avropa şurası Konvensiyası, (İstanbul Konvensiyası), https://rm.coe.int/ic-explanatory-ic-aze-web/16808e9a39;
2. İnsan Hüquqlarının və Əsas Azadlıqların Müdafiəsi Haqqında Avropa Konvensiyası, https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_AZE.pdf
3. Avropa İnsan Hüquqları Məhkəməsinin Azərbaycanla bağlı QƏRAR və QƏRARDATLARI, (Azərbaycan və İngilis dillərində), Hüquq Maarifçiliyi Cəmiyyəti, Bakı–2010, “Qoliaf Nəşriyyat evi” MMC, 2120 səh.
4. Manfred Nowak, Mülki və Siyasi Hüquqlar haqqında Beynəlxalq Paktı: MSHBP Kommentariya (Bakı–2005). səh.623.
5. Gender bərabərliyi və media haqqında Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin CM/Rec(2013)1 saylı tövsiyəsinin icrasına dair Bələdçi, https://rm.coe.int/handbook-rec-282013-291-azerbaijani/16808ebda9
6. Avropa şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyası 2018–2023, https://rm.coe.int/ge-strategy-2018-2023-azerbaijani/16808cdbd9
7. “Teleradio yayımı düzənləmə qurumları”, Ələsgər Məmmədli, Media Hüquqları İnstitutu, Bakı 2003.
8. “Media Hüququ”, Zeynal Məmmədli, Rəşid Hacılı, İntiqam Əliyev, Bakı, 2006.
9. “Bilgi azadlığı haqqında qanunvericiliyin prinsipləri”, Media Hüquqları İnstitutu, Bakı, 2004.
10. “İfadə Azadlığı”, Avropa İnsan Hüquqları Avropa Konvensiyasının 10-cu maddəsinin şərhi və məzmunu üzrə bələdçi, Tobi Mendel, Bakı, 2012, səh.32. (Qudvin Birləşmiş Krallığa qarşı, 1996, § 39) https://rm.coe.int/16806ff4a7
11. Gün işığı bələdçisi, ATƏT-in Media Azadlığı Ofisi, Media Hüququ İnstitutu, Bakı, 2006.

Mövzu 5.
Azərbaycan mediasında qadın hüquqları.
Tarixi baxış. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətində qadın hüquqları

Milli mətbuatın yaranması və qadın məsələsi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin elan edilməsi ərəfəsində ictimai-siyasi fikirdə qadın məsələsi.
28 may 1918-ci il İstiqlal bəyannaməsi və qadın hüquqları.
Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətində qadın hüquqlarının təmin edilməsinə yönələn tədbirlər. AXC dövründə mətbuatda qadın hüquqları məsələsi.
Şəfiqə Əfəndizadənin yaradıcılığında qadın hüquqları.

Azərbaycan mediasında qadın hüquqları

Çətin ki içərinizdə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin Müsəlman Şərqində ilk dəfə qadınlara seçmək və seçilmək hüququ verdiyini bilməyən tapıla. Bəlkə də, çoxlarınız XX əsrin əvvəllərində təkcə Şərqdə deyil, həm də dünya çapında inqilabi sayılan bu addıma XXI əsrdən adi bir tarixi hadisə kimi baxırsınız...

Möhtəşəm İsmailiyyə binasının qarşısından keçəndə, Təzə Pir məscidinin minarələrindən ucalan azan səsinə qulaq verəndə və özünüz seçki qutularına bülleten atanda ağlınıza gəlibmi ki, bu ilk baxışda bir-birilə əlaqəsi olmayan məkanlar və sizin iştirakçısı olduğunuz hadisə arasında gözəgörünməz tarixi tellər var?

1917-ci il, 15 aprel, Bakı. İsmailiyyə. Qafqaz müsəlmanlarının Bakı qurultayının birinci iclası. Şəfiqə xanım Əfəndizadə qurultayı qadın iştirakçılar adından təbrik etmək üçün kürsüyə qalxır. Şəfiqə xanımın "Yaşasın hürriyyəti-nisvan!" şüarı ilə bitən təbriki alqışlarla qarşılanır. Şəfiqə xanımdan sonra Tiflis qadınları və müəllimləri adından söz alan Sara xanım Talışinskaya çıxışını "Yaşasın hürriyyət, yaşasın cümhuriyyət!" şüarları ilə bitirir. Qadınların xitabət kürsüsündə görünməsi heç də hamını məmnun etmir. Sabiq Bakı qazısı Mir Məhəmməd Kərim ağa Mir Cəfərov hiddətini gizlətmir, söz alır, qadınların üz örtüyü olmadan çıxış etmələrini şəriət ehkamlarına zidd olduğunu deyir. Amma onun çıxışı yarımçıq qalır. İclasa sədrlik edən Əlimərdan bəy Topçubaşovun səylərinə baxmayaraq, gənclər qazının sonadək çıxış etməsinə imkan vermirlər...

Qurultaya nümayəndə seçilmiş 4 qadını isə tələbələr binanın arxa qapısından çıxarırlar. Onların qurultaydakı iştirakları bununla bitir...

20 aprel. Qafqaz müsəlmanlarının Bakı qurultayı gecədən xeyli keçmiş başa çatır. Qurultayın qətnaməsində müsəlman qadınlara kişilərlə bərabər, siyasi və iqtisadi hüquqlar verilməsi bəyənilir. Əlimərdan bəy rəyasət heyəti adından son sözü dedikdən sonra müsəlman adətinə görə qurultayı bağlamaq üçün sözü ruhanilərə – mufti və şeyxülislama verir...

21 aprel. Gecə... Qurultay iştirakçıları Əlimərdan bəyi, Məmməd Əmin bəyi, Nəsib bəyi, Fətəli xanı, Məhəmməd

Həsən bəyi, Mirzə Əsədullayevi alqışlar altında atıb tuturdular. Gecə saat ikidə təntənə başa çatanda qurultaya qatılmış gənclər Əlimərdan bəyi və müftini evlərinə qədər əllərində aparırlar...[1]

1917-ci il. 21 may, səhər saat 11:00. Təzə Pir məscidi. Həmin gün Təzə Pir seçkilərdə iştirak edən qadınların səs verdiyi dörd məsciddən biri idi. Qadınların saat birdən üçə kimi səs verəcəyi elan olunsa da, onlar səhər saat 9-dan məscidin həyətinə axışmışdılar. Şəfiqə xanım Əfəndizadə saat on birdə məscidə gələndə *“məscidin içərisi dolmuş, həyətdə yer yox, izdiham o dərəcəyə çatmışdı ki, tərpənmək, bir addım belə atmaq mümkün deyildi”.* Şəfiqə xanım istidən təngnəfəs olmuş qadınları sakitləşdirir, iyirmi yaşdan aşağı olanlara seçkidə iştirak edə bilməyəcəklərini bildirir, onları evlərinə yola salırdı. Evlərdəki qoca və naxoş arvadların əvəzinə gəlib kağız salmaq istəyən qızlara: *“Birdən artıq kağız salmaq olmaz,”* – deyirdi...[2]

Mayın 21-də müsəlman seçki məntəqələrində 11 minə yaxın qadın səs verdi...

1918-ci, 28 may, Tiflis. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti rəsmən elan edilir. Müstəqillik haqqında İstiqlal Bəyannaməsində Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti milliyyətindən, məzhəbindən, sinfindən, silkindən və cinsindən asılı olmayaraq öz sərhədləri daxilində yaşayan bütün vətəndaşlarını bərabər siyasi hüquqlar və vətəndaşlıq hüququ ilə təmin edirdi.

1917-ci ilin aprelində Qafqaz müsəlmanlarının Bakı qurultayında iştirak edən qadınların sayı 4 idi. Bir ay sonra 21 mayda seçkilərə qatılan qadınların sayı 11 minə çatırdı. Bir il sonra Cümhuriyyət 2 milyon 900 minlik əhalisinin səsvermə yaşına çatmış bütün vətəndaşlarına cinsindən asılı olmayaraq bərabər hüquqlar verirdi...

Bu seçicilərin nə qədərinin qadın olduğu demək çətindir. Qafqaz təqviminin 1917-ci il buraxılışı bizə Azərbaycan əhalisinin sayı və etnik tərkibi barədə məlumat versə də, təqvimdə qadınların və kişilərin ayrı-ayrılıqda sayı göstərilməyib, yaş kateqoriyalarına görə bölgü də aparılmayıb...

Bəs görəsən, əsrin əvvələrində Azərbaycan qadının həqiqi portreti necə idi?

Azərbaycanda qadınlar. XX əsrin əvvəlləri. Portret cizgiləri. Qadının yeri. 21, 17, 65, 6, 37, 5, 18, 17, 422, 59, 214... Cəmi 898.

Bu rəqəmlər sizə heç nə deməyəcək. Əslində, onlar 1903-cü ildə Azərbaycanda hasilat və emal müəssisələrinin inzibati idarələrində, dəmiryolu, su nəqliyyatında, şəhər rabitəsində, bank və kredit müəssisələrində, polisdə, məhkəmə və hüquq idarələrində, dini idarələrdə, təlim-tərbiyə fəaliyyətində, teatr, rəssamlıq və musiqidə, tibbi fəaliyyətdə işləyən qadınların sahələr üzrə sayıdır. Bu qadınların sayı minə çatmırdı. Onlar, doğrudan da, az idilər.

Bakı əczaçı köməkçisi ixtisası almış ilk qadın Bibiraziyə xanım Qutluyarova-Süleymanovanı 1900-cü ildə, Rusiyada həkim diplomu almış ilk müsəlman qa-

[1] Həsənli C. Tarixi şəxsiyyətin tarixi. Əlimərdan bəy Topçubaşov. Bakı, Azərbaycan Diplomatik Akademiyası 2014, səh. 246.

[2] Əfəndizadə Ş. Seçilmiş əsərləri (1903–1925). Bakı, Elm və təhsil 2017, səh. 91–95.

dın Əminə xanım Batrişinanı 1905-ci ildə, Peterburq Tibb Universitetini bitirmiş Sona xanım Rəhimova-Vəlixanlını 1908-ci ildə qarşıladı.

Qadınlar təkcə yuxarıda adı çəkilən sahələrdə çalışmırdılar. XIX əsrin sonlarından kapitalist münasibətləri inkişaf etdikcə qadın və uşaq əməyinə Azərbaycanın bütün guşələrində ehtiyac gündən-günə artırdı. 1888-ci ildə Yelizavetpol quberniyasının ipəksarıma müəssisələrində çalışan fəhlələrin 45.8 faizini qadınlar təşkil edirdi. Şəkidə Alekseyev və Voronin qardaşlarının ipəkçilik fabrikinin, Qarabağ kəndləri və Şuşanın ipəkçilik müəssisələrinin, Lənkəran, Quba, Göyçayın düyü plantasiyalarının əsas işçi qüvvəsi də qadınlar idi. Bir sözlə, yerindən və mövqeyindən asılı olmayaraq, qadınlar işləyirdilər.

Qadının vəziyyəti

Qız qaçırmaq, ərli qadının kəbinini ərindən xəbərsiz başqasına kəsmək, ər evində zorakılığa dözməyib özünü yandırmaq – dövrün qəzetlərinin xəbərləri məişətin acı mənzərəsini bütün dolğunluğu ilə bu cür sərgiləyir.

“Tazə həyat” qəzeti 1907-ci il 10 dekabr sayında xəbər verirdi ki, Nuxanın Bədis kəndində Zəyziy kəndindən gələn bir dəstə adam qızı razılığı olmadan qaçırmış, köməyə gedənlər onu geri ala bilməmişdilər, atışma zamanı bir nəfər ölmüşdü. “İqbal” qəzeti 1913-cü il 24 iyun sayında xəbər verirdi ki, Bakı qəzasının Kürdəxanı kəndində qızın qardaşı toy günü “Səni başqasına verəcəyəm” deyə bacısını o qədər döymüşdü ki, oğlan evinin adamları gəlini aparmağa gələndə onu ölmüş görmüşdülər.[1]

Qəzetlər təkcə xəbərləri deyil, məktubları da dərc edirdilər. “Molla Nəsrəddin” 23 iyun 1906-ci il nömrəsində “Qazaxdan” sərlövhəsinin altında Hacı Rəhim Əli oğlu Zeynəb Məhərrəm qızının ərinin məktubunu “İrşad” qəzetindən götürərək yenidən dərc edir və yazırdı: “Bu məktub yazılıb “İrşad”ın 142-ci nömrəsində. Amma biz bu məktubu yazsaydıq, deyəcək idilər ki, olan iş deyil, “Molla Nəsrəddin” bir böhtandı mollalara yazıb, çünki onlarla arası yoxdur. Yazıq Molla Nəsrəddin”. Məktubda deyilirdi:

“Əyalım gecə su gətirməyə gedən zaman onu Dağ Kəsəmənli sakini Tatlı oğlu Süleyman götürüb qaçır. İndi mənim evimdə 4 aylıq bir qız, 5 yaşlı bir uşaq vardır. Bu əhvalı gedib uyezdni naçalnikə dedim. Mənə bir-iki kazak verdi ki, get arvadını axtar. Mən də axtarıb tapa bilmədim. Sonra məlum oldu ki, əyalımı qaçıran oğlan gedib Qazı Molla Tacı oğlunun yanına, cənab qazıya pul verib və qazı din və imanını satın alıb, övrəti cəbr ilə məndən boşatdırıb həmən oğlana nikah edibdir. Mən də getdim həmən qazının yanına dedim ki, bu bir kişilik deyil ki, sən eləmisən. Gör qazı mənə nə cavab verir. Ay hacı, sən Allah əl çək, məgər arvad başına qəhətdir? Zeynəb olmasın, özgə birisi olsun. Kimi ürəyin istəyir, alım sənə. Aya, bu günə zülm və sitəm bizim şəriətdə varmı? Heç olarmı ki, ər sağ ola-ola arvadını qazı əlilə özgə alsın? Müdiri-

[1] Qasımova A. XX əsrin əvvəllərində Şimali Azərbaycan mətbuatında qadın problemləri (1901–1917). Bakı, Adiloğlu 2010, səh. 27–28.

möhtərəm çox təvəqqe edirəm, bu əhvalatı tezlik ilə qəzetdə yazasınız".[1]

Yuxarıda verilən örnəklər təkcə gündəlik həyatın mənzərəsini yaratmaq baxımından deyil, həm də gender baxımından bəzi məsələləri incələməyə imkan yara-dır, gender düşüncəsinin dildə inikasının tarixi mərhələlərini izləməyə ipucu verir. Örnəklərə diqqətlə baxsaq, söhbətin mərkəzində qadın probleminin durduğunu görsək də, "qadın" sözünə heç yerdə rast gəlməyəcəyik. Əvəzinə "qız", "arvad" və "övrət" ifadələri ilə rastlaşacağıq.

Övrət, arvad, qadın, qız, ünas, xatun, bəyim, xanım... "Arvad məsələsi"nin kökləri və ya dil təfəkkürün aynası kimi

Məsələyə aydınlıq gətirmək üçün milli mətbuatımızın ilk qəzeti "Əkinçi"yə nəzər salaq. "Əkinçi"də də "arvad" sözü işlədilmir, "övrət" sözü 94, "qız" sözü isə 35 dəfə işlədilir. Kontekstə görə hər iki sözü işlətmək mümkün olmayan təqdirdə isə "xanım" sözündən istifadə olunur. Bioloji bir cins olaraq söhbət qadınlardan və kişilərdən getdikdə isə ərəb dilindəki "nisə" (qadın) sözünün cəmi olan "ünas" və "zəkər" (kişi) sözünün cəmi olan "zükur" (kişilər) işlədilir. Qeyd edək ki, "ünas" sözü daha çox söz birləşməsi olaraq "ünas tayfası", "ünas əhli" kimi işlənilir. Misala nəzər salaq:*"Firəngistan əhli zükur və ünasən üç-dörd müxtəlifə dillər ilə danışırlar. Amma müsəlmanlar içində savadı olan adamlardan çox az tapılır ki, öz dilində bir dürüst məktub yazsın (Əkinçi, 5 oktyabr, 1875, say 4)".*[2]

"Əkinçi"də "ünas" sözü "qadın" anlamında cəmi 14 yerdə işlədilib. Araşdırsaq, görərik ki, "övrət" sözü ilə müqayisədə "ünas"ın işlənmə tezliyi 15 dəfə azdır. Bu təhlil maraqlı bir məqamı üzə çıxarır. Milli mətbuat yarananda ərəbdən-gəlmə "ünas" və "zükur" sözləri əvvəl "övrət", daha sonra isə "arvad" sözü ilə əvəz olunur. XX əsrin əvvəllərində qadın problemi, qadın məsələsi isə xanım və ya qız məsələsi kimi deyil, məhz "arvad məsələsi" kimi gündəliyə gəlir. Mirzə Cəlilin 1913-cü ildə qadın hüquqlarına həsr olunan felyetonu "Övrət məsələsi" adlanır. 1918-ci ildə Yusif Vəzir Çəmənzəminli "İşıq" qəzetinin yaranması münasibətilə göndərdiyi məktubda yazırdı: "Xanımlar qəzetəsi dedikdə ən əvvəl "arvad məsələsi" gözümün qabağında durur. "Arvad məsələsi" insanlar üçün həyati və zəruri bir məsələdir".[3]

Aydındır ki, "arvad" sözü, ilk növbədə insanın cinsini deyil, onun sosial statusunu müəyyənləşdirir. Bu mənada milli düşüncə tarixində gender bərabərliyi ideyasına gedən yolda qadın məsələsinin məhz "arvad məsələsi" kimi formalaşması bu məsələ ilə bağlı problemlərin tarixən gender rollardan, sosial status və ailə vəziyyətindən doğduğunu göstərir. Qadının hüququ və ya hüquqsuzluğu genəl olaraq, onun kişiyə mənsubluğu

---

[1] Molla Nəsrəddin jurnalı. I cild (1906–1907). Bakı, Elm 1988. səh. 107.

[2] Əkinçi (1875–1877). Tam mətni. "Avrasiya Press", 2005, səh. 57.

[3] Qasımova A. XX əsrin əvvəllərində Şimali Azərbaycan mətbuatında qadın problemləri (1901–1917). Bakı, "Adiloğlu", 2010, səh.27–28, səh. 133.

prizmasından qiymətləndirilir, ya da mübahisələndirilirdi. Qadının bütün həyatı, əslində, onun ailəsi və məişəti ilə bağlı olduğundan qadına cəmiyyətin bir fərdi kimi deyil, ailənin üzvü və kişinin arvadı kimi baxılırdı. Yəni ailə qadın üçün həm dünyanı, həm də cəmiyyəti əvəz edirdi. Qadının mikrodünyası onun ailəsi idi. Elə buna görə də "qadın" anlayışındansa reallığı daha çox əks etdirən "arvad" anlayışına üstünlük verilirdi.

Bir qədər əvvəl qeyd etdik ki, "övrət" sözü XX əsrin əvvəllərindən etibarən daha çox "arvad" şəklində işlədilir. Bu dəyişikliyin izahı ilk baxışda çox sadə ola bilər. Yəni bizə elə gələ bilər ki, bu, sırf fonetik bir proses nəticəsində incə saitlərin qalın saitlərlə əvəzlənməsi baş verib və əslində, dilin ahəng qanunu pozulmadan nəticə etibarilə eyni sözün yeni fonetik variasiyası əmələ gəlib. Amma M.Ə.Rəsulzadənin N.Nərimanovun "Bahadır və Sona" əsərinə 1913-cü ildə yazdığı, "İqbal" qəzetində dərc etdirdiyi tənqidində bu xüsusda maraqlı bir mülahizə var. M.Ə.Rəsulzadə Nərimanovun "arvad" sözünü "övrət" şəklində işlətdiyini, əksəriyyətin belə yazdığını bildirirərək qeyd edirdi ki, *əsərdə bir yerdə "turubqaçı Novruz"un dilindən Nəriman "övrəti" "arvad" şəklində yazmışdır. Nə olardı ki, "arvad" sözünün imlasında yazıçılarımızın hamısı turubqaçı Novruzu təqlid edəydilər. Çünki "övrət" kəlməsi arvadlar haqqında alçaq bir nəzərin, kiçik bir qiymətin daimi bir möhrü, klişesidir. Bunu Yusifbəy Vəzirov "Arvadlarımızın halı" adındakı risaləsində gözəlcə bəyan etmişlərdir".*[1]

Beləliklə, M.Ə.Rəsulzadə "övrət" kəlməsini "arvad"dan ayırır, birincinin qadına alçaq bir münasibətin daşıyıcısı olduğunu, daha çox klişe rolunu oynadığını yazırdı. Başqa bir maraqlı cəhət isə elə həmin məqalədə Rəsulzadənin ərəb dilinin qrammatikasına uyğun olaraq sözlərin qadın və kişi cinsində işlənməsinin əleyhinə çıxmasıdır. O, "dilimizdə müzəkkər-müənnəs fərqi olmadığını, türkcədə arvad, kişinin müsavi olduğunu" bildirərək ərəb dilindən gəlmə sözlərin cins mənsubiyyətini bildirmədən türk dilinin qrammatikasına uyğun olaraq işlədilməsini tövsiyə edirdi. Məs., "məzkurə" yox, "məzkur", "qabilə" yox, "qabil". Çağdaş dünyada neytral gender dili ilə bağlı səsləndirilən fikirləri izlədikcə M.Ə.Rəsulzadənin zamanını 100 il qabaqladığını görərik.[2] Araşdırmalarımız bizə belə fikrə gəlməyə əsas verir ki, XX əsrin əvvəllərində qadın məsələsini gündəliyə gətirən ziyalılar hansı leksik vahidin işlədilməsinin nəinki fərqində idilər, eyni zamanda bu yeni məsələnin yeni leksik vahidlərlə ifadə olunmasının, özündə keçmiş assosiasiyaları daşıyan sözlərdən və klişelərin imtina edilməsinin vacibliyini dərk edirdilər. Məhz belə bir məqamda "arvad" sözü ilə yanaşı, "qadın" sözü də işlədilməyə başladı. Bu prosesi 1910-cu ildən sonra izləmək mümkündür.

Qədim türk sözü olan "qadın"ın dilimizə qayıtdığı ən böyük yollardan biri H.Cavidin poeziyasından keçirdi. Cavid poeziyasında qadın ülvi bir münasibətin və yüksəlişin ünvanı idi:

Qadın gülərsə, bu ıssız mühitimiz
güləcək,
Sürüklənən bəşəriyyət qadınla
yüksələcək.

[1] Rəsulzadə M.Ə. Seçilmiş əsərləri. II cild. Bakı, "Şirvannəşr", 2001, səh. 285.
[2] İbid. səh. 285.

H.Cavid bu misralarına görə 1913-cü ildə mürtəce mətbuatda tənqid olunsa da, qadın məsələsi şüurları işğal etməkdə və siyasi gündəlikdə özünə yer tutmaqda idi.

M.Ə.Rəsulzadənin məqalələrində 1903-cü ildən 1920-ci ildədək illər üzrə "övrət", "arvad", "qadın", "xanım" sözlərinin işlənmə tezliyini araşdırsaq, dediklərimizin təsdiqini tapmış olarıq.

İllər	Sözlər, işlənmə tezliyi				
	övrət	arvad	qadın	xanım	toplam
1903–1909	8	28	2	6	44
1909–1914	3	112	144	89	348
1915–1916	0	49	9	19	77
1917–1918	0	42	46	7	95
1918–1920	0	6	17	10	33

XX əsrin əvvəllərində tək-tük işlənən, 1910-cu ildən sonra "arvad" sözü ilə yanaşı işlənməyə başlanan və qadına yeni münasibəti əks etdirən "qadın" sözünün kökü hara gedib çıxır? Dil yaddaşımız gender münasibətləri barədə bizə nələri deyir?

Mahmud Kaşğarinin "Divani-lüğət-it-türk" kitabında hər iki cinsə aid edilən ümumi bir söz var – "kişi" sözü. "Bəği kişi üzlüşdü" cümləsi "Ərlə arvad ayrıldılar" kimi tərcümə olunur.[1] Bu cümlədəki "bəy" sözü "ər", "kişi" sözü isə "arvad" anlamına gəlir. "Eş" (yəni tay) sözü də eyni dərəcədə həm kişiyə, həm qadına aid edilir. "Kişi"ni həm də "xalq" anlamında işlədir. [2]

"Qadın" sözünün kökü isə "xatun" sözünə gedib çıxır. Xatun xaqanın, xanım xanın, bəyim isə bəyin həyat yoldaşına deyilir. Xatunun da, xanımın da, bəyimin də sosial iyerarxiyada yerləri xaqana, xana və bəyə uyğun olaraq müəyyən edilirdi və onların içərisində xatun titulu daha yüksək sayılırdı. Xatırlayaq – Burla xatun, Möminə xatun, Sara xatun, Dəspinə xatun. Tarixən bu üç tituldan yalnız biri – xanım qadına hörmət və ehtiram kimi məna çalarlarını özündə birləşdirərək "qadın" sözünün sinonimi olaraq ümumişlək sözə çevrilə bilmişdir. Təsadüfi deyil ki, XX əsrin əvvəllərində qəzetə məktub yazan qadınları mühərrirlər "Gəncəli bir xanım", "Bakılı bir xanım" ya da sadəcə "bir xanım" deyə təqdim edirdilər.

1904-cü il "Şərqi Rus" qəzetinin 27 avqust saylı 146-cı nömrəsində Məhəmməd ağa Şahtaxtlı yazırdı:

"Bir xanımın qələmindən çıxan sözləri bir adam demir, bir nasyon demir. Bir xanım kainatın insan halının mütərciməsidir. Bu səs ümumidir, xüsusi deyildir".[3]

Bir xanımın səsinin xüsusi deyil, "kainatın insan halının mütərciməsi" olması fikrinin haradan və necə qaynaqlandığını birlikdə araşdıraq.

[1] Mahmud Kaşğari. Divanu lüğət-it-türk. Birinci cild. Bakı, "Ozan", 2006, səh. 276.
[2] İbid, səh. 277.
[3] Qasımova A. XX əsrin əvvəllərində Şimali Azərbaycan mətbuatında qadın problemləri (1901–1917). Bakı, Adiloğlu, 2010. səh. 36

Milli mətbuatımızda qadın məsələsinin kökləri və fəlsəfəsi

Bir qədər əvvəl XX əsrin əvvəllərində Azərbaycan qadınının portretini cızmaq istəyəndə milli mətbuat arxivimiz əlimizdən tutdu. Mətbuatdan örnəklər bizə belə bir qənaətə gəlməyə imkan verir: artıq XX əsrin əvvəllərində milli mətbuatda fakt jurnalistikası vardı, olay xəbərlənirdi. Digər bir maraqlı cəhət isə məhz bu fakt jurnalistikasının rəy jurnalistikasına təsiri idi. Yəni xəbərlərdən gələn faktlar ictimai fikri formalaşdıran yazıların yazılması üçün əsl xammal idi. Mətbuatın görməli olduğu işi görmək üçün xəbər jurnalistikası rəy jurnalistikasına təkan verir, rəy jurnalistikası ictimai rəyin formalaşması üçün önəmli olan mesajlar ötürürdü. Eyni zamanda mətbuat ictimai gündəliyi müəyyən edirdi. Yəni oxucunun mühakiməsinə, ilk növbədə, nələrin çatdırılmalı olduğunu seçirdi. Başlıcası isə, fikir dartışması vardı. Məhəmməd ağa Şahtaxtlının dediyi kimi, rəylərin bir-birilə toqquşmasından həqiqət şarıldayırdı.

Bu fikir dartışmasının mütərəqqi qolunda Həsən bəy Zərdabi, Əhməd bəy Ağayev, Əlimərdan bəy Topçubaşov, Məhəmməd ağa Şahtaxtlı, Mirzə Cəlil kimi, Hüseyn bəy Minasazov, Ömər Faiq Nemanzadə, Hüseyn Cavid, Məhəmməd Əmin Rəsulzadə kimi mütəfəkkirlər dururdular.

Həsən bəy Zərdabi hələ “Əkinçi”də qadın hüquqlarına insan hüquqları prizmasından yanaşırdı:

“Satınalma qulu azad etməyi savab hesab edə-edə biz öz xahişimiz ilə bir-birimizə qul olmuşuq. Rəiyyət padşaha, övrət kişiyə, uşaq ataya, nökər ağaya, şagird ustada və qeyrə məgər qul deyil?”[1]

“Əkinçi”dən sonrakı illərdə “Ziyazi Qafqaziyyə” (1879–1877) və “Kəşkül”də (1883–1891) qadın məsələsi aktual deyildi. Milli mətbuatsız qaldığımız 12 ildən sonra meydana çıxan “Şərqi-Rus” qəzetində isə qadın mövzusunda 34 yazı çıxmışdı.

“Arvadların tərbiyəsi məsələsi biz türklərin qövmi-zindəganlığında hərfi-hərfinə ölüm və ya sağqalma məsələsidir” yazan qəzetin əsas mübarizəsi hicabın ləğvi idi...

Maraqlıdır, ictimai-siyasi fikirdə belə bir sıçrayışa səbəb nə idi? Qadın məsələsinin istinad çərçivəsi olaraq nəyi əsas götürə bilərik?

1901-ci ildə qadın məsələsi ilə bağlı iki önəmli hadisə baş verdi. Bunlardan birincisi Hacı Zeynalabdin Tağıyevin Bakıda qız məktəbini açması idisə, ikincisi “Kafkazskiy vestnik” jurnalında Əhməd bəy Ağayevin dərc etdirdiyi “Женщина по исламу и в исламе” (İslam dinində və islam aləmində qadın) məqaləsi idi. Sarbonnada hüquq təhsili almış Əhməd bəy bu məqalə ilə daim mübahisə doğuran məsələlərə aydınlıq gətirirdi. Məqalənin adından göründüyü kimi, söhbət müsəlman qadınının iki durumu arasındakı fərqdən gedirdi – islam aləmindəki və islam dinindəki. Əhməd bəy islam aləmində qadının əsarətdə qalmasının səbəbini islam dinində görən Qərb ideo-loqlarına cavab verərək Quranda qadına kişilərlə bərabər qiymət verildiyini yazır, “Ən-Nisa” surəsindən misal gətirirdi: “Ey insanlar! Sizi tək bir candan xəlq edən, onun özündən zövcəsini yaradan və onlardan da bir çox kişi və qadın (törədib yer üzünə) yayan

[1] Əkinçi (1875–1877).Tam mətni. “Avrasiya Press”, 2005, səh. 333.

Rəbbinizdən qorxun!" O, islamda qadına ailə və nikah məsələlərində, məişətdə geniş hüquqlar verildiyini, ərli qadının tam hüquqlu vətəndaş və əmlak sahibi olduğunu, Quranın zorakı evliliyin əleyhinə olduğunu yazırdı. Əhməd bəy islam aləmindəki qadının hüquqsuzluğunun Qurandan gəlmədiyini sübut edir, qadına yüksək qiymət verərək yazırdı:

"O, yaşayır, sübut etməyə çalışır ki, bu dünyaya əbəs yerə gəlməyib; o öz zərif çiyinlərini ailə həyatının ağırlığının altına verir, işdə, evdən kənarda, tarlada ərinin sağ əlinə çevrilir. Qadın cəsarət və sədaqət rəmzidir, zəhmətə və işə bağlıdır, onun uşaqlara məhəbbəti intəhasızdır".[1]

Əhməd bəy feminizmin vüsət aldığı, Avropa və Amerikada patriarxal ailənin bünövrəsinin dağıdıldığı, qadına öz taleyi haqqında düşünmək, ona kişilərin çalışdıqları sahələrdə çalışmaq imkanları verildiyi bir halda Asiya və Afrikada qadınların ən adi insan hüquqlarından məhrum olduqlarını yazırdı. Avropa tərəqqisinin müsəlmanların, o cümlədən azərbaycanlıların həyatına müsbət təsirini etiraf edən Ə.Ağaoğlu, eyni zamanda avropalıların əxlaqının qaranlıq tərəflərini pisləyərək, "ikinci Avropa"ya qarşı çıxırdı. Əhməd bəy islam dinində qadınlara verilən hüquqların müqabilində islam aləmində qadınların hüquqsuz, kölə halında yaşadıqlarını vurğulamaqla onların hüquqlarının özlərinə qaytarmağın zamanının çatdığını bildirirdi.

XX əsrin astanasında qadın hüquqları və qadının cəmiyyətdə yeri məsələsinin beyinlərdə intişar tapmasına və davamlı olmasına yönələn hadisələrdən ən önəmlisi bu prosesin təməl daşlarından sayıla biləcək rus-müsəlman qız məktəbinin açılışı idi.

1901-ci il oktyabr ayının 7-də Həsən bəy Zərdabinin ideya müəllifliyi, Hacı Zeynalabdin Tağıyevin səyləri və mesenatlığı ilə Bakıda Aleksandra rus-müsəlman qız məktəbi açıldı. Həsən bəyin 1896-cı il fevral ayının 19-da Bakı qubernatoruna müsəlman qızlar üçün məktəb açmaq xahişi ilə yazdığı məktubuna mənfi cavab verilmişdi. Buna səbəb Bakı quberniyasının jandarm idarəsinin apardığı yoxlamalar nəticəsində Həsən bəyin siyasi cəhətdən etibarsız və dövlət üçün təhlükəli olmasının üzə çıxarılması idi. Hənifə xanım xatirələrində yazırdı ki, qubernator Həsən bəyin ərizəsini Qafqaz canişininə, canişin isə Peterburqa – Nazirlər Şurasına göndərmişdi. Nazirlər Şurasında onun ərizəsinə baxan zaman Müqəddəs Sinodun ober-prokuroru Konstantin Pobedonostsev demişdi ki, "islam yeddibaşlı div kimi heykəldir. Bu heykəlin bir başı kəsilərsə, əvəzində yüzü bitər. Bunların kişilərinin savadlanmasından qorxuruq. Qadınları da savadlanmış olursa, onların öhdəsindən gəlmək mümkün olmaz".[2] Tarixin ironiyası ilə elə həmin il Bakı quberniyası və Dağıstan vilayəti xalq məktəblərinin müdiri A.Txorjevski Tağıyevə məktub yazaraq Rusiya üçün qarşıdan gələn əlamətdar hadisə – II Nikolayın tacqoyma mərasiminin ildönümü şərəfinə Bakıda müsəlman qızları üçün məktəb təsis edilməsini

[1] Агаев А. 1901. Женщина по исламу и в исламе // Кавказский вестник №3, с. 72–109.

[2] Həsənli C. Tarixi şəxsiyyətin tarixi. Əlimərdan bəy Topçubaşov. Bakı, Azərbaycan Diplomatik Akademiyası, 2014, səh. 66.

məqsədəuyğun hesab etmişdi. Hacı Qafqaz Təhsil İdarəsinə müsbət cavab verərək məktəbin bütün xərclərini öz üzərinə götürmüşdü. Hacı Zeynalabdin Tiflisdə olan Məhəmməd ağa Şahtaxtlıya məktub yazaraq xahiş etmişdi ki, bu məsələdə yardımını əsirgəməsin: "Müsəlman qadınını indi düşdüyü qapalı, fanatik həyat tərzindən tədricən çıxarmağın yeganə yolu məktəb və yenə də məktəbdir". Hacı Həsən bəy Zərdabi və Əlimərdan bəy Topçubaşovla birlikdə Tiflisə getmiş, Bakıda qızlar məktəbinin açılması ilə bağlı Qafqaz canişinliyinin, Qafqaz Təhsil İdarəsinin yüksəkrütbəli məmurları ilə danışıqlar aparmışdı.[1]

Həm Əlimərdan bəy, həm Həsən bəy məktəbin Qəyyumlar Şurasının üzvləri idilər. Qəyyumlar Şurasının digər müsəlman üzvləri dağ mühəndisi Fərrux bəy Vəzirov, Bakı quberniyasının qazısı Hacı molla Cavad Axund Əlizadə idilər. Şuranın sədri H.Z.Tağıyev, müavini isə həyat yoldaşı Sona xanım Tağıyeva idi. Məktəbin nizamnaməsini Həsən bəy hazırlamışdı. Nizamnaməyə əsasən, məktəbin müdiri təhsilli müsəlman xanım olmalı idi. Həsən bəyin həyat yoldaşı, Əlimərdan bəyin qayınanası Hənifə xanım Məlikova Qəyyumlar Şurasının tövsiyəsi ilə bu vəzifəyə təyin olundu.[2] Qeyd etmək lazımdır ki, məktəbin açılmasına "Kaspi" qəzeti böyük dəstək verirdi. Əlimərdan bəy sentyabr ayının 22–23-də qəzetdə "Bakıda müsəlman qız məktəbinin açılması haqqında" geniş bir məqalə vermişdi. O yazırdı: "Müsəlmanları inandırmaq lazım idi ki, Bakıda əsası qoyulan rus-müsəlman qız məktəbi qızlara gələcəyin qadını, həyat yoldaşı və anası olarkən onlara zəruri olan bilikləri vermək məqsədi güdür, məktəbin verdiyi həmin biliklər onu ailədən uzaqlaşdırmayacaq, onu bu ailədə yad adama çevirməyəcək, onu həyatda gözləyən öz dinindən və dilindən məhrum etməyəcəkdir".[3]

Beləliklə, 1903-cü ildə fəaliyyətə başlayan "Şərqi-Rus" qəzetində qadın məsələsinin geniş əks olunması heç də təsadüfi deyildi. Elə buna görə də "Şərqi-Rus"un bağlanması ilə məsələ qapanmadı. Çünki qadın məsələsi artıq mətbuatın gündəliyində yer tutmuşdu və o, 4 mövzu ətrafında müzakirə olunurdu:

1. Maarif məsələləri
2. Ailə və nikah məsələləri
3. Sosial problemlər
4. Hicab ətrafında müzakirələr

Bu məsələlər davamlı olaraq "Molla Nəsrəddin"in, "İrşad"ın, "Tazə həyat"ın, "Tərəqqi"nin, "Füyuzat"ın, ilk qadın jurnalı olan "İşıq"ın, "Dirilik" jurnalının səhifələrində qaldırıldı. Cəmi iki il nəşr olunan, 34 sayı işıq üzü görən "Dirilik" (1914–1916) məcmuəsində "Məşhur islam xanımları" və "İslam aləmində arvadlar" başlıqları altında dərc olunan yazıların adları onlar haqqında çox söz deyir – "Dirilik və varlıq qadınlar ilədir", "Qadınlarda dirilik və nöqsanat", "Qadın məsələsi və feminizm", "Qadın aləmi".

Qadınların özləri də bu prosesdə fəal iştirak edirdilər. 1906-cı ildə Əminə xanım Batrişina məşhur şərqşünas Olqa Lebedevanın sərqşünas qadınların

[1] İbid, səh 67.
[2] İbid. Səh 68.
[3] İbid. Səh 69.

Romada keçirilən qurultayındakı çıxışı-nı tərcümə edərək "İttihad" jurnalında dərc etdirmişdi. Yazıda 1863-cü ildə Fransa senatının hər iki cinsə mülkiyyət hüququ və şəxsi azadlıq verməsindən, Fransanın öz müstəmləkələrində – Əlcəzair və Tunisdə müsəlman qızları üçün açdığı məktəblərdən bəhs olunur, Rusiyanın da bu istiqamətdə işlər görməli olduğu vurğulanırdı. Lebedevanın çıxışı bu sözlərlə bitirdi:

"Şərqin intellektual dirçəldilməsi uğrunda mübarizəyə biz də qoşulmalıyıq. Şərqi yuxudan ayıldaq".[1]

Azərbaycan yazarları Şərqi yuxudan ayıltmaq üçün Qərbdə genişlənməkdə olan feminizm hərəkatını və ideyalarını mətbuatın gündəliyinə gətirirdilər.

Cəlil Məmmədquluzadənin 1909-cu ildə yazdığı "Kəc qabırğa" felyetonunda dünyanın mənzərəsi dolğunluğu ilə əks olunurdu:

"Norveç qəzetləri yazırlar ki, vəkil seçmək üçün arvadlar ixtiyar aldılar. Xristaniya şəhərindən seçilən 8 səs demokrat deputatın ikisi arvaddır.

Amerika qəzetləri yazırlar ki, buranın arvadlar cəmiyyəti hökumətə tələbnamə verib dövlət qulluqlarında kişilər ilə bir ixtiyar sahibi olmaqlarını və polis qulluqlarına da girməyi istəyirlər.

Çikaqo şəhərində beş min qız hökumətə bildirir ki, əgər arvadlara tam müsavat verilməsə, onlar heç bir vaxt ərə getməyəcəklər və çalışacaqlar ki, bütün Amerika qızlarını da özlərinə köməkçi çağırıb, kişiləri baykot etsinlər"...[2]

C.Məmmədquluzadənin "Kəc qabırğa" felyetonu Seyid Hüseynə cavab idi. S.Hüseyn yazırdı ki, Həzrəti-Adəm arvadını öz qabırğası bildiyi üçün onu daim yanında gəzdirirdi:

"Amma bu iş bizim qeyrətimizə sığışmadı, dedik, qabırğasız dolanmaq kəc qabırğadan yaxşıdır. Kəc qabırğanı evdə gizlətdik. Əlbəttə, əzadan ki bir zad əskik olsa, şikəst hökmündədir.

Necə şikəst adamları adam yerinə qoymazlar, bizi də o biri millətlər adam yerinə qoymurlar, Qalmışıq məəttəl! Həm könlümüz adam olmaq istəyir, həm də arımıza gəlir ki, kəc qabırğanı öz üzvümüzdən bilək"...[3]

Kəc qabırğanı öz üzvümüzdən biri bilmək, yəni qadınlara da kişilərlə bərabər hüquqlar vermək... Seyid Hüseynin qaldırdığı, Cəlil Məmmədquluzadənin dəstəklədiyi məsələ qadın və kişilərin hüquq bərabərliyi idi.

Belə bir ictimai-siyasi mühitdə Azərbaycanda ilk həftəlik qadın qəzeti doğuldu...

[1] Qasımova A. XX əsrin əvvəllərində Şimali Azərbaycan mətbuatında qadın problemləri (1901–1917). Bakı, "Adiloğlu", 2010, səh.27–28.

[2] Məmmədquluzadə C. Seçilmiş əsərləri. Bakı, 1985. səh. 74.

[3] İbid. səh. 75.

"İşıq"ın işığında

1911-ci il yanvarın 22-də Vəkil Mustafa bəy Əlibəyovun həyat yoldaşı Xədicə xanım Əlibəyovanın redaktorluğu ilə "İşıq" qəzetinin ilk sayı işıq üzü gördü. "İşıq"a gedən yol qız məktəblərindən keçirdi.

1911-ci ildə Tağıyevin qız məktəbinin açılmasının 10-cu illiyi tamam olan ərəfədə "İqbal" qəzetinin yazdığına görə, Bakıda artıq 4 qadın məktəbi fəaliyyət göstərirdi.[1] 1907-ci ildə isə Qazax qəzasının Salahlı kəndində həkim Məmmədrza ağa Vəkilovun təşəbbüsü ilə ilk kənd qız məktəbi açıldı. Məktəbin bütün xərclərini Mehdi ağa Vəkilov öz üzərinə götürmüşdü, onun Müqəddəs Nina məktəbinin məzunu olan qızı Mədinə xanım isə məktəbin nəzarətçisi idi.[2]

Təsadüfi deyil ki, Azərbaycanın ilk qadın qəzetinin hamisi Hacı Zeynalabdin Tağıyev, məsul katibi isə onun həyat yoldaşı Sona xanım oldu. Nəşr olunduğu iki il ərzində "İşıq"ın 68 sayı işıq üzü gördü. Amma "İşıq"ın milli mətbuatımıza, xüsusilə qadın məsələsinə saldığı işıq bu gün də davam edir.

"İşıq"ın işığında biz nələri görə bilərik?

"İşıq" qadınların səylərini bir araya gətirdi, onların tək olmadığı mesajını verdi. Bunu Qarabağın Malıbəyli kəndinin qız məktəbinin müəllimi Məmməd Qarayev qəzetə göndərdiyi məktubda yazırdı:

"Dərhal qəzeti götürüb ünas məktəbinə getdim. Dedim, bacılarım, bax soruşursunuz ki, bizdən başqa qəzet oxuyan qızlar varmı? İndi inandınız ki, var. Bax yazırlar ki, biz müsəlmanlar da adamıq, bizə də oxumaq lazımdır. Amma kişilər bizə çox zülm edirlər, lazımdır ki, bu cür əziyyətlərdən qurtaraq".[3]

"İşıq", ilk növbədə, qadınların tribunası idi, burada qadının vəzifələri, hüquqları, ailə və cəmiyyətdə yeri kimi məsələlər daim müzakirə olunurdu. "İşıq"da fikir plüralizmi vardı, qadın hüquqları məsələsinə fərqli və müxtəlif mövqelərdən yanaşılırdı. "İşıq"ın hicab məsələsində mövqeyi ikili, bir çox hallarda tərəddüdlü idi. Vəkil Mustafa bəy Əlibəyovun qəzetin son səhifəsində rus dilində dərc olunan məqalələrinin böyük əksəriyyətində islam dinində qadının yerindən, elm və təhsilin qadınlar üçün vacibliyindən söz açılırdı.

"İşıq" Gəncədən Asya Axundzadə, Xuraman Rəhimbəyzadə, Şəkidən Maral Nəbizadə, Şamaxıdan Gövhər Şövqiyyə, Bakıdan Səidə Şeyxzadə, Nabat Nərimanova, Həlimə Axundova, Həyat Çayqıraqlı, Tubu Salatınzadə kimi müxbirlər yetişdirdi.

Ən vacib məqamlardan biri Azərbaycan qadınlarının hüquqları uğrunda kişilərin qadınlarla birlikdə mübarizəsi idi. Ayağa qalxan hər bir Azərbaycan qadı-nının ailədən böyük bir dəstəyi vardı. Həmidə xanım Cavanşir – Cəlil Məmmədquluzadə, Umgülsüm – Seyid Hüseyn, Xədicə xanım Əlibəyova – Mustafa bəy Əlibəyli, Şəfiqə xanım Qaspıralı-Yusifbəyli – Nəsib bəy Yusifbəyli, Pəri xanım Zərdabi – Əlimərdan bəy Topçubaşov, Rəhilə xanım Hacıbababəyova – Mehdi Hacıbababəyov...

[1] Qasımova A. XX əsrin əvvəllərində Şimali Azərbaycan mətbuatında qadın problemləri (1901–1917). Bakı, "Adiloğlu", 2010, səh. 27–28, 90.
[2] İbid. Səh. 87.
[3] İbid. səh. 133.

Bu adlar Azərbaycan tarixinə milli müstəqillik hərəkatında, qadın hüquqları uğrunda mücadilədə qoşa mübarizə aparan cütlüklər kimi düşüblər.

Müsəlman qadınından türk qadınına keçid...

Ötən əsrin əvvəllərində qadınların mülki və siyasi hüquqlar uğrunda mübarizəsi milli özünüdərk və türk həmrəyliyi hisslərinin yüksəlişinə təsirsiz ötüşmədi. 1908-ci ildə baş vermiş gənc türklər inqilabı Azərbaycan qadınlarının diqqətindən yayınmadı. Bakıdan bir qrup ziyalı azərbaycanlı qadının Türkiyə məclisinin sədrinə göndərdiyi təbrik teleqramında deyilirdi:

“Biz, Bakının mütərəqqi müsəlman qadınları azadlığa canatım hissi ilə Türkiyə parlamentini onun qəhrəman açılış günü münasibətilə təbrik edirik... İnsan hüquqlarını müdafiə edən parlament istibdad tərəfindən tapdalanmış müsəlman qadınlarının hüquqlarını da nəzərdən qaçırmayacaq. Yaşasın dirçəlmiş Türkiyə parlamenti! Yaşasın Osmanlı azadlıq mücahidləri!”

Birinci dünya müharibəsi bu prosesi daha da təşviq etdi, Azərbaycan qadınlarının milli şüurunda onların türk köklərinə məxsus olmaları düşüncəsi güclənməyə başladı. Rus qoşunları Anadoluda ələ keçirdikləri Osmanlı ərazilərindən türk əhalisini qovmağa başlayanda Azərbaycan qadınları Anadolu qaçqınlarını və türk hərbi əsirlərini dəstəkləmək üçün əllərindən gələni əsirgəmədilər. Tarix arxivində 1915-ci ildə Sarıqamış əməliyyatında əsir götürülmüş bir qrup türk zabitinin Nargin adasından qaçışını təşkil etməkdə ittiham olunan İsrafil Hacıyevin həyat yoldaşı, xeyriyyə cəmiyyətinin üzvü Sona xanım Hacıyevanın istintaq işi saxlanılır. Sona Hacıyeva milli burjuaziyanın nümayəndələri – İsmayıl bəy Səfərəliyev, Murtuza Muxtarov, Əjdər bəy Aşurbəyov ilə birlikdə 1915-ci ilin sentyabrında əsir türk zabitlərinə maddi yardım göstərmiş, 8 zabitin Bakıdan gəmi ilə Astaraya getməsinə, oradan isə İrana qaçmasına kömək etmişdi. Polis Sona xanım Hacıyevanın türk hərbi əsirlərinin qaçışında iştirakını sübuta yetirə bilməmişdi.[1]

Müharibə illərində azərbaycanlılara vətənpərvərlik ruhunun aşılanmasında “Müsavat” partiyasının mərkəzi orqanı – 1915-ci ilin oktyabr ayından işıq üzü görməyə başlamış “Açıq söz” qəzeti böyük rol oynamışdı. Qəzet “gündəlik türk qəzeti”, onun nəşr olunduğu dil isə Rusiya hakimiyyət orqanlarında qəbul olunduğu kimi tatar yox, turk dili adlandırılmışdı.

“Açıq söz” qəzeti 1916-cı ildə Azərbaycan qadınları haqqında danışarkən o vaxta kimi qəbul edilmiş “müsəlman qadınları” yox, “türk qadınları” ifadəsindən istifadə edirdi. Bu ümmətdən millətə keçidin təzahürü idi, azərbaycanlılar özlərini türk etnosunun təmsilçiləri kimi qəbul etməyə başlayırdılar.

[1] Əliyeva L. Azərbaycan qadınları emansipasiya yollarında (1918–1920). Bakı, 2018, səh.135.

Qadınların seçki hüququ uğrunda mübarizədə: 1905–1918

1905-ci il noyabrın 18-də "Kaspi" qəzetində qız seminariyasının müdirəsi Məryəm xanım Sulkeviçin "Müsəlmanların diqqətinə" adlı məqaləsi dərc olundu. Məqalədə iki məqam diqqəti cəlb edirdi:
1. Qadınların hüquq bərabərliyi;
2. Tərəqqi məqsədilə "siyasi hərəkat üçün ləyaqətli xadimlər"in hazırlanması. M.Sulkeviç müsəlman qadınının "alçaldılmış və çarəsiz vəziyyəti"nin dözülməz olduğunu deyərək bildirirdi:

"Dövlət Dumasında sonuncu yeri tutmaq bizim mənafeyimizə uyğun deyil".[1]

Məryəm xanımın belə bir məqalə yazması təsadüfi deyildi.

Elə həmin ilin yanvar ayında "Kaspi" qəzetində rus qadın cəmiyyətinin Sankt-Peterburq Şurasının qadınlara seçki hüququ verilməsi barədə xahişi ilə Rusiya imperatoru II Nikolaya vəsatət məktubu dərc olunmuş, 1905-ci ilin aprel ayında isə Balaxanı-Bibiheybət fəhlə təşkilatının buraxdığı "Bakı şəhərinin bütün qadın şlyapa ustalarına" adlı müraciətində də bərabər seçki hüquqları tələbləri səsləndirilmişdi.

1905-ci il iyulun əvvəlində isə Bakı şəhər upravasına Sankt-Peterburqdan qadınların hüquq bərabərliyinə hüsnrəğbət bəsləyən hərəkatın 1208 qadın nümayəndəsinin imzaladığı qətnamə daxil oldu. Qətnamədə qadınlar Bakı şəhər upravasından qadın hüquqları barədə məsələni şəhər dumasının müzakirəsinə çıxarmağı və müvafiq qərarın qəbul olunmasını xahiş edirdilər. Qətnamə "zemstvo və şəhər əsasnamələri təkrar nəzərdən keçirilərkən qadınlara şəhər və zemstvo özünüidarəsində aktiv və passiv seçki hüququ verilməsi" məsələsini gündəliyə gətirirdi. Bakı şəhər upravasında bu məsələ müsbət həllini tapmışdı.

Bunun nəticəsi olaraq 1906–1909-cu illərdə dördillik müddətə Bakı şəhər dumasına seçkilərdə iştirak edən 2805 seçicidən 275 nəfəri qadın olmuşdu ki, onlardan da 126-sı azərbaycanlı idi.

Beləliklə, 1906-cı ildə Azərbaycan qadınlarının bir qismi – yalnız müəyyən əmlak senzinə (seçici senzi 15 000 rubl idi) malik zəngin qadınlar artıq praktikada seçki hüququ qazanmışdılar. Qadınlar yalnız yerli özünüidarəetmə orqanlarına, yəni Bakı şəhər dumasına seçilə bilsələr də, 1920-ci ilədək Bakı dumasının tarixində hər hansı bir qadın qlasnı seçilmir.

Bir il sonra 1907-ci il iyunun 8-də Dövlət Dumasının iclasında qadın məsələsi müzakirə edilərkən müsəlman fraksiyası müsəlman qadınlarının tam hüquq bərabərliyi haqqında məsələ qaldırdı. Xəlil bəy Xasməmmədov müsəlman qadınlarına seçki hüququ verilməsi barədə təkliflə çıxış etdi. Onun təklifini Ufa quberniyasından olan nümayəndə Ş.Sırtlanov dəstəklədi.

May ayında Dövlət Dumasının müsəlman fraksiyasının iclasında müsəlman qadınların seçki hüquqları haqqında məsələ yenidən müzakirəyə çıxarılanda natiqlər şəriət qanunlarına müraciət edərək Quranda qadının ictimai işlərdə iştirak hüququndan məhrum edilməsinə dair göstəriş olmadığnı bildirirdilər. II Dövlət Duması tezliklə buraxıldığı üçün bu məsələ nəzərdən keçirilmədi.

[1] "Каспий", 1905, 20 ноября, №223.

Mütərəqqi müsəlman ruhaniləri müsəlman qadınlarına seçki hüququnun verilməsinə mane olmasalar da, hətta Orenburqda müsəlman ruhanilərinin yığıncağında şəriətin qadınların seçki hüququna qarşı çıxmadığı haqqında qətnamə qəbul edilsə də, onlar qadınların deputat seçilməsinin və ya vəzifəyə təyin edilməsinin qəti əleyhinə idilər.[1]

Bu illər ərzində Azərbaycanın zəngin qadınlarının yerli özünüidarə orqanlarına seçkilərdə sayı artmaqda idi. Qanunun müəyyən etdiyi əmlak senzi üzrə 1911-ci ildə Bakı şəhər dumasına 1911–1915-ci illər üçün dördillik qlasnı seçkilərində iştirak hüququna malik olan seçicilərin siyahısındakı 2530 seçicidən 416 nəfəri qadın idi ki, onların arasında 236 azərbaycanlı, 87 rus, 73 erməni, 15 yəhudi və 2 gürcü qadın vardı. Bir qayda olaraq, yalnız əhalinin varlı təbəqələrindən olan qadınlar seçki hüququ almışdılar. Lakin tələb olunan əmlak senzinə malik olmayan azərbaycanlı qadınların çoxu, əksər kişilər kimi, seçki hüququndan məhrum idilər.[2]

Fevral inqilabından sonra Azərbaycan qadınlarının fəallığı xeyli dərəcədə artdı. Həmin dövrdə Ümumrusiya Qadınlarının Hüquq Bərabərliyi Liqasının Bakıda yaradılan şöbəsi 1917-ci ilin aprelində "Qadınlara – Bakı şəhərinin qadın vətəndaşlarına" adlı çağırışla müraciət etdi: "Öz vətənini sevən hər bir qadının şəraitin hökmü ilə ictimai fəaliyyətə qoşulmalı olduğu məqam yetişib".[3]

Tezliklə Qadınların Hüquq Bərabərliyi Liqası öz fəaliyyətini genişləndirdi və Respublikaçı Qadınlar İttifaqı adlanmağa başladı. Bu təşkilat müsəlman qadınlarının seçkilərə hazırlaşdırılması üzrə geniş təbliğat işi aparırdı.

1917-ci ilin aprelində Rusiya Müvəqqəti hökuməti tərəfindən qəbul olunmuş şəhər dumasına qlasnı seçkiləri haqqında yeni qaydalarına əsasən, "cinsi, milli və dini etiqadından asılı olmayaraq, 20 yaşına çatmış bütün Rusiya vətəndaşları" seçkilərdə iştirak etmək hüququna malik idilər. Bu dövrdə Azərbaycan mətbuatında bütün qadınlara seçki hüququnun verilməsi tələbləri daha tez-tez səslənməyə başladı. 1917-ci ilin aprel ayında "Açıq söz" qəzetində görkəmli Azərbaycan yazıçısı Abdulla Şaiq Azərbaycan qadınlarının hüquqlarına həsr olunmuş məqaləsində qadınların ictimai və siyasi fəaliyyətə cəlb edilməsinin zəruriliyini vurğulayır, Rusiya müsəlmanlarının böyük hissəsi olan qadınlara seçki hüququnun verilməsinin zəruriliyini sübut edərək yazırdı: *"O zaman 16–17 milyonluq müsəlman qadınları cansız, səssiz və fəaliyyətsiz məxluqlar olmazlar".*[4]

1917-ci il aprelin 15–20-də Qafqaz müsəlmanlarının Bakı qurultayı Qafqazda qadınların vəziyyətini müzakirə etdi. Siyasi komissiyanın iclasında müsəlman qadınlara kişilərlə bərabər siyasi və iqtisadi hüquqlar verilməsinin zəruriliyi bəyan edildi. Qurultayda iştirak edən qadınların təklifi ilə qadın məsələsinə dair siyasi komissiyanın qəbul etdiyi qətnaməni M.Ə.Rəsulzadə oxudu. O, çıxışında vurğulayırdı:

[1] Əliyeva L. Azərbaycan qadınları emansipasiya yollarında (1918–1920). Bakı, 2018. səh. 170.
[2] İbid. səh. 171.
[3] İbid. səh. 173.
[4] İbid. səh. 174.

“Digər xalqların qadınları kişilərlə bərabər həmin xalqların ictimai-siyasi həyatında iştirak etməklə öz millətlərinin müvəffəqiyyətlərinə yardım etdikləri bir zamanda müsəlman qadını guşənişin qala bilməz və qalmamalıdır”.[1]

Qadınların seçki hüquqları və Müəssislər Məclisinə seçkilərdə onların iştirakı haqqında məsələ 1917-ci ilin aprelində Kazanda keçirilən Ümumrusiya Müsəlman Qadınlarının qurultayında, eləcə də 1917-ci il may ayının əvvəllərində Moskvada baş tutmuş Rusiya müsəlmanlarının qurultayında müzakirə edildi.

1917-ci il mayın 21-də Azərbaycanın siyasi həyatında seçki hüququ qazanmış qadınların seçkilərdə kişilərlə bərabər iştirak edə biləcəkləri ilk seçki keçirilməli idi. Bu, Bakı şəhərinin vətəndaş komitələrinə də seçkilər idi. Sosial vəziyyətindən asılı olmayaraq, bütün qadınlar seçkilərdə iştirak hüququna malik idilər. Lakin azərbaycanlı kişilərin əksəriyyəti arvadlarının özgə kişilər ilə birlikdə seçki məntəqələrinə gəlmələrinə və səs vermələrinə əsla razı deyildilər. Belə çıxırdı ki, Bakıda digər millətlərdən olan qadınlar kişilərlə bərabər seçkilərdə iştirak etməyə hazırlaşdıqları halda, azərbaycanlı qadınlar seçki hüququndan istifadə edə bilmirdilər. Mərkəzi Seçki Komissiyası və Müsəlman İctimai Təşkilatları Komitəsi məsələni birgə yığıncaqda müzakirə etmək qərarına gəldi. Bütün təxminlərə rəğmən 21 may seçkilərində 11 000 azərbaycanlı qadın iştirak etdi. 1917-ci ilin noyabr ayının 26–28-də Cənubi Qafqazda Ümumrusiya Müəssislər Məclisinə keçirilən seçkilərdə də azərbaycanlı qadınlar Müəssislər Məclisinə namizədliklərini irəli sürməsələr də, səsvermədə fəal iştirak etdilər. Belə bir nəticənin əldə olunması üçün qadınların səsləri uğrunda mübarizə aparan milli hərəkat liderləri, mütərəqqi ziyalılar və müsəlman ruhani xadimləri az zəhmət çəkməmişdilər. Qafqaz müsəlman sünni idarəsinin rəhbəri Xəlil İbrahim Əfəndi seçki öncəsi bildirmişdi ki, islama görə qadına seçkidə iştirak etmək nəinki qadağan olunmayıb, həmin seçki millət üçün əgər vacibdirsə, bu iştirak hətta məcburidir.[2]

Azərbaycanda milli hərəkat tarixinin tədqiqatçıları hesab edirlər ki, “Müsavat” Müəssislər Məclisinə seçkilərdə azərbaycanlı qadınların seçkiyə qatılması sayəsində qələbə qazandı və o, bu müvəffəqiyyətinə görə qadın amilinə borcludur. Azərbaycan milli hərəkatının görkəmli xadimi Mirzə Bala Məmmədzadə sonralar bu hadisələri “Azərbaycan milli hərəkatı” kitabında təhlil edərkən Müəssislər Məclisinə seçkilərdə milli qüvvələrin qələbəsində qadınların rolunu yüksək qiymətləndirərək yazırdı ki, əgər qadınlar seçkilərdə iştirak etməsəydilər, o zaman məmləkətin idarəçiliyi türklərə deyil, yad ünsürlərin əlinə keçərdi. “Müsavat” seçkiqabağı mübarizədə çoxdan bəri öz həllini gözləyən və mühüm ictimai-siyasi məsələ sayılan qadın azadlığı məsələsini də həll etməyi bacardı. Bütün qadınlar bir nəfər kimi seçkilərdə iştirak etdilər və “Müsavat”ın lehinə səs verdilər.[3]

[1] Azərbaycan tarixi. 7 cilddə. V cild. Bakı, “Elm”, 2001, səh. 643.
[2] Əliyeva L. Azərbaycan qadınları emansipasiya yollarında (1918–1920). Bakı, 2018, səh. 181.
[3] Məmmədzadə M.B. Milli Azərbaycan hərəkatı. Bakı, “Nicat”, 1992, səh. 246.

Yuxarıda yazılanları nəzərə alaraq Azərbaycanda qadınların seçki hüququ uğrunda mübarizəni 3 mərhələyə bölmək olar.

Birinci mərhələ: 1905–1907. 1905-ci il 17 oktyabr çar manifestindən sonra qadınların seçki hüquqları barədə məsələni qaldırmaq imkanı ilə başlanan bu mərhələ üçün seçki hüququnun həyata keçirilməsinə dair praktiki tədbirlərin irəli sürülməsi xarakterikdir. Qadınların hüquq bərabərliyi və seçki hüquqları uğrunda mübarizəsinin başlıca fərqli cəhəti artıq bu mərhələdə özünü göstərirdi – bu işə mütərəqqi ziyalılar və maarifçilik tərəfdarları olan kişilər fəal sürətdə qoşulurdular.

İkinci mərhələ: 1908–1916. 1908-ci ildə Rusiya qadınlarının qurultayında qadınların hüquq bərabərliyi, onların mülki və siyasi hüquqları haqqında məsələnin rəsmən qaldırıldığı zamandan başlayır. Bu mərhələ üçün xarakterik cəhət qadın hüquqları uğrunda mübarizənin məqsəd və vəzifələrinin sənədlərdə dəqiq və konkret olaraq əksini tapması idi. Artıq qadın hüquqları uğrunda məqsədyönlü mübarizə aparılırdı.

Üçüncü mərhələ: 1917–1918. Qadınların siyasi aktivliyinin zirvə nöqtəsi 1917-ci ildən başlayır. 1917-ci ilin fevral inqilabı qadınların hüquq bərabərliyi uğrunda, o cümlədən seçki hüquqları uğrunda mübarizəsinin üçüncü mərhələsinə start verdi. Bu mərhələ qadınların xüsusi fəallığı, cəmiyyətin ictimai-siyasi həyatında onların bilavasitə iştirakı və qarşıya qoyulmuş vəzifələrin yüksək siyasi səviyyəsi ilə fərqlənirdi.[1]

Cümhuriyyətin elan olunması ərəfə-sində mühafizəkar dini cərəyanlar və sağtəmayüllü siyasi qruplar istisna olmaqla, demək olar ki, bütün siyasi partiyalar və hərəkatlar qadın hüquqları məsələsini gündəmdə saxlayırdı.

[1] Əliyeva L. Azərbaycan qadınları emansipasiya yollarında (1918–1920). Bakı, 2018, səh. 182–184.

28 may 1918-ci il İstiqlal Bəyannaməsi və qadın hüquqları. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətində qadın hüquqlarının təmin edilməsinə yönələn tədbirlər

Cümhuriyyətin 28 may 1918-ci il tarixində rəsmən elan olunması faktını özündə əks etdirən İstiqlal Bəyannaməsi Müstəqillik haqqında Konstitusiya Aktı rolunu oynayaraq qanunvericilik, icra və məhkəmə orqanlarının fəaliyyətinin əsasını təşkil edirdi. Bəyannamədə ilk dəfə olaraq insan haqlarının tənzimlənməsinə dair təməl prinsiplər əks olunurdu. Bəyannamənin 4-cü bəndində bərabərlik prinsipi belə təsbit olunurdu:

“Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti milliyyətindən, məzhəbindən, sinfindən, silkindən və cinsindən asılı olmayaraq öz sərhədləri daxilində yaşayan bütün vətəndaşlarına siyasi hüquqlar və vətəndaşlıq hüququ təmin edir”.

Beləliklə, Azərbaycan tarixində ilk dəfə olaraq qadınların və kişilərin bərabərhüquqlu olmasına dair hüquqi müddəalar aydın şəkildə təsbit olunur, təkcə Şərq aləmində deyil, dünya çapında böyük bir inqilaba imza atılırdı.

Milli dövlət ideoloqları bu qərarın mahiyyətini bütün qadınların kişilərlə bərabər haqq və səlahiyyətə malik olacaqları tərzdə şərh edirdilər. M.B.Məmmədzadə yazırdı:

“Qadınlar sair vətəndaşlarla bərabər vətəni və siyasi hüquq kəsb edirdilər ki, bu hal bütün Şərqdə deyil, Avropada belə tamamilə tətbiq edilmiş deyildi. Azərbaycan milli xartiyası bu qərar ilə nə qədər ülvi, bəşəri və mədəni qayələrlə doymuş olduğunu isbat etməkdədir”.[1]

1918-ci ilin noyabrında qəbul olunmuş AXC-nin “Azərbaycan Parlamentinin yaradılması haqqında” Qanunu 20-yə çatmış hər iki cinsdən olan ölkə vətəndaşlarına seçkilərdə iştirak hüququ verirdi.

Qadınlar seçkilər və Parlamentin formalaşması zamanı Azərbaycanın qəzalarında keçirilən rotasiya prosedurlarında iştirak etsələr də, onlar 1918-ci il dekabrın 7-də Bakıda açılan Azərbaycan parlamentində təmsil olunmamışdılar.

Qadınların seçki hüquqlarının möhkəmləndirilməsi yolunda növbəti addım 1919-cu ilin iyul ayının 21-də qəbul olunan AXC Müəssislər Məclisinə Seçkilər haqqında Əsasnamə oldu. Bu sənəddə qadınların dövlət hakimiyyət orqanlarına seçmək və seçilmək hüquqları bir daha təsdiq olunurdu.[2]

Lakin bu müddəalar hələ də Şərq üçün hələ yetişməmiş olan qadın məsələsinin sürətlə həll ediləcəyini göstərmirdi. Çünki söhbət yalnız siyasi hüquqlardan və vətəndaşlıq hüququndan gedirdi. Mülki və sosial-iqtisadi hüquqların tanınması məsələsi isə, təkcə qadınlar üçün deyil, yerdə qalan bütün ölkə əhalisi üçün açıq olaraq qalırdı.

Cümhuriyyət dövründə qadın hüquqları məsələsinə toxunan qanunvericilik

---

[1] Məmmədzadə M.B. Azərbaycan Milli Xartiyası (28 mayis, İstiqlal Bəyannaməsi) // “Azərbaycan” jurnalı, Bakı, 1991, № 4, s. 132–149.

[2] Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Ensiklopediyası. II cild. Bakı, “Şərq-Qərb”, 2014, Səh. 217–218.

aktlarının xarakteristikasını verərkən, ilk növbədə, nəzərə almaq lazımdır ki, vətəndaşlıq, mətbuat azadlığı, seçkilər, habelə fəhlə və qulluqçuların əmək hüquqlarının tənzimlənməsi haqqında çoxsaylı normativ aktlarda təsbit olunmuş subyektiv hüquqlar istisnasız olaraq bütün ölkə vətəndaşlarına aid edilir və orada qadınlara aid heç bir ayrı-seçkilik nəzərdə tutulmurdu. Eyni zamanda qadınların hüquqlarının təmin olunması üçün real addımlar atılırdı. Qadın problemi Cümhuriyyət parlamentində diqqətdə saxlanılan aktual mövzulardan idi.

Parlamentin ikinci iclasında "Hümmət" fraksiyasından olan deputat Ə.Şeyxülislamov qadın hüquqlarından bəhs edərək deyirdi:

"Millətimizin yarısını təşkil edən qadınlar qul sifətindədirlər. Biz onlara insan surətində baxmalıyıq. Millətin yarısı işləyib, yarısı işləməsə, o millət çolaqdır. Üzərinə heç bir xeyir yetirə bilməz. Bu gün qadınlarımız gələcək övladlarımıza tərbiyə verməkdədirlər. Əgər onlar azadə olmasalar, dövlət və vətənimizi müdafiə edən azadfikirli övlad dəxi yetirə bilməyib, özləri qul və əsir yaradarlar".[1]

Demokratik müzakirələr və məqsədyönlü siyasət nəticəsində qadınların məşğulluq imkanlarının artması, ictimai həyata qoşulması üçün Cümhuriyyət parlamentində qanun qəbul edilir, qadınların daha çox məşğul olduğu kustar sənayeni inkişaf etdirmək və genişləndirmək məqsədilə yerli sahələrə kömək göstərən kustar sənaye kursları təşkil edilir və vəsait ayrılır, işsizliyin aradan qaldırılması və iqtisadiyyatın gücləndirilməsi məqsədilə bir sıra bölgələrdə toxuculuq və tikiş emalatxanası açılması barədə müxtəlif layihələr müzakirəyə çıxarılır. Səhiyyə sahəsində də xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsində qadınların maraqları dövlət tərəfindən müdafiə olunurdu.

AXC hökumətində tədris müəssisələrinin milliləşdirilərkən milli qadın kadrların təhsil prosesinə cəlbi üçün xeyli cəhdlər edilmişdi. Uşaqların erkən yaşlarından təlim-tərbiyəsinə dövlət qayğısının artırılması və anaların əmək fəaliyyəti ilə səmərəli məşğul olmasının həyata keçirilməsi məqsədilə I Milli Qadın Gimnaziyası nəzdində Frebel sistemli uşaq bağçası yaradılması ilə bağlı qanun layihəsi qəbul edilərək yenitipli qadın məktəbi təsis edilmişdi. 1919-cu il iyun ayının 2-də qadın orta təhsil məktəblərində qanunlara dəyişikliklər və əlavələr edilərək pedaqoji şuranın sədri vəzifəsi direktor vəzifəsi ilə əvəz edilir və qadınlara bu vəzifədə kişi orta təhsil müəssisələrinin direktorları ilə bərabər hüquqlar verilir. Eyni zamanda sinif xanımı vəzifəsi sinif müəllimi ilə əvəz edilir, onlara da kişi məktəblərində dərs deyən müəllimlərlə eyni hüquqlar verilir.

Xalq Maarif Nazirliyinin yeni kişi və qız məktəbləri və seminariyalarının açılmasına dair Azərbaycan Parlamentinə təqdim etdiyi qanun layihəsi əsasında 1919-cu ildə 4 kişi, 3 qadın kurslarının açılması qərara alınmış, qadın orta məktəblərində sinif müəllimi müavini vəzifəsinin təsis olunması barədə qanun layihəsi qəbul edilmişdi.

[1] Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti (1918–1920). Parlament (Stenoqrafik hesabatlar). I cild. Bakı, 1998. səh. 930.

Cümhuriyyət dövründə mətbuatda qadın hüquqları məsələsi. Şəfiqə Əfəndizadənin yaradıcılığında qadın hüquqları.

AXC-nin xarici işlər naziri Adil xan Ziyadxanov 1919-cu ilin mayında Cümhuriyyətin birinci ildönümü münasibətilə "Azərbaycan" qəzetində AXC-nin yaranmasının tarixi və siyasi zəminləri haqqında silsilə məqalələr dərc etdirmişdi. Məqalələrdən birində o, Azərbaycan xalqının milli hərəkatında qadınların rolunu və əhəmiyyətini vurğulayırdı:

"Biz istiqlal bayrağını qaldırdığımız məqamdan etibarən qadınlar kişilərlə bərabər bayrağımızın dəstəyini möhkəm tuturdular".

A.Ziyadxanov fikrini obrazlı şəkildə ifadə edərək yazırdı ki, əgər kişini millətin sağ əli hesab etmək olarsa, bu zaman qadınlar sağ əldən heç də az dəyərli olmayan sol əldir:

"Əgər biz göynəyən və ağrıyan sol əlin qeydinə qalmasaq, onda can atdığımız tərəqqiyə nail ola bilməyəcəyik. Mən qadınların kişilərlə tam azad bərabər hüquqlarının tərəfdarıyam".[1]

Qeyd etmək lazımdır ki, A.Ziyadxanovun bu bənzətməsi hələ 1914-cü ildə Ş.Əfəndizadənin "Dirilik" jurnalında dərc etdirdiyi "Dirilik və varlıq qadınlar ilədir" adlı məqaləsindəki bənzətmə ilə üst-üstə düşürdü. Şəfiqə xanım yazırdı:

"Allah insana iki qol vermişdir, iki qol müştərəkən çalışıb vücudu bəslərlər. Kişilər və qadınlar da cəmiyyəti-bəşəriyyənin iki qoludur. Əgər müştərəkən çalışarlarsa, hər bir azrularını qazanarlar. Yox, əgər biri məəttəl qalsa, digəri də səfalətə düşür. Məşhur məsəldir: Tək əldən səs çıxmaz. Tək əl sədəqə istəmədən başqa bir şeyə yaramaz"...[2]

Milli mətbuatımızın və Cənubi Qafqazın ilk qadın jurnalisti Şəfiqə xanım Əfəndizadə 1919-cu ildə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin Parlamentində dəftərxana rəisinin köməkçisi vəzifəsində çalışırdı. Şəfiqə xanım bu məqama qədər çox keşməkeşli bir həyat yaşamışdı. 1883-cü ilin mart ayının 19-da Gürcüstanın Axısqa bölgəsinin Axalsıx rayonunun Azqur kəndində tanınmış pedaqoq Məhəmməd Əmin Hafiz Şeyxzadənin ailəsində dünyaya göz açan Şəfiqə bacısı Səidə ilə birlikdə təhsilini evdə atasından almışdı. Şəfiqə əmək fəaliyyətinə bacısı ilə Nuxa şəhərində atalarının açdığı məktəbdə qızlara dərs deməklə başlamış, 1901-ci ildən sonra isə Tağıyevin qız məktəbində ana dili və ədəbiyyat müəllimi kimi çalışmaqla Azərbaycanın ilk türk dili müəlliməsi olmuşdu. İki il sonra Şəfiqə Əfəndizadə "Şərqi-Rus" qəzetinin 1903-cü il 16 aprel sayında dərc olunan məqaləsi ilə Azərbaycan milli mətbuat tarixinə ilk qadın jurnalist kimi qədəm qoydu. Şəfiqə xanım müsəlman qadın xeyriyyə cəmiyyətlərinin yaranmasında və fəaliyyətində böyük zəhmət çəkmiş, zəngin ictimai həyat yaşamışdı. O, 1906-cı ildə Azərbaycan müəllimlərinin I qurultayında, 1917-ci ildə Zaqafqaziya Müsəlmanlarının Bakı qurultayında, Kazanda Ümumrusiya müsəlman qadınları və Moskvada Ümumrusiya

[1] Əliyeva L. Azərbaycan qadınları emansipasiya yollarında (1918–1920). Bakı, 2018, səh. 127.
[2] Əfəndizadə Ş. Seçilmiş əsərləri (1903–1925). Bakı, "Elm və təhsil", 2017, səh. 55.

müsəlmam qadınları qurultayında, 1921-ci ildə Azərbaycanın bitərəf qadınlarının I qurultayında və Moskvada keçirilən Şərq qadınlarının qurultayında iştirak etmişdi.

Ş.Əfəndizadənin yaradıcılığının ən güclü tərəfi onun jurnalist fəaliyyətinin gündəlik ictimai işlərindən qaynaqlanması idi. Şəfiqə xanımın əsərlərində dövrün müfəssəl gündəliyi və geniş mənzərəsi verilir.

Ş.Əfəndizadənin publisistikasını şərti olaraq 3 qismə bölmək olar:

1. Qadınların vəziyyətinə və hüquqlarına həsr olunan publisistik yazıları ("Etirafi-qüsurumuz", "Ünas tayfasına xitabən", "Dirilik və varlıq qadınlar illədir", "Qadınlarda dirilik və nöqsanat", "Mövqeyimiz və ehtiyacımız", "Hürriyyət və qadınlar").
2. Dövrün gündəliyini, tarixi hadisələri əks etdirən məqalələri
3. Xatirələri

Əgər birinci qisim məqalələr ümumilikdə qadın problemlərinə, onun köklərinə və həlli yollarına həsr olunursa, ikinci qisim yazılar (bunlara reportaj, xülasə və bəzən xronika da demək olar) konkret hadisələri əks etdirməklə dövrün mənzərəsini bütün çalarları ilə gözlərimiz önündə canlandırır. "Xanımlarda əsəri-intibah və nişaneyi-şəfqət" yazısı "dekabrın 8-də cümə günü Hacı Zeynalabdin Tağıyevin dövlətxanasında ismətli Sona xanım həzrətlərinin təşkil etdiyi" 8 saat davam edən qadın məclisindən reportaj,[1] "Kazandakı Ümummüslimələr syezdi" adlı silsilə yazıları 1917-ci ildə aprelin 24–26-da müsəlman qadınlarının qurultayından xronika, "Yol əsnasında gördüklərim" məqaləsi Bakıdan Axısqaya oradan isə Türkiyəyə səfərnamə kimi tarixi əhəmiyyət daşıyır. Qeyd edək ki, bu sırada Şəfiqə xanımın 1917-ci il seçkilərinə həsr olunan yazıları – "Fatmanisə xanıma cavab", "Şamaxıda qadınlar seçkisi", "Seçki və qadınlar" yazıları xüsusi yer tutur.

Şəfiqə xanımın çar Rusiyası zamanı və Cümhuriyyətin süqutuna qədər yaradıcılığna nəzər saldıqda iki maraqlı məqamın da şahidi oluruq. Bunlardan birincisi onun bir vətəndaş kimi yetişməyi, milli şüurundakı oyanışdır. Yaradıcılığının ilk on ilində ümmət və millət fərqi qoymayan, hətta "türkcə" əvəzinə "müsəlmanca" yazan Şəfiqə xanım Birinci dünya müharibəsindən etibarən "müsəlman qadınları" ifadəsini "türk qadınları" ilə əvəz edir, özünü "türk dili müəllimosi" kimi təqdim edir. İkinci bir cəhət isə Şəfiqə xanımın məsləkinə, əqidəsinə sadiqliyidir. Qadın azadlığı, qadın hüquqları məsələsi Şəfiqə xanımın yaradıcılığının ana xətti olaraq sona kimi qalır. Şəfiqə xanım AXC dövründə bu mövzuda yazılarını davam etdirməklə yanaşı, hadisələrə daim tənqidi və obyektiv yanaşır. Onun yazıları ikili standartdan, nəyisə örtbasdır etməkdən, kimlərinsə xoşuna gəlməkdən uzaqdır. 1919-cu ildə "Azərbaycan" qəzetində dərc etdirdiyi "İslamların, türklərin hər dürlü təaliləri qadınların tərfi-səviyyəsinə vabəstədir" adlı yazısında o, qadınların mövcud durumunu belə qələmə alırdı:

"Biz də üzərimizdə olan bütün qüsurları, qəbahətləri istibdadın üzərinə həml ediyorduq, iştə istibdad

[1] İbid. səh. 44–47.

yıxıldı, hökümət əlimizə keçdi. Məclisi-məbusan təşəkkül etdi, cəmiyyətlər çoxaldı, hər kəs böyük mövqelərə çatdı. Fəqət qadınların halı yenə "əski tas, əski hamamdır" halında qaldı. Bütün cəmiyyətlərin möhtərəm üzvlərinə yüzümü tutub diyoram: Qadınları yetişdirəlim, tarixə, zəmanəyə, ictimaya hazırlayalım ki, hökümətimizin qəvi və mətinliyi üçün zükurən və ünasən əl birliyilə, dil birliyilə, yürək birliyilə çalışalım".[1]

Şəfiqə xanım, eyni zamanda qadınların milli və ictimai şüurunun kasadlığından ürək ağrısı ilə yazırdı. "Təşkilatın qadınlara təsiri" məqaləsində o, küçədə təsadüfən eşitdiyi on beşyaşlı bir qızla nənənin söhbətini qələmə almışdı. Qız oğlunu əsgərliyə göndərmək istəməyən nənəyə etirazını belə bildirirdi: *"Ay nənə! Axı sən bica söz danışırsan. Ərin bələdiyyə idarəsinin üzvü olsun, bir oğlun böyük məmur olsun, bir oğlun hər kəsdən artıq millətin irəli getməsi üçün çalışşın, özün də bir külfət içində qanacaqlı hesab olunsan da, böylə danışasan. Onda o biri avam qadınlardan nə gözləməliyiz? Onda gərək onların heç biri övladlarını əsgərliyə göndərməsinlər".*[2]

Şəfiqə xanım oxucuları günahları Azərbaycan hökumətinin üstünə yıxmaqdan çəkindirərək yazırdı:

"Evdə şimdiki halda qadınlar arasında ən lazımlı, ən tərəqqi etmiş söhbətlər yay zamanını hanki seyfiyyələrdə keçirmək, hanki yerdə daha səfalı ömür sürmək və nərədə təbiətin daha gözəlliyini görmək, sərinliklərdə vaxt keçirməkdə söhbətləridir. Əlbəttə, o da lazım, fəqət bunlar 2–3-cü dərəcəli olanlardır. Şimdilik çalışqan millətlərin qadınlarını lütfən bir nəzərdən keçirəlim, tarixlərini oxuyalım. Nələr yapmışlar, nələr yapıyorlar və daha nələr yapacaqlar. Heç olmasa, kəndimizi bir az da olsa, onlara bənzədəlim".[3]

Şəfiqə xanım qadın hüquqları uğrunda mübarizədə çox şeyin qadınların özündən asılı olduğu qənaətində idi.

Ş.Əfəndizadənin həyatı və irsi Azərbaycan jurnalistika tarixinin ən qiymətli səhifələrindən biridir.

[1] İbid. səh. 129–130.
[2] Əfəndizadə Ş. Seçilmiş əsərləri (1903–1925). Bakı, Elm və təhsil, 2017. səh. 132.
[3] İbid. səh. 135.

MƏNBƏLƏR

1. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Ensiklopediyası. Cild I. Bakı, Şərq-Qərb 2014.
2. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Ensiklopediyası. Cild II. Bakı, Şərq-Qərb 2014.
3. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti (1918–1920). Parlament (I kitab. Stenoqrafik hesabatlar). Bakı: "Azərbaycan" nəşriyyatı, 1998.
4. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti (1918–1920). Parlament (II kitab. Stenoqrafik hesabatlar). Bakı: "Azərbaycan" nəşriyyatı, 1998.
5. Qasımova A. XX əsrin əvvəllərində Şimali Azərbaycan mətbuatında qadın problemləri (1901–1917). Bakı, "Adiloğlu", 2010.
6. Əliyeva L. Azərbaycan qadınları emansipasiya yollarında (1918–1920). Bakı, 2018.
7. Əkinçi (1875–1877).Tam mətni. Avrasiya Press, 2005.
8. Əfəndizadə Ş. Seçilmiş əsərləri (1903–1925). Bakı, Elm və təhsil, 2017.
9. Həsənli C. Tarixi şəxsiyyətin tarixi. Əlimərdan bəy Topçubaşov. Bakı, Azərbaycan Diplomatik Akademiyası, 2014.
10. Mahmud Kaşğari. Divanu lüğat-it-türk. Birinci cild. Bakı, Ozan, 2006
11. Məmmədzadə M.B. Azərbaycan Milli Xartiyası (28 mayis, İstiqlal Bəyannaməsi) // "Azərbaycan" jurnalı, Bakı, 1991, № 4, s. 132-149.
12. Məmmədzadə M.B. Milli Azərbaycan hərəkatı. Bakı, Nicat, 1992.
13. Rəsulzadə M.Ə. Seçilmiş əsərləri. I cild (1903–1909). Bakı, Təhsil, 2014.
14. Rəsulzadə M.Ə. Seçilmiş əsərləri. II cild (1909–1914). Bakı, Şirvannəşr, 2001.

Mövzu 6.
Gender stereotipləri

Stereotip anlayışı. Sosial stereotip.
Gender stereotiplərinin formalaşması. Gender rollar. Gender stereotipləri mediada.

Stereotip nədir?
"COVID 19" – stereotipləri aşkarlayan lakmus kağızı...

Bu dərsliyi oxuyacağınız günlərdə artıq 2020-ci ilin karantinli baharı arxada qalacaq. Böyük ehtimalla, Dünya yeni bir düzənə girəcək. Onun nə qədər dəyişəcəyini indi demək çox çətindir. Amma dünya mütləq dəyişəcək, o, fərqli olacaq. Köhnə dünya ilə vidalaşmaq çox çətin olsa da, biz yeni dünyanı tanımalı, qəbul etməli olacağıq. Bəlkə də, yeni nizam köhnədən daha yaxşı olacaq. Bəlkə də, bəşəriyyət keçdiyi yola bir daha nəzər salacaq, təbiətin əleyhinə getməyin nə qədər faciəli olduğunu dərk edəcək. Ara-sıra mətbuatda "şahzadə-dilənçi, qadın-kişi, xristian-müsəlman-bütpərəst tanımayan, ən qüdrətli dövlətləri qınına çəkilməyə, sərhədlərini qıfıllamağa məcbur edən" virusun, bəlkə də, bəla deyil, xilas olduğunu xatırladan yazılar meydana çıxsa da, 2020-ci ilin qışından bahara keçən günlərdə insanların böyük əksəriyyəti, COVID19-u böyük bir təhlükə kimi qəbul edir, qanlarına, canlarına keçmiş vərdişlərdən əl çəkmək istəmirdilər.[1] Koronavirusdan qorunmaq yolları hamı üçün, irqindən, cinsindən, milliyyətindən asılı olmayaraq, eyni olsa da, müxtəlif insanlar, toplumlar və xalqlar təhlükəyə fərqli reaksiya verirdilər. Ən başlıcası isə, insanlığın yenini qəbul etməmək istəyi idi. Nədən?

Cavab çox sadədir. Hər şeyin kökündə insanın təbiəti durur. İnsan tanımadığı nə varsa, hamısına qorxu, ehtiyatla yanaşır. Tanıdıqları, hətta qorxulu "tanışlar" belə ona o qədər də təhlükəli gəlmir. Çünki insanın tanışları ilə özünü necə apara bilmək təcrübəsi var. Amma tanış olmadıqları ilə heç bir təcrübəsi yoxdur. Təcrübəsizlik özü artıq qorxuludur. Təcrübə stereotiplərin anası, onların yarandığı nöqtədir. Elə buna görə də, stereotiplərdən danışanda COVID19-dan başladıq, ona virus kimi yox, stereotipi üzə çıxaran lakmus kağızı kimi yanaşdıq.

Yeni düzən nə qədər gözəl, cəlbedici olsa belə, insanın özünümüdafiə gücü yenini qəbul edənə qədər köhnəyə–stereotip düşüncəyə müraciət edəcək, bütün suallarını ona ünvanlayıb, ondan cavab gözləyəcək. Çünki bizim beynimiz belə qurulub. Stereotip yaratmaq insan beyninin başlıca özəlliklərindən biridir.

[1] Əliyev A. İnsanları öldürən virus. 27 mart, 2020. https://pressklub.az/ekskluziv/insani-olduran-virus-insanligi-xilas-edə-biləcəkmi/?lang=az

Stereotip necə yaranır? Stereotip nədir?
Stereotip hər hansı bir obyekt barədə emosional yük daşıyan və yüksək müqavimət gücü olan sxematik, standart bir təsəvvürdür.

Stereotiplər insan beyninin yaşanılmış təcrübələri toplayaraq onların əsasında yeni situasiyalara tətbiq edilə biləcək alqoritmlər qurmaq qabiliyyəti nəticəsində yaranır.

Stereotiplərə xas olan ən vacib iki əsas cəhət var.
1. Stereotiplərin emosional çaları və ya yükü olur.
2. Stereotiplər davamlı olur, müqavimət gücünə malikdir.

Stereotip terminini elmə ilk dəfə məşhur Amerika kommunikativisti, siyasi şərhçi Uolter Lippman gətirib. Onun 1922-ci ildə yazdığı "İctimai rəy" əsəri bir əsrə yaxındır ki, opponentlərinin təzyiqinə baxmayaraq, jurnalistlər, siyasətçilər və sosial psixoloqlar üçün masaüstü kitab olaraq qalır.

Uolter Lippman (1889–1974)

Amerika kommunikativisti, yazıçı, siyasi icmalçı Harvard məzunu olan Uolter Lippman akademik karyeradan imtina edərək siyasi icmalçılığı seçir. O, 1911-ci ildə T.Ruzveltin seçki kampaniyasında iştirak edir, 1916-cı ildə isə V.Vilsonun seçki kampaniyasının üzvü olur. 29 yaşında Paris Sülh Konfransına nümayəndə kimi qatılan U.Lippman Millətlər Liqasının yaranması haqqında konvensiyanın həmmüəllifidir. İlk sanballı əsəri – "Siyasətə giriş" 1913-cü ildə işıq üzü görüb. Bir çox Amerika prezidentinin qeyri-rəsmi müşaviri olub. Stereotip termini və Soyuq müharibə konsepsiyası ona məxsusdur. Amerikalılar onu XX əsrin ən nüfuzlu jurnalisti hesab edirlər.

U.Lippman "İctimai rəy" kitabında yazırdı:

Stereotiplər bizim üçün dünyanın düzənli və təzadsız mənzərəsini yaradır. Bu düzəndə hər şey – bizim vərdişlərimiz, zövqümüz, qabiliyyətimiz, həzlərimiz və ümidlərimiz öz yerini tutub. Stereotip mənzərə yarıçmıq ola bilər, amma bu, bizim alışdığımız bir mənzərə, dünyadır. Bu dünyada hər şey onlar üçün müəyyən olunmuş yeri tutub, gözlədiyimiz kimi hərəkət edir. Bu dünyada biz özümüzü evdəki kimi hiss edirik. Biz onun bir hissəsiyik. Biz onun bütün giriş-çıxışlarına bələdik. Burada hər şey tanışdır, normal və güvənlidir. Bu dünyanın dağları və uçurumları belə bizim onları görməyə adət etdiyimiz yerdədirlər. Biz bu şablona yerləşmək, orada öz yerimizi tutmaq üçün əvvəllər bizim üçün cəlbedici görünən çox şeylərdən imtina etməli oluruq. Amma elə ki bu stereotipi qəbul edib, onun bir hissəsinə çevrilirik, özümüzü köhnə başmaqlarımızı geymiş kimi rahat hiss etdik. Elə buna görə də stereotiplərin istənilən formada dəyişməsini biz dünyanın özünə hücüm kimi qəbul edirik.[1]

Stereotiplər güclü olduqca insan onların köləsinə çevrilir, bəzən özünün təkrarsız təcrübəsini belə onlara qurban verir. Stereotip düşüncə insanın kreativ düşüncəsinin qənimidir. Yəqin, jurnalist tələbələr kimi sizin müəllimlərinizdən tez-tez eşitdiyinz bir istək var – kreativ olun, şablon, stereotip düşünməyin. Bu yerdə "stereotip düşüncə" ifadəsi mənfi çalar daşıyır, az qala, düşüncə sahibinin yaradıcı potensialının

[1] Липпман, У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В.Барчуновой. М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2004. səh. 53.

aşağı olmasının göstəricisi kimi qəbul olunur. Doğrudandamı, stereotiplər bizim həyatımızı əngəlləyirlər? Bu sualın cavabı birmənalı deyil, stereotiplər həm dəstək ola bilər, həm də köstək.

Stereotiplər – dəstəkdir, yoxsa köstək?

Əslində, stereotiplər bizim həyatımızı asanlaşdırır. Biz onların vasitəsilə sosial olaylara və proseslərə cavab tapırıq. Bu yerdə stereotiplər bizim psixikamızı qoruyur. Çünki stereotiplərin inanca əsaslanması insanın psixikasını rahatladır. Bu mənada bəla ötüşsün deyə nəzir deyən azərbaycanlı ilə, İsa Peyğəmbərin ikonasının üzərinə bütün müqəddəslərin şəklini çəkib bir-birilə paylaşan italyan nə qədər fərqli addımlar atsalar da, əslində, eyni stereotipə əsasən hərəkət edirlər – onların stereotipləri inancdan qaynaqlanır.

Amma bu yerdə stereotiplərin həm də zəif tərəfi üzə çıxır. Onlar tipik hadisələrə şamil oluna bilir, konkret hadisələri tam izah edə bilmir. Yəni stereotiplər çevik deyillər. Onlar gerçəkliklə müqayisədə daha ləng dəyişirlər.

Beləliklə, stereotiplərin ikili – dual təbiəti var. Tarixin müəyyən bir mərhələsində gerçəkliyi adekvat əks etdirən, insanlar üçün kompas rolunu oynayan stereotiplər reallıq dəyişərsə, bizə səhv yol da göstərə bilərlər. Stereotiplərin gerçəklikdən geri qalması təhlükəlidir.

Stereotiplərin müsbət cəhətləri

– sosial proseslərə cavab tapmaqda kömək edir;
– psixikamızı qoruyur.

Stereotiplərin mənfi cəhətləri

– konkret hadisəni deyil, tipik hadisəni təsvir edir;
– çevik deyil;
– qərəzli ola bilər;
– adekvat olmaya bilər.

Stereotiplər ayrı-ayrı fərdlərə də məxsus ola bilər, toplumlara da. Sosial stereotiplər toplumların hər hansı bir obyekt barədə formalaşmış standart təsəvvürüdür. Sosial stereotiplər içərisində ən qocamanı sayılan gender stereotipləri cəmiyyətin həyatı üçün önəmli rol oynayır. O qədər önəmli ki insan xəstəliyə yoluxma təhlükəsini bir kənara qoyub maskanın qara, ya ağ olmağının fərqinə varır...

Gender stereotipləri

Gender stereotipləri cəmiyyətdə kişiyə və qadına nəyin caiz, nəyinsə caiz olmadığı barədə formalaşmış təsəvvürlərdir. Eyni hərəkət kişi və qadın üçün müxtəlif cür qiymətləndirilə bilər.

Tədqiqatçıların fikrincə, gender stereotipləri 3 qrupa bölünür.

1-ci qrup. Kişi və qadının xarakterlərinin özəlliklərinə əsaslanan stereotiplər. Məsələn, kişilər sərt, qadınlar mülayim olur. Yaxud kişilər rasional, qadınlarsa emosionaldırlar.

2-ci qrup. Ailədə və iş həyatındakı rolların cinsə görə bölünməsindən yaranan stereotiplər. Məsələn, qadının əsas sosial rolu ailə daxilində (ana, ev sahibəsi kimi), kişinin əsas sosial rolu isə peşə həyatında müəyyənləşir. Kişinin uğurunun göstəricisi karyerasında yüksəliş olduğu halda, qadının ailəsinin və

övladlarınınvarlığı onun əsas qazancı hesab olunur.

3-cü qrup. Əməyin təbiətindən irəli gələn stereotiplər. Ənənəvi olaraq belə hesab edilir ki, qadınlar xidmət sferasında çalışmalıdırlar, daim qulluq etməlidirlər, çünki bu onların təbiətindən irəli gəlir – uşağa, ərə baxmaq, onların qayğısını çəkmək. Kişilər isə təbiətən qurucu olduqları üçün onlar yaradıcı və rəhbər vəzifələrdə işləməlidirlər.[1]

Gender stereotiplərinin kökündə cinsə görə ayrı-seçkilik durur. Aşağıdakı cədvələ baxaq.

Gender stereotipləri prizmasından hərəkətlərin qiymətləndirilməsi[2]

Kişinin iş masasının üzərində ailəsinin şəkli varsa. O, ailəcanlıdır.	**Qadının** iş masasının üzərində ailəsinin şəkli varsa. O, ailəsini işindən üstün tutur.
Kişinin iş masasının üstü kağızlarla qalanıbsa. O durmadan çalışır.	**Qadının** iş masasının üstü kağızlarla qalanıbsa. O, işini qura bilmir və fikri dağınıqdır.
Kişi həmkarları ilə söhbət edirsə. O, işlə bağlı məsələləri müzakirə edir.	**Qadın** həmkarları ilə söhbət edirsə. O, qeybətcildir.
Kişi iş otağında deyilsə. O, müşavirədədir.	**Qadın** iş otağında deyilsə. O, güzgüyə baxır.
Kişi ofisdə deyilsə. O, müştərilərlə görüşür.	**Qadın** ofisdə deyilsə. O, bazarlıq edir.
O, şefi ilə nahar edirsə. Bunu karyerası üçün edir.	**O,** şefi ilə nahar edirsə. Deməк, aralarında nəsə var.
Onunla kimsə ədalətsiz rəftar edibsə. **O,** hirslənə bilər.	Onunla kimsə ədalətsiz rəftar edibsə. **O** ağlayacaq.
Kişi ezamiyyətdədirsə. Bunun onun karyerasına xeyri var.	**Qadın** ezamiyyətdədirsə. Görəsən, əri buna necə baxır?

Gender stereotiplərinin kökündəki cinsə görə yanaşma cinsi ayrı-seçkiliyi təşviq edə bilər. Gender stereotipləri əməli işə keçəndə onlar seksizmə, yəni cinsiyyətçiliyə gətirib çıxarır. Məsələn, *siyasət qadın işi deyil*, *qadın idarə edə bilməz* kimi bir stereotiplər ictimai həyatda əsas götürüləndə bu qadınlara münasibətdə cinsə görə ayrı-seçkiliyə, yəni seksizmə səbəb olur. Seksizmin kökündə *qadının qadın yeri, kişinin kişi yeri* barədə cinsi ayrı-seçkilik üzərində qurulmuş yanlış təsəvvürlər durur. Elə bu səbəbdən də seksizmin bu təsəvvürlərin üstünlük təşkil etdiyi cəmiyyətlərdə gender stereotiplərinin əsas fünkisyası cəmiyyətdəki status-kvonu qorumaqla gender disbalansını saxlamaqdır.

Azərbaycan ailəsində gender stereotipləri

2018-ci ildə BMT-nin Əhali Fondu ilə Azərbaycan Respublikasının Ailə, Qadın və Uşaq Probemlemləri üzrə Dövlət Komitəsinin ölkədə gender bərabərliyi ilə bağlı keçirdikləri sorğunun nəticələri Azərbaycan vətəndaşların əksəriyyətinin hələ də köhnəlmiş stereotiplərin təsiri altında olduqlarını belə sərgilədi:

- Qadınlara münasibətdə zorakılıq halları hələ də qalmaqdadır.
- İnsanların böyük əksəriyyəti uşaqlarla məşğul olmağın, ev yığışdırmaq və yemək bişirməyin ancaq anaların işi olduğuna inanır.
- Kişilərin 53 faizi həyat yoldaşlarına ev işlərində kömək etməyə hazırdırlar.

[1] И.Сидорская, А.Раду. Гендер и СМИ. Учебное пособие для журналистов. səh. 33.
[2] И.Сидорская, А.Раду. Гендер и СМИ. Учебное пособие для журналистов. səh. 33.

Belə bir şəraitdə qadın və kişilərin ölkədə gender bərabərliyinin vəziyyətinə münasibətləri də fərqlidir. Ölkədə gender bərabərliyinə nail olunduğunu düşünən kişilər qadınlardan 13.8 faiz çoxdur. Azərbaycanın bu sahədə hələ xeyli iş görülməli olduğunu düşünən qadınlar kişilərdən 10.8 faiz çoxdur. 13.8 və 10.8. Bu balaca rəqəm deyil, daha doğrusu, fərq deyil. Bu, ilk növbədə, düşüncələrin bir-birindən nə qədər uzaq olmasının göstəricisidir.[1]

Görəsən, kişi və qadınların düşüncələrində fərq nə vaxt və hansı yollarla aradan qalxacaq? Azərbaycan cəmiyyətində gender bərabərliyinə və stereotiplərinə münasibət kişilər və qadınlar tərəfindən həmişəmi bu cür fərqlərlə müşahidə olunub? Yoxsa bu son illərin tendensiyasıdır? Kökləri harada axtarmalı?

Bu məqamda biz Azərbaycan ailəsinə baş vurmalıyıq. Azərbaycan cəmiyyətini Azərbaycan ailəsini anlamadan dərk etmək mümkün deyil. Bu cəmiyyətdə istənilən dəyişikliklər ailədən başlayır. Azərbaycan ailəsinin gender stereotipləri Azərbaycan ailəsinin özü qədər qədimdir. **Ailə kultu** Azərbaycan mentalitetinin məhək daşıdır. Ailə kultunu anlamaq üçün professor Həsən Quliyevin *"Arxetipik azərbaycanlılar. Mentalitetin simaları"* kitabı ən maraqlı və dəyərli bələdçiniz ola bilər. Bu kitaba bizim mentalitetimiz və təhtəlşüurumuzun binasını hörən arxetiplər haqqında fəlsəfi etüdlər də demək olar.

H.Quliyevin fikrincə, azərbaycanlıların ailə kultu *ağsaqqal, kişi, qadın və qonaq* kimi arxitiplərin üzərində qurulub. Bu arxetiplərin yaşadıqları mühiti, yəni ailə mühitini formalaşdıran isə onların bir sıra vacib anlayışlara münasibətləridir. Bu anlayışlara kişi və qadın dünyası, qonaq otağı, həya, məhəbbət, seks, qısqanclıq, ayaqyolu, tütünlü məhsullar, yemək kultu daxildir. Həsən Quliyevin azərbaycanlıların həyat missiyasının ailəyə xidmət olduğunu yazır. Azərbaycan ailəsi sosiumun nəzərində patriarxal bir ailə olsa da (çünki onu sosiumda təmsil edən kişidir), onun daxilində qadının rolu az deyil. Bunu Molla Nəsrəddinin məşhur lətifəsi də açıqlayır. Bir dəfə Molla Nəsrəddindən soruşurlar ki, molla necə olur ki, sən evdə hörmətini söz-söhbətsiz saxlaya bilirsən. Molla cavab verir ki, biz evlənəndə arvadla razılaşmışıq ki, böyük işlərlə mən məşğul olacağam, xırım-xırda işlərlə o. Onda Molladan soruşurlar:

"Böyük işlər hansılardır, xırım-xırda işlər hansılar?" "Böyük işlər dünyanın gərdişi, siyasət, müharibələr, sülh danışıqları. Kiçik işlər isə ailənin qayda-qanunları, uşaqların tərbiyəsi, xeyir-şərin yola verilməsi, ata-anaya baxmaq, qohum-qardaşlarla yaxşı dolanmaq, söz-söhbətdən, dava-dalaşdan qorunmaq".[2]

Molla Nəsrəddin əslində, düzünü deyir. Azərbaycan ailəsində, demək olar ki, ən vacib məsələləri qadın – ana həll edir. Belə bir ailəni partiarxal ailə hesab etmək olarmı? Azərbaycan ailəsinin kultu kişi və qadının elə bir sintezidir ki, burada ailənin yaşaması naminə qadın ailə daxilində, kişi isə ailədən xaricdə, yəni sosiumda reallaşır. Bu zaman kişi ailəsini, yurd-yuvasını qoyub uzaq

[1] Azərbaycanda gender bərabərliyi və gender münasibətləri: mövcüd vəziyyət və imkanlar. Kişilərin gender bərabərliyinə münasibətinə dair Tədqiqatın (IMAGES) nəticələri üzrə Hesabat. səh. 10.
[2] Г.Кулиев. Архитипичние азери. Лики менталитета. Bakı, Altun kitab, 2019. səh. 49.

ölkələrə də gedə bilər. Azərbaycan ailəsində qadından fərqli olaraq, kişi ailəsini saxlamaq üçün hətta qeyri-qanuni yollara əl atsa, cinayət işlətsə belə, ətraf onu qınamır. Çünki, cəmiyyətin fikrincə, o bunu ailəsi naminə edib.

Belə bir mühitdə Azərbaycan qadınının funksiyası, daha doğrusu, özünü reallaşdırması ancaq ailə daxilində baş verdiyi üçün onun həyatını aşağıdakı fazalara bölmək olar. Qız, Gəlin, Ana. Ailə kultu qız uşağının gələcəyini ancaq öz ailəsini qurmaqda gördüyündən onun uşaqlığını qısaltmağa meyillidir. Oğlanlardan fərqli olaraq, qızlar ailə iyerarxiyasında daha aşağı yer tutur, onların inkişafı üçün bərabər imkanlar yaradılmır. Qızlar cəmiyyət üçün deyil, ailə üçün tərbiyə olunurlar, onlara gələcək gəlin kimi baxırlar. Ailə quran Qız Gəlin kimi missiyasını Ana, daha sonra Nənə olmaqla, yəni ailə kultuna xidmət etməklə başa vurur. Elə buna görə də Azərbaycanda qadın səadəti ilə ailə səadətinin arasında bərabərlik işarəsi qoymaq mümkündür. Əgər qadın ailədə xoşbəxtdirsə, o, xoşbəxt insan sayıla bilər. Yox, əgər qadının ailəsi yoxdursa, o, xoşbəxt olmaq üçün ilkin şərti əldən qaçırmış hesab olunur. Ailə kultu Azərbaycan mentalitetinin ən başlıca özəlliyini açıqlayır. Ailə üzvlərinin bütün addımları bu kultu saxlamağa yönəlir. Çünki ailə kultu xoşbəxt olmaq üçün vasitə deyil, məqsəddir.[1]

Burada maraqlı bir sual ortaya çıxır. Azərbaycan cəmiyyətində gender bərabərliyinə nail olmaq tələbi ailənin içindən gələrsə, ailə kultu naminə qadınların sosial həyatdakı rolları dəyişə bilərmi?

H.Quliyev 20 il bundan əvvəl yazdığı kitabında 1990-ci illərdən etibarən Azərbaycan ailəsinin dəyişməyə başladığını, bunun cəmiyyət həyatındakı dəyişiklərə gətirib çıxaracağını bildirirdi.

Azərbaycan ailəsinin hansı dəyişikliklərə məruz qala biləcəyini stereotiplərin dinamikası strategiyası prizmasından nəzər salaq.

Stereotiplərin dinamikası: konservasiya, modifikasiya, transformasiya

Stereotiplərin dinamikasının 3 əsas istiqaməti var:

1. Konservasiya stereotiplərin qorunması, demək olar ki, dəyişməməsidir. Karyerasından, işindən, cəmiyyət həyatındakı fəaliyyətindən ailəsinin naminə imtina edən qadınlar bu strategiyanı seçirlər.

2. Modifikasiya dəyişən mühitin təsiri altında stereotiplərinin qismən dəyişməsidir. Belə halda qadın özünün əzəli borcunu – ailəyə xidməti peşəkar fəaliyyəti ilə bir araya sığışdırmalı olur. Bu strategiyada onun peşə həyatı nə qədər önəmli olsa da, o həmişə ailədən sonra gəlir. Bu cür ailələrdə kişilər üçün də ailə iş həyatından əvvəl gəlir.

3. Transformasiya stereotiplərin tamamilə dəyişməsidir. Bu strategiya ilə yaşayan ailədə kişi də, qadın da həm şəxsi, həm ailə və həm də iş həyatı arasında fərq qoymur, onları eyni dərəcədə qiymətli hesab edir.[2]

Stereotiplər əbədi deyil. Köhnə stereotiplər tədricən dağılır, onların yerinə yeniləri gəlir.

[1] İbid. səh. 69–71.
[2] И.Сидорская, А.Раду. Гендер и СМИ. Учебное пособие для журналистов. səh. 36.

Dağılan stereotiplər: 90-lardan sonra...

1991-ci ildə SSRİ süqut etdi. Azərbaycanın müstəqilliyinin ilk onilliyi – keçid dövrü, həm də stereotiplərin dağılması ilə müşayiət olundu. 2000-ci ildən sonra ilk neft gəlirlərinin ölkənin həyatına gətirdiyi dəyişikliklər gender stereotiplərini də silkələdi. 90-cı illərin ortalarından başlamış, əsasən, zahiri görünüşdə əksini tapan dəyişikliklər tədricən sosial həyatın müxtəlif sahələrində də özünü göstərdi.

Stereotip 1. Şalvar

90-ci illərin sonuna kimi Azərbaycanda qızların şalvar geyməsinə yaxşı baxılmırdı. 90-ci illərin əvvəllərində cəsarət edib universitetə şalvar geyib gələn qızlar auditoriya üçün müəllimdən də, mühazirədən də daha maraqlı idilər. 2000-ci illərdən sonra isə proses dönməz xarakter aldı. Yaşından, sosial mənsubiyyətindən, xarici görkəmindən asılı olmayaraq, qadınların şalvar geyməsi adi hal aldı. Bəzi məktəblərdə məktəb forması kimi qızlar da məcburi olaraq şalvar geyinirlər. Bir vaxtlar, az qala, əxlaqsızlıq damğası kimi qiymətləndirilən şalvar indi daha abırlı geyim sayılır. Şalvar mövzusunu müdafiə edənlər nənələrimizin çaxçur geydiklərini arqument kimi gətirməyi xoşlayırlar.

Stereotip 2. Maşın

Bir vaxtlar Bakıda maşın sürən qadınların sayı 3-ə çatmırdı. Kəndlərdə kombayn, traktor sürən mexanizator qadınlar cəmiyyət tərəfindən adi qarşılandığı halda, Bakıda həmin illərdə maşın sürən qadınların sayı bir əlin beş barmağın-dan az idi.

Sükan arxasındakı qadın təəccüb qarışıq maraq doğururdu. 90-cı illərin sonunda maşın sürən qadınlara şalvar geyən qadın kimi baxılırdı – hamının gözü sükan arxasında qalırdı. 2000-ci illərdən sonra qadın sürücülərin sayı artmağa başladı. Onların içərisində hicablı qadınlar xüsusi yer tutur. Bir ailədə kişi ilə yanaşı, qadınların da maşın almasının xeyrinə gətirilən başlıca arqumentlərdən biri qadının ana kimi qayğıları, uşaqlarını məktəbə, məşğələlərə daşımasıdır. Qadın sürücü indi heç kimi təəccübləndirməsə də, qadınların kişilərdən daha pis maşın sürdükləri kimi qərəzli fikir hələ də üstünlük təşkil edir.

Stereotip 3. Hüquqşünas qadın

90-cı illərin ortalarına kimi hüquq təhsili alan qızların sayı oğlanlarla müqayisədə təqribən 11-in 5-ə nisbətində idi. 90-ci illərin sonu üçün qızların sayı əvvəlcə artmağa, daha sonra oğlanları üstələməyə başladı. İndi hüquq fakültələrində, ən pis halda, oğlanlarla qızların sayı bərabərdir. Bu stereotipin dağılması səbəbləri sırasında qadın hüquqsünaslara hüququn bir çox sahələrində ehtiyacın artması göstərilir. “Hüquq qadın sənəti deyil, qadınınkı müəllim, ya həkim olmaqdır” kimi stereotip düşüncə tərzi dağılıb. Hüquqşünas qadınların sayının artma səbəbini izah etmək üçün iki statistik göstəricini araşdırmaq olar. Bunlardan birincisi hüquqşünaslığı seçən abituriyentlərin sayının, digəri isə hüquqşünaslığı seçən abituriyentlərin əldə etdikləri nəticələrin gender statistikası ola bilər.

Stereotip 4.

Ayrı yaşamaq. Ev kirayələmək

Azərbaycan ailəsi bir qayda olaraq, övladının istər qız olsun, istər oğlan ailədən ayrı yaşamasının əleyhinədir. Son onilliyin tendensiyası sırasında gənc qızların ailədən ayrılaraq özlərinə ev kirayələməları xüsusi yer tutur. Bu zaman şəxsi azadlıqlarla yanaşı, həm də kirayə evin iş yerinə yaxın olması da arqument kimi göstərilir. Lakin subay insanlar üçün, istər qız olsun, istərsə də oğlan, ev tapmaq ailəli insan üçün ev tapmaqdan daha çətindir. Bu məsələdə kirayə verənlərin gender stereotipləri öz rolunu oynayır. Onlar subay adamla müqayisədə ailəli adamın daha güvənli olduğuna inanırlar.

Stereotiplər əbədi deyil. Onlar da dəyişə bilir. Stereotiplərin dəyişməsində cəmiyyətə yeni obrazların təqdim olunması çox önəmlidir. Yeni obraz yeni məzmun deməkdir. Yeni obrazın və yeni məzmunun təqdimində, təşviqində, onun auditoriyaya ötürülməsində medianın rolu danılmazdır.

Gender stereotipləri mediada

Özümüzdən başlayaq

Media dedikdə təkcə ənənəvi medianı mətbuat, radio və televiziyanı deyil, geniş mənada medianı nəzərdə tutmaq lazımdır. Bu mənada ədəbiyyatın və teatrın rolu şəksizdir. Stereotip düşüncənin varlığı olan Bəsti, Yetər, Qıztamam, Qızbəs, Kifayət, Tamam kimi qadın adları ötən əsrin 20–30-cu illərində Sevillə, Almazla əvəz olundu. C.Cabbarlının qəhrəmanları teatr səhnəsindən həyat səhnəsinə addımladılar, özləri ilə yeni gender stereotipləri gətirdilər. Səməd Vurğunun qəhrəmanı Sosialist Əməyi Qəhrəmanı Bəsti Bağırova isə həyatdan ədəbiyyata gəldi...

1956-cı il fevralın 14-də Azərbaycan televiziyası ilk dəfə fəaliyyətə başlayanda Azərbaycan tamaşaçısının ilk gördüyü sima da qadın oldu. O, aktrisa Nəcibə Məlikova idi.

Bu gün media məkanı daha genişdir. Sosial medianın əhatə dairəsi, çatımlılığı, çərçivəsizliyi və insanlara fikirlərini ifadə etməkdə verdiyi sərbəstlik ənənəvi medianın meydanını xeyli dərəcədə daraldıb. Həvəskarların artması, vətəndaş jurnalistikasının vüsət alması mediada gender stereotipləri məsələsini yenidən gündəmə gətirir. Bu yerdə peşəkar jurnalistika həvəskar jurnalistikadan nə ilə fərqlənir və ya fərqlənməlidir? Jurnalist kimi biz nələri bilməyik? Nələrdən çəkinməliyik?

Bu suallara cavab tapmazdan öncə, özümüz-özümüzü yoxlamalıyıq. Biz gender stereotiplərindən nə dərəcədə azadıq? Aşağıdakı suallara cavab axtarmağa çalışaq.

Sual 1. Qobustan qayalıqları üzərindəki şəkillərə baxın. Kimi görürsünüz? Bu insanlar kişidir, ya qadın?

Sual 2. Qobustan qayalıqlarında ən qədim musiqi aləti olan qavaldaşının yanında ifaçının şəklini çəksəydiniz, onu qadın, ya kişi kimi təsvir edərdiniz?

Sual 3. Sizcə, ilk rəssam kişi olub, ya qadın? Dünyada ilklərə imza atanlar, sizin fikrinizcə, kişilərdir, ya qadınlar?

Sual 4. Sizcə ərlə arvad boşanarsa, uşaqlar kimin yanında qalsalar, daha yaxşı olar – atanın, ya ananın?

Sual 5. Sizcə, kompüter texnologiyaları sahəsində kimlər daha başarılıdır: kişilər, ya qadınlar?

Sual 6. Sizcə, maşını kim yaxşı sürür: qadın, ya kişi?

Sual 7. Sizcə, qadın beyni, ya kişi beyni deyilən bir anlayış varmı? Gender beyni olurmu?

Bu sualların hər birini cavablandırdıqda cavabınızı əsaslandırmağa çalışın, seçiminiz hər hansı bir cinsin üzərində olarsa, niyə görə belə düşündüyünüzü izah edin.

Qobustan qayalarının üstündəki insanın kişi, ya qadın olmasını təsdiq edən məlumat tapa bilməsəniz də, bu suala ancaq öz təsəvvürlərinizdən və ya stereotiplərinizdən çıxış edərək cavab verəcəksinizsə, 4, 5, 6 və 7-ci sualların cavabında statistikaya və ya araşdırmalara müraciət edib sizin gender stereotiplərinizi sarsıda biləcək məlumatlara rast gələ bilərsiniz. İndi biranlığa təsəvvür edin ki, siz bir jurnalist kimi bu təsəvvürlərin təsiri altında yazı yazırsınız. Məsələn, gender beyninin mövcud olduğuna inanırsınız. Sizin verəcəyiniz mesajların nə kimi nəticələri olacağını təxmin edə bilərsinizmi?

UNUTMAYAQ!

Jurnalist gender stereotiplərini təbliğ etməməli, onlara qarşı mübarizə aparmalı və media qadınların və kişilərin pozitiv və gender stereotiplərin azad imicini təşviq etməlidir.

Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranışı Qaydaları

2005-ci ildə Harvard Universitetinin prezidenti Larri Sammers qadın beyninin imkanlarını şübhə altına aldığına görə canını tənqidlərdən qurtara bilmədi...

Gender beyni varmı?

Kişilərin qadınlardan daha ağıllı olması, elə buna görə də dəqiq elmlərdə daha yüksək nəticələr göstərməyə təbiət tərəfindən “hazırlandıqları” barədə düşüncələr ən geniş yayılmış gender stereotiplərindəndir.

2005-ci ildə Harvard Universitetinin o zamankı prezidenti Larri Sammers “Elmdə və mühəndislikdə kadr müxtəlifliyi” mövzusunda keçirilən konfrans üçün “Aparıcı universitetlərin elm və mühəndislik fakültələrində daimi vəzifələrdə qadınların təmsilçiliyi” adlı çıxışını kişilərin daha yüksək variantlılığı hipotezası üzərində qurmuşdu. Sammers deyirdi ki, ciddi elmdə ancaq orta səviyyədən 4 dərəcə yuxarıda olan insanları görmək olar. Statistika da bunu təsdiq edir ki, bu səviyyədə hər 5 kişiyə 1 qadın düşür. Elə buna görə də spektrin elm və biznes sahəsində ən yüksək göstəriciləri əks etdirən sağ tərəfində qadınlar yox, kişilər yer alır.

Sammers bu məsələyə aydınlıq gətirmək üçün spektrin yüksək hissəsindəki “qabiliyyətlərin fərqinə” istinad edirdi.[1]

Sammersin bu bəyanatı mətbuatın hiddətinə səbəb oldu, onu qərəzli baxışlarına və köhnə fikirliliyinə görə tənqid etməyə başladılar. İş o yerə çatdı ki, elmi ictimaiyyət məsələnin kökünə çıxmağa qərar verdi. Məlum oldu ki, Sammers məruzəsində bir neçə klassik səhvə yol verib. Məsələn, onun təhlil zamanı isti-

[1] Гендерный мозг. Современная нейробиология развенчивает миф о женском мозге. Москва 2019, səh. 249.

Bunlar düz deyilmiş...

Kişilərin arasında dahilərin də, idiotların da sayının eyni olması barədə təsəvvür yanlışdır... Kişilərin topoqrafik qabiliyyətlərinin qadınlardan daha güclü olması barədə təsəvvür yanlışdır...[1]

nad etdiyi 5-in 1-ə nisbəti həmin konfrans üçün elan edilmiş məsələlərin həllində yüksək nəticələr əldə edənlərin nisbəti idi. Təşkilatçılar bu nəticələrin insanın qabiliyyətlərini qiymətləndirmək üçün heç bir proqnostik əhəmiyyət daşımadığını bildirsələr də, Sammers bunu qeyd etməmişdi. Sammersin gender bərabərsizliyi haqqında ortalığa qoyduğu məlumatları, eləcə də qadınların karyera pilləkəni ilə irəliləmələri barədə göstəriciləri toplayaraq məsələni bir daha araşdıran tədqiqatçılar yazırdılar ki, 1960-cı illərdən sonra ABŞ-da riyaziyyat sahəsində gender bərabərsizliyinin aradan qalxması tendensiyası hər iki cinsin nümayəndələrinin riyazi qabiliyyətlərinin anadangəlmə, bioloji olaraq şərtləndiyini şübhə altına alır. Araşdırmaçıların gəldikləri ən maraqlı qənaət bu idi – qadınların elmdə uğur qazanmalarına ən böyük maneə onların valideynləridir. Çünki valideynlərin qızların riyazi təfəkkürü ilə bağlı qərəzli düşüncələri övladlarının bu sahədə irəliləmələrinə mane olur, nəticədə elmlə məşğul olan qızların sayı süni şəkildə azalır, onlar üçün bərabər imkanlar yaradılmır. Araşdırmaçılar valideynlərin məsuliyyətsizliyindən qaynaqlanan bu problemə belə ad verdilər – “su buraxan boru”...[2]

Beləliklə, Sammersin məlumatlarının yanlış interpretasiya etməsi sübut olundu. Güman etmək olardı ki, Sammersin qalmaqalından sonra qadın beyni haqqında söz-söhbətlər bitəcək. Amma stereotiplər bizim zənn etdiyimizdən də güclü çıxdı. 12 il sonra Google şirkətinin əməkdaşı Ceyms Damor eyni səhvləri təkrar edərək bərabərsizliyin kökündə bioloji fərqlərin durduğunu, kişilərin sistemli, qadınların isə empatik olduqlarını yazırdı. O, şirkəti inandırmağa çalışırdı ki, kişilər və qadınlara bərabər imkanların təşviqi üçün vaxt sərf etməsin. Damorun təklifi daha böyük narazılıq və qalmaqal yaratdı. Damor işi ilə vidalaşmalı oldu.[3] Damor proqramlaşdırmanın oğlanlar üçün olduğunu yazsa da, onun bu mülahizəsini Hindistanda proqramlaşdırma ilə məşğul olan qızların sayı ilə alt-üst etmək olar. Gender beyni ən güclü gender stereotiplərindəndir. Bu stereotip fərdlərin, cəmiyyətlərin, son nəticədə bəşəriyyətin inkişafını əngəlləyir. Jurnalistlərin edə biləcəyi bu stereotipləri dağıdan insanlar barədə yazmaqdır. Onlar keçmişin unudulmuş qəhrəmanları da ola bilər, müasirlərimiz də.

Beyin beyindir...

Beyin dayanmadan dəyişir. Həyat təcrübəmiz, kompüter oyunlarına aludəliyimiz, hətta həyatdan gözlədiklərimiz belə beyni dəyişir... Janet Haydın tədqiqatları göstərir ki, qadınlar və kişilər bütün psixoloji parametrlərinə görə bir-birlərindən fərqlənməkdən çox, oxşardırlar...[4]

[1] Гендерный мозг. Современная нейробиология развенчивает миф о женском мозге. Москва 2019, səh. 250, 264.
[2] İbid, səh.250.
[3] İbid, səh.251.
[4] İbid. səh.300, 303.

Reyhan Camalova – gender beyni stereotiplərini sındıran qız

Valideynlər fərqli düşünə bilərlər...

Azərbaycanda kişilərin 37,2 faizi, qadınların 21,4 faizi belə hesab edirlər ki, təhsil üçün ayrılan pul az olduqda, onu oğlan uşağına xərcləmək daha yaxşı olardı.[1]

İnternetdə “Reyhan” yazıb axtarış versəniz, hələ ki bitki “reyhan”ın bu qızın adını üstələdiyini görəcəksiniz. Amma biz inanırıq ki, bir gün Reyhanın adının yanında soyadını yazmağa ehtiyac qalmayacaq, onu tanımayan tapılmayacaq. Bunun üçün media da öz işini qərəzsiz görməlidir.

Reyhan necə oldu ki, 15 yaşında qəhrəmana çevrildi?

- Reyhan Rauf qızı Camalova 17 noyabr 2002-ci ilin noyabr ayının 17-də Quba şəhərində ziyalı ailəsində anadan olub.
- 2009-cu ildə Quba şəhərində A.Məmmədov adına 2 nömrəli təbiət təmayüllü məktəb-liseyə qəbul olunub.
- 2015-ci ildə İstək liseylərinə keçirilən qəbul imtahanında Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu üzrə ən yüksək nəticə göstərərək 100% təqaüd qazanıb. Hazırda Bakıda təhsil alır.
- 2017-ci ildə Azərbaycanda ilk dəfə keçirilən “ClimateLaunchpad” startap akselerasiya proqramına “Rainergy” layihəsi ilə qatılıb.
- 2017-ci ildə “Social Innovation Lab”ın rəsmi təşkilatçılığı ilə keçirilən “ClimateLaunchpad” startap akselerator proqramını bitirib.
- 2017-ci ildə ABŞ və Hindistanın birgə təşkilatçılığı ilə Hindistanda keçirilən “Qlobal Sahibkarlıq Sammiti 2017”-də Azərbaycanı “Rainergy” layihəsi ilə təmsil edib.
- 2018-ci ildə “Rainergy” adlı layihəsi ilə Forbes jurnalının 30 yaşdan aşağı 30 asiyalı siyahısına düşüb.
- 2018-ci ildə BBC-nin 100 Qadın layihəsinə seçilib.

“Rainergy” layihəsi yağış suyundan istifadə edərək elektrik enerjisi yaratmağı nəzərdə tutur. Gələcəkdə istehsalı nəzərdə tutulan qurğunun prototipi hazırda 22 led lampanı işıqlandırıb, 22 vatt enerji yaradır.

İndi isə Reyhan Camalova barədə yazılan məqalələri toplayaraq onları gender bərabərliyi açısından təhlil edək. Azərbaycan mediasının Reyhan Camalovanın timsalında qızların elmlə məşğul olmasına nə dərəcə dostcasına yanaşdığını araşdıraq.

Yardımçı suallar

1. Reyhandan danışarkən onun istedadı ilə qız olması arasında əlaqə vurğulanırmı?
2. Reyhanın böyüdüyü mühit barədə nə danışılır?

[1] Azərbaycanda gender bərabərliyi və gender münasibətləri: mövcüd vəziyyət və imkanlar. Kişilərin gender bərabərliyinə münasibətinə dair Tədqiqatın (IMAGES) nəticələri üzrə Hesabat, səh. 18.

3. Onun istedadının valideynləri tərəfindən dəstəkləndiyi bildirilirmi?
4. Reyhanın valideynləri barədə hansı informasiya verilir?
5. Reyhanın ailəsi, bacı-qardaşı barədə informasiya vardırmı?
6. Reyhanın nəyə görə təbiət təmayüllü məktəbə getdiyi açıqlanırmı?
7. Reyhanın böyüdüyü region barədə hansı informasiya var?
8. Reyhanın özü haqqında düşüncələrində gender məsələlərinə yer ayrılıbmı?
9. Reyhanın gender bərabərliyi ilə bağlı verdiyi mesajlar varmı?
10. Gender bərabərliyi bərabər imkanlar yaratmaq üçün məqalələrdə dəstəklənirmi?
11. Reyhanın uğurunun səbəbi olaraq nə göstərilir – fitrən istedadlı olması, istedadının ailəsi tərəfindən dəstəklənməsi, ya onun üçün bərabər imkanlar yaradılması?
12. Reyhan barədə gender bərabərliyi açısından yazı yazsa idik, məqaləni necə qurardıq, nələrə üstünlük verərdik?

MƏNBƏLƏR

1. Azərbaycanda gender bərabərliyi və gender münasibətləri: mövcüd vəziyyət və imkanlar. Kişilərin gender bərabərliyinə münasibətinə dair Tədqiqatın (IMAGES) nəticələri üzrə Hesabat.
2. http://unazerbaijan.org/wp-content/ uploads/2018/12/gender-equality-az.pdf
3. Г.Кулиев. Архитипичние азери. Лики менталитета. Bakı, Altun kitab 2019.
4. Липпман, У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В.Барчуновой. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. URL: http://gendocs.ru/docs/41/40272/conv_1/file1.pdf.
5. Гендерный мозг. Современная нейробиология развенчивает миф о женском мозге.
6. http://maxima-library.org/mob/
7. И.Сидорская, А.Раду. Гендер и СМИ. Учебное пособие для журналистов
8. http://elib.bsu.by/bitstream/
9. Nittle, N. K. What Is a Stereotype? http://goo.gl/HFzpLw, Erişim Tarihi: 30 Ekim 2014
10. Steranger Charles, Shaller Mark 2000. Stereotypes and Prejudice. California, 2000.
11. b/455068?format=read

Mövzu 7.
Mediada cinsiyyətçilik

Cinsiyyətçilik bir fenomen kimi və onun insanların həyatına təsiri, düşmənçilik yönümlü cinsiyyətçilik və xoşməramlı cinsiyyətçilik. Cinsiyyətçiliyin nəzəri aspektlərini bilməyin gündəlik peşə praktikasına faydası. Qadınların mediada çərçivələnməsində cinsiyyətçiliyin təzahürü. Sosial mediada cinsiyyətçi yanaşma. Mediadakı gender stereotipləri və cinsiyyətçiliklə mübarizə də Avropa Şurasının rolu.

Cinsiyyətçilik hakimiyyət münasibətləri və gender mövqeləri məsələsi kimi

"Cinsiyyətçilik" termini şəxsin cinsi mənsubiyyətinə əsaslanan qərəzli yanaşmanı və çox zaman kişilərlə müqayisədə qadınların səviyyəcə aşağı olduğunu göstərmək üçün istifadə olunan müəyyən ifadə formasını bildirir. Avropa Şurası cinsiyyətçiliyin aşağıdakı anlayışına istinad edir: "Çox zaman cins əlamətinə əsaslanan sosial rolların ənənəvi stereotipləri kontekstində ifadə edilən və aşağısəviyyəli olduğu güman edilən cinsin nümayəndələrinə qarşı ayrı-seçkilik praktikasının olması ilə nəticələnən bir cinsin digərindən üstün olduğu barədə mülahizə, əqidə və ya iddia".[1]

Sadə dildə desək, gender də, şəxsin sosial-iqtisadi statusu kimi, bütün həyatı boyu imkanlarını və həyat təcrübəsini formalaşdıra bilər. *Gender mövzusuna aid ədəbiyyatda "cins" termini bioloji, "gender" termini isə sosial qavrayış kimi qeyd edildiyi halda, "cinsiyyəçilikdən" söhbət getdikdə gender mövqelərində fərqlilik siyasəti aktuallıq kəsb edir.*

Yaş ilə yanaşı, "gender" də insanların statusundakı fərqlərin əsasını təşkil edən universal aspektlərdən biridir. "*Patriarxatın yaradılması*" əsərində Gerda Lernerin yazdığı kimi, gender "elə bir kostyum, maska, dəli köynəyidir ki, kişilər və qadınlar onu geyərək özlərinin qeyri-bərabər rəqslərini ifa edirlər" (*Lerner, 1986): 238*), o qadınlara qarşı kişilər tərəfindən sistematik pis rəftar formasıdır, bütün digər tabelik münasibətlərindən əvvəl mövcud olmuş *tabelik üsuludur*. İrqi, sinfi və yaş mənsubiyyətinə əsaslanan digər repressiv sosial xurafatın aradan qaldırılması üçün, ilk növbədə, cinsiyyətçilik aradan qaldırılmalıdır.

Cinsiyyətçiliyin təsirlərinin miqyasına misal olaraq qeyd edək ki, 1980-ci ildə Birləşmiş Millətlər Təşkilatı Qadınların vəziyyətinə dair ikinci ümumdünya konfransında (həmin konfransda nümayəndələr Qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarının ləğv edilməsi haqqında Konvensiyanı (CEDAW) imzaladılar) bu bərabərsizlik amilinin qadınların üzərinə qoyduğu yükün xülasəsini təqdim etdi: "Dünya əhalisinin yarısını təşkil edən qadınlar dünyadakı işlərin üçdə ikisini yerinə yetirir, dünyadakı gəlirlərin

[1] Bax: Avropa Şurası: "Cinsiyyətçi nifrət nitqinə dair informasiya sənədi", Gender Bərabərliyi Bölməsi tərəfindən hazırlanıb (1 fevral 2016-cı il). Sayt: https://rm.coe.int/168059ad42, səh. 3.

onda birini qazanır və dünyadakı əmlakların yüzdə birinə sahibdirlər”. [1] Bu, cinsiyyətçiliyin insanları iqtisadi cəhətdən necə əlverişsiz duruma salmasını, o cümlədən əmək haqlarında əhəmiyyətli fərqlərin olmasını və məşğulluqda ayrı-seçkilik edilməsini göstərən çox konkret bir nümunədir. O, qadınların təhsil almaq istəklərinə, bilik əldə etmək və iş funksiyalarını yerinə yetirmək imkanlarına təsir göstərdiyi üçün son nəticədə onların daha aşağı əməkhaqqı ilə “mükafatlandırılmaqlarına” səbəb olur.

Son illər Qərb cəmiyyətlərində gender bərabərliyi məsələsi ictimaiyyətin diqqətini cəlb etməklə yanaşı, eyni zamanda mühüm ictimai mövzuya çevrilib. Təqdirəlayiq səylərin olmasına baxmayaraq, məşğulluq səviyyəsi, əmək bazarındakı mövqe, əməyin ödənişi, qərar səlahiyyətli vəzifələrdə təmsilolunma, ev təsərrüfatında iş bölgüsü və cəmiyyətin həyatının bir çox digər mühüm sahələrində iştirak baxımından gender bərabərliyi hələ də təmin olunmayıb. Ciddi gender bərabərsizliklərinin arxasında çoxsaylı səbəblərin dayandığını iddia etmək olar, amma bu sırada gender xurafatı kimi ənənəvi stereotiplərin rolu şəksizdir. Artıq həyatlarının erkən çağlarında oğlan və qızlara necə davranmalı, hansı işlə məşğul olmalı və ya işi xoşlamalı, hansı oyuncaqlara və ya geyimlərə üstünlük verməli olduqları təlqin olunur. Erkən uşaqlıq çağlarından uşaqlar gender stereotiplərinə əsaslanan seçimlər edirlər. Çox zaman qızlar romantik, oğlanlar isə daha çox qəhrəmanlıq hekayələrini xoşlayırlar. Bu gender stereotipləri üstünlük verilən mədəni seçimləri, mənaları və rollarla bağlı gözləntiləri nümayiş etdirir ki, bununla da çox zaman insanların səssizcə qəbul etdikləri əqidələri, hissləri, mövqeləri və davranışları formalaşır. Uşaqlıq dövründə bu gender stereotipləri oğlanların və qızların vaxtlarını, əsasən, eyni cinsdən olan həmyaşıdları ilə keçirmələri ilə və bir-biri ilə təmaslardan yayınmaları ilə nəticələnir. Cinsiyyətçi mövqelər və baxışlar onların gələcək həyatlarının trayektoriyasını məhdudlaşdıraraq ona təsir göstərir. Gender amilinə əsaslanan rolların uşaqlıqdan formalaşması, daha sonra gənc insanlara onlar üçün əlçatan ola biləcək müxtəlif emosional, sosial və təhsil imkanlarının dərk edilməsinə mane olur. Stereotiplər gender bərabərliyinin təmin edilməsinə yönələn dövlət siyasətinin potensial imkanlarının gerçəkləşdirilməsinə də təsir göstərir.

Cinsiyyətçilik daim qadınlara qarşı düşmənçiliyin təzahürü kimi qəbul edilir. Amma cinsiyyətçilik nəzəriyyəçilərinin iddia etdiyinə görə, bu nöqteyi-nəzər cinsiyyətçiliyin mühüm aspektini nəzərə almır: cinsi antipatiya ilə paralel olaraq qadınlara qarşı müsbət subyektiv hisslər də mövcud olur. Bu nəzəriyyəçilər iddia edirlər ki, cinsiyyətçiliyə iki cinsiyyətçi mövqeyi əhatə edən *çoxaspektli qavrayış* kimi baxmaq lazımdır: düşmənçilik yönümlü cinsiyyətçilik və xoşməramlı cinsiyyətçilik. *Düşmənçilik yönümlü cinsiyyətçilik* cinsiyyətçiliyin elə bir versiyasıdır ki, gender xurafatının və ya neqativ

[1] Bax: Birləşmiş Millətlər Təşkilatının “Qadın dekadası” çərçivəsində ümumdünya konfransının hesabatı: Bərabərlik, inkişaf və sülh – Kopenhagen, 14–30 iyul 1980-ci il. (Məruzə), Nyu-York şəhəri: Birləşmiş Millətlər Təşkilatı, 1980. Sayt: https://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/otherconferences/Copenhagen/Copenhagen%20Full%20Optimized.pdf, səh. 8.

qərəzliliyin klassik anlayışına uyğun gəlir. *Xoşməramlı cinsiyyətçilik* isə qarşılıqlı əlaqədə olan elə baxışlar toplusudur ki, bunlar qadınlara stereotiplərə əsaslanan və çərçivələri müəyyən edilən rollar mövqeyindən yanaşır, amma hisslər baxımından pozitiv subyektiv baxışlardır və insanları sosialyönümlü davranışlar kimi müəyyən edilən qayğıgöstərmə və yardımetmə, məhrəmanə hisslər büruzəvermə, hisslərini etibaretmə kimi hərəkətlərə sövq edir.

"Ambivalent cinsiyyətçilik" nəzəriyyəsinə əsasən, cinsiyyətçilik çoxaspektli fenomendir: düşmənçilik yönümlü cinsiyyətçilik (DYC) qadınlara qarşı açıq-aydın antipatiya nümayiş etdirir, xoşməramlı cinsiyyətçilik (XC) isə, belə görünür ki, pozitiv yönlüdür, amma qadınlara münasibətdə himayədarlıq mövqeyi nümayiş etdirir. Onun əsasını ənənəvi stereotiplər və kişilərin dominantlığı təşkil edir. Belə ki, kişilərə dolanışıq təminatçısı, qadınlara isə himayədə olanlar kimi baxılır; bu yanaşmanın nəticələri isə çox zaman zərərli olur. Ambivalent (ikili) cinsiyyətçiliyi nikahdan tutmuş (burada qadınların ənənəvi olaraq qəbul edilən ailədəki rolları onların karyera inkişafını və ambisiyalarını məhdudlaşdırır, onlara qeyri-mütənasib ev təsərrüfatı işləri, böyütmə və tərbiyələndirmə vəzifələri ayrılır) digər sahələrə, məsələn, əmək və ya media sahəsinə qədər (burada hökmranlıqla əlaqədar olan, bütün müvafiq şəxslər üçün ayrılan gender rolları normalarının sayəsində kişilərin dominantlığı bərqərar olur) cəmiyyətin institutlarında və praktikasında müşahidə etmək olar. Ambivalent cinsiyyətçilik nəzəriyyəçiləri qadınlara münasibətdə düşmənçilik yönümlü və xoşməramlı cinsiyyətçiliyin ölçülməsi üçün şkala işləyib hazırlayıblar (bax: "Ambivalent cinsiyyətçilik inventarları", *Qlik və Fiske, 1996*). Bu 22 səviyyədən ibarət şkala qadınlara münasibətdə düşmənçilik yönümlü və xoşməramlı cinsiyyətçiliyin fərdi səviyyələrini qiymətləndirir. DYC bir faktordan ibarət olduğu halda (hərçənd ki, əvvəllər onun üç komponentli olduğu hesab edilirdi), XC üç faktoru özündə birləşdirir: qoruyucu paternalizm (qadınlara qarşı cəngavər münasibəti), gender diferensiasiyasının tamamlayıcı komponenti (qadınların stereotiplərə əsaslanan rolları) və heteroseksual yaxınlıq (kişilərlə qadınların biri olmadıqda digərinin natamam olduğunu hesab edən mövqe). Beləliklə, baxmayaraq ki, subyektiv baxımdan düşmənçilik yönümlü və xoşməramlı cinsiyyətçiliyi nəzəri cəhətdən bir-birindən ayırmaq olar, onlar real həyat situasiyalarında yanaşı mövcud olurlar. Koqnitiv (idraki) ziddiyyətlərə təkan vermək əvəzinə, DYC və XC münasibətləri qadınları "yaxşı" və "pis" qadın yarımqruplarına bölən kişilər tərəfindən idarə olunur ki, bu da ambivalent cinsiyyətçiliyin müsbət və mənfi tərəflərini özündə təcəssüm etdirir. Bu baxışlara əsasən, qadınların bəzi tipləri (karyerist qadınlar, feministlər, lezbiyanlar, aktivistlər, peşəkarlar) düşmənçilik münasibətinə layiqdirlər, digərlərinə, məsələn, evdar qadınlara, analara, ailə üzvlərinin qayğısına qalanlara qarşı rəftar isə xoşməramlı olmalıdır. Bu qadın yarımqrupları köhnə hökmranlıq münasibətlərini və köhnə gender mövqelərini əks etdirir. Xoşməramlı cinsiyyətçiliyin obyektləri o qadınlardır ki, kişilərin hökmranlığına heç bir təhlükə yaratmayan ənənəvi gender rollarına uyğun gəlirlər; düşmənçilik yönümlü

cinsiyyətçiliyin obyektləri isə o qadınlardır ki, davranışları ilə cəmiyyət tərəfindən qəbul edilmiş gender rollarını şübhə altına alır və ənənəvi patriarxatın hökmranlığına təhlükə yaradırlar.

Cinsəlləşdirmə (birisinə cinsi prizmadan baxmaq) məsələsi olaraq cinsiyyətçilik obyektləşdirmə ilə və onu dəstəkləyən güc (hökmranlıq) ilə əlaqədardır. Daha anlaşıqlı dildə desək, bu, baxanın kim olması, kimə baxması və necə baxması ilə bağlıdır. Məsələn, qadın siyasətçilər necə göründüklərini mütəmadi müzakirə edirlər, söylədiklərinin və ya müdafiə etdiklərinin əksinə danışır və əksinə hərəkət edirlər, bu isə, öz növbəsində, qadınların mövqeyini təkcə obyektləşdirmir, həm də eksternallaşdırır (xaric yönümlü edir): bu mövqe "kişilərin baxışı" prizmasından qurulmalıdır; yəni kişilər qadınların bədənlərini necə görürlər, bu barədə nə deyirlər və nə düşünürlər və onların bədənlərini necə təsəvvür edirlər. Yaş buna yaxşı misaldır: kişilərin nümunəsində yaşın çoxluğu müdrikliyi, təcrübə və bilikləri bildirdiyi halda, qadınların nümunəsində yaş məsələsi, birbaşa olmasa da, hər halda, cinsi arzuedilənliyin azalması baxımından müzakirə olunur, böyümə (yaşadolma) kimi deyil, qocalma kimi qəbul edilir.

Cinsəl obyektləşdirilmə digər şəxsin cinsi məmnunluğunun obyekti kimi nümayişetdirilmə, baxılma və görülmə deməkdir. Obyektləşdirmə bizim araşdırdığımız kontekstdə o halda əhəmiyyət daşıyır ki, şəxs gender əlaməti əsasında qavranılır. Nə seks, nə də seksual (cinsəl) məmnunluq düşüncəsi qəbahət deyil, bu o halda qəbahət olur ki: a) qadınlar kişilərə yalnız cinsəl obyekt kimi təqdim edilir (cinsəlləşdirilmiş qavrayış); b) bu cür təqdimat eksklüziv xarakter daşıyır və qadınların özlərini necə təqdim etməsini və bir sıra sənaye sahələrinin (moda, kosmetika, ərzaq/yeyinti) öz məhsullarının təqdimatı üçün gözlənilən qadın imiclərini necə formalaşdırdıqlarını və eksternallaşdırdıqlarını əhatə edir (cinsəlləşdirilmiş kontekst). Cinsəlləşdirmə və obyektləşdirmə kişilərə də aiddir: heteroseksuallıq, fiziki güc və "arzu edilən spesifik kişi görünüşü" kişilərin necə görünməli və ya təqdim edilməli olduğunun eksternallaşdırılmış nümayişi ola bilər.

Cinsəlləşdirmə və obyektləşdirmə güc (hökmranlıq) məsələsidir, yəni *baxılan* (obyekt) kimdir və *baxan* (subyekt) kimdir. Məşhur deyimdə deyilir ki, "kişi baxan, qadın isə baxılandır". Bu, həyat hekayətlərində qadınların fərqli rollara malik olduğunu, həmin hekayətləri kimin danışdığını və hansı nöqteyi-nəzərdən danışdığını və orada kimləri necə göstərdiyini bildirir. Bu cür obyektləşdirmə və cinsəlləşdirmə çox zaman qadın siyasətçilərin görünüşlərinə və ya yaşlarına görə aşağısəviyyəli kimi qiymətləndirilməsində, cinsi zorakılıq hekayətlərində qurbanların qınanmasında özünü büruzə verir. Bir daha qeyd edək ki, gender bu hekayətlərin yalnız bir aspektidir; yaş kimi, fiziki problemlər də, yaxud irq və etnik mənşə əlamətləri də zahiri görünüş baxımından əlverişli və əlverişsiz tərəflərə malikdir.

Beləliklə, cinsəlləşdirmə feminizmin diqqətinin yönəldiyi əsas nöqtəyə çevrilib, Bell Huksun izah etdiyi kimi: "Sadə dildə desək, feminizm cinsiyyətçiliyə, cinsiyyətçi istismar və repressiyalara son qoymağa yönələn hərəkatdır" (*Huks, 2000*). Bu fikir feminizmin bütün səylərinin *sosial dəyişikliyə* yönəlməsi ideyasını ortaya qoyur. "*Hamı üçün feminizm*" kitabında Bell Huks bu terminin anlayışını bəyənməsinin səbəbini belə izah

edir: bu anlayış təsdiq edir ki, feminizm *davamlı* və *dəyişən* hərəkatdır. O, kişiləri düşmən adlandırmır. Əksinə, kimin hakimiyyətə malik olduğu və bu hakimiyyətdən necə istifadə etdiyi barədə düşünməyə bizi sövq edir. Huks, həmçinin qeyd edir ki, bu, feminizm barəsində mediadan götürülən və feminizmi (və feministləri) kişilərə nifrət bəsləyən hərəkat kimi təqdim edən bir çox populyar ideyalara mühüm düzəlişdir.

Qadınların ictimai həyatda cinsələşdirilməsi və obyektləşdirilməsi qadınların nailiyyətlərini və ideyalarını və son nəticədə bütövlükdə hərəkət azadlığını dəyərsizləşdirməyə, kiçiltməyə və gözdən salmağa xidmət edir. Müəyyən situasiyalarda qadınlar aktrisa, siyasətçi və ya idmançı kimi deyil, (cinsəl) obyekt kimi təqdim edilirlər. Cinsələşdirmə və obyektləşdirmənin kökündə duran hakimiyyət gücünü tənqid etsək də, məqsədimiz cinsəlliyi ictimai həyatın axarından tamamilə çıxarmaq, baxmaqdan və ya baxılmaqdan zövq almaq hissini tamamilə aradan qaldırmaq deyil. Bizim tənqidi yanaşmamız iki məqsədi daşıyır:

1) gender mühakimələrində özünü büruzə verən üstüörtülü hakimiyyət (hökmranlıq) münasibətlərindən xəbərdar olmağı;
2) bərabərsizlikləri dəyişmək imkanını (yenidən) əldə etməyi.

Mediada cinsiyyətçilik

“Mediada cinsiyyətçiliyə” nəzəri yanaşmalar üç əsas cəhəti əks etdirir: *təqdimat və ya çərçivələmə (freyminq), qərəzlilik və stereotiplər*. *Mediada təqdimat (freyminq)* xəbər materiallarındakı konkret məsələ barədə fikir formalaşdıran ümumi mühakimələri bildirir. Mediada təqdimat xəbərlərin işıqlandırılmasında gender amilini önə çəkməklə xəbər materiallarına “gender amilinin gətirilməsi” üçün istifadə edilir. Təqdimat (freyminq) zamanı media mövzularına gender prizmasından baxmağı təşviq etmək üçün müvafiq dildən, məkandan, təkrarlamalardan və mənbənin seçilməsindən istifadə edilir. Media, həmçinin cinsiyyətçi təqdimatlardan, o cümlədən dəyərsizləşdirmə üsulundan və cinsiyyətçi media tipindən, məsələn, qadınlar üçün kiçikformatlı (tabloid) buraxılışlardan, kişilər üçün isə iriformatlı buraxılışlardan istifadə edir. Media çox zaman materiallara qadın namizədin cinsi, ailə vəziyyəti, uşaqları, yaşı, şəxsiyyəti və görünüşü barədə informasiyaları daxil edir.

Analoji olaraq, problemlərin işıqlandırılması zamanı qadın namizədlərə mövzuları təklif edərkən media, adətən, diqqəti “qadın problemlərinə” yönəldir, məsələn, abort, təhsil və ya səhiyyə məsələlərini önə çəkir. *Medianın qərəzliliyi* o halda baş verir ki, media oturuşmuş cinsiyyətçilik praktikası nümayiş etdirir. Bir daha qeyd edək ki, siyasi reportajlarda çox zaman media siyasi vəzifəyə qadın namizədləri təsvir edərkən gender stereotiplərindən istifadə edir. *Gender düşüncəsinə əsaslanan stereotiplər* siyasi məsələlərdə cinslərin fərqli mövqelər tutduğunu nəzərdə saxlayan baxışlardır. Siyasi vəzifəyə kişi namizədlər çox zaman xarici siyasət və cinayətkarlıqla mübarizə kimi “kişi məsələlərinin” öhdəsindən daha yaxşı gələ bilən namizədlər kimi təqdim edilir.

Mediada yer alan və media vasitəsilə ifadə edilən cinsiyyətçiliyin tənqidi çox zaman "adambaşına hesablamalarla", yəni qadınların, əsasən, say baxımından təmsilçiliyinin az olması problemi ilə əlaqədar olur. Çox zaman medianın monitorinqi aparılarkən qadınların mediada təmsilçiliyinin az olduğu göstərilir. Qadınların sayca az olması mühüm əhəmiyyət daşıya bilər, amma bu məsələ də əhəmiyyətlidir ki, onlar *necə* təmsil olunurlar, yəni xəbər materiallarında onlara münasibətdə istifadə edilən dil üslubu, gender stereotipləri və imiclər nədən ibarətdir. Gender amilini önə çəkən tipik dil üslubu, məsələn, bunlardır: adın çəkilməsi (*senator* Klinton əvəzinə *Hillari* Klinton deyilməsi), kişi cinsinə mənsub sözlərin işlədilməsi, yaxud gender amilinin vurğulanması (*qadın* futbolçu). Gender stereotipləri kişilərdən fərqli olaraq qadınların yaşının, geyiminin, romantik münasibətlərinin və ya ailə vəziyyətinin (nikah statusunun) detallarının müzakirəsini özündə ehtiva edə bilər. O da əhəmiyyətlidir ki, kişilərdən fərqli olaraq, qadınlardan bəhs edilərkən həyat hekayətlərinin təsviri üçün hansı imiclərdən (obrazlardan), hansı emosiyalardan, bədən hərəkətlərindən və ya pozalardan istifadə olunur (məsələn, təmkinlilik və dövlət xadimi keyfiyyətləri nümayiş etdirən insanlar kimi təqdim olunan kişilərdən fərqli olaraq, qadınlar güclü emosiyalar nümayiş etdirən insanlar kimi təqdim olunurmu?); həmçinin hekayətin iştirakçısı olan *bütün* insanlar analoji qaydada təqdim edilirmi, yaxud cinsi, irqi mənsubiyyətləri və (və ya) hansı (neçənci) nəslə mənsub olmaları göstərilirmi?).

Mediada cinsiyyətçilik həm qərarların qəbulu *prosesində* və yaxud materialların məzmununa təsir göstərən vəzifələrdə qadınların iştirakına, həm də qadınların media *vasitəsilə* təqdim edilməsinə aiddir. Məsələn, seçkilər zamanı mediada qadın namizədlərə məhdud yer ayrılması mütəmadi praktikadır ki, bununla da siyasi prosesin iştirakçıları olaraq qadınların rolu kiçildilir. Qadınların təhrif olunmuş formada təqdim edilməsi də "cinsiyyətçiliyin" repertuarının tərkib hissəsidir. Kişi namizədlərdən fərqli olaraq siyasi vəzifəyə qadın namizədlərin cinsi mənsubiyyətinə və digər fərdi keyfiyyətlərinə dolayısı ilə işarə edilməsi halları tez-tez baş verir.

Feminizmi cinsiyyətçiliyə son qoymağa yönələn sosial aksiyanın mütləq komponenti kimi götürən Huksun konsepsiyasından çıxış etsək, konseptual olaraq bu yanaşmanı mediaya da şamil edə bilərik. Media sahəsində cinsiyyətçilik qadınlar üçün bərabərliyə nail olmağa yönələn *liberal feminizm* hərəkatlarını narahat edən əsas problem idi. Belə ki, xəbərlər redaksiyasında qadınlar və kişilər üçün bərabər əmək şəraitinin təmin olunması və media materiallarının məzmununda gender balanslılığına nail olunması, məsələn, televiziya şoularında və kinolarda aparıcı rollarda bərabər təmsilçilik onların tələblərinin əsas elementləri idi. Digər tərəfdən, *radikal feministlər* qadınların kişilərlə eyni rollara malik olmasında maraqlı deyildilər, bütövlükdə mediadakı təqdimat və stereotiplərə etiraz edərək təkcə hekayəti danışanların rollarının dəyişməsini deyil, *fərqli hekayətlərin danışılmasını* istəyirdilər.

İdman tədbirləri mediada: cinsiyyətçi təqdimat meydanı

Televiziyada yayımlanan Amerika Birləşmiş Ştatlarındakı və Avropadakı idman tədbirlərinin populyarlığı onilliklər boyu yüksək olaraq qalır. Bu yayımlar media məhsullarının istehlakında (məsələn, qadınlar melodramlara və seriallara baxırlar), habelə qadın idmançıların media tərəfindən təqdimatında bir neçə qarşılıqlı əlaqəli gender fərqlərini əyani şəkildə nümayiş etdirir. İdman tarixən kişilərin dominantlıq etdiyi sahə olub və idman meydançaları kişi xüsusiyyətlərinin nümayiş etdirildiyi arenalar olub, bu isə, öz növbəsində, bir çox idman yarışlarında və tədbirlərində qadınların iştirak imkanlarına ciddi təsir göstərib. İdman yarışlarına gender "damğasının" vurulması normaya çevrilib, belə ki, "sadəcə" futbol və ya vaterpol yarışları kişi idmançıların turnirləri kimi qəbul edilir, qadın idmançıların belə yarışları isə "qadın futbolu" və ya "qadın vaterpolu" adı ilə adlandırılır. Üstəlik, yarışlar güləş kimi ənənəvi kişi idman növləri üzrə keçirilirsə, bu yarışlar media tərəfindən qeyri-qadın idman növləri kimi və "qeyri-təbii dərəcədə heteroseksual" idman növləri kimi təqdim edilir və beləliklə, *obyektləşdirməyə və cinsəlləşdirməyə əsaslanan yanlış təqdimat* bir daha təsdiqlənir. Bundan başqa, kişi və qadın idmançıları təsvir etmək üçün işlədilən dildə gender fərqlilikləri, yəni "qadın idmanından" daha çox, "qadın estetikasının" vurğulanması (onların idman nailiyyətlərindən daha çox, xarici görünüşlərinə və geyimlərinə diqqət yetirilməsi), bir qayda olaraq, qızları idmanla məşğul olmaqdan çəkindirir. Beləliklə, bu cür damğalama qadınların autsayder olmalarına və bu tədbirlərdə iştiraklarının istisna hal olmasına işarədir ki, bu da bir dəfə bu arenaya daxil olan *digər qızları və qadınları buradan uzaqlaşdırır*.

Bundan başqa, *idmanda cins və irq əlamətlərinin qarşılıqlı əlaqəliliyi (interseksionallığı)* kiçildici təqdimatla bağlı digər bir mühüm problemdir. "Kişi idmanı" və "qadın idmanı" ilə əlaqədar cinsiyyətçi stereotiplər "qaradərili qaçış idmançılarının təbiətin verdiyi fiziki xüsusiyyətləri" və yaxud "döyüş növlərində asiyalı idmançıların anadangəlmə əqli bacarıqları" kimi irqi stereotiplərlə birləşərək neçə nəsil qızların yüngül atletika və ya karate kimi bir sıra idman növləri ilə məşğul olmaqdan və yarışlarda iştirakdan imtina etmələrinə səbəb olub.

İdman yarışlarının mediada cinsiyyətçi yöndə işıqlandırılması idman xəbərlərinə aid məqalə və reportajlar hazırlamaq istəyən qadın jurnalistlərin də karyera imkanlarını məhdudlaşdırır. İdman jurnalistikası əhəmiyyətli dərəcədə gender bərabərsizliyinin olduğu sahədir və bütün dünyada bu vəziyyət onilliklər boyu o qədər də dəyişməyib. 1995-ci ildən etibarən "Qlobal media monitorinqi layihəsi" çərçivəsində qadınların mediada təmsil olunması sistematik olaraq öyrənilib və müəyyən edilib ki, qadın idman jurnalistlərinə cinsi mənsubiyyətləri səbəbindən çox zaman xəbər redaksiyalarında "autsayder" kimi baxılır. İdman xəbərləri barədə material və reportajlar hazırlayan qadınların faiz baxımından sayı 2015-ci il üçün artsa da, bütün dünyada idman müxbirlərinin sayının 1/3 hissəsindən çox deyil və ümumiyyətlə, idman xəbərləri barədə qadın müxbirlərin material və reportajlar hazırlaması ehtimalı çox aşağıdır[1].

[1] Bax: Qlobal media monitorinqi layihəsinin hesabatı, 2015-ci il. Sayt: http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf.

Bütün bunları nəzərə alaraq biz idman mediasında gender bərabərsizliklərini və interseksional qərəzliliyi ortaya qoyan və doğuran, bədənlərinin fiziki inkişafı üçün imkanlardan qızların istifadə etməsinin qarşısını alan və qadınları “feminist” sayılan sahələrdəki fəaliyyətlər çərçivəsinə qapadan cinsiyyətçilik barəsində düşünməliyik. Beləliklə, idman xəbərlərində və media təşkilatlarında və xüsusilə idman tədbirlərinin işıqlandırılmasında gender paritetinin olması bu cür zərərli sosial təsirlərə qarşı çıxmaqda mühüm əhəmiyyət daşımış olar.

Mediada dilin strateji istifadəsi

Sözlər əhəmiyyət kəsb edir və işlənən dilin (ifadələrin) seçilməsi bir sıra uzağa gedən nəticələr doğurur ki, bunlar da nəyin “normal” və qəbuledilən olduğuna dair cəmiyyətdəki mövqeləri, reaksiyaları və normaları əks etdirir. Cinsi xurafat kimi baxılan gender rolları kişi cinsində olan sözlərdə və cinsiyyətçi dilin istifadəsində “təsbit olunur”. Belə ki, söhbətlərin gedişində çox zaman dəfələrlə təkrar edildiyinə görə normaya çevrilmiş alçaldıcı və stereotiplərə əsaslanan terminlərin işlənməsi qadınları diqqətdən kənarda saxlaya, yanlış təqdim edə və ya aşağılaya bilər. Üstəlik, cəmiyyətdəki ənənələr və hakimiyyət münasibətləri vasitəsilə müəyyənləşdirilən mənaları səbəbindən sözlərdə cins əlamətinə əsaslanan xüsusiyyətlər (məsələn, “rəis” və ya “hökmlü”) ola bilər ki, qadınlar neqativ təsirə malik bu kimi konkret terminlərin onlara aid edilməməsi üçün bu rollara və mənalara riayət etmək məcburiyyətində qala bilərlər.

Təqdimat, dil və diskurs məna sistemləridir. Media ismarıcların, hekayətlərin (əhvalatların) və imiclərin (obrazların) yaradılmasında və yayılmasında, onların mənalarının sosial, siyasi, mədəni, tarixi, iqtisadi və ideoloji kontekstlərdə möhkəmləndirilməsində xüsusi rol oynayır, “dildə və müzakirələrin gedişində, siyasi və iqtisadi sistemlərdə tarixboyu fərqli üsullarla ifadə edilən androsentrizmin, patriarxatın və kişi (maço) şovinizminin hakimiyyət təzahürləri” olduğunu əyani şəkildə nümayiş etdirir” (*UNESCO, 2019): 50*).

Mediada və media tərəfindən dilin istifadəsi cinslərin təqdimatı vasitəsi olaraq *cinsiyyətçi dildən istifadə* baxımından və həmçinin *dilin diskursiv strateji istifadəsi* baxımından ciddi şəkildə tədqiq edilməlidir. Belə ki, *gender baxımından həssas dildən* söhbət gedirsə, istifadə edilmiş dilin analizi və həmçinin strateji baxımdan qərəzsiz, qeyri-cinsiyyətçi xarakterli və neytral linqvistik formaların seçilməsi zəruridir. Burada bir neçə nümunə və qabaqcıl təcrübələrə aid misallar göstərmək olar. Məsələn, ümumi əvəzlik işlədərkən kişi terminlərindən istifadə etməmək (məsələn, “o” sözünü kişi cinsində işlətməmək), yaxud qadınlara münasibətdə alçaldıcı, himayəedici və ya bayağılaşdırıcı dildən istifadə etməmək, onları sanki başqa birisindən bəhs edilirmiş kimi təqdim etməmək (məsələn, missis Tetçer). Gender baxımından həssas dilin strateji istifadəsi məsələsinə jurnalistlərin və media işçilərinin həssas yanaşması, eləcə də xəbərlər redaksiyasının daxili qaydalarında bu məsələnin nəzərə alınması mühüm əhəmiyyət daşıyır.[1]

[1] Təlimat üçün bax: Avropa Gender Bərabərliyi İnstitutu tərəfindən hazırlanmış “Gender baxımından həssas ünsiyyət üçün vəsait” (2019). Sayt: https://eige.europa.eu/publications/toolkit-gender-sensitive-communication.

Sosial media və cinsiyyətçilik: bədən imici

Ənənəvi media tərəfindən xüsusən kişi jurnallarında və "parlaqsəhifəli" jurnallarda, həmçinin yayımlanan materiallarda və ya reklam lövhələrində qadın bədənlərinin cinsiyyətçi yöndə təqdim edilməsi çoxdankı ənənədir. Qeyri-real dərəcədə nazik və "mükəmməl" bədən ideyası qadınların beyinlərinə "həkk edilib" və nəsildən-nəslə möhkəmləndirilib və onların şəkillərdəki kimi ideal görünmək səyləri qidalanma rejimində ciddi pozuntulara və öz bədənlərindən son dərəcədə narazı olmalarına gətirib çıxarıb. Zaman keçdikcə kişilər və qadınlar onlara təqdim edilən bu cür ideallara bənzəməyə can atır və bu ideallarn axtarışına çıxırlar. Sosial medianın meydana çıxması ilə (burada biz xüsusən Instagram-a diqqət yetirməliyik) bu media effektləri daha da gücləndi. Tədqiqatlar göstərir ki, sosial mediaya sərf olunan vaxt insanların öz fiziki görünüşlərini başqalarınınkı ilə daha çox müqayisə etmələrinə gətirib çıxarıb ki, bu da, öz növbəsində, onların öz bədənindən narazı qalmasına şərait yaradıb və beləliklə, qadınların özünüqiymətləndirmə meyarlarına mənfi təsir göstərib. İnsanların bu məsələyə diqqəti çox zaman qadınların pornolaşdırılan və cinsələşdirilən bədən imiclərinin təsirinin təşviqi sayəsində bu cür məqsədyönlü məhsulların satılmasına və bu işin kommersiyalaşdırılmasına gətirib çıxarıb.

Bu günədək tədqiqatçılar sosial medianın istifadəsi ilə bədən imici arasında, əsasən, neqativ əlaqənin olduğuna dair ciddi sübutlar toplayıblar. Onlar göstərir ki, istifadəçilər çox zaman "rəqiblərin" fəaliyyətindən təşviş keçirməkdən və onların "nailiyyətlərindən" məyus olmaqdan əziyyət çəkirlər. Beləliklə, sosial mediada yalnız ideal məqamların əks olunması və ideal təsvirlərin yerləşdirilməsi yeni normaya çevrilib. Sosial mediadakı təqdimatda cinsiyyətçilik elə bir kontekstdir ki, burada qızlar və oğlanlar öz kimliklərini formalaşdırırlar və bu kimlik qeyri-müəyyənlikləri və həyat reallıqlarına mənfi münasibəti stimullaşdıran davamlı bəyənmələrdə ("layklarda"), paylaşımlarda və şərhlərdə öz əksini tapır.

Mediadakı gender stereotipləri və cinsiyyətçiliklə mübarizə: Avropa Şurasının rolu

Cinsiyyətçilik gender bərabərliyinə aid məsələdir. Belə ki, siyasət nöqteyinəzərindən gender bərabərliyinə nail olmaq insan hüquqlarının qorunması, demokratiyanın fəaliyyəti, qanunun aliliyinə hörmət edilməsi, eləcə də iqtisadi artım və rəqabətlilik üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır. Buna görə də Avropa Şurasının insan hüquqları və gender bərabərliyi sahəsindəki işi "Avropa Şurasının üzv dövlətlərində və onların hüdudları xaricində qadınların inkişafına və səlahiyyətləndirilməsinə və gender bərabərliyinin səmərəli şəkildə reallaşdırılmasına nail olmaq məqsədi daşıyan hərtərəfli hüquqi standartların və siyasətə dair tövsiyələrin" işlənib hazırlanmasına yönəlib.[1] Bu standartlar həm də, adətən, qadınları alçaltmaq və ayrı-seçkiliyə məruz qoymaq üçün vasitə

[1] Bax: "Gender bərabərliyi və qadınların hüquqları – Avropa Şurasının standartları (2016)". Sayt: https://edoc.coe.int/en/gender-equality/6930-gender-equality-and-women-s-rights-council-of-europe-standards.html, səh. 1.

olan gender stereotiplərinə qarşı mübarizə ilə əlaqədardır.

Medianın bu cür stereotiplərin həm yaradılmasında və möhkəmləndirilməsində, həm də onlarla mübarizədə mühüm rol oynadığı iddia edilir. “Mediada qadınların imicinə və oynadıqları rola mövcud sosial və mədəni normalar, o cümlədən gender stereotipləri böyük təsir göstərir. Vizual kommunikasiya vasitələrinin üstünlük təşkil etdiyi bir dövrdə qadınların və kişilərin stereotiplərə əsaslanan, media vasitəsilə yayılan imicləri gender bərabərliyi sahəsində əldə edilmiş tərəqqiyə zərər yetirə bilər”.[1]

“Media və qadınların imici haqqında” Avropa Şurasının 2013-cü il tarixli məruzəsində vurğulanıb ki, media bazarlarının liberallaşdırılması və medianın tənzimlənməsinin aradan qaldırılması və qadınların obyektləşdirilməsi üçün sosial medianın geniş istifadə edilməsi nəticəsində media sənayesinin mənfəət güdən strategiyaları bu imiclərin mediada və media tərəfindən hiperseksuallaşdırılmasına səbəb olub, bu isə, öz növbəsində, gündəlik həyatda cinsiyyətçiliyi normal hala çevirib.[2]

Beləliklə, Avropa Şurası tərəfindən işlənib hazırlanmış və təsbit edilmiş standartlar mediada gender stereotiplərinin və cinsiyyətçiliyin kökünün kəsilməsi üçün qadınlar və kişilər arasında gender bərabərliyini və gender stereotipləri ilə mübarizəni dəstəkləyən siyasətlərin təmin edilməsinə yönəlib və bu dəstək cinsiyyətçi imiclərin, dilin və praktikanın pislənməsi və onlarla mübarizə aparılması üçün özünütənzimləmə mexanizmləri və davranış kodeksləri formasında, həmçinin qadınları rəhbər vəzifələrə irəli çəkməklə media təşkilatlarında təşkilati dəyişikliklər edilməsi formasında təmin edilə bilər.

Bu sahədə məcburi hüquqi qüvvəyə malik ən dolğun sənəd Qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və ona qarşı mübarizə haqqında Avropa Şurasının Konvensiyasıdır (İstanbul Konvensiyası) (Bax: Mövzu 3.: Gender bərabərliyi hüquqi konsepsiya kimi. Gender bərabərliyinin sosial ədalətlə və media azadlığı ilə əlaqəsi). İstanbul Konvensiyası cinsiyyətçiliyin köklərinə varır və qadınlara qarşı zorakılığı mediada əks olunanlarla əlaqələndirərək gender stereotiplərinin qızların və qadınların imiclərinə (və bu imicə özlərinin münasibətinə) təsirini araşdırır: belə ki, çox zaman onlar mediada təkcə zorakılıq qurbanları kimi deyil, həm də zorakılığın səbəbkarı kimi qələmə verilirlər. Beləliklə, həmin sənəddə medianın və informasiya-kommunikasiya texnologiyaları sektorunun məsuliyyətindən və bu sənaye sahələrinin qadın ləyaqətinə hörmətin gücləndirilməsi istiqamətində çalışacağına olan gözləntilərdən bəhs edilir (17-ci maddə).

Cinsiyyətçiliyin dildən xaric edilməsinə yönələn (belə ki, hazırkı linqvistik terminologiyanın istifadəsində kişi cinsinə mənsub sözlər qadın cinsinə mənsub sözlərə nisbətən üstünlük təşkil edir) və

[1] Bax: “Mediada gender stereotipləri və cinsiyyətçiliklə mübarizə – Avropa Şurasının Gender bərabərliyi strategiyası”. Sayt: https://rm.coe.int/168064379b, səh. 3.

[2] Bax: “Media və qadınların imici – Avropa Şurasının Gender bərabərliyi üzrə milli koordinatorlar şəbəkəsinin 1-ci konfransının məruzəsi” (2013). Sayt: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680590587.

üzv dövlətlərə ünvanlanan digər bir sənəd ("Dildə cinsiyyətçiliyin aradan qaldırılması haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə R (90) 4 saylı tövsiyəsi)[1] mediada qeyri-cinsiyyətçi dildən istifadənin təmin edilməsi məqsədini daşıyır. Bundan əlavə, digər standartlar bütün sektorlarda, xüsusən dövlət sektorunda və təhsil və medianın bütün formalarında qeyri-cinsiyyətçi dilin istifadəsini təşviq edir, neytral terminlərdən istifadə edilməsi üzrə konkret linqvistik tövsiyələr irəli sürür və qadınlarla kişiləri onlar arasındakı münasibət vasitəsilə təsvir edən hər hansı ifadələrin istifadəsinin aradan qaldırılmasını nəzərdə tutur[2].

Cinsiyyətçiliyə qarşı mübarizədə mediada stereotiplərin rolu nəzərə alınmalıdır, belə ki, "cəmiyyət tərəfindən qadınlar və kişilər üçün ayrılmış ənənəvi rolların, yəni qadınların yerinin evdə, kişilərin yerinin isə peşə və siyasət dünyasında olmasını, qadınların qurban və ya seksual obyekt, kişilərin isə səlahiyyətli və güclü liderlər, yaxud seksual instinktlərdən güc alan şəxsiyyətlər olmasını nəzərdə tutan cinsiyyətçi stereotiplərin mediada hələ də qalması"[3] gender bərabərliyi qarşısında maneədir. Bu, uşaqların cinsiyyətçi ismarıcların təsirinə məruz qalması hallarının artması narahatlıq doğuran əsas məqam olaraq qalır[4,5]. Bundan əlavə, legitimləşdirilən genderəsaslı zorakılıqla əlaqədar, həmçinin qeyd edilir ki, cinsiyyətçi stereotiplər "çox zaman ifadə azadlığı bayrağı altında adiləşdirilir və onlara dözümlü yanaşılır", bu səbəbdən ona qarşı mübarizə üçün hüquqi tədbirlər çox vaxt səmərəsiz olur.

Cinsiyyətçiliyə son qoymağa yönələn, Avropa Şurası tərəfindən tövsiyə edilən siyasət tədbirlərinə, digərləri ilə yanaşı, aşağıdakılar daxildir:

- jurnalistlərə ünvanlanan məlumatlılığın artırılması kampaniyalarına başlanılması;
- cinsiyyətçi stereotiplərdən istifadənin qarşısını alan və belə halları cəzalandıran konkret qanunverici və tənzimləyici tədbirlərin tətbiqi;
- ictimai mediada kvotaların tətbiqinin və digər pozitiv tədbirlərin təşviqi;
- qadınların mediada statusunun və rolunun həm kəmiyyətcə, həm də keyfiyyətcə sistematik təhlili.[6]

Sonradan bu tövsiyələr yeniləndi və genişləndirildi, nəticədə 2013-cü ildə altı kateqoriya üzrə on altı icra tədbiri təklif edildi[7]. Bu yaxınlarda qəbul

[1] Bax: "Dildə cinsiyyətçiliyin aradan qaldırılması haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə R (90) 4 saylı tövsiyəsi.
[2] "Gender bərabərliyi standartları və mexanizmləri haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin CM/Rec (2007) 17 saylı tövsiyəsi, İzahedici memorandum (CM(2007), 153, əlavə), 68-ci bənd.
[3] "Mediada cinsiyyətçi stereotiplər haqqında" Avropa Şurasının Parlament Assambleyasının 1751 (2010) saylı qətnaməsi və 1931 (2010) saylı tövsiyəsi, 1-ci bənd.
[4] Bax: "Reklamlarda qadınların imici haqqında" 1557 (2007) saylı qətnamə və 1799 (2007) saylı tövsiyə.
[5] Bax: "Mediada qadınların imici haqqında" 1555 (2002) saylı tövsiyə.
[6] Eyni mənbə, 10-cu bənd.
[7] Bax: "Gender bərabərliyi və media haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec (2013)1 saylı tövsiyəsində gender bərabərliyinin təmin edilməsinə və gender stereotipləri ilə mübarizəyə yönələn konkret rəhbər prinsiplər nəzərdə tutulur və tədbirlər təklif olunur. Tövsiyə üzv dövlətlərə və media təşkilatlarına ünvanlanıb və aşağıdakı altı kateqoriya üzrə 16 icra tədbirlərini nəzərdə tutur: 1. gender bərabərliyinə dair siyasət və qanunvericiliyin nəzərdən keçirilməsi və qiymətləndirilməsi; 2. mediada gender bərabərliyi üzrə milli göstəricilərin qəbul edilməsi və həyata keçirilməsi; 3. məlumatın təmin edilməsi və qabaqcıl təcrübənin təbliği; 4. hesabatlılıq kanalları; 5. tədqiqat və nəşr; 6. media savadlılığı və fəal vətəndaşlıq.

edilmiş standartlarda, həmçinin qarşılıqlı əlaqəlilik (interseksionallıq), situativ (situasiyadan asılı olan) həssas durumlar və ağırlaşdırıcı hallar qeyd edildi ki, bunlar da cinsiyyətçi davranışın ağırlıq dərəcəsini və ya təsirini artıran və yaxud qurbanın reaksiyavermə qabiliyyətinə təsir göstərən hallardır; beləliklə, cinsiyyətçiliyə qarşı tədbirlər görülərkən konkret sahələr göstərilməli, bu zaman onlayn media və idman kimi mühüm sahələr nəzərə alınmalıdır[1].

Bu mövzuya yekun vurarkən biz media kontekstində cinsiyyətçiliyin feminist interpretasiyaları barədə, habelə qadınların və həm də kişilərin cinsiyyətçi təqdimatına son qoymaq, mediada və media tərəfindən cinsiyyətçi stereotiplərin yayılmasına qarşı mübarizə aparmaq üçün hökumətlər və media tərəfindən tədbirlər görülməsini tələb edən demokratik arqumentlər haqqında yenidən düşünməliyik.

MƏNBƏLƏR

1. Glick, P., & Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. Journal of Personality and Social Psychology, 70(3), 491–512. https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491. [Qlik P. və Fiske S.T. (1996). Ambivalent cinsiyyətçilik inventarları: Düşmənçilik yönümlü və xoşməramlı cinsiyyətçiliyin diferensiasiyası, “Journal of Personality and Social Psychology” jurnalı, 70(3), 491–512. https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.3.491].
2. Hooks, Bell. (2000). Feminism Is for Everybody: Passionate Politics. South End Press. [Bell Huks. (2000). Hamı üçün feminizm: Çılğın siyasət. “South End Press” nəşriyyatı].
3. Lerner, G. (1986). The Creation of Patriarchy. Oxford University Press. [Lerner G. (1986). Patriarxatın yaradılması. Oksford Universitetinin nəşriyyatı].
4. UNESCO. (2019). Gender, media & ICTs: New approaches for research, education & training. UNESCO Publishing. [UNESCO. (2019). Gender media və İKT-lər: Tədqiqat, təhsil və təlimlərə yeni yanaşmalar. UNESCO-nun nəşriyyatı].

[1] “Cinsiyyətçiliyin qarşısının alınması və onunla mübarizə haqqında” Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2019)1 saylı tövsiyəsi (27 mart 2019-cu il).

Mövzu 8.
Genderəsaslı zorakılıq və mediada cinsiyyətçi nifrət nitqi

Nifrət nitqi, cinsiyyətçi nifrət nitqi. Cinsiyyətçi nifrət nitqi genderəsaslı zorakılığın əlaqəsi. Onlayn rejimində genderəsaslı zorakılıq. Cinsiyyətçi nifrət nitqinin dili. Qadın jurnalistlərə qarşı zorakılıqda nifrət nitqinin rolu. Mediada cinsiyyətçi nifrət nitqi ilə mübarizəyə dair Avropa Şurasının sənədləri.

Nifrət nitqi mediada cinsiyyətçilik problemi ilə mübarizədə diqqət yetirilməli olan əsas nəzəri kateqoriyalardan biridir. Nifrət nitqi ilə cinsiyyətçilik arasında əlaqəyə nəzəri baxımdan yanaşdıqda iddia etmək olar ki, nifrət nitqinin dəqiq anlayışı yoxdur, amma onun təsvirini vermək üçün bir neçə yol vardır. Birincisi, nifrət nitqi adətən düşmənçilik yönümlü nitq kimi müəyyən edilir. İkincisi, nifrət nitqi müəyyən hərəkətlərin edilməsində özünü büruzə verir, məsələn: susmaq, yamanlamaq, alçaltmaq, qorxutmaq, zorakılığa təhrik etmək, ayrı-seçkilik etmək, ləkələmək, aşağılamaq, təhdid etmək və bir çox digər düşmənçilik hərəkətləri. Nifrət nitqi həm də analoji identiklik xüsusiyyətlərinə malik olduğu güman edilən müəyyən qrupları və ya insanları hədəfə alan ekspressiv davranışdır. Belə qruplar irq, din, seksual oriyentasiya, əlillik, gender statusu və ya identiklik əlamətlərini özündə ehtiva edir.

Yuxarıdakılara əlavə olaraq qeyd edək ki, belə nitq repressiv akt təşkil edir və nifrət nitqinin məhz repressiv funksiyası onu mənəvi, sosial və siyasi cəhətdən qəbuledilməz edir (Nifrət nitqinin anlayışı üçün, həmçinin Mövzu 3-ə bax: “Gender bərabərliyi hüquqi konsepsiya kimi. Gender bərabərliyinin sosial ədalətlə və media azadlığı ilə əlaqəsi”).

Genderəsaslı zorakılıq nəzəriyyələri

Bu günədək antipatriarxal siyasətə və onun nifrət nitqi ilə əlaqəsinə dair məhdud sayda araşdırmalar aparılıb. Bununla belə, bəzi nəzəriyyəçilər patriarxalyönümlü nitqi “nifrət nitqi” kateqoriyasına aid etməyin nə dərəcədə mümkün olduğunu aydınlaşdırmağa cəhd ediblər və həmçinin genderəsaslı nifrət nitqini irqçi nifrət nitqindən ayırıblar. Belə ədəbiyyatlarda “cinsiyyətçi nitq”, repressiv və mənəviyyata zidd olmasına baxmayaraq, nifrət nitqinə aid edilmir və eyni zamanda iddia edilir ki, “qadınlara qarşı düşmənçilik nitqi” nifrət nitqinin əsas cəhətlərini özündə daşıyır. İddia edilir ki, düşmənçilik yönümlü və xoşməramlı cinsiyyətçiliyi fərqləndirən nəzəriyyəyə uyğun olaraq qadınlara qarşı düşmənçilik qadınları “yaxşı” və “pis” qruplara ayırır və nifrətə təhrikçilik patriarxalyönümlü siyasətə uyğun gəlməyən qadınlara qarşı yönəlir.

Feminist nəzəriyyəçi Ayris Merion Yanqın (*Iris Marion Young*) iddia etdiyinə görə (*Yanq, 1990*), *repressiya* çoxaspektli konsepsiyadır və onun beş fərqli tərəfləri vardır: *istismar, marginallaşdırma, səlahiyyətsizləşdirmə, mədəni imperializm və zorakılıq. İstismar* gücün bir qrupdan digərinə ötürülməsi ilə qeyri-bərabər şəkildə paylanmasını bildirir; *marginallaşdırma* bütöv bir insan qrupunun cəmiyyətin həyatına töhfə verməkdən və cəmiyyətin həyatında

iştirakdan kənarlaşdırılmasını nəzərdə tutur; *səlahiyyətsizləşdirmə* qrup üzvlərini elə bir duruma salır ki, onlar əmrləri qəbul edir, amma özləri heç vaxt əmr vermirlər; *mədəni imperializm* isə dominant qrupun öz mədəni və siyasi təcrübələrini (bütövlükdə bu mədəni və siyasi təcrübələrin təmsilçisi olaraq) başqalarına tətbiq etməsini nəzərdə tutur. *Zorakılıq* sistematik xarakter daşıyan elə bir repressiv aktdır ki, insanları ayrı-ayrı fərdlər qismində və ya təsadüfi qaydada deyil, müəyyən qrupa mənsub olmaları səbəbindən hədəfə alır. Çox zaman o, fiziki zorakılığı özündə ehtiva edir. Nifrət nitqi zorakıxarakterli repressiv aktdır və bu zorakılıq bir çox hallarda qrup üzvlərinə qarşı ağırlıq dərəcəsi daha az olan qısnama, hədələmə və yaxud lağa qoyaraq alçaltma, kiçiltmə və damğalama insidentlərini özündə ehtiva edir. Məsələn, irqi zəmində ləkələmə eyni qaydada repressiv akt ola bilər. Amma bu, o demək deyil ki, nifrət nitqi, sadəcə, zorakılıq aktıdır. Nifrət nitqi eyni vaxtda həm zorakılıq aktı, həm də mədəni imperializm aktı qismində, yaxud kombinə olunmuş zorakılıq, subordinasiya və istismar forması kimi çıxış edə bilər. Adətən, feministlər çox zaman *cinsiyyətçiliyi* və *qadınlara qarşı düşmənçiliyi* bir-birini qarşılıqlı surətdə əvəzləyən anlayışlar kimi istifadə edirlər. Qadınlara qarşı düşmənçilik, ilk növbədə, bütövlükdə sosial sistemlərə və ya sosial mühitə xas olan cəhətdir. Bu sistemlərdə, bir qayda olaraq, qadınlar kişi dünyasında qadın olduqlarına və kişilərin irəli sürdüyü standartlara cavab vermədiklərinə görə çoxsaylı düşmənçilik təzahürləri ilə üzləşirlər. Qadınlara qarşı düşmənçilik öz işini cinsiyyətçiliklə müştərək şəkildə yerinə yetirir. O, patriarxal sosial quruluşa haqq qazandırmaq üçün gender fərqliliklərini təbiiləşdirir və onları öncədən təbii olaraq müəyyən edilmiş fərqliliklər kimi qələmə verir və yaxud belə fərqliliklərə müqavimət göstərən insanların öncədən məğlubiyyətə məhkum olduqlarını nümayiş etdirir. Cinsiyyətçilik kişilərlə qadınları əhəmiyyətli və dəyişilməz dərəcədə fərqli insanlar kimi təqdim edən stereotipləri və daha geniş mədəni hekayətləri təşviq etməklə qadınlara qarşı düşmənçiliyi, bir növ, patriarxal qaydaların təsbit edilməsinə yönələn adi və dünyəvi akt kimi təqdim edir. *Məcburiyyət tətbiqi mexanizmləri qadınlara qarşı düşmənçiliyin funksional mahiyyətini təşkil edir, cinsiyyətçilik isə konseptual baxımdan fərqlidir: o, arqumentlərini nümayiş etdirir, möhkəmləndirir və çatdırır, amma məcburiyyət tətbiq etmir.*

Cinsiyyətçi nitq ilə qadınlara qarşı düşmənçilik nitqi arasında fərqi feminist nəzəriyyəçi Linn Tirrellin (*Lynne Tirrell*) əsərindən götürülmüş nümunənin timsalında göstərmək olar (*Linn Tirrell, 1999*). Ola bilər ki, kişilər fərqinə varmadan və hər hansı konkret mənfi niyyətləri olmadan qadınları "qız" adlandırırlar. Amma bu praktika dolayısı ilə qadınların kişilərə nisbətən aşağı statusunu nəzərdə tutur və kişilərə daha çox hakimiyyət və təsir imkanları verilməsinə haqq qazandırır. Yetkin qadını "qız" adlandırmaqla ona yetkinliyini inkar edən status-funksiya verilmiş olur ki, bu da kişilərin paternalist davranışını rasionallaşdırmış olur; bu yanaşma həm də ona işinə görə daha aşağı əməkhaqqı ödəmək, onunla ciddi qərarlar qəbul etmək iqtidarında

olmayan şəxs kimi rəftar etmək və onunla fərdiliyini və ya avtonomluğunu ifadə etməsini sarsıdan tərzdə davranmaq məqsədinə xidmət edir. Bu deqradasiya nə düşmənçiliyin ifadəsidir, nə də məcburedici davranışı zəruri edir. Cinsiyyətçi nitq kişilərlə qadınlar arasında konkret sosial bölgünün təbii olduğunu ifadə edir və baxmayaraq ki, belə çıxışlar qadınları qrup üzvü olaraq hədəfə alır, onlar zorakı xarakter daşımır. Bu nitq paternalist və patriarxal xarakter daşısa da, qadınları nə qısnayır, nə təhdid edir, nə də onlara qarşı düşmənçiliyə təhrik edir.

Digər tərəfdən, feminist nəzəriyyəçi Keyt Mannın (*Kate Manne*) qeyd etdiyi kimi, qadınlara qarşı düşmənçilik yaxşı və pis qadınlar arasında səciyyəvi fərq qoyur və sonuncuları islah edir və ya cəzalandırır (*Mann, 2017*). Qadınlara qarşı düşmənçiliyin məğzi qadınları patriarxal gender qayda-qanunu normalarına uyğun hala gətirməkdən ibarət olduğuna görə, bəzi “yaxşı” qadınların artıq bu qayda-qanuna uyğun davrandıqları hesab edilirsə, onlara qarşı düşmənçilik ifadə etməyin mənası yoxdur və onları davranışlarını fərqli yöndə dəyişməyə məcbur etməyə ehtiyac yoxdur. Andrea Dvorkinin (*Andrea Dworkin*) iddia etdiyi kimi (*Andrea Dvorkin, 1987*), “pis” qadınları adlandırmaq üçün bəlli adlar vardır: “fahişə”, “lezbiyan”, “riyakar” və s. Bu, mənəviyyatlı, əxlaqlı və düzgün davranan “yaxşı” qadınlarla yanaşı mövcud olan sinifdir. Bu cür kateqoriyalaşdırmanın əyani nümunəsini zorlamanın iki hədəfi olan akt kimi başa düşülməsində görmək olar: “pis qızlar” və “yaxşı qızlar”: birincilər bu akta məruz qalırlar, o birilərə isə mesaj göndərilir ki, onlarla da bu cür rəftar edilə bilər. Qadınlara qarşı düşmənçilik mesajı qadın “yaxşı” olmayacağı, bizim dediyimizi etməyəcəyi və ya dediyimiz kimi davranmayacağı təqdirdə onunla nə baş verə biləcəyini çatdıran mesajdır.

Beləliklə, cinsiyyətçilik qadınların qrup olaraq kişilər qrupuna tabe etdirilməsinə haqq qazandırmağa yönələn vasitədir və bu, stereotiplərdən, mədəni hekayətlərdən və sairədən istifadə edərək cinsi fərqlilikləri təbiiləşdirmək istiqamətində güclü iş aparmaq yolu ilə həyata keçirilir. Digər tərəfdən, qadınlara qarşı düşmənçilik həm düşmənçilik aktıdır, həm də məcburedici aktdır, amma bu akt yalnız “pis” sayılan və ya “pis davrandığı” hesab edilən qadınlar qrupuna qarşı yönəlir. Bu kontekstdə patriarxalyönümlü siyasət patriarxat üsuli-idarəsində artıq onlar üçün təyin edilmiş rolu yerinə yetirən və beləliklə “təbii” ictimai qayda-qanunu müdafiə edən və dəstəkləyən qadınlara qarşı düşmənçilik və ya məcburetmə aktı tələb etmir.

Biz, həmçinin genderəsaslı zorakılıq anlayışından istifadə edərkən diqqətli olmalıyıq, çünki bəzən o, qadınlara qarşı zorakılığın sinonimi kimi işlənir, halbuki bu anlayış birincinin mənasını açmaqdan daha çox, pərdələmiş olur, belə ki, gender amili zorakılığın müxtəlif formalarında rol oynaya bildiyinə görə (məsələn, qadınlar digər qadınlara qarşı zorakılıqda iştirak edə bilərlər, amma belə zorakılıqdan da kişilər faydalanır, yaxud kişilər genderəsaslı zorakılığın qurbanı ola bilərlər), kimin nə etdiyini və kimə qarşı etdiyini göstərmək həmişə vacibdir.

Cins və zorakılıq

Cins və zorakılıq arasındakı əlaqənin digər mühüm aspekti kişilərin qadınlara qarşı zorakılığının cinsələşdirilməsidir. Qadınlara qarşı düşmənçiliklə yanaşı, cinsələşdirmə həm də kişilərin zorakılığını kiçildir və adiləşdirir. Cinsi zorakılıq çox zaman kişilərin üstün mövqeyi nöqteyi-nəzərindən təqdim edilir ki, bu da müzakirə predmetini zorakılıq faktının özündən yayındıraraq qadınların zorakılıq situasiyalarındakı görünüşünə və davranışına yönəltmiş olur. Bu, zorakılığı seks forması kimi təhrif edir və seksin nə üçün bu cür zorakılıq forması aldığı barədə müzakirənin qarşısını alır. Feministlər iddia edirlər ki, seksual zorakılıq yalnız zorakılıq aktıdır, onun cinslə heç bir əlaqəsi yoxdur. Onlar iddia edirlər ki, zorakılıq cinsələşdirildikdə onun nə olduğunu (yəni məhz zorakılıq olduğunu) görmək bacarığı aradan qalxmış olur. Müzakirə cins barəsində aparıldıqda, müzakirə predmeti zorakılıq deyil, qadının zahiri görünüşü və ya görünüşünün yanlış anlaşılması problemləri olur.

Lakin Ketrin Makkinnon iddia edir ki, zorlamaya zorakılıq aktının olmadığı seks aktı kimi baxmaqla “biz seks prosesində baş verənləri, seks *vasitəsilə* bizimlə edilənləri tənqid etmək imkanından məhrum oluruq, çünki zorlama ilə ünsiyyət, seksual qısnama ilə cinslərin rolları, pornoqrafiya ilə erotika arasındakı mövcud sərhədləri aradan qaldırmış oluruq” (Makkinnon, 1981). Seksual zorakılığın bu təqdimatında vurğu cins amilinin üzərinə qoyularaq iddia edilir ki, həm kişilər, həm də qadınlar üçün seks (və əsasən heteroseksual seks) anlamının böyük hissəsi kişilərin dominantlığı kontekstində sui-istifadə və zorakılıqla yüklənmiş olur. Beləliklə, seksual zorakılığa onu törədənlərin nəzərində kişilərin üstünlüyü ideologiyasının icazə verdiyi düzgün hərəkət olaraq haqq qazandırılır (Konnell, 1995).

Bu mülahizələrin əsasında iddia etmək olar ki, cinsi zorakılıq müasir cəmiyyətlərdəki mədəni və siyasi kontekstlə əlaqədardır; cinsi zorakılıq patriarxat mədəniyyətinin tərkib hissəsidir, belə ki, burada cinsixarakterli hücumları və qısnamaları kimin törətdiyini kişilər bilir, amma özlərini görməzliyə vururlar. Beləliklə, cinsi zorakılıq elə bir mədəniyyətin tərkib hissəsidir ki, bu mədəniyyət kişilərə *kişi* olaraq cəmiyyətdə vəd edilənləri və *kişi* olaraq cəmiyyətdəki mövqeləri barədə deyilənləri ifadə edir.

Media üçün bu müzakirənin aktuallığı ondan ibarətdir ki, cinsi zorakılığın nümayiş etdirildiyi və ya işıqlandırıldığı hallarda *kimin nöqteyi-nəzərinin* təqdim edilməsi və cinsi zorakılıq üçün *hansı izahatların* verilməsi əhəmiyyət kəsb edir.

Cinsiyyətçi nifrət nitqi genderəsaslı zorakılığın təzahürü kimi

Nifrət nitqi bir çox formalarda təzahür edir. O, misal üçün, nasistlər şəhərlərdən keçərək yürüş edərkən səslənən nitqlər kimi mütəşəkkil siyasi nifrət nitqi formasını ala bilər, yaxud hüquqi hazırlığı olmayan insanların hətta "nitq" adlandıra bilməyəcəyimiz hərəkətləri, məsələn, xaçı və ya bayrağı yandırması formasında ola bilər. Nifrət zəminində cinayət törədənlər kimi nifrət nitqi ilə çıxış edənlərin də hərəkətlərinin motivlərini irq, gender, homofobiya, etnik qərəzlilik və siyasi təəssübkeşlik kimi amillər təşkil edə bilər və bunlar bütün amillərin sadəcə bir neçəsidir. Daha geniş sosial kontekstdə götürsək, *nifrət nitqi subordinasiya (tabelik) mexanizmlərindən* yalnız biridir və adətən, *bəziləri fiziki, bəziləri verbal, bəziləri simvolik xarakter daşıyan, qarşılıqlı əlaqəli olan hərəkətlər kompleksini* özündə ehtiva edir və *qorxu, təhdid, qısnama və ayrı-seçkilik mühitinin yaradılmasında özünü büruzə verir*. İctimai elmlərə aid ədəbiyyatda nifrət nitqinə çox zaman belə anlayış verilir: i) müəyyən qrupun aşağısəviyyəli olması mesajını ötürən nitq, ii) hədəfə alınan qrupun üzvünə qarşı yönələn nitq; iii) təqib, nifrət və alçaltma ifadə edən nitq. Nifrət nitqinin bu ümumi anlayışından çıxış edərək *cinsiyyətçi nifrət nitqinin anlayışını* bu cür vermək olar: *qrup olaraq qadınların gender nöqteyi-nəzərindən aşağısəviyyəli olduğunu bildirən, təqib, nifrət və alçaltma ifadə edən zorakı mesajlar göndərən nitq*.

Nəzəriyyəçilər, həmçinin təhqiramiz və ya nifrət aşılayan nitqin *aşkar* (birbaşa) və *üstüörtülü* (dolayı) formalarını fərqləndirirlər, belə ki, aşkar formada alçaldıcı dildən istifadə edilir, üstüörtülü formada isə nifrət sarkazm və ya kinayənin arxasında gizlənir. Nifrət nitqi və açıq təhqirlər aşkar təhqiredici dilin formalarına aiddir. Təhqirlər (məsələn, birisini "axmaq" adlandırmaq) şəxsin irqi və ya gender identikliyini alçaltmadan onun özünü fərd olaraq birbaşa hədəfə aldığı halda, nifrət nitqi qrup identikliyinə əsaslanan, ayrı-seçkilik xarakteri daşıyan verbal (şifahi) təhqir forması kimi müəyyən edilə bilər. Aşkar təhqiredici dilin bütün formaları hücuma məruz qalan şəxs üçün zərərli və alçaldıcı olur, həmişə qeyri-ədəbi və emosional xarakter daşıyır və ünvanlandığı şəxs ilə dialoqa girmək məqsədi daşımır. Verbal təhqirin üstüörtülü formalarını isə müəyyənləşdirmək müşahidəçi üçün çətin olur. Kinayəli dilin işlənməsi də (bu zaman deyilənlər tamamilə fərqli məna daşıyır və nəzərdə tutulanlardan fərqli olur) təhqiramiz nitq sayıla bilər, amma bunu təyin etmək xüsusilə çətin olur. Dilin bu cür istifadəsinə nifrət nitqi kimi də baxmaq olar, hərçənd ki, bu halda ifadələr kodlaşdırılmış və dolayı formada işlənir: bu, üzərindən susqunluqla keçilən, deyilməyən, amma ümumən nəzərdə tutulan stereotiplərin və mədəni hekayətlərin qüvvədə olması vasitəsilə qadınların qrup olaraq tabeliyinə haqq qazandıran ümumi anlayışı və ya baxışı ifadə edən patriarxalyönümlü siyasət üçün önəmli ola bilər.

Cinsiyyətçi nifrət nitqinin dili

Gender və zorakılıq barəsində danışarkən qeyd edilməli mühüm məsələlərdən biri müzakirə üçün seçilən və gender zorakılığı təşkil edən sözlərdir. "*Qurban*" sözü qadının hərəkət azadlığı imkanına malik olmasını inkar edən və ona qarşı edilmiş hərəkət əsasında müəyyən edilən termindir. Buna görə də bəziləri bu terminin konkret olaraq hüquqpozanın hərəkətləri əsasında müəyyən edilməsinə yol verməmək üçün "zərərçəkən" ("salamat qalmış şəxs") sözündən istifadə etməyə üstünlük verirlər. Lakin feministlər iddia edirlər ki, "zərərçəkən" termini zorakılığın vurduğu ziyanı bir qədər kölgədə qoyur. Bu terminlər və mənalar məsələnin mahiyyətini birbaşa ifadə etməyə bilər, buna görə də əsas məsələ istifadə edilmək üçün düzgün və ya yanlış terminlərin təklif olunması deyil, hansı terminin istifadə edilməsinin tələb olunduğu barədə düşünməkdir.

Cinsəl təhqir çox zaman "cinsəl tələb", "cinsəl qalmaqal" və ya "düzgün olmayan davranış" adlandırılır və bu o deməkdir ki, bunlar mənəviyyata zidd davranış hallarıdır, amma cinsi zorakılıq deyil. Belə sözlər kişilərin təhqiramiz hərəkətlərini adiləşdirir, bu cür hallarda qadınların yaşantılarını isə cinsəlləşdirir. "Bədheybət", "vəhşi" və ya "bədxah" kimi terminlər də yanıldıcı ola bilər, belə ki, onlar zorakılığı törədən kişilərin unikal olduğunu və bu səbəbdən onları tanımağın asan olduğunu ifadə edə bilər. Çox vaxt bunun əksi olur: cinsi zorakılıq, amerikalı siyasət filosofu Hanna Arendtin sözləri ilə desək, (Hanna Arendt, 1963) mahiyyətcə *adi* hal olur: zorlama törədənlər, ailədə zorakılıq edənlər və cinsi qısnama hallarını törədənlər çox vaxt *adi* ailəli kişilər – icmalarının əzmkar və çalışqan üzvləri olur. Analoji olaraq, uşaqlara qarşı seksual zorakılıq edildikdə nəzəriyyəçilər "pedofiliya" terminindən istifadə edilməsinin əleyhinə çıxırlar, belə ki, bu termin uşaqların seksual hücuma məruz qalmasını seçim kimi deyil, psixoloji durum kimi müəyyən edir. O həm də uşaqlara qarşı zorakılıq edən kişilərlə qadınlara zərər yetirən kişilər arasında əlaqəni kölgədə qoyur, halbuki bu qruplar müəyyən dərəcədə üst-üstə düşür. Uşaqlara qarşı zorakılıq edənlərin pedofil adlandırılması qadınlara zərər yetirənləri nəzərdən kənarlaşdırır, halbuki bir çox hallarda uşaqlara qarşı zorakılıq edənlər qadınlara qarşı da zorakılıq edirlər. Amma digər tərəfdən, zorakılıq edənlərin cəlbedici, uğurlu və güclü kişilər kimi təqdim edilməsi də yanıldıcı ola bilər. Belə təqdimatlar zorakı kişilərə rəğbət yarada və onların səbəb olduğu zərərin yetərincə qiymətləndirilməməsinə gətirib çıxara bilər. Keyt Mann (2017) bu cür patriarxal təqdimatı "aldadıcı" adlandırır. Bu həm də belə bir faktda öz əksini tapır ki, zorlama hallarının çoxunda təqsirkarları "zorlayan kişilər" deyil, sadəcə "zorlayanlar" adlandırırlar, bu isə "zorlayan" termininin kişilərə aid olması ehtimalının artıq mövcudluğunu bildirir, amma termində "kişi" sözünün buraxılması zorakılığın gender amili ilə əlaqəli olmasını pərdələməyin üsuluna çevrilir.

Genderəsaslı zorakılıq və ona səbəb ola biləcək nifrət nitqi qurbanlar/ zərərçəkənlər, hüquqpozanlar barəsində deyilənlərlə və təqdimat məsələləri ilə ciddi surətdə əlaqədardır. Media zorakılıq insidentləri, o cümlədən ailə-

daxili zorakılıq, ailədaxili qətl, zorlama, seksual qısnama, kommersiyayönümlü seksual istismar və uşaqlara qarşı cinsi zorakılıqla bağlı konteksti və süjet xəttini formalaşdırır. Medianı araşdıran tədqiqatçı alim Karen Boylun iddia etdiyinə görə, media çox zaman qurbanları qınayan hekayətləri və zorakılıq barədə cinsəlləşdirilmiş təsəvvürləri təqdim edir. Beləliklə, hadisələr qadınların məruz qaldığı zorakılıq barədə məlumat verməli olmadıqları ənənəsini yaradan formada işıqlandırılırsa, o halda media qadınlara qarşı zorakılığı normaya çevirən yanaşmaları və ənənələri dəstəkləmiş olur.

Onlayn rejimində genderəsaslı zorakılıq

Bu gün biz genderəsaslı zorakılığın *onlayn təhqirlər* formasında yeni xüsusiyyətini müşahidə edirik və bu təhqirlər onlayn rejimində genişçeşidli hücumları və hüquqa zidd davranışları əhatə edir və bu hücumlar siyasi həyatdakı qadınları konkret və qeyri-mütənasib şəkildə hədəfə alır. “Onlayn təhqirlər və onlayn rejimində genderəsaslı zorakılıq onlayn təqibdən daha artıq bir şeydir: o, transgender icması nümayəndələrinin pis adlarla adlandırılmasını; övladlarını itirmiş valideynlərə, ailə üzvü itkin düşmüş və ya vəfat etmiş şəxslərə təsir göstərən məyusedici və şokyaradıcı trol fəaliyyətlərini; müxtəlif platformalarda haker fəaliyyətlərini və getdikcə daha çox istifadə edilən bir çox digər taktikaları özündə ehtiva edir”.[1]

Onlayn təhqirlərin kütləvi xarakter daşıyan, qadınlara qarşı zorakılığa öz təsirini göstərən aşağıdakı formaları vardır:

a) *kiberistismar* və “*pornoqisas*”. Subyektin razılığını almadan seksualxarakterli təsvirlərin yayılmasıdır;

b) *şəxsi məlumatların açıqlanması*. Bu, şəxsin tam adı, ünvanı, telefon nömrəsi, elektron poçtunun ünvanı, həyat yoldaşının və övladlarının adları, maliyyə məlumatları və s. daxil olmaqla fərdi məlumatlarının çox zaman haker metodları ilə qanunsuz olaraq əldə edilməsi və yayılmasıdır;

c) *onlayn rejimində seksual obyektləşdirmə*. Bu, qadınların və ya qızların bədənlərinin manipulyasiya edilmiş və ya açıq-aşkar seksual yöndə çəkilmiş fotoşəkillərinin onların razılığı olmadan istifadə edilməsidir.

Onlayn rejiminin istifadəsi sayəsində təmin edilən bu təhqiramiz praktikaların anonimliyi və operativliyi bu cür hüquqa zidd davranışların nəticələrini ağırlaşdırır və təsir gücünü artırır.

Qadın siyasətçilər və ümumiyyətlə, ictimai sahədə çalışan qadınlar (qadın jurnalistlər də daxil olmaqla) çox zaman sosial media platformalarında həddən artıq sərt şərhlərdən, o cümlədən cinsiyyətçilik və cinsiyyətçi nifrət nitqi formasında amansız hücumlardan əziyyət çəkirlər. Onlayn təhqirlərdə (onların hədəfi eyni zamanda kişilər də olur) gender aspekti də olur, belə ki, qadın siyasətçilərin və ictimai xadimlərin cinsixarakterli anonim təhqir və təhdidlər (məsələn, seksual təhqirlər) alması ehtimalı daha çox olur ki, bunların da məqsədi ictimai sahədə fəaliyyət göstərən qadınları

[1] Bax: Beynəlxalq Amnistiya Təşkilatının (Amnesty International) hesabatı (2018): “Zərərli Twitter – Qadınlar üçün zərərli yer”. Sayt: https://www.amnesty.org/en/latest/research/2018/03/online-violence-against-women-chapter-1/#topanchor.

qorxutma, utandırma və hədələmə yolu ilə susdurmaqdan ibarət olur. Belə hücumların arxasında dayanan niyyət, eləcə də onların başvermə tezliyi, forması və məzmunu bu qadınların kişi həmkarlarına qarşı edilən hücumlarından fərqlənir.
Bu durum siyasəti hazırlayanlar üçün başlıca problemdir, belə ki, "sosial medianın özünütənzimləmə mexanizmləri və davranış qaydaları mövcud olduqda belə, onlar, belə görünür ki, sərbəst informasiya axını ilə cinsiyyətçixarakterli nifrət nitqinin azaldılmasına yönələn haqlı narahatlıqlar arasında lazımi balansı təmin etmək üçün kifayət etmir".[1] *Facebook*-da avstriyalı qadın siyasətçini hədəfə alan cinsiyyətçi nifrət nitqi ilə əlaqədar son dövrdə (2019) baxılmış presedentxarakterli məhkəmə işi də onlayn rejimində genderəsaslı zorakılıqda mübarizənin mürəkkəbliyini və potensial hüquqi müdafiə vasitələrinin məhdudluğunu üzə çıxardı[2] (Həmçinin bax: Mövzu 3: "Gender bərabərliyi hüquqi konsepsiya kimi, gender bərabərliyinin sosial ədalətlə və media azadlığı ilə əlaqəsi").

Qadın jurnalistlərə qarşı zorakılıq

"Jurnalistlər və digər media işçiləri çox zaman konkret olaraq gender əlaməti, gender identikliyi, seksual oriyentasiya, etnik identiklik, azlıq qrupuna mənsubluq, din və ya digər konkret əlamətlərə görə hədəfə alınırlar ki, bu da onları iş fəaliyyətinin gedişində ayrı-seçkiliyə və təhlükələrə məruz qoya bilər. Qadın jurnalistlər və digər qadın media işçiləri gender amili ilə əlaqədar konkret təhlükələrlə üzləşirlər. Buraya da cinsiyyətçi, qadınlara qarşı düşmənçilik yönümlü və alçaldıcı təhqirlər; hədələmə; qısnama, seksual aqressiya və zorakılıq daxildir. Bu hüquq pozuntularının onlayn rejimində baş verməsi halları artır. Təxirəsalınmaz, qətiyyətli və sistemxarakterli cavab tədbirlərinə ehtiyac vardır"[3].
Avropada 2016-cı ildə Avropa Şurası digər beynəlxalq təşkilatlar – UNESCO və ATƏT-in media azadlığı üzrə nümayəndəsi ilə birlikdə cinsiyyətçi nifrət nitqinin qarşısını almağa yönələn koordinasiyalı tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün çağırış etdi. Buna səbəb mediada çalışan qadınlara qarşı sistemli xarakter alan təhdidlər və təhqirlərin qlobal miqyasda narahatlıq doğuran səviyyəyə çatması idi. Bu təhdidlərin məqsədi həm onlayn, həm də oflayn rejimində qısnamanın, təhqirlərin və zorakılığın çəkindirici təsirləri vasitəsilə qadınları susdurmaq idi.

Qadınların üzləşdikləri risklər onların iş yerlərində qeyri-mütənasib təhdidlərə məruz qalmasına səbəb olur və çox zaman onlar bütün dünyada maraq doğuran mövzuları işıqlandırarkən ictimai yerlərdə genderəsaslı qısnamaların və zorakılığın hədəfinə çevrilirlər. Üstəlik,

[1] Bax: Avropa Şurası, "Gender bərabərliyinə xüsusi diqqət yetirməklə seçkilərin media tərəfindən işıqlandırılmasının araşdırılması" (2018). Sayt: https://rm.coe.int/gender-equality-and-elections-/16807c0e23; səh.18.

[2] Yeva Qlavişinq-Pişşek "Facebook Ireland Limited"ə qarşı, Məhkəmənin (Üçüncü Palata) 3 oktyabr 2019-cu il tarixli qərarı, (C-18/18 – Glawischnig-Piesczek).
Sayt: http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-18/18.

[3] "Jurnalistikanın müdafiəsi və jurnalistlərin və digər media işçilərinin təhlükəsizliyi haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2016)4 saylı tövsiyəsi; səh. 2.

bu təhdidlər “gündəlik fəaliyyətin” tərkib hissəsini təşkil edir və onlar barəsində məlumat verilmir, belə ki, qeyri-stabil işdə çalışan qadın jurnalistlər belə hallar barədə məlumatların onların karyerasına mənfi təsir göstərəcəyindən ehtiyatlanırlar. Bundan əlavə, dünya üzrə qətlə yetirilmiş qadın jurnalistlərin sayı son onillikdə artıb və adətən, bu qətllər cinsiyyətçi nifrət nitqi zəminində baş verib. Ən çox şok yaradan hücum davamlı təhdidlərdən sonra Maltada evinin yaxınlığında avtomobilinə yerləşdirilmiş bombanın partlaması nəticəsində həlak olmuş araşdırmaçı jurnalist Dafniya Karuana Qaliziyaya (*Daphne Caruana Galizia*) qarşı hücum idi və bu olay qadın jurnalistlər nəsli üçün simvolik hadisəyə çevrildi.

Onlayn informasiyaların məzmunu cinsiyyətçi hücumların təsirini və psixoloji nəticələrini artırır. “Qadın jurnalistlərin və qadın media işçilərinin (onların qadın informasiya mənbələri ilə birlikdə) qarşılaşdığı ən yeni təhlükələr rəqəmsal sahədə, xüsusən sosial media saytlarında mövcuddur. Bu risklər gender amilinə əsaslanan zərərli onlayn qısnamalardan tutmuş seksual zorakılıq təhdidlərini özündə ehtiva edən konkrethədəfli aşkar hücumlara qədər geniş çeşidlidir. Üstəlik, onlar həm də identikləşdirici informasiyaların açıqlanmasından (bu, oflayn riskləri artırır) tutmuş süni intellekt texnologiyalarından istifadə etməklə informasiyaların təhrif edilməsinə qədər rəqəmsal təhlükəsizliyin pozulması hallarını özündə ehtiva edir”. (*Pozetti və Storm, 2018): 76*). Bu hücumların hədəfi təkcə qadın jurnalistlər deyil, həm də onların qadın informasiya mənbələri, hətta qadın bloqçular və vətəndaş jurnalistikası ilə məşğul olan qadınlardır. Ənənəvi olaraq kişilərin dominantlıq təşkil etdiyi sahələrə, məsələn, idmana (xüsusən futbola), siyasətə və iqtisadiyyata aid mövzuları işıqlandıran qadınlar hücumların hədəfinə çevrilirlər, həmçinin kompleks və sosial baxımdan həssas gender problemlərini, ailədaxili zorakılıq, miqrasiya məsələlərini, irqi məsələləri və LGBTQ qruplarının hüquqlarını işıqlandıran onların qadın həmkarları da hücumlara məruz qalırlar. Sosial mediada (xüsusən *Twitter* və *Facebook*-da) yer almaq və fəaliyyət göstərmək jurnalistlərin gündəlik işi üçün qaçılmaz olduğuna görə, qadın jurnalistlər bu platformalarda onlayn qısnamalara məruz qalmaq məcburiyyətindədirlər, yaxud bir çox hallarda peşələrini atmağa və bu “təhlükəli” işlərindən imtina etməyə məcbur olurlar. Bu çəkindirici təsirlər qadınların susdurulması ilə nəticələnir ki, bu da qadınların ifadə azadlığını və peşə seçimi azadlığını məhdudlaşdırmış olur.

(Həmçinin bax: Mövzu 3: “Gender bərabərliyi hüquqi konsepsiya kimi. Gender bərabərliyinin sosial ədalətlə və media azadlığı ilə əlaqəsi”. Örnək: Gender baxımındam jurnalistlərin təhlükəsizliyi”).

Mediada cinsiyyətçi nifrət nitqi ilə mübarizə: siyasət sahəsində tədbirlər və Avropa Şurasının rolu

Cinsiyyətçi nifrət nitqinin və ekstremist nitqin medianın fəaliyyətində və məzmununda gender bərabərliyi üçün nəticələri qlobal media siyasətinin gündəliyinə daxil olmuş məsələdir. Birləşmiş Millətlər Təşkilatı qadın jurnalistlərin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi uğrunda sistematik təşviqat aparıb və “iş funksiyalarını yerinə yetirən qadın jurnalistlərə qarşı konkret

hücumları, o cümlədən onlayn və oflayn rejimində cinsi ayrı-seçkilik və gender-əsaslı zorakılıq, hədələmə və qısnama" hallarını pisləyib[1]. Avropa daxilində hökumətlərarası əməkdaşlıq sahələri arasında jurnalistlərə qarşı təhlükələr məsələsi də yer alır. Onlayn rejimində nifrət nitqinin yayılması "Qanunsuz onlayn nifrət nitqi ilə mübarizə üzrə davranış kodeksi"nin qəbul edilməsi ilə nəticələnib. Avropa Komissiyası, *Facebook*, *Microsoft*, *Twitter* və *YouTube* arasında 2016-cı ildə razılaşdırılmış bu sənəd qanunsuz nitqə qarşı istifadəçilərin və vətəndaş cəmiyyətinin aktivliyini artırmağa və milli hakimiyyət orqanları arasında koordinasiyanı dəstəkləməyə yönəlib.[2] Bundan əlavə, ATƏT-in Media azadlığı üzrə nümayəndəsi qadın jurnalistlərin və qadın media mütəxəssislərinin qorxmadan çalışmalarını və onların insan hüququ olan ifadə azadlığı hüququnu təmin edən tövsiyələr qəbul edib.[3]

Vətəndaş cəmiyyətinin təşəbbüsləri də siyasi diskussiyalara töhfə verib. Vətəndaş cəmiyyəti təşkilatları onlayn nifrət nitqi ilə mübarizə aparmaq və konkret internet vasitəçilərini bu cür informasiyaların məzmunlarını tənzimləyərkən daha məsuliyyətli olmağa çağırmaq məqsədilə bir sıra kampaniyalar keçiriblər.[4]

Mediada cinsiyyətçi nifrət nitqi ilə mübarizəyə dair Avropa Şurasının sənədləri

Avropa Şurası (AŞ) cinsiyyətçi nifrət nitqi ilə mübarizədə, xüsusən media sahəsində qadınların müdafiəsində mühüm rol oynayıb. 2011-ci ilin əvvəllərində Nazirlər Komitəsi etiraf etdi ki, yeni media ekosistemi dildə və sosial yanaşmalarda mövcud olan qısnama, qorxutma, hədələmə və təqib hallarına şərait yaradır.[5] 2014-cü ildən bəri AŞ digər tərəfdaş təşkilatlarla birlikdə sistematik olaraq jurnalistlərin təhlükəsizliyini monitorinq edir və qadın jurnalistlərlə əlaqədar aspektləri nəzərdən keçirir, eyni zamanda,onlara qarşı hücumların baş verdiyi üzv dövlətlərə xəbərdarlıq edir.[6] 2014-cü ildə Nazirlər Komitəsi jurnalistlərin müdafiəsinə dair qadın jurnalistlərin

[1] Bax: "Jurnalistlərin təhlükəsizliyi və cəzasızlıq məsələsi haqqında" BMT Baş Assambleyasının 75/152 saylı qətnaməsi" (A/RES/72/175). Sayt: https://undocs.org/A/C.3/72/L.35/Rev.1, səh. 4.

[2] Bax: Qanunsuz onlayn nifrət nitqi ilə mübarizə üzrə davranış kodeksi. Sayt: http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=54300.

[3] Bax: ATƏT-in Media azadlığı üzrə nümayəndəsi. (2016). İfadə azadlığı üçün yeni çağırışlar: Qadın jurnalistlərə qarşı onlayn təhqirlərlə mübarizə. Vyana. Sayt: http://www.osce.org/fom/220411?download=true; və ATƏT-in Media azadlığı üzrə nümayəndəsi. (2015). "İfadə azadlığı üçün yeni çağırışlar: Qadın jurnalistlərə qarşı onlayn təhqirlərlə mübarizə" mövzusunda ekspert toplantısının tövsiyələri. Sayt: https://www.osce.org/fom/193556?download=true.

[4] İ.Qalyardone, D. Qal, T. Alves və Q. Martines) (Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T., & Martinez, G). (2015). Onlayn nifrət nitqi ilə mübarizə (İnternet azadlığına dair YUNESKO-nun nəşrlər seriyası). Paris: YUNESKO. Sayt: http://unesdoc.unesco.org/images/0023/ 002332/233231e.pdf.

[5] Bax: "Medianın yeni anlayışı haqqında" Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2011)7 saylı tövsiyəsi.

[6] Bax: "Jurnalistikanın müdafiəsinin və jurnalistlərin təhlükəsizliyinin təşviqi platforması". Sayt: https://www.coe.int/en/web/media-freedom/home.

peşə fəaliyyəti zamanı qarşılaşdıqları çağırış və təhdidləri birbaşa göstərən qətnamə qəbul edib.[1] Bunun ardınca isə 2016-cı ildə Avropa Şurasının Parlament Assambleyası (AŞPA) üzvləri qadınlara qarşı zorakılığın bütün formalarını, o cümlədən qısnama və cinsiyyətçilik hallarını, habelə nifrət nitqini pisləməyə və məlumatlılığın artırılması səylərinə aktiv şəkildə yardım göstərməyə çağırıb.[2] Sonradan AŞPA, həmçinin kiberdiskriminasiya və onlayn nifrət nitqi, o cümlədən cinsiyyətçi nifrət nitqi məsələlərinə toxunub.[3] Avropa Şurasının "Gender bərabərliyi strategiyasında (2018–2023)" zorakılıq məsələsi siyasətin əsas məqsədləri sırasına daxil edilib və üzv dövlətlər tərəfindən tədbirlər görülməsinin zəruriliyi vurğulanıb.[4]

Nəticələr

Cinsiyyətçi nifrət nitqi onlayn və oflayn rejimində genderəsaslı zorakılıq, qısnama, stereotiplərə əsaslanan ritorika və cinsəlləşdirilmiş zorakılığın təbliği ilə başlayır və cəmiyyət həyatına təsirsiz qalmır. O çox zaman fiziki zorakılığa, o cümlədən ailədaxili zorakılığa təkan verərək qüsurlu bir dairəyə yaradır. Belə bir qüsurlu dairənin dağıdılmasında media mərkəzi rol oynaya bilər. Çünki məhz media hekayələrin çərçivələnməsində, hücumların qurbanlarının və onları törədənlərin təqdimatında mərkəzi rol oynayır. Bu əhvalatlar barədə məlumat verən qadın jurnalistlər və digər media işçilərinin özləri də cinsiyyətçi hücumların hədəfinə çevrilir, onların fəaliyyətinə əngəl törədilir.

Belə vəziyyət bu gün çox ciddi narahatlıq doğurur. Buna görə də qadınlara qarşı təhlükələrin müxtəlif formalarının və onların təsirlərinin daimi monitorinqə və sistemli araşdırmalara ehtiyacı vardır.

Dövlətlər və media zorakılığa son qoyulması üçün açıq-aydın məsuliyyət daşıyır. Bu zaman media təşkilatlarında və xəbər redaksiyalarında zorakılığa qarşı mübarizə sahəsində qabaqcıl təcrübələr və zorakılığa qarşı "sıfır tolerantlığa" əsaslanan yanaşma tətbiq və təşviq edilməlidir.

[1] Bax: "Jurnalistikanın müdafiəsi və jurnalistlərin və digər media işçilərinin təhlükəsizliyi haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin Bəyannaməsi (2014). Sayt: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805c5e9d.

[2] Bax: "Qadınlara qarşı son dövrdəki hücumlar: Vicdanlı işıqlandırmanın və hərtərəfli cavab tədbirlərinin zəruriliyi haqqında" Avropa Şurasının Parlament Assambleyasının (AŞPA) 2093(2016) saylı qətnaməsi.

[3] Bax: "Kiberdiskriminasiyaya və onlayn nifrətə son qoymaq haqqında" Avropa Şurasının Parlament Assambleyasının (AŞPA) 2144 (2017) saylı qətnaməsi.

[4] Bax: Avropa Şurasının "Gender bərabərliyi strategiyası (2018–2023). 2-ci strateji məqsəd: Qadınlara qarşı zorakılığın və məişət zorakılığının qarşısının alınması və onlarla mübarizə aparılması. Sayt: https://rm.coe.int/strategy-en-2018-2023/16807b58eb.

MƏNBƏLƏR

1. Arendt, Hannah. (1963). Eichmann in Jerusalem: A report on the banality of evil. New York: Viking. [Hanna Arendt. (1963). Eyxmann Yerusəlimdə: Şərin bayağılığı barədə hesabat. Nyu-York. “Viking” nəşriyyatı].
2. Boyle, Karen. (2019). ‘The sex of sexual violence’. In Laura J. Shepherd (ed) Handbook of Gender and Violence, Edward Elgar: pp.101-114. [Karen Boyl. (2019). Seksual zorakılığın cinsi. Mənbə: Laura C. Şeferd (redaktor), Gender və zorakılıqla bağlı təlimat, “Edward Elgar” nəşriyyatı.
3. Connell, RW. (1995). Masculinities, Cambridge: Polity. [Konnell R.V. (1995). Kişilik keyfiyyətləri, Kembric: “Polity” nəşriyyatı].
4. Dworkin, Andrea. (1983). Right-wing women. New York: Perigee Books. [Andrea Dvorkin. (1983). Sağçı qadınlar, Nyu-York: “Perigee Books” nəşriyyatı].
5. MacKinnon, Catharine. (1981). ‘Sex and violence: A perspective’. In Catharine MacKinnon Feminism Unmodified: Discourses on Life and Law, Cambridge MA: Harvard University Press. [Ketrin Makkinnon. (1981). Cins və zorakılıq: Perspektiv. Mənbə: Ketrin Makkinnon. Dəyişikliksiz feminizm: Həyat və hüquq haqqında diskussiyalar, Kembric MA: Harvard Universitetinin nəşriyyatı].
6. Manne, Kate. (2017). Down girl: The logic of misogyny. Oxford: Oxford University Press. [Keyt Mann. (2017). Məğlub qız: Qadınlara qarşı düşmənçiliyin məntiqi. Oksford: Oksford Universitetinin nəşriyyatı].
7. Matsuda, Mari. (1989). Public response to racist speech: Considering the victim’s story. Michigan Law Review 87 (8): 2320–81. [Mari Matsuda. (1989). İrqçi nitqə ictimai reaksiya: Qurbanın əhvalatının nəzərdən keçirilməsi. “Michigan Law Review” nəşriyyatı, 87 (8): 2320–81].
8. Posetti, J., & Storm, H. (2018). Violence Against Women Journalists – Online and Offline. In A. Vega Montiel & S. Macharia (Eds.), Setting the Gender Agenda for Communication Policy (pp. 75–93). UNESCO Publishing. [Rozetti C. və Storm H. (2018). Qadın jurnalistlərə qarşı zorakılıq – onlayn və oflayn. Mənbə: A. Veqa Montyel vrə qarşı zorak (redaktorlar), Kommunikasiya siyasəti üçün gender gündəliyinin müəyyən edilməsi (səh. 75–93). UNESCO-nun nəşriyyatı].
9. Tirrell, Lynne. (1999). Pornographic subordination: How pornography silences women. In: On feminist ethics and politics, ed. Claudia Card. Lawrence: University of Kansas Press. [Linn Tirrell. (1999). Pornoqrafik tabelik: Pornoqrafiya qadınları necə susdurur. Mənbə: Feminist etikası və siyasəti haqqında, redaktor Klaudiya Kard. Lourense: Kanzas Universitetinin nəşriyyatı].
10. Young, Iris Marion. (1990). Justice and the politics of difference. Princeton: Princeton University Press. [Ayris Merion Yanq. (1990). Ədalət və fərqliliklər siyasəti. Prinston: Prinston Universitetinin nəşriyyatı].

Mövzu 9.
Gender bərabərliyini təmin etmək üçün peşəkar mediada istifadə olunmalı strategiyalar

Gender bərabərliyi sahəsində strategiya sənədlərində medianın yeri və rolu. Peşəkar mediada istifadə olunmalı strategiyalar. Medianın hüquqi tənzimlənməsi və özünütənzimləməsi sahəsində strateji hədəf.

Mətbuat azadlığı, redaksiya azadlığı insan hüquqlarının ayrılmaz tərkib hissəsi olan gender bərabərliyi ilə sıx şəkildə bağlıdır. Söz azadlığının həyata keçirilməsi gender bərabərliyinin inkişafına təkan verdiyi üçün gender bərabərliyinin təminində media müstəsna rol oynayır.

Həqiqi demokratiya qadın və kişilərin cəmiyyətdə bərabərhüquqlu iştirakını tələb edir. Qadın və kişilərin bərabər hüquq və imkanlar əsasında qiymətləndirilməsi demokratik idarəetmə və düzgün qərarqəbuletmə 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.[1]

Gender bərabərliyinin əldə edilməsi sosial ədalətin təminatı üçün ilkin şərtdir. Bu təkcə qadınları deyil, bütövlükdə cəmiyyəti narahat edən bir məsələdir. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin 1988-ci ildə qəbul etdiyi Qadın və kişilərin bərabərliyi haqqında Bəyannaməsi və 2009-cu ildə qəbul etdiyi Gender bərabərliyinin reallaşdırılması haqqında Bəyannaməsi ilə son onilliklərdə bu sahədə böyük addımlar atıb.

Avropada gender bərabərliyi sahəsində strategiya sənədləri

Avropa Şurası gender bərabərliyinin təmini məqsədilə ilkin olaraq 2014–2017-ci illəri əhatə edən Avropa Şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyasını qəbul etdi. Bu strategiya beş prioritet sahəni müəyyən edirdi:[2]

– *gender stereotipləri və cinsiyyətçiliklə mübarizə aparılması;*

– *qadınlara qarşı zorakılığın qarşısının alınması və onunla mübarizə aparılması;*

– *qadınların ədalət mühakiməsinə bərabər çıxış imkanlarının təmin edilməsi;*

– *siyasi və ictimai qərarların qəbulunda qadınların və kişilərin balanslı iştirakına nail olunması;*

– *bütün siyasət və tədbirlərdə gender yanaşmasının nəzərə alınması.*

Strategiyanın həyata keçirilməsi prosesində ortaya çıxan çatışmazlıqları və maneələri aradan qaldırmaq və standartların təşviqi, monitorinqi və qiymətləndirilməsi prosesini sürətləndirmək, yeni baxışlar ortaya qoymaq üçün AŞ 2018–2023-cü illəri əhatə edən növbəti strategiyanı qəbul etdi. Yeni sənəddə bildirilir ki, gender bərabərliyi ilə bağlı Nazirlər Komitəsinin tövsiyələri və Parlament Assambleyasının qətnamələri cinsi mənsubiyyətə əsaslanan ayrı-seçkiliyə qarşı mübarizə, cinsiyyətçi ifadələrinin aradan qaldırılması,

[1] Recommendation CM/Rec(2013)1of the Committee of Ministers to member States on gender equality and media, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805c7c7e

[2] Avropa şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyası, 2018–2023, səh.6

qadınların zorakılıqdan müdafiə edilməsi, siyasi və ictimai qərarların qəbulunda qadınların və kişilərin balanslı iştirakına nail olunması, təhsil, idman, media və audiovizual sektorda gender bərabərliyinin nəzərə alınması, gender bərabərliyi standartlarının və mexanizmlərinin təmin edilməsi, əlilliyi olan qadınların və qızların hüquqlarının qorunması və təşviq edilməsi, media sahəsində gender bərabərliyinin təmin edilməsi kimi ən müxtəlif məsələləri əhatə edir. Onlar üzv dövlətlərin gender bərabərliyi sahəsində beynəlxalq səviyyədə razılaşdırılmış standartlara uyğun olan qanunvericiliyin hazırlanması və milli səviyyədə həmin standartlara uyğun siyasətin müəyyənləşdirilməsi üçün mühüm standartları müəyyən edir.[1]

Real gender bərabərliyinə doğru irəliləyişə nail olmaq üçün həm ictimai, həm də şəxsi həyatda kişilərin rolu vacibdir. Gender bərabərliyi naminə dəyişikliklərin subyektləri qismində kişilərin və oğlanların iştirakçılığı və məsuliyyəti çox vacibdir. Qarşılaşdıqları stereotipli gözləntilərin təzyiqlərindən kişiləri və oğlanları azad etmək üçün kişi gender stereotipləri aradan qaldırılmalıdır. Gender stereotipləri geniş yayıldığına və zaman keçdikcə öz təsirini göstərdiyinə görə genişçeşidli sosial sahələrdə – evdə, təhsil sistemində, iş yerində və daha geniş iqtisadiyyat sahələrində, ictimai yerlərdə, sosial mediada və sosial şəbəkələrdə, eləcə də şəxsi münasibətlərdə kişilərin və oğlanların sosiallaşması məsələsinin həllinə insanın bütün həyatı prizmasından yanaşmaq lazımdır. Həm qadınların insan hüquqlarının təşviq edilməsində aktiv tərəfdaş kimi, həm də gender bərabərliyi siyasətindən bəhrələnən tərəf kimi kişilərin prosesə qatılması tələb olunur.[2]

Gender stereotipləri və patriarxal münasibətlər kişilərə və oğlanlara da mənfi təsir göstərir. Kişilər və oğlanlar barəsində stereotiplər də dərin kök salmış yanaşmaların, dəyərlərin, normaların və köhnəfikirliliyin nəticəsidir. Kişiliyə hegemonluğun xas olması barədə təsəvvürlər gender stereotiplərinin qorunub saxlanılmasına və möhkəmləndirilməsinə şərait yaradan amildir ki, bu da, öz növbəsində, kişilik barədə hökmran olan təsəvvürlərdən kənara çıxan kişilərə və oğlanlara qarşı nifrət dolu seksizmxarakterli çıxışlara və qərəzli fikirlərə şərait yaradır. Cəmiyyətin təsəvvürləri və mediadakı nümunələr də gender stereotiplərinə zəmin yarada bilər. Buraya qadınların və kişilərin zahirən necə görünməli, necə davranmalı, hansı peşələrin arxasınca getməli və ev təsərrüfatında hansı vəzifələri yerinə yetirməli olduqları barədə təsəvvürlər daxildir.[3]

Avropa Şurası məhz bu zərərləri azaltmaq üçün gender bərabərsizliyini aradan qaldıraraq, cəmiyyətdə hər kəsin bərabərliyinə təminat yaradacaq bir sıra strateji məqsəd müəyyən edib.

Yeni Strategiyanın ümumi hədəfi Gender Bərabərliyi Komissiyasının (GBK) rəhbərliyi altında mövcud vasitələrin tətbiqini dəstəkləməklə və gender bərabərliyi sahəsində Avropa Şurasının qazandığı təcrübəni möhkəmləndirməklə

[1] Avropa şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyası, 2018–2023. https://rm.coe.int/ge-strategy-2018-2023-azerbaijani/16808cdbd9
[2] İbid, https://rm.coe.int/ge-strategy-2018-2023-azerbaijani/16808cdbd9
[3] İbid, https://rm.coe.int/ge-strategy-2018-2023-azerbaijani/16808cdbd9

Avropa Şurasının üzv dövlətlərində gender bərabərliyinin səmərəli şəkildə həyata keçirilməsinə nail olmaq, qadın və kişilərin imkanlarını genişləndirməkdən ibarətdir. 2018–2023-cü illər dövrü üçün diqqət altı strateji sahəyə yönəlib:

1. *Gender stereotiplərinin və cinsiyyətçiliyin qarşısının alınması və onlarla mübarizə aparılması.*
2. *Qadınlara qarşı zorakılığın və məişət zorakılığının qarşısının alınması və onlarla mübarizə aparılması.*
3. *Qadınların ədalət mühakiməsinə bərabər çıxış imkanlarının təmin edilməsi.*
4. *Siyasi və ictimai qərarların qəbulunda qadınların və kişilərin balanslı iştirakına nail olunması;*
5. *Miqrant, qaçqın və sığınacaq axtaran qadın və qızların hüquqlarının qorunması.*
6. *Bütün siyasət və tədbirlərdə gender bərabərliyinin nəzərə alınmasına nail olmaq.*

Gender bərabərliyi sahəsində strategiya sənədlərində medianın yeri və rolu

2018–2023-cü illəri əhatə edən Avropa Şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyasının bütün məqsədlərində mediaya düşən vəzifələr mövcuddur. Birinci məqsəd olaraq müəyyən edilən gender stereotiplərinin və cinsiyyətçiliyin qarşısının alınması və onlarla mübarizə aparılmasında medianın rolu əvəzolunmazdır. Media bu istiqamətdə gender bərabərliyinin təmin olunması yolunda qalıcı struktur dəyişikliyinə həm təkan verə, həm də ona mane ola bilər. Çünki media peşəkarlarının bu məsələdən məlumatlılığı, təhsillərinin səviyyəsi, dünya görüşləri və hədəfləri problemin çözülməsində həlledici rol oynayır.

Bu məsələdən danışarkən ənənəvi media ilə yanaşı, sosial medianın da həyatımıza nə qədər nüfuz etdiyini unutmaq olmaz. Araşdırmalar göstərir ki, xüsusən sosial mediadan istifadə edilərkən sui-istifadəyə yol verilir, çox zaman qadınlar və qızlar internetdə zorakılıq hədələri ilə və seksual təhdidlərə üzləşirlər. Cinsiyyətçilikdən bəhrələnən nifrət çıxışlarının daşıyıcıları kimi fəaliyyət göstərən xüsusi platformalar çox vaxt nifrət yayan, qeyri-etik, qəbuledilməz və təhqiramiz davranışa və ifadələrə haqq qazandırmaq üçün ifadə azadlığının çətiri altında gizlənir, bu azadlıqdan sui-istifadə edirlər.

Yeni strategiya sənədində medianın qarşısına aşağıdakı vəzifələr qoyulub:

a. İstanbul Konvensiyasının mahiyyətinin dərindən öyrənilməsi, onun mahiyyətinə uyğun planlar hazırlanması;

b. “Media və qadın obrazına dair” Amsterdam Konfransının (2013) tövsiyələrinin yerinə yetirilməsinin təşviq edilməsi;

“Təhsil sahəsində gender stereotipləri ilə mübarizəyə dair” Helsinki Konfransının (2014) tövsiyələrinin yerinə yetirilməsi;

c. Dildən seksist ifadələrin çıxarılmasına dair Nazirlər Komitəsinin R (90) 4 saylı tövsiyəsinin icrasının təşviq edilməsi.

Sənəddə medianın da töhfə verə biləcəyi bir sıra digər məqamlar da müəyyənləşdirilib:

- təhsil sistemində, əmək bazarında, ailə həyatında, məzuniyyət sxemlərində və qadınların və kişilərin az təmsil olunduğu bütün sahələrdə

qızlar və oğlanlar, qadınlar və kişilər üçün formalaşmış gender stereotiplərini aradan qaldırmaq üçün müsbət təcrübələri (ev təsərrüfatı və ailə üzvlərinə qulluq vəzifələrinin bərabər bölgüsü də daxil olmaqla) müəyyənləşdirmək, toplamaq və yaymaq;

- cinsiyyətçilik, gender stereotipləri və cins əlamətinə görə ayrı-seçkilik halları barədə məlumatların toplanmasını və tədqiqini dəstəkləmək;
- gender münasibətlərinə mənfi təsir göstərdiyini nəzərə alaraq zorakı və alçaldıcı internet pornoqrafiyasının, habelə zərərli seksual ənənələrin və cinsi münasibətlərdə məcburiyyətin qarşısını almaq;
- nifrət dolu cinsiyyətçi çıxışların qarşısının alınmasını və təsirlərinin monitorinqi;
- seksizmin qarşısını almaq və onunla mübarizə aparmaq məqsədini daşıyan, özəl və ictimai məkanlarda qadınlara və kişilərə təsir göstərən yeni seksizm formalarını əhatə edən və seksizm ifadələrini (Dildən seksizm ifadələrinin çıxarılmasına dair Nazirlər Komitəsinin R (90) 4 saylı tövsiyəsi), seksizmdən qaynaqlanan nifrət dolu çıxışları, mediada və reklamlarda seksizmi aradan qaldırmağa yönələn tövsiyə layihəsini, o cümlədən onlayn və oflayn rejimində seksizmin qarşısını almağa və onunla mübarizə aparmağa yönələn təlimatları hazırlamaq;
- qadın və kişilər üçün bərabər iqtisadi müstəqilliyin təşviqinə yönələn tədbirləri dəstəkləmək və qadınların əmək bazarında iştirakı qarşısındakı maneələri aradan qaldırmaq; daha çox sayda kişiləri ailədə qulluq vəzifələrini üzərlərinə götürməyə həvəsləndirmək və ailənin maraqlarını nəzərə alan dəyişkən iş vaxtı rejimlərini və digər tədbirləri müəyyənləşdirmək.

Yeni strategiya sənədində 6 strateji məqsədin hər biri üçün risklər qiymətləndirilib.

1-ci strateji məqsədin həyata keçirilməsində (Gender stereotiplərinin və cinsiyyətçiliyin qarşısının alınması və onlarla mübarizə aparılması) risk olaraq mediada qadınların qeyri-adekvat qadın obrazının yaradılması, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) mənfi rolu və təhsil siyasəti ilə bağlı müvafiq tədbirlərin olmaması müəyyən edilib.

2-ci strateji məqsəd (Qadınlara qarşı zorakılığın və məişət zorakılığının qarşısının alınması və onlarla mübarizə aparılması) sahəsində medianın çox vaxt qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığı hallarına diqqət yetirməməsi, onlara ciddi reaksiya verməməsi, qurbanların müdafiə edilməməsi, zorakılıqların yalnız az qismi barədə məlumat verilməsi risk kimi qiymətləndirilib.

Peşəkar mediada istifadə ediləcək strategiyalar

Yeni strategiya sənədinə uyğun olaraq gender stereotiplərinin və cinsiyyətçiliyin qarşısının alınması və onlarla mübarizə aparılması üçün media fəaliyyətini Avropa Şurasının keçən dövr ərzində bu istiqamətdə gündəmə gətirdiyi tövsiyələr, bəyanatlar, memorandumlar əsasında qurmalıdır.

Medianın hüquqi tənzimlənməsi və özünütənzimləmə sahəsində də əməli addımlar atılmalıdır.

A. Medianın hüquqi tənzimlənməsi sahəsində strateji hədəf

Azərbaycan qanunvericiliyində mediada gender bərabərliyinə dair xüsusi normalar mövcud deyil. Bundan əvvəlki mövzularda medianın fəaliyyətini əhatə edən qanunvericilik aktlarına nəzər saldıq. Bu mövzu çərçivəsində KİV-in fəaliyyətini birbaşa tənzimləyən “Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu, teleradioların fəaliyyətini tənzimləyən “Televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu və ictimai yayımın fəaliyyətini tənzimləyən “İctimai televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununa, habelə medianın seçkilərdə iştirakına hüquqi əsas yaradan Seçki Məcəlləsinə bu baxımdan yenidən baxmaq və Avropa Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə tövsiyələrində yer alan mediada gender məsələlərinin işıqlandırılmasına dair tələblərin gətirilməsinə ehtiyac var.

Azərbaycanda media fəaliyyətini birbaşa tənzimləyən və ya dolayı olaraq əlaqəsi olan bütün qanunlar, habelə məsuliyyət müəyyən edən inzibati və cinayət qanunvericiliyi “Avropa Şurasının yeni Gender Bərabərliyi Strategiyası: 2018–2023” hədəfləri baxımından, eləcə də Birləşmiş Millətlər Təşkilatının “Dayanıqlı inkişaf məqsədləri”nə (BMT DİM) nail olmağa yönələn səylərinə töhfəvermə, BMT-nin Qadınlara qarşı ayrı-seçkiliyin bütün formalarının ləğv edilməsi haqqında Konvensiyasında (CEDAW), Pekin Fəaliyyət Platformasında və BMT-nin 2030-cu il üçün “Dayanıqlı İnkişaf Gündəliyi”ndə nəzərdə tutulmuş məqsədlərə çatmaq üçün peşəkar monitorinq edilməli, boşluqlar ortaya çıxarılmalı və zəruri qanunvericilik aktlarının layihələri geniş ictimai müzakirələrlə hazırlanmalı, qəbul edilməli və qanunvericilik təkmilləşdirilməlidir.

Təsadüfi deyil ki, Gender bərabərliyi və media haqqında Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin CM/Rec(2013)1 saylı Tövsiyəsində[1] nəzərdə tutulan altı tədbirdən biri kimi gender bərabərliyinə dair siyasət və qanunvericiliyin nəzərdən keçirilməsi tədbirinin hədəfləri sırasında mediaya dair hüquqi bazaya gender bərabərliyi perspektivi baxımından mütəmadi olaraq yenidən baxmaq və onu yeniləmək, tətbiq etmək, məlumatları təmin etmək, qabaqcıl təcrübələri təşviq etmək, hesabatlılıq, araşdırma və ictimaiyyətə açıqlama, media sahəsində maarifləndirmə vardır.

Azərbaycanda Gender (kişi və qadınların) bərabərliyinin təminatları haqqında Qanun mövcuddur.[2] Bu Qanunun məqsədi cinsi mənsubiyyətə görə ayrı-seçkiliyin bütün formalarını aradan qaldırmaqla, kişi və qadınlara ictimai həyatın siyasi, iqtisadi, sosial, mədəni və digər sahələrində bərabər imkanlar yaratmaqla gender bərabərliyinin təmin edilməsindən ibarətdir. Lakin nə bu qanunda, nə də media sahəsinin tənzimlənməsini nəzərdə tutan qanunlarda ümumi ayrı-seçkiliyin qadağan olmasını göstərən müddəalardan başqa açıq, yönləndirici normalar vardır.

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

[2] “Gender (kişi və qadınların) bərabərliyinin təminatları haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu

Media mühitində gender bərabərliyi prinsipi iki fərqli məqamda ortaya çıxır:

- **Media qurumlarının iradəetmə aspektindən fəaliyyətində gender bərabərliyi.** Bu, əsasən, qurumun daxilində hər kəsə cinsi fərqlilik göstərilmədən bərabər imkan və bərabər fürsət verilməsi, bərabər rəftar edilməsi, cinsiyyətçiliyə yol verilməməsi, habelə vəzifədə irəli çəkilərkən gender fərqliliyi göstərilmədən bərabər şərtlər və qaydada irəli çəkilməsini və cinsiyyətçi davranışlara yol verilməməsini əhatə edir.
- **Medianın yaydığı materiallarda, fəaliyyətində gender bərabərliyi**

Bu, medianın peşəkar fəaliyyətini əhatə edir. Media yaydığı materiallarının məzmununda gender bərabərliyini qorumalı, cinsi ayrı-seçkilik yaradan və ya cinsi nifrətə çağıran üslubdan uzaq durmalı, cinsiyyətçi ifadələr işlətməməli, o cümlədən cinsiyyətçi stereotiplərə qarşı mübarizəyə xüsusilə diqqət yetirməli, genderəsaslı zorakılığa çox həssas yanaşmalıdır).

“Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun[1] 10-cu maddəsində kütləvi informasiya azadlığından sui-istifadənin önlənməsini nəzərdə tutan müddəalara yeni normalar əlavə edilməsi zərurəti yaranıb. Açıq şəkildə gender bərabərliyini pozan, gender bərabərsizliyini təşviq edən, öyən, cinsi ayrı-seçkilik yaradan, cinsi nifrətə çağıran, cinsi zəmində zorakılığı təşviq edən və ya onu öyən, cinsiyyətçi stereotipləri yayan bütün hallar media azadlığının sui-istifadəsi hesab edilməli, buna görə məsuliyyət müəyyən edilməlidir. Məsuliyyət çəkindirici rol oynadığı üçün, könüllü olmayanları belə müəyyən davranışlara məcbur edər.

Audiovizual format insanların ən çox məlumat aldıqları format kimi təsbit olunur. 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 prinsiplərə gender bərabərliyinin təşviqi məqsədilə yeni normaların əlavə olunması zəruridir. “Televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun[2] 14-cü maddəsində yayımın dayandırılma əsaslarını müəyyən edən şərtlərdə “terrorizmin, zorakılığın, qəddarlığın, milli, irqi və dini ayrı-seçkiliyin təbliğinə yol verilməməsi;” zəruriliyi vurğulanır. 32-ci maddədə teleradio proqramlarının tələbləri sadalanarkən qeyd olunur ki, ”terrorizm, zorakılıq, qəddarlıq, milli, dini və irqi ayrı-seçkilik təbliğ olunmamalı”dır. Audiovizual informasiyanın yayılma əhatəsinin genişliyinə nəzər saldıqda teleradio fəaliyyətini tənzimləyən qanuna “açıq şəkildə gender bərabərliyini pozan, gender bərabərsizliyini təşviq edən, öyən, cinsi ayrı-seçkilik yaradan, cinsi nifrətə çağıran, cinsi zəmində zorakılığa təşviq edən və ya onu öyən, cinsiyyətçi stereotipləri yayan” məzmunun qadağan edilməsini nəzərdə tutan norma gətirilməsinin zərurət olduğunu görürük.

Eyni tələb ictimai yayım üçün də keçərlidir. “İctimai televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun[3] 17-ci maddəsində Yayım

[1] “Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu, http://www.e-qanun.az/framework/30
[2] “Televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu
[3] “İctimai televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu

Şurasının formalaşmasında qadın cəmiyyətlərinin nümayəndələrinin şuraya təmsilçi göndərmək hüququ nəzərdə tutulmasına, eyni zamanda Qanunun 8-ci maddəsində ictimai yayım xidmətlərində kadrların seçilməsi və əmək müqavilələrinin bağlanmasını nəzərdə tutan müddəada "ictimai yayım xidmətində işə götürülən, irəli çəkilən və ya ictimai yayımın başqa xidmətlərində daha yüksək vəzifəyə təyin olunan kadrlara cinsinə görə məhdudiyyət qoyulmasına yol verilməməsinə baxmayaraq, yaydığı məzmun üçün hər hansı gender bərabərliyini zəruri edən məqam göstərilməyib.

B. Medianın özünütənzimləməsi sahəsində strateji hədəf

Qanunvericilikdə xüsusi tələblər olmasa da, özünütənzimləmə sənədlərinə yeni tələblərin gətirilməsi müsbət haldır. Avropa Şurasının layihəsi çərçivəsində[1] Azərbaycan Mətbuat Şurasının Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydalarına əlavə edilən bir bölmədə bu tələblər sıralanıb. Mətbuat Şurasının öz rəsmi internet səhifəsində bu əlavəni hələ görmək mümkün olmasa da,[2] bu istiqamətdə iradənin ortaya qoyulması və hətta Avropa Şurası ilə birlikdə müəyyən addımların atılması təqdirəlayiqdir. Qanunvericilik sektorundan irəli düşərək özünütənzimləmə sahəsinə gender bərabərliyinin təmini baxımından yeni yanaşmaların gətirilməsi ölkədə gender bərabərliyinin həqiqi təmininə yol aça bilər.

Azərbaycan Mətbuat Şurasının Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydalarına əlavə edilən "Gender bərabərliyi və ayrı-seçkiliyə yol verilməməsi prinsipi" adlanan 4-cü prinsip bütünlüklə dörd bənd halında gender bərabərsizliyinin aradan qaldırılmasına yönəlib.

Prinsipdə deyilir ki, jurnalist gender bərabərliyi və ayrı-seçkiliyə yol verilməməsi prinsipinə hörmət etməli, cinsi ayrı-seçkilik yaradan və ya cinsi nifrətə çağıran üslubdan uzaq durmalı, cinsiyyətçi ifadələr işlətməməli, xəbərin məzmunu bilavasitə tələb etmirsə, şəxsin cinsi mənsubiyyətini qabartmamalıdır.

2-ci bənddə jurnalistlərin gender stereotiplərini təbliğ etməməli olduğu bildirilir. Mediada qadınların və kişilərin gender stereotiplərindən azad obrazını vermək jurnalistlər üçün standarta çevrilməlidir. 3-cü bənddə bildirilir ki, jurnalist genderəsaslı zorakılıq hallarının mediada işıqlandırılmasına həssaslıqla yanaşmalı, genderəsaslı zorakılığı təşviq etməməli və cəmiyyətdə onun neqativ nəticələrinə dair məlumatlılığı artırmalıdır.

Peşə davranış Qaydalarına daxil edilən sonuncu məqam jurnalistlərin özlərinin gender ayrı-seçkiliyinə məruz qalmamaları üçündür. Jurnalist çalışdığı və ya əməkdaşlıq etdiyi media qurumunda cinsi mənsubiyyətinə görə ayrı-seçkiliyə məruz qalmamalı, kişi və qadın jurnalistlərə bərabər hüquqlar və imkanlar təmin olunmalıdır.

Mətbuat Şurasının qəbul etdiyi bu sənədin müddəalarının medianın bütün qolları üçün standarta çevrilməsi işi sürətləndirilməli, özəlliklə teleradio sferasında fəaliyyət göstərən jurnalistlər də bunun kimi rəhbər prinsiplər müəyyən etməlidirlər. Ölkədə onlayn medianın

[1] https://rm.coe.int/azerbaycan-etik-kodeks-yenilenmis-gender/16808eb4fe
[2] http://www.presscouncil.az/az/code-of-professional-ethics-for-journalists-in-azerbaijan

sürətli inkişafı sosial media üzərindən media fəaliyyətini genişləndirdiyindən, internet medianın da bu prinsipləri qəbul edən təşəbbüslərə ehtiyacı var.

Medianın özünütənzimləmə qurumları, televiziya redaksiyaları jurnalistlərin hər zaman istifadə edə biləcəyi masaüstü kitab hazırlamalı, bu zaman gender bərabərliyi sahəsində medianın vəzifələrini müəyyən edən rəhbər qaydalar formalaşmalıdır. Bu qaydalar hazırlanarkən:

a. İstanbul Konvensiyasının mahiyyəti dərindən öyrənilməli və onun mahiyyətinə uyğun media strategiyası formalaşmalı;

b. "Media və qadın obrazına dair" Amsterdam Konfransının (2013) tövsiyələrinin yerinə yetirilməsi təşviq edilməli;

c. "Təhsil sahəsində gender stereotipləri ilə mübarizəyə dair" Helsinki Konfransının (2014) tövsiyələrinin yerinə yetirilməsi təşviq edilməli,

d. Avropa Şurasının 2018–2023-cü illər üçün yeni Gender Bərabərliyi Strategiyasının hədəfləri dərindən öyrənilməlidir.

Bir sözlə, istər ənənəvi media, istər yeni media bir hədəfə yönəlməli, cəmiyyətdə gender bərabərsizliyinin yaratdığı sosial ədalətsizliyi, gərginliyi aradan qaldırmaq üçün üzərlərinə düşən vəzifələri yerinə yetirməlidirlər.

Bu mövzunu yekunlaşdırarkən qeyd etmək lazımdır ki, gender bərabərliyinin mediada təmin edilməsində əməkdaşlıq və birgə təşəbbüslər olmasa, təkbaşına nə dövlət, nə də media bu işin öhdəsindən gələ bilər.

Odur ki, mediada gender bərabərliyini təmin etmək baxımından hər iki tərəfin atacağı addımlarda aşağıdakı önəmli istiqamətlərə diqqət edilməlidir:[1]

1. Mediada gender bərabərliyi siyasətinin həyata keçirilməsinin qiymətləndirilməsinin illik hesabatlara daxil edilməsi həm Teleradio Yayım şurasından, həm də İctimai Yayım Şurasından tələb edilməli, media tənzimləyicilərinə bu səlahiyyət verilməlidir; (Belçikada, Fransada belə qabaqcıl təcrübədən istifadə edilməkdə və müsbət nəticələr qazanılmaqdadır);
2. Mediada gender bərabərliyi göstəricilərinin qəbul və tətbiq edilməsi; (maraqlı tərəflərlə beynəlxalq standartlara və qabaqcıl təcrübələrə əsaslanan milli göstəricilərin hazırlanması və qəbul edilməsi imkanını müzakirə etmək, bununla bağlı ictimai dinləmələr və müzakirələr keçirmək);
3. Qəbul edilmiş göstəricilər əsasında milli səviyyədə mediada gender bərabərliyinin vəziyyətinin mütəmadi monitorinqini və qiymətləndirilməsini həyata keçirmək;
4. Gender bərabərliyi göstəricilərini mütəmadi olaraq yeniləmək (bu həm ölkə üçün ümumilikdə, həm media üçün, həm də ayrı-ayrı sahələr üzrə zəruridir);
5. Medianı ictimaiyyəti gender bərabərliyi prinsiplərinə zidd hesab etdiyi media materialları ilə bağlı, xüsusilə məzmununda gender bərabərliyinə zərbə vuran məzmunla bağlı şikayət verilməsi prosedurları barədə konkret formada (məsələn, onlayn qaydada) məlumatlandırmağa təşviq etmək

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

(bunu gender məsələləri üzrə media ombudsmanının təyin edilməsi, yaxud Mətbuat Şurası nəzdində etimad qazanmış peşəkarlardan ibarət komissiya, yaxud vətəndaş cəmiyyətindən olan peşəkar bir şəxsin təyin edilməsi şəklində gerçəkləşdirmək olar).

6. 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 (bu şəbəkələşmə jurnalistlər arasında, jurnalist qurumları arasında, media təşkilatları və yaxud sivil toplum qurumları arasında formalaşdırıla bilər);
7. QHT-ləri, 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 (bura ayrı-ayrı vətəndaş cəmiyyəti qurumlarının monitorinqlərinin, hesabatlarının mütəmadi hazırlanıb yayılması, bəlli aralıqlarla toplantılar, konfranslar, dəyirmi masalar keçirərək gender bərabərliyi məsələlərinin müzakirəsini daxil etmək olar);
8. Medianın mövcud hesabatlılıq mexanizmlərinin yenilənməsini və mediada gender bərabərliyi pozulduğu hallarda onların səmərəli istifadəsini təşviq etmək;
9. Medianın hesabatlılığı və vətəndaş məsuliyyəti üçün yeni mexanizmlərin, məsələn, ictimai müzakirələr üçün forumların və açıq onlayn və oflayn platformaların yaradılmasını təşviq etmək və bununla vətəndaşlar arasında birbaşa fikir mübadilələrinə imkan yaratmaq (qabaqcıl təcrübə göstərir ki, gender bərabərliyinin pozulması faktlarını ardıcıl qeydə alan onlayn resursların yaradılması yaxşı nəticə verir);
10. Gender bərabərliyi məsələləri və media, mediaya çıxış əldəetmə, media fəaliyyətində təmsilçilik və iştirak (kəmiyyət və keyfiyyət aspektləri nəzərə alınmaqla), 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;
11. 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 məqsədilə müzakirələr təşkil etmək.
12. Qadınların və kişilərin dəyərlərinin, mövqelərinin, tələbatlarının və mənafelərinin formalaşmasına medianın təsirinə dair araşdırmaları təşviq etmək.

13. 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, 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;
14. 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 məqsədilə xüsusi vasitələr hazırlamaq;
15. 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.

MƏNBƏLƏR

1. Qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və ona qarşı mübarizə haqqında Avropa Şurası Konvensiyası, (İstanbul Konvensiyası), https://rm.coe.int/ic-explanatory-ic-aze-web/16808e9a39;
2. İnsan Hüquqlarının və Əsas Azadlıqların Müdafiəsi Haqqında Avropa Konvensiyası, https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_AZE.pdf
3. Gender bərabərliyi və media haqqında Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin CM/Rec(2013)1 saylı tövsiyəsinin icrasına dair Bələdçi, https://rm.coe.int/handbook-rec-282013-291-azerbaijani/16808ebda9
4. Avropa Şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyası 2018–2023, https://rm.coe.int/ge-strategy-2018-2023-azerbaijani/16808cdbd9
5. “Teleradio yayımı düzənləmə qurumları”, Ələsgər Məmmədli, Media Hüquqları İnstitutu, Bakı–2003.
6. “Media Hüququ”, Zeynal Məmmədli, Rəşid Hacılı, İntiqam Əliyev, Bakı–2006.
7. “Bilgi azadlığı haqqında qanunvericiliyin prinsipləri”, Media Hüquqları İnstitutu, Bakı–2004.
8. “İfadə Azadlığı”, Avropa İnsan Hüquqları Avropa Konvensiyasının 10-cu maddəsinin şərhi və məzmunu üzrə bələdçi, Tobi Mendel, Bakı–2012, səh.32. (Qudvin Birləşmiş Krallığa qarşı, 1996, § 39) https://rm.coe.int/16806ff4a7
9. Gün işığı bələdçisi, ATƏT-in Media Azadlığı Ofisi, Media Hüququ İnstitutu, Bakı–200

Mövzu 10.
Audiovizual sektorda gender bərabərliyi

Audiovizual sektorda gender stereotipləri və qadınların təsviri. Gender stereotipləri, cinsçilik və qadınlara qarşı zorakılıqla mübarizədə audiovizual sektorun rolu. Auduovizual sektorda gender bərabərliyi haqqında Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə 9 saylı Tövsiyəsi.

Audiovizual sektorda gender stereotipləri və qadınların təsviri

Göyçək Fatmadan Barbiyə qədər.
Yaxud uşaqlar bizi necə tərbiyə edə bilər...

Bu yaxınlarda məktəbəqədər hazırlıq kursunu bitirən uşaqların məzun günündə təşkilatçılar ana və övladların bir-birlərini nə dərəcədə yaxşı tanıdıqlarını müəyyən etmək üçün belə bir test keçirmişdilər: uşaqlara müxtəlif cizgi filmlərinin qəhrəmanlarının şəkillərini paylayaraq tapşırıq vermişdilər – bu şəkillərin içindən sənin anana bənzəyənini seç. Analar isə, öz növbələrində, övladlarının onları kimə bənzətdiklərini tapmalı idilər. Əgər övlad da, ana da eyni şəkli tapardısa, onda onlar qalıb gəlirdilər. İlk baxışda çox maraqlı və əyləndirici olan bu müsabiqə-testin ondan da maraqlı olan bir cəhəti vardı. Şəkillərin hamısındakı qəhrəmanlar ziyafət geyimlərində təsvir olunmuş şahzadələr idilər. Yalnız bir qadın Amazonka paltarında idi. Uşaqlardan yalnız biri anasını Amazonkageyimli, əlisilahlı qadına bənzətmişdi. O, seçimini belə əsaslandırmışdı: “Mənim anam güclüdür, o hər şey edə bilir”.

Bizə elə gələ bilər ki, bu oyunda qəribə heç nə yoxdur. Amma bir qədər düşünsək, görərik ki, sual doğuran məqamlar var. Düşünək.

1. Niyə görə uşaqlara seçim üçün məhz ziyafət paltarı geyinmiş şahzadələrin şəkilləri paylanmışdı?
2. Nə üçün uşaqlardan analarının şəklini çəkməyi deyil, çəkilmiş şəkillər içindən ona oxşayanı tapmağı istəmişdilər?

Məsələnin birinci tərəfi müəllimlərin seçimi ilə bağlıdır. Axı onlar başqa şəkillər də seçə bilərdilər. Niyə görə onların qadın obrazları məhz cizgi filmlərindəki surətlər idi və Barbini xatırladırdılar? Müəllimlər özləri zahirən Barbi idealından uzaq olsalar da, uşaqlara nə üçün bu gəlinciyin müxtəlif variasiyalardakı obrazlarını təqdim edirdilər? Müəllimlərin seçimini şərtləndirən iki səbəb ola bilər. Birincisi, onların özlərinin artıq qəbul etdikləri gender stereotipləri. Yəni onlar üçün Barbisimalı qadınlar ananın gözəlliyini müəyyən edə biləcək gözəllik simvoludurlar. İkincisi, müəllimlərin uşaqların zövqü barədə formalaşmış təsəvvürləri. Yəni onlar elə fikirləşirlər ki, uşaqlar cizgi filmlərinə çox baxdıqları üçün Barbilər onlar üçün ölçü meyarı olmalıdır.

Məsələnin digər bir tərəfi isə müəllimlərin uşaqlardan analarının şəklini çəkməyi istəməmələri idi. Bununla onlar uşaqları artıq qəbul olunmuş gender stereotiplərinin dünyasına özləri dəvət edirdilər. Fikirləşmirdilər ki, uşaqların fərqli fikri ola bilər. Növbəti misalda olduğu kimi...

Rəfiqəmin birinci sinfə gedən oğlu ona ingilis dili müəllimənsini çox sevdiyini deyir. Rəfiqəm uzun, buruqsaçlı, sarışın, gənc müəlliməni tanıdığı üçün oğlundan soruşur: "Müəlliməni nəyə görə xoşlayırsan? Yəqin, gözəldir. Həm də Barbiyə oxşayır". Uşağın cavabı anası üçün gözlənilməz olur: "Yox, o, dərsi çox yaxşı keçir, uşaqlar onu hərdən incidirlər. Amma o evdə də çox işləyir, az yatır, çox yorulur"...

Rəfiqəm etiraf edirdi ki, oğlunun bu cavabından həm qürur duyub, həm də pərt olub. Bu misallardan, məncə, bir-birini tamamlayan bir neçə nəticə çıxartmaq olar:

- **Gender stereotipləri** bizimlə birlikdə formalaşıb, birlikdə böyüdüyü üçün böyüklərdə daha güclüdür.
- **Uşaqların gender stereotipləri** formalaşma mərhələsində olduğundan böyüklər öz stereotiplərini özlərindən xəbərsiz onlara sırıya bilərlər.
- Uşaqlara nəyisə təqdim etməzdən əvvəl **onların nə düşündüklərini** soruşmaq gərəkdir.
- Əgər biz uşaqların fikrini öyrənməsək, onlarla kommunikasiyanı düzgün qura bilməsək, onda bu boşluğu **audiovizual media** tamamilə dolduracaq.
- **Audiovizual medianın təsir gücü** isə artıq **Göyçək Fatma – Küllücə qız – Barbi** çevrilməsində özünü göstərib.

Bu yerdə Göyçək Fatmanı əbəs yerə xatırlamadıq. Azərbaycan xalq nağılının qəhrəmanı Göycək Fatmanın həm də ikinci adı var – Küllücə qız. Küllücə qız rus nağıllarındakı Zoluşkanın (Золушка), ingilis nağıllarındakı Sindrellanın (Cindrella) əkiz bacısıdır. İlk versiyası Misir papiruslarında həkk olunan bu nağılın dünya xalqlarının folklorunda mindən çox nümunəsi var. 1959-cu ildə Küllücə qızın rəqibi olan Barbinin gəlişi ilə dünyaya onunla rəqabətə girə biləcək yeni bir obraz da qədəm qoydu. 1980-ci illərin sonundan etibarən Barbi təkcə məhsullar üçün brend kimi deyil, həm də qısa animasiya fimlərinin, daha sonra isə video oyunların, media françayzerlərin qəhrəmanı olaraq yeni həmayan media obrazı – qeyri-təbii bədən ölçüləri gender stereotiplərinin formalaşmasında da az rol oynamadı. Onun ünvanına səslənən iradlara cavab olaraq 2018-ci ildə şirkət Beynəlxalq Qadınlar Günü münasibətilə "Barbi Rol Modelləri bayram edir" seriyasına start verdi. Bu seriya ilə Barbi onu qınayan analara dünyanın 17 ölkəsindən müxtəliftaleli, qeyri-adi qadının pozitiv rol modellərini təqdim etdi. Barbi gender siyasətinə korreksiyalar etsə də, onun vizual mediada otuz ildən çox müddət ərzində tutduğu yer Barbisayağı gender stereotiplərinin formalaşmasında önəmli rol oynayıb.

Nəzər saldığımız bütün örnəklərdən, hətta Barbinin təcrübəsindən belə pozitiv bir nəticə çıxartmaq olar: gender stereotiplərini dəyişmək, onları düzgün formalaşdırmaq mümkündür.

Unutmayaq ki, audiovizual media, ilk növbədə, alətdir. Eyni alətdən fərqli, bəzən bir-birinin tam əksi olan məqsədlər üçün istifadə etmək olar. Bu alət mənfi stereotipləri formalaşdırdığı kimi onları məhv edə, müsbət imiclər yarada, pozitiv mesajlar da verə bilər.

Cinsçilik və qadınlara qarşı zorakılıqla mübarizədə audiovizual medianın rolu

Bu paraqrafın adına nəzər salanda haqlı olaraq soruşa bilərsiniz ki, əvvəlki fəsillərdə gender stereotiplərindən, cinsçilikdən, onların mediada əksindən az danışmamışıq. Belə olan halda nəyə görə medianın çeşidli qolları arasında məhz audiovuzual sektorda gender stereotiplərinin rolunu incələməyə ehtiyac var?

Bu yerdə məşhur atalar məsələni xatırlayaq: yüz dəfə eşitməkdənsə bir dəfə görmək yaxşıdır. Atalarımız dünyanı səyahətlə, göz yaddaşı ilə, şəxsi təcrübə əsasında öyrənməyə üstünlük verirdilər. Çünki gözün yaddaşı, beynimizdə həkk olunan səhnələr, şəkillər, obrazlar ağlagəlməz təsir gücünə malikdir. Gözlər müşahidə kamerasıdır, onun obyektivindən heç nə yayınmır və bu obyektivə düşənlər beynimizdə avtomatik qeyd olunur, hər bir qeydin öz “fayl”ı olur. Biz bu prosesin çox zaman fərqində olmuruq. Amma gözləmədiyimiz bir anda hansısa hadisənin təsiri altında beyin yaddaşımızdakı istənilən “fayl”ı aça bilər. Bu, tüfəngin tətiyi üzərindəki barmağın hərəkətə gəlməyinə bənzəyir. Tətik çəkilir. Güllə uçur. Həmin anda açılan “fayl” güllə sürəti ilə hərəkət edir və köməyimizə çatır. Unutduğumuz “fayl” stereotip kimi bizə yol göstərir, bizim hadisəyə ani reaksiyamızı müəyyənləşdirir...

Gözün hər şeyi qeydə almaq qabilləyyətini və onun nəticələrini incələdikdən sonra sutkanın neçə saatını ekran qarşısında keçirdiyimizi hesablayaq. Biz ilk televizorun ekranının sehrinə düşən nəsil deyilik. Biz heç ilk fərdi kompüterə sahib olan nəsil də deyilik. Biz dışarıya evinin pəncərəsindən deyil, çeşidli cihazların pəncərəsindən baxan bir nəsilik: TV-nin ekranı, kompüterin ekranı, mobil telefonların, planşetlərin ekranları. Onların texniki göstəriciləri fərqli ola bilər, amma funksiyası eynidir – dünyanı gözlərimizə gətirmək, doymaq bilməyən gözlərimizi qida ilə təchiz etmək. Hər şeyi ekrandan qəbul etmək özü bir stereotipdir. XXI əsrin stereotipi. Canlı konserti səhnədən deyil, səhnənin kənarlarına qoyulan monitorlardan, ya da özünün mobil telefonunun kamerasında izləyən tamaşaçının stereotipi. Luvrda məşhur Mono Lizanın qarşısında durub onu mobil telefonuna çəkərək cihazın ekranından baxan səyyahın stereotipi. Buna XXI əsr insanının fenomeni də demək olar.

Elə buna görə də gender stereotiplərini bir daha incələmək üçün audiovizual sektora baş vurmalıyıq. Bu sektorda, xüsusilə TV-də xəbərlərdə və reklamlarda gender stereotiplərinin necə təşviq olunduğunu birlikdə örnəklər əsasında araşdıraq.

Örnək 1. Yalan məlumat yayan qadının həbsi barədə xəbər

Xəbər öz mesajlarını özü necə təkzib edə bilər...

Yalan məlumat yayan qadın həbs olundu – Polis əməliyyat keçirib – VİDEO ATV http://atv.az/news/social/ 122465-yalan-melumat-yayan-qadin-hebs-olundu-polis-emeliyyat-kecirib-video. 1dəq. 36 san.

Bu xəbər COVID-19 virusunun yayılmağa başladığı günlərdə hazırlanıb. Məqsəd həmin günlərdə sosial şəbəkələrdə insanları çaşdıran paylaşımlarla bağlı hüquq-mühafizə orqanlarının gördüyü iş barədə informasiya vermək, tamaşaçıları yalnız rəsmi informasiyalara inanmağa çağırmaqdır.

Verilən mesajları təhlil etməklə məqsədə nə dərəcədə nail olunduğunu araşdıraq.

Kadr	Sinxron	Mesajlar	Şərh
Aparıcı 00:00-00:43	Bəli, bütün bu görülən tədbirlərin hamısı dövlət tərəfindən görülən addımlara dəstək kampaniyası çərçivəsində həyata keçirilir. Məqsəd isə birdir – sizi qorumaq. Biz televiziya işçilərinin əsas vəzifəsi sizi rəsmi məlumatlarla tanış etməkdir. Yalnız rəsmi məlumatlara inanmalı, əbəs yerə panika etməməli və bəzi işbazların tələsinə düşməməlisiniz. Sizi buna çağırırıq. Belə hallardan birinin qarşısı alınıb. Belə ki, Şəmkir rayonunda koronavirus haqda yalan məlumat yayan qadın həbs edilib. Bu barədə DİN-in Mətbuat Xidmətinin Gəncə regional qrupundan məlumat verilib.	Mesaj 1. İnsanları qorumaq önəmlidir. Yalnız **rəsmi məlumatlara** inanmaq lazımdır. Mesaj 2. Panikaya, **işbazların** tələsinə düşməyin. Mesaj 4. Şəmkir rayonunda koronavirus haqda yalan məlumat yayan **qadın** həbs edilib.	Bu iki mesajda hadisənin aktuallığından doğan qarşılaşdırma var – rəsmi və yalan məlumatlar üz-üzə qoyularaq yaşanılan günlərin dramatizmi bir daha göz önünə gətirilir. Yalan məlumatları yayanların **işbaz** olması bildirilir. 1-ci və 2-ci mesajı alan tamaşaçı artıq xəbəri qəbul etməyə və onu panikaya salan işbazı görməyə hazırlanır. Xəbərin növbəti mesajı belə koronavirus haqqında yalan məlumat yayan insanın qadın olmasını vurğulayır.
Şəmkir rayonu, küçələrdə maşınlar hərəkət edir, polis bölməsi, əməkdaşlar, Elmira Məmmədova 00:44 – 01:21	Məlumata görə, “WhatsApp” sosial şəbəkə istifadəçisi olan bir qadın həmin şəbəkə vasitəsilə “Koronavirus” pandemiyası ilə əlaqədar guya Şəmkir rayonu ərazisində vəziyyətin ağır olduğunu, Gürcüstanın Marneuli rayonundan Azərbaycana gəlmiş bir ailənin yeddi üzvünün virusa yoluxması haqda reallığı əks etdirməyən və cəmiyyətdə çaşqınlıq yarada biləcək uydurma məlumatlar yayıb. Sözü gedən səs yazısı ilə əlaqədar Şəmkir Rayon Polis Şöbəsində araşdırmalar başlanılıb.	Mesaj 3. Xəbəri yayan “WhatsApp” sosial şəbəkə istifadəçisi **olan bir qadındır**. Mesaj 3. Bu hərəkətə görə inzibati həbs cəzası nəzərdə tutulub. Mesaj 5. Həyata keçirilən müvafiq tədbirlərlə **həmin qadının** Gəncə şəhər sakini olması müəyyən edilib.	Üçüncü mesajdan başlayaraq kadrda Şəmkir rayonundan olan kadrlar, polis əməkdaşları görünür. Qanunu pozan şəxs ekranda görünən ana qədər onun **3 dəfə qadın olduğu** vurğulanır. E.Məmmədova haqqında bir dəfə də olsun “şəxs” və ya “vətəndaş” sözü işlədilmir.

Kadr	Sinxron	Mesajlar	Şərh
	Həyata keçirilən müvafiq tədbirlərlə həmin qadının Gəncə şəhər sakini, 1979-cu il təvəllüdlü Elmira Məmməd qızı Məmmədova olması müəyyən edilib və o, aidiyyəti üzrə Rayon Polis Şöbəsinə dəvət olunub. Daha sonra onun əməlinə hüquqi qiymət verilməsi üçün barəsində toplanmış materiallar rayon məhkəməsinə göndərilib. Məhkəmə onun barəsində inzibati həbs qərarı verib.		
01:22 – 01:36 Elmira Məmmədova	Bilmədən etmişəm. Amma yenə də bu səhvdir. Narahat etdiyim insanlardan da üzr istəyirəm. Həqiqətən, bu bilərəkdən olmayıb. Sadəcə, atamı qorumaqdan ötrü, ailəmi qorumaqdan ötrü tək bir insana, ailə üzvümüzə – qardaşımın yoldaşına göndərmişəm.	Mesaj 6. Qadın bunu qəsdən etməyib. Atasını, ailəsini qorumaq üçün edib.	E.Məmmədovanın dedikləri aparıcının dedikləri ilə uyğun gəlmir. Onun hərəkətinin motivasiyası insanları çaşdırmaq yox, atasını qorumaq olub.

Bu xəbərin sual doğuran məqamlarını ümumiləşdirək:

Sual 1. Nə üçün xəbəri yayanın QADIN olduğu göstərilir. Xəbəri yayan KİŞİ olsa idi, onun başlığı necə yazılacaqdı? Variantlara nəzər salaq.

a. Şəmkir rayonunda koronavirus haqda yalan məlumat yayan kişi həbs edilib.

b. Şəmkir rayonunda koronavirus haqda yalan məlumat yayan şəxs həbs edilib.

c. Şəmkir rayonunda koronavirus haqda yalan məlumat yayan vətəndaş həbs edilib.

Sual 2. Xəbərdə niyə görə qanunu pozan insan haqqında 3 dəfə “qadın” sözü işlədildiyi halda, bir dəfə də olsun “şəxs” və ya “vətəndaş” sözü işlədilmir?

Sual 3. Aparıcının xəbərin təqdimatında yalan xəbərləri yayanların işbaz olması ilə bağlı verdiyi məlumatın xəbərlə və saxlanılan insanın əməli ilə nə dərəcədə əlaqəsi var? Saxlanılan insana işbaz demək olarmı?

Sual 4. Vətəndaş E.Məmmədovanın yalan informasiyanı yaymağının səbəbi barədə verdiyi açıqlama bu informasiyanın vətəndaşları çaşdırmaq məqsədilə edildiyi barədə xəbərin lidində verilmiş məlumatla nə dərəcədə üst-üstə düşür?

İncələdiyimiz xəbər bütün stereotiplər kimi, gender stereotipinin məkrli təbiətindən xəbər verir. Bu stereotipin təsiri altında işləyən jurnalist özü də bilmədən xəbərə qərəzli ton verir, hadisəni düzgün qiymətləndirmir. Süjeti izləyən tamaşaçı yalan məlumat yayan vətəndaşın işbaz olmadığını, onun bu məlumatı cəmiyyəti çaşdırmaq məqsədilə yox, atasını qorumaq üçün ancaq ailə üzvünə göndərdiyini biləndə nə düşünə bilər? Aparıcının təqdimatı ilə saxlanılan insanın ifadəsi arasında ziddiyyət olduğunu görən izləyici mediaya inanacaqmı? Hərçənd ki, sujetin əvvəlində verilən ilk mesaj belə idi: "Biz sizi qoruyuruq. Bizə inanın".

Bu xəbərdən çıxara biləcəyimiz önəmli nəticələrdən biri də budur: xəbər redaktoru xəbəri tam olaraq qiymətləndirməlidir, o, tamaşaçıda sual doğura biləcək, mesajları bir-birini inkar edən xəbərin efirə getməsinə icazə verməməlidir.

Örnək 2. Bir kartın reklamı

Reklam necə antireklam ola bilər...

2018-ci ildə ölkənin ən böyük banklarından birinin müştərilərin alıcılıq qabiliyyətini artırmaq məqsədi güdən yeni debet kartının reklam çarxı xeyli qalmaqala səbəb oldu. Audiovizual sektorda geninə-boluna nümayiş olunan reklam çarxı adi tamaşaçı üçün cəlbedici olduğu halda, peşəkarların tənqidinə tuş gəldi. İş o yerə çatdı ki, reklam nəinki dayandırıldı, onun özü belə bütün kanallardan silindi. Elə bu səbəbdən indi örnək kimi təhlil edəcəyimiz reklamı biz izləmək üçün heç yerdə tapa bilməyəcəyik. Onu təsvir etmək lazım gələcək.

İlk kadrda gözəl bir ev, ekran qarşısında futbola baxan azarkeş kişi görünür. İkinci kadrda qadın görünür və gəlişi ilə ərini dəng etdiyi məlum olur. Kişi canını ondan qurtarmaq üçün cibindən bankın yeni kartını çıxarır (hakim oyunçuya qırmızı vərəqə göstərən kimi). Qadın kartı alır. Növbəti kartda qadın xoşbəxt halda əlində çantalarla bazarlıqdan qayıdır. Kişi də xoşbəxtdir – futbola baxır, ona mane olan yoxdur.

Reklamın peşəkarların tənqidə məruz qalan cəhəti qadın obrazının gender stereotipləri tam əks etdirməsi idi. Qadın ərinə mane olanda onu sakitləşdirə biləcək bir şey varsa, bank kartı və bazarlıq ola bilər. Bank kartı futbol matçındakı qırmızı vərəqə kimi onu meydandan çıxarır və öz stixiyasına atır. Dükan-bazardan əlləri dolu çantalarla qayıdan qadının ərinin özünə yox, kartına ehtiyacı varmış. Ər üçün futbol, onun üçün bazarlıq önəmlidir...

Sifarişçilərin ağlına da gəlməzdi ki, reklam antireklama çevrilə bilər. Bunun üçün gender stereotipləri ilə ehtiyatsız davranmaq kifayətmiş. Reklamın nümayişi dayandırıldı. Bunun yeni kartın taleyinə təsiri olmadı. O, reklamsız qalsa da, müştərisiz qalmadı...

Örnək 3. "Qadına şiddətə yox deyək!" sosial çarxı

Sosial çarx gender stereotipinin çarxını geri döndərə bilərmi?

Gender stereotipləri bir-birini necə doğurduğunu izləsək, maraqlı bir mənzərənin şahidi olarıq. Bu, biri digərini doğan rus matryoşkalarını xatırladacaq. Fərqli cəhət

budur ki, əgər matryoşkalar bir-birindən doğaraq sonda quruculuq mesajı verirsə, stereotiplər bir-birindən doğaraq sonda dağıdıcı monstr mesajı verir. Gəlin birlikdə izləyək.

İlk həlqə. Gender stereotipinin mayası – qadın olmağın vurğulanması. Bu hərəkətdən yaranan məhsul – Qərəzli təsəvvür.

2-ci həlqə. Qərəzli təsəvvürdən mayalanan hərəkət – cinsə görə ayrı-seçkilik qoyulması. Bu hərəkətdən yaranan məhsul – Seksizm.

3-cü həlqə. Seksizmdən mayalanan hərəkətlər – şəxsiyyətin inkarı, aşağılanması. Bu hərəkətdən məhsul – Nifrət nitqi və Nifrətə çağırış.

4-cü həlqə. Nifrət nitqindən və nifrətə çağırışdan mayalanan hərəkət – zorakılıq. Bu hərəkətdən yaranan məhsul – Qadına şiddət.

Əgər ilk 3 addım qadının mənəvi məhvinə yönəlirsə, sonuncu fiziki məhvi ilə tamamlanır.

Gender stereotiplərinin, seksizmin, qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və onlarla mübarizə Avropa Şurasının 2018–2023-cü illər üçün gender bərabərliyi strategiyasının 6 strateji məqsədi sırasında ilk iki yeri tutur.

UNUTMAYAQ!

Jurnalist genderəsaslı zorakılıq hallarının mediada işıqlandırılmasına həssaslıqla yanaşmalı, genderəsaslı zorakılığı təşviq etməməli və cəmiyyətdə onun neqativ nəticələrinə dair məlumatlılığı artırmalıdır.

Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranışı Qaydaları

Gender stereotipləri qurucu yox, dağıdıcı gücə malikdir. Bu stereotiplərin sonuncu məhsulu olan qadına şiddətlə mübarizə aparmağın ən effektiv yollarından biri sosial reklam çarxlarıdır. Sosial reklamların mesajları cəmiyyəti məlumatlandırır, təhlükə ilə mübarizəyə səfərbər edir.

“Qadına şiddətə yox deyək!” sosial çarxında olduğu kimi.
https://www.youtube.com/watch?v=LwbAgy5Vew4

Örnək 4. “Sabahın alimləri” IX Respublika Müsabiqəsinin açılış mərasiminə həsr olunmuş reportaj

Gender stereotiplərinin qurbanları təkcə qadınlardırmı?

Mənbə: ARB TV*,* http://24.arbtv.az/ az/news/109.

Gender stereotiplərinin bir tərəfində qadınlar dayanıbsa, o biri tərəfində dayanan kişilərdir. Bu insan bədəninin iki əli kimidir. Onlardan biri zəif olarsa, güc o birinə düşər. Avropa Şurasının 2018–2023-cü illər üçün Gender Bərabərliyi Strategiyasının kökündə gender bərabərliyi kişiləri və qadınları eyni dərəcədə gücləndirən bir alət kimi nəzərdə tutulur. Gender bərabərliyinə nail olmaq üçün, ilk növbədə, bərabər imkanlar yaradılması lazımdır. Elə buna görə də jurnalistlər audiovizual materiallar hazırlayarkən polifonikliyi unutmamalıdırlar. Polifonikliyi qorumaq üçün reportaja verilən ən sadə tələb budur – efirdən yalnız qadın və ya yalnız kişi səsi

gəlməməlidr, kadrda ancaq bir cinsin nümayəndələri görünməməlidir. Əgər görünürsə, bunun səbəbi tamaşaçı üçün açıqlanmalıdır.

ARB 24-ün efirində təqdim olunmuş “Sabahın alimləri” IX Respublika Müsabiqəsinin açılış mərasiminə həsr olunmuş reportaj qeyd olunan tələblərə əməl olunmayanda nə baş verə biləcəyinə maraqlı bir örnəkdir.
Süjet reportyorun bu il müsabiqədə iştirak etmək üçün ölkənin 15 rayon və şəhər məktəblərində təhsil alan 454 şagirdinin 252 elmi layihə ilə müraciət etməsi, onlardan 187-nin müsabiqədən keçməsi barədə məlumatla başlayır.
Daha sonra o, birinci gün təqdim olunan layihələrin müəlliflərindən müsahibələr götürür. İlk müsahib – Şəms Bayramlı yanında həmyaşıdı olan başqa bir qız kadrda görünür. Onu ikinci müsahib – Fidan Ələkbərli, Fidanı isə üçüncü müsahib – Aysel Həsənova əvəz edir. Müsahiblərin hamısı qızdır. Oğlan iştirakçılar ancaq ümumi planlarda görünürlər. Onlar iri planda yalnız bir dəfə bir qızla rast gəlinir.
Reportaj təhsil nazirinin müavini Məhəbbət Vəliyevanın müsahibəsi ilə bitir.
Reportajda səslənən qaynaq informasiya – bəkqraund bizə müsabiqə haqqında əlavə olaraq bu məlumatları verir: “Sabahın alimləri” müsabiqəsi məktəblilər arasında riyaziyyat, fizika, kimya, biologiya, tibb və sağlamlıq, ekologiya, mühəndislik, kompüter elmləri üzrə keçirilir. Bu il müsabiqədə iştirak edən 327 şagirdin 112-i IX, 129-u X, 86-ı isə XI sinif şagirdidir. Müsabiqədə iştirak edənlərin 48 faizini bölgələrdən qatılan şagirdlər təşkil edir.
Seçilmiş 187 layihədən 47-i fərdi, 140-ı kollektiv layihədir”.

Göründüyü kimi, bəkqraund informasiyada bütün bölgülər var, gender bölgüsündən başqa. İştirakçıların neçəsinin qız, neçəsinin oğlan olduğu bildirilmir. Əgər 3 müsahibdən biri oğlan olsa idi, bu informasiyaya xüsusi ehtiyac olmazdı. Amma gender stereotipləri baxımından daha çox oğlan sahəsi sayılan dəqiq və təbiət elmləri üzrə keçirilən bir müsabiqədən hazırlanmış reportajda bütün müsahiblərin qız olması diqqətli tamaşaçıda haqlı maraq oyatsa da, o, suala cavab tapa bilmir. Bilirik ki, reportajın məqsədi xəbərləmək, məlumatlandırmaqdır. O, sual yaratmamalıdır. Əgər müsabiqəyə qatılan qızların sayı oğlanlardan çoxdursa və bu səbəbdən müsahiblərin hamısı qızdırsa, reportyor bunu mütləq qeyd etməli idi. Yox, reportyor sadəcə müsahiblərinin hamısını təsadüfən qız seçibsə və bunun fərqinə varmayıbsa, bu onun qeyri-peşəkarlığı kimi qiymətləndirilməlidir. Jurnalistin gender savadlılığının göstəricilərindən biri də materialı gender bərabərliyi prizmasından işləyə bilməsi, görüntüdə balansın saxlanılmasına çalışmasıdır.

Örnəklərdən çıxardığımız nəticələri ümumiləşdirək:

1. **Audiovizual sektor bu stereotipləri formalaşdırdığı kimi onları dağıda bilər.**
2. **Gender stereotipləri qərəzli yanaşmanın məhsulu olduğu üçün o, auditoriya ilə media orqanı arasında inamı sarsıdır.**
3. **Gender stereotiplərini gözardı etmək reklamı antireklama çevirə bilər.**

4. Gender stereotipləri bütün stereotiplər kimi məkrli təbiətə malikdir. Stereotiplər gender bərabərliyini pozduğuna görə bundan həm kişilər, həm də qadınlar eyni dərəcədə əziyyət çəkirlər.

5. Jurnalistin gender savadlılığı onun peşəkarlığının göstəricilərindən biridir.

Jurnalistlərin gender savadlılığı. Zamanın nəbzini necə tutmalı?

Audiovizual sektorda gender bərabərliyi haqqında Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə 9 saylı Tövsiyəsi

Mediada gender stereotiplərin təkcə media məhsulununun məzmununa aid olan bir məsələ deyil, bu eyni zamanda media sektorunun daxilindəki gender bərabərliyi deməkdir. Məzmunu yaradanların gender bərabərliyinə münasibətləri, gender stereotiplərindən azad olması məzmunun keyfiyyətini müəyyən edən vacib amillərdəndir. Avropa audiovizual sektorunda gender bərabərliyi barədə aparılmış araşdırmalar qadınların kişilərlə bərabər şəraitdə işləməsini əngəlləyən bir sıra maneələr içərisində bu sektorda gender bərabərsizliyinin üstünlük təşkil etməsi barədə məlumatlılığın olmaması birinci yerdə gəlir. Bir çoxları eyni işə görə qadınlara və kişilərə fərqli əməkhaqqının verilməsindən xəbərsizdirlər. Araşdırmanın üzə çıxardığı digər tapıntılar isə bunlardır: qadınların yaratdığı kontentə dəstəyin balanslaşdırılmaması, qadınların idarəedicilik və icraçı strukturlarda az təmsil olunmaları, valideynlərin və qayğı göstərənlərin dəstəyindəki yanlışlıqlar, qadın və kişilərin işə qəbul olunmalarında qeyri-bərabər imkanların mövcudluğu.[1]

Audiovizual sektorda əmək haqlarında fərqin olması, işə qəbul olunarkən kişilərə üstünlük verilməsi, seksizm və cinsi qısnama halları mövcud olsa da, media öz problemlərini həlləki dilə gətirmir. Bu sahədə 9 saylı Tövsiyə irəli sürülən audiovizual sektorda gender vəziyyətinin illik monitorinqi aparılmır. Qadın jurnalistlərin bir çoxunun özünün gender savadlılığının aşağı olması status-kvonun dəyişməməsinə dolayısı yolla dəstək verir.

Vəziyyətin təhlili göstərir ki, Tövsiyədə irəli sürülən media savadlılığının artırılmasına böyük ehtiyac vardır. Bu zaman, ilk növbədə, aşağıdakılar diqqətdə saxlanılmalıdır.

1. Gənc nəsildə genderə həssas media savadlılığını təşviq etmək, onu audiovizual məzmunun müxtəlif formalarına sorumlu yanaşmağa, qadın və kişilərin təmsilçiliyinə tənqidi yanaşmağa və seksist stereotipləri aşkarlaya bilməyə hazırlamaq.
2. Gənclər üçün media savadlılığı proqramlarında gender bərabərliyi perspektivlərini insan haqlarının tədrisi və demokratik proseslərdə fəal iştirak vasitəsilə genişləndirmək.
3. Gender təhsilini və fəal vətəndaşlığı inkişaf etdirən önəmli amillər kimi valideynlər və müəllimlər daxil olmaqla böyüklər üçün audiovizual vasitələrlə media savadlılığının qaldırılması üçün xüsusi alətlər yaratmaq.

[1] Recommendation CM/Rec(2017)9 of the Committee of Ministers to member States on gender equality in the audiovisual sector.

4. Audiovizual sektordakı peşəkarların və tələbələrin məlumatlılığını və potensialını genişləndirmək məqsədilə onlara mütəmadi olaraq gender bərabərliyi haqqında dərin bilikləri və onların demokratik cəmiyyətin inkişafı üçün önəmini əks etdirən tədris və peşə hazırlığı təlimləri keçmək.
5. Gender bərabərliyi perspektivlərini audiovizual kurikulumda əks etdirmək və onların davamlı tədrisinə nail olmaq.[1]

Bu yerdə bu fəslin əvvəlində gəldiyimiz bir nəticəni yenidən xatırlamalı olacağıq. Uşaqlarda və gənclərdə gender stereotipləri hələ tam formalaşmadığı üçün onları dəyişmək, pozitiv yanaşmaya nail olmaq mümkündür. Bu fəsli gender stereotiplərini dəyişməyə çalışan, gender bərabərliyinə nail olmaq istəyən bir layihənin örnəyi ilə tamamlayacağıq.

ÖRNƏK 5. “Little Voice Azerbaijan” layihəsi

2017-ci ildə 3 gənc dillər əzbəri olan bir devizin – **Uşaqlar bizim gələcəyimizdir! –** devizinin yaratdığı stereotipi sındırmağa qərar verdilər. Onlar fərqli düşündülər. “Uşaqlar bizim bu günümüzdür”, – dedilər. Cünki “Sən uşaqsan, böyüyəndə başa düşərsən, hələ heç nə bilmirsən” deməklə biz uşaqların inkişafını əngəlləyib özümüzü düşünən gələcəkdən məhrum edirik.

Aydan Səlimxanova, layihənin meneceri: “Bizim belə bir layihəyə başlamağımıza təkan verən **WoWomen** təşkilatının inkişaf proqramının təlimlərində iştirakımız oldu. Təlim 5 həftə davam etsə də, o bizim yeni təşəbbüslə çıxış etməyimizə təkan verdi. Biz təlim üçün hazırladığımız layihəni gerçəkləşdirməyə qərar verdik”.

“Little Voice Azerbaijan” layihəsinin məqsədi həm qızlara, həm oğlanlara onları narahat edən məsələlər, problemlər barədə fikirlərini auditoriya ilə bölüşmək üçün platforma yaratmaqdır. Bunun üçün ildə bir dəfə elan verilir, müraciətçilər, yəni gələcək spikerlər müsahibə yolu ilə seçilirlər. Sonra onlara öz fikirlərini auditoriyaya çatdırmaq, səhnədə çıxış etmək, bir sözlə, spikerlik üçün vacib olan mövzularda təlimlər keçirilir. Finalda 10 dəqiqə ərzində auditoriya qarşısında çıxış edirlər.

Layihə seçim zamanı gender bərabərliyini nəzərə alsa da, bu, ən vacib kriteriya deyil. Əsl seçim kriteriyası uşaqların ideyaları və potensialının olmasıdır. 2020-ci ildə seçilən 16 uşağın 8-i qız, 8-i oğlandır. Spikerlər mövzuları özləri müəyyən edirlər. Bu mövzular arasında gender məsələləri əsas yerlərdən birini tutur.

“Little Voice Azerbaijan” layihəsinin FB səhifəsi, youtube səhifəsi var. Layihə audiovizual sektorda yayılır. “Little Voice Azerbaijan” bu sektorun stereotipləri yaratdığı kimi, onları dağıtmaqda güclü bir alət olmasına da gözəl bir nümunədir.

Şəbnəm, 15 yaş, Gəncə.

“Çəhrayı, yoxsa mavi? Pilot, yoxsa həkim? Maşın, yoxsa gəlincik?...

Demək istədiyim, bu sualların aradan qalxması üçün əsl doğru zamandır. Sevgiylə dolu, bərabər cəmiyyətdə gələcəyə doğru addımlayaq”.

---

[1] Recommendation CM/Rec(2017)9 of the Committee of Ministers to member States on gender equality in the audiovisual sector.

Yusif, 15 yaş, Xaçmaz.

“Ailədaxili zorakılıq ətrafımızda bir çox ailənin gündəlik həyat tərzidir. Zorakılıqla böyüyən uşaqlar isə zorakılığın səfirləri kimi cəmiyyətə yayılır. Nəsillərdən gəlmiş bu ənənə ilə mübarizə aparmaq haqqında fikirlərimi sizinlə bölüşəcəm.”.

Günel, 11 yaş, Xaçmaz.

“Gender bərabərsizliyi hələ insan dünyaya gəlməzdən əvvəl mövcud olur. O, valideynlərimizin qız, ya da oğlan övladı arzulaması ilə başlayır. Gəlin birlikdə danışaq, görək niyə oğlanlar gəlinciklə oynamır?!”

MƏNBƏLƏR

1. Azərbaycan mediasında gender həssaslığının artırılması. Jurnalistlər üçün təlimat kitabı. A.Karabat, S.G.Güner, A. Asimqızı. Bakı, 2020.
2. Avropa Şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyası 2018–2013. https://rm.coe.int/ge-strategy-2018-2023-azerbaijani/16808cdbd9
3. Byerly, C. (2014a). Media conglomeration and women’s interests: A global concern. Feminist Media Studies. Taylor & Francis. https://doi.org/10.1080/14680777.2014.909137
4. Byerly, C. (2011a). Behind the scenes of women’s broadcast ownership. Howard Journal of Communications, 22(1), 24–42. https://doi.org/10.1080/10646175.2011.546740
5. Council of Europe. (2013). Media and the image of women (Report of the 1st Conference of the Council of Europe Network of National Focal Points on Gender Equality). Amsterdam. Retrieved from https://rm.coe.int/1680590587
6. Duffy, B. E. (2015). Gendering the labor of social media production. Feminist Media Studies, 15(4), 710–714.
   https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1053715 12.
7. Gender Equality in the Media Sector, Study for the FEMM Committee, 2018. https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/596839/IPOL_STU(2018)596839_EN.pdf
8. Image of women in the media. Recommendation 1555 (2002). http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid= 16996&lang=en
9. Recommendation CM/Rec(2017)9 – of the Committee of Ministers to member States on gender equality in the audiovisual sector
10. The image of women in advertising. Resolution 1557 (2007). https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid= 17552&lang=en

Mövzu 11.
Təbliğedici və reklam xarakterli məhsullarda gender amili

Təbliğedici və reklam xarakterli məhsullarda gender stereotipləri və qadın obrazlarının xarakterik cəhətləri. Reklamda gender bərabərliyini təmin üçün mövcud beynəlxalq təcrübə. Femvertising. Azərbaycan reklam bazarında gender stereotipləri. Avropa Şurasının Reklamda qadınların imici haqqında 1799 saylı Qətnaməsi.

Təbliğedici və reklam xarakterli məhsullarda gender stereotipləri və qadın obrazlarının xarakterik cəhətləri

Avtobus metronun "20 Yanvar" stansiyasının dayanacağında saxlayanda sərnişinləri səsləyən sürücü köməkçilərinin səslərinə daha birisi qarışdı: "Aygün Kazımovanın geyindiyi koftadan. Hər rəngdə, hər razmerdə. Ucuz və keyfiyyətli. Aygün Kazımovanın geyindiyi koftadan. Sədərək qiymətinə"... Rəngbərəng koftaları qolunun üstünə aşırmış satıcı dilboğaza qoymur, nöqtəsinə, vergülünə toxunmadan, səsinin tonunu dəyişmədən eyni intonasiya ilə təkrarlayırdı: "Aygün Kazımovanın geyindiyi koftadan..." On beş dəqiqə sonra avtobus Sədərək ticarət mərkəzinə yaxınlaşanda Aygün Kazımova bizi xəz kürkləri nümayiş edən reklam lövhələrindən qarşıladı... Sonra yerini xəzə bürünmüş başqa bir ulduza – Röya Ayxana verdi...

Görəsən, avtobus dayancağındakı insanlardan neçəsi "Aygün Kazımovanın koftasından" alır? Ulduzlar kofta seçimində onlara kömək edirmi? Görəsən, Sədərəkdə xəz almağa gələnlərin seçiminə müğənnilərin seçimi nə dərəcədə təsir edir? Və nəhayət, zəngin xəz şirkətlərinin sahiblərinin xəbərləri varmı ki, onların ulduz seçimi ilə metro stansiyasındakı kasıb satıcının seçimi üst-üstə düşür? Bu sualların cavabını, çətin, kimsə bilə...

Bu suallar bizi bir vətəndaş, bir alıcı kimi maraqlandıra bilər. Amma bizim dərsliyimizin məqsədi onlara cavab tapmaq deyil. Çünki bizi maraqlandıran suallar fərqli olmalıdır. Çünki biz məsələyə alıcı və ya satıcı açısından yox, peşəkar jurnalist açısından yanaşmalıyıq. Səbəbi sadədir – reklam təkcə istehlakçı iqtisadiyyatın deyil, həm də demokratiyanın və kütləvi medianın məhək daşı sayılır. Reklam bizim iqtisadi müstəqilliyimizin əsasıdır. Media reklamsız, reklam mediasız yaşaya bilməz. Media reklamın bölüşüldüyü bir məkandır. Məhz reklama yer verdiyi üçün, onu paylaşdığı üçün media reklamın məsuliyyətini də reklamçılarla birlikdə bölüşməlidir. Bizim reklamçı ilə bölüşdüyümüz məsuliyyət auditoriya, ictimaiyyət qarşısındakı məsuliyyətdir. Çünki reklam sadəcə bir məhsulu satmaq məsələsi deyil. Onun ömrü bəzən çox qısa olsa da, yan təsirləri bizim təsəvvür edə biləcəyimizdən uzunömürlü ola bilər. Xüsusilə söhbət reklamdakı gender stereotiplərindən gedəndə.

Gəlin bu mövzu üçün reklam haqqında daha nələri bilməli olduğumuzu bir daha müəyyənləşdirək:

- Reklam məhsulu və ya xidməti lazımi auditoriyaya çatdırmaq məqsədilə mediada xüsusi diqqətlə yerləşdirilir.

- Reklamçılar auditoriyanın maraqlarından yararlanmaq üçün onun psixologiyasına üz tuturlar.

Qeyd olunan iki cəhəti ümumiləşdirsək, belə bir nəticəyə gələ bilərik: reklamın məqsədi məhsulu və ya xidməti **çox sürətlə** onu ala biləcək potensial müştəriyə təqdim etməkdir. Bu zaman prosesi sürətləndirən faktorlardan biri auditoriyanın ona ünvanlanan mesajı **sürətlə, çaşqınlıq yaratmadan** qavramasıdır. Bax bu yerdə stereotiplər reklamçıların karına çatır. Çünki məhz stereotiplər seçim anlarında insanların həyatlarını asanlaşdırır, təhtəlşüurdan gələn bir səslə onlara nəyə üstünlük verməli olduqlarını deyir. Deməк, stereotiplər mövzusuna (bax. Mövzu 6. Gender stereotipləri) reklamçı gözü ilə yanaşsaq, gender stereotiplərinin məhsulun reklamı üçün nə qədər əlverişli olduğunu görərik. Çünki istənilən məhsul və ya xidmətin bir ünvanı var – alıcı, yəni insan. Məhsul da, xidmət də insan üçün yaradılıb. Demək, reklam insana ünvanlandığı üçün o, insan obrazı üzərindən də gerçəkləşdirilməlidir. Gender stereotipləri isə insan obrazlarının mayasıdır. Yəni obrazlar stereotiplərdən doğur. Elə buna görə də əgər süd reklam olunursa, auditoriyaya ANA obrazı təqdim olunur, əgər təbii süddən hazırlanmış kəsmik, qatıq, xama və qaymaqdan söhbət gedirsə, bu yerdə obraz daha dərinə işləyir, meydana kənddə yaşayan NƏNƏ çıxır. Çünki stereotip olaraq o daha inandırıcıdır: kənddə yaşayır, südü özü sağır, qaymağı özü yığır, xamanı, kəsmiyi özü hazırlayır. Biz səhnəni tamamlamaq üçün nənənin ətrafına nəvələrini yığa bilərik, hətta baba belə görünə bilər. Amma burada baba köməkçi obrazdır. Onun məhsulların hazırlanmasına birbaşa qatqısı yoxdur. O, məhsulu “sata” bilməz... Biranlığa bu reklamdakı kənddə yaşayan nənəni şəhərdə yaşayan nənə ilə əvəz edək. Sizcə, reklamçı istədiyi nəticəni ala bilərmi? Reklam təsir edə bilərmi? Əlbəttə, yox. Çünki kəndli nənə ilə şəhərli nənə stereotipləri fərqlidir. Demək, bizim cəmiyyətdəki rollarımız dəyişdikcə obrazlar da dəyişir. Bu dəyişikliklər reklamlarda necə əks olunur?

Qadın və kişilərin cəmiyyətdəki rolu zaman keçdikcə dəyişikliyə uğrayır. Haçansa kişilər birmənalı olaraq evin çörəyini gətirən, qadınlar isə ocağın keşiyini çəkən, sönməyə qoymayanlar idi. Bir sözlə, feminizmin ikinci, üçüncü dalğaları təsirsiz ötüşmədi. Amma qadınların cəmiyyət həyatında rolu artsa da, araşdırmalar göstərir ki, qadınlar nə qədər ictimai həyata qatılsalar belə, onlar yenə də, orta hesabla, gündə kişilərdən 3 saat çox uşaqlarla vaxt keçirirlər. Bu cəhət reklamçıların nəzərindən qaçmır. Məişət əşyalarının reklamlarında – ətçəkən maşından tutmuş kompüterə, hətta avtomobilə qədər – qadınlar ənənəvi evdar qadın rolunda çıxış edirlər.

Beynəlxalq reklam təcrübəsinin təhlili göstərir ki, bütün dünyada reklamlarda qadınlar kişilərdən fərqli olaraq, daha asılı tərəf kimi və daha çox evdə təqdim olunurlar.

World Savvy Monitor UNESCO-nun qadınların dünyadakı vəziyyəti barədə hesabatına əsasən bildirir ki, qlobal olaraq qadınlar mediada 4 cür təqdim olunurlar: “müqəddəs ana, qlamur, seksual “pişik”, məkrli cadugər və iş həyatında pillələrlə dırmaşan

vəzifəpərəst".[1] Reklamlardakı qadın obrazları, bir qayda olaraq, ilk iki təqdimata əsaslanır. Diqqətlə yanaşsaq, hər iki təqdimatın bir-birindən nə qədər fərqli olsa da, ortaq bir məxrəci olduğunu görərik – bu, qadın gözəlliyidir. Birinci halda obraz pozitiv, ikinci halda isə neqativ stereotiplərdən qaynaqlansa da, onların hər ikisindən yararlanarkən reklamçı bir cəhətə istinad edir – insanın zahiri gözəlliyinə. Gözəlliyə müraciət reklamın təbiətindən, mahiyyətindən doğur. Çünki reklam müştərinin diqqətini çəkməli, onu ayaq saxlamağa, nəzərlərini ona doğru yönəltməyə məcbur etməlidir. Bu mənada reklamın insan gözəlliyindən istifadə etməsi təbiidir. Amma burada bizim bir peşəkar kimi diqqət yetirməli olduğumuz önəmli bir məqam var: reklamçı insan gözəlliyindən necə yararlanır? Bu istifadədir, istismardır, yoxsa gözəllik idealının necə olmasının diktə edilməsidir?

Qərb mediasında, bir qayda olaraq, arıq bədən gözəllik etalonunun dəyişməyən seqmentidir. 1990-cı illərin sonlarında araşdırmalar göstərirdi ki, reklamlardakı qadınlar arıq olmaqla yanaşı, həm də gənc və ağdərilidir. 2000-ci illərdə gözəllik stereotipləri bir qədər dəyişsə də (qaradərili modellərin reklama axını başlayırdı), dəyişməyən bir məqam vardı – reklamçılar hər zaman olduğu kimi, gözəllik ideallarını özləri müəyyən edirdilər. Birləşmiş Ştatlarda orta statistik qadının boyu 160 sm., çəkisi 74 kilo olduğu halda, orta statistik modelin boyu 180 sm. çəkisi 52 kilodur. Tarixən kişilər reklamlarda gözəllik obyektləri olmasalar da, son onilliklərdə məhsulların reklamında kişilər də önə çəkilir. Kişilərin gözəllik standartları da müəyyən olunub – onların çənələri iri, kvadratformalı, saçları gur olmalı, özləri fiziki gücü əks etdirməlidirlər.[2]

Gözəl sifət və ideal bədənin üzərində qurulmuş obraz dekorativ obrazdır. Belə bir ideal obrazın yaradılmasında məqsəd məhsulu bəzəməkdir. Yəni obraz sırf dekorasiya funksiyası yerinə yetirir. O, məhsulun yanında passiv şəkildə, bəzək kimi durur. Qadınların reklamlarda dekorativ rollarda çıxış etmələrinin onların gender rolları ilə birbaşa əlaqəsi yoxdur və onların daha seksual və şəhvət doğuran pozalarda təsvir olunmalarına yol açır. Reklamlarda qadınların dekorativ rolda çəkilməsi onların passiv təqdimatına gətirib çıxarır. Dekorativ və seksual obrazlarla bağlı ən böyük narahatlıq fərdlərin özlərinin də obyektə çevrilməsi, son nəticədə reklam olunan, satıla bilən məhsulla eyniləşdirilmək riski, yəni obyektləşdirilməsidir. Obyektləşdirmə reklam məqsədilə bədənin hər hansı bir hissəsinn ön plana çəkilərək vurğulanması və ya bədənin başsız təqdimatıdır. Bunun nəticəsində insan insanlıqdan çıxır, yəni dehumanizasiya baş verir.

Risklər təkcə bununla bitmir. Reklamların yan təsirləri bu risklər sırasındadır. Yan təsirlər dedikdə, bir qayda olaraq, reklamın yaratdığı, qəsdən nəzərdə tutulmayan effektlər başa düşülməlidir. Qəsdən nəzərdə

[1] https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/57153_book_item_57153.pdf
[2] https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/57153_book_item_57153.pdf

tutulmayan effektlərin yaranmasına səbəb gender təqdimatların və obrazların gerçəkliyi əks etdirməməsidir. Belə bir təqdimat reklamçıların məhdud və neqativ obrazlar təqdim etməsi, sosial rolları daraltmasıdır. Beləliklə, reklamlarda qadınların ya evdar qadın, ya da dekorativ və seksual obyekt kimi təqdimatı cəmiyyətə qadınların qərar qəbuletmə prosesində iştirak edə bilmədikləri barədə mesajlar ötürür.

Ən böyük risk isə tamaşaçıda reklamın təqdim etdiyi obrazlar əsasında reallıqla əlaqəsi olmayan yeni stereotiplərin yaranmasıdır. Zaman keçdikcə bu stereotiplər insanların həyat tərzinə, seçimlərinə təsir etməyə başlayır. Daxili yox, zahiri gözəlliyə hesablanmış bu stereotiplər qadınlara həyatda uğur qazanmağın formulunu belə açıqlayır – uğurlu olmaq istəyirsənsə, zahiri gözəllik standartlarına cavab verməlisən. Beləliklə, reklam cəmiyyətdəki dəyərlər sisteminə birbaşa təsir edir və onu dəyişir. Medianın qloballaşması standartların sürətlə yayılmasına və müxtəlif mədəniyyətlərdə intişar tapmasına böyük təkan verir. Nəticədə, Qərb baxışları və dəbi Şərq ölkələrinə transfer olunmağa, Qərbin gözəllik idealları populyarlaşmağa başlayır. Bu ideallar şərqli qadınları çox zaman riskli və bahalı addımlara sövq edir – çinli qadınlar, adətən, bəstəboy olduqları üçün cərrahi yolla boylarını uzadırlar. Yaponiyalı, koreyalı və tayvanlı qadınlar qıyıq gözlü olduqları üçün gözlərini “açdırır”, hindli qadınlarsa ağardıcı kremlərə üz tuturlar. UNİCEF-in Mediada Gender üzrə Geena Davis İnstitutu ilə birlikdə apardığı araşdırmaya əsasən, Hindistanda reklamlarda çəkilən qadınların üçdə ikisinin dərisinin rəngi daha açıq olur və onlar yüksək təbəqəni təmsil edirlər.[1]

Daha böyük risk isə auditoriyanın böyük qismini əhatə edən orta statistik qadınların media obrazları gerçəkləşdirmək səylərinin uğursuzluqla nəticələnməsidir. Media obrazlara çata bilməyən qadınlar uğursuzluqlarının səbəbini gözəllik idealını təkrarlaya bilməməkdə görür, depressiyaya düşürlər. Bəzən bu anoreksiya və bulimia kimi xəstəliklərə gətirib çıxarır.

Beləliklə, reklamda dekorativ və seksual obrazların yaratdığı risklər bunlardır:

1. Reklamdakı dekorativ obrazın özünün obyektə çevrilməsi və satılan məhsulla birlikdə eyniləşdirilməsi riski;
2. Sosial rolların daralması riski;
3. Fərdlərin gerçəkliyi əks etdirməyən stereotipləri real həyatda gerçəkləşdirdikləri zaman yaranan risklər.

Bu yerdə məntiqi suallar doğur: Risklərin qarşısını necə almaq olar? İdealları diqtə edən və yeni stereotipləri yaradan reklam industriyası ilə əməkdaşlıq mümkündürmü? Ortaq məxrəc varmı? “Uğurun düsturu yalnız gözəllik standartlarına cavab verməkdir” kimi bəsit bir düsturun yaratdığı qapalı və nöqsanlı çevrədən necə çıxmaq olar?

[1] Gender Bias and Inclusion in Asdvertising in India. Geena Davis Institute on Gender in Media and UNICEF https://www.unicef.org/rosa/reports/gender-bias-inclusion-advertising-india

Reklamda gender bərabərliyini təmin üçün mövcud beynəlxalq təcrübə Advertising niyə və necə Femvertising oldu?

Yəqin, belə bir deyimi eşitmisiniz: düzgün diaqnoz xəstəliyi müalicə etməyin yarısına bərabərdir. Bu mənada reklam bazarındakı obrazların yaratdığı risklərin müəyyən edilməsini diaqnoz kimi qiymətləndirsək, onda vəziyyəti düzəltmək, yəni sağlamlaşdırmaq yolları barədə düşünmək olar.

Araşdırmaçılar problemin həlli üçün iki üsul təklif edirlər:

1. Gözləntiləri çoxaltmaq;
2. Fərqli yanaşma, fərqli düşüncəni tətbiq etmək.

Gözləntiləri çoxaltmaq alternativ seçənəklərə imkan vermək, onları sınaqdan keçirməkdir. Bəzən reklamçılar alternativ seçənəklər barədə düşünmədən avtomatik seçimlər edirlər. Belə avtomatik seçimlərə örnək olaraq kadrarxası səsdə kişilərin səsinə üstünlük verilməsini göstərmək olar. Buna "default" seçim də deyə bilərik. Kişi səsinin kadr arxasından eşidilməsi və görüntünü tamamlaması şüuraltı səviyyədə insanlara qadının passiv olması, qərar qəbuletmədə səsinin olmaması kimi impulslar ötürür. Reklamçılar qadının səsinə yer verməməklə bu səsin güclənməsini, onun təklif verən, təcrübəni bölüşən bir səs kimi yer almasını əngəlləyirlər. Seçənəkləri çoxaltmaqla, alternativ seçim verməklə biz cəmiyyətin dar təqdimatına son qoya bilərik.

Fərqli yanaşma gözəllik stereotiplərini sorğulamaq, şübhə altına almaqla başlayır. Dolubədənli qadınların obrazı məhsulu reklam edə bilməzmi? Bəs bəstəboy qadınlar necə? Gözəllik ideallarına təsir etməyin yollarından biri də alternativ ideyalar verməkdir.

XXI əsrin birinci onilliyi reklam bazarına model imiclərinin və obrazlarının dəyişməsi üçün alternativ ideyaların təklifi ilə əlamətdar oldu.

2004-cü ildə "Dove" şirkəti "Əsl Gözəllik – Əsl Gözəllik" kampaniyası ilə reklam bazarındakı stereotipləri qırmağa cəhd etdi. Bu kampaniyada müxtəlifyaşlı, müxtəlif fiziki xüsusiyyətləri olan qadınlar bir araya gətirildi və məhsullar fərqli təqdimatla tanıdıldı. "Dove"ın yeni strategiyasını şübhə altına alanlar da tapıldı. Onların fikrincə, şirkət bu yolla özünə yeni istehlakçı kütləsi yığırdı.

"Əsl Gözəllik – Əsl Gözəllik" kampaniyasının gizlin tərəflərinə cavab olaraq Türkiyədə "Bədəndən bədənə hərəkət" adlanan kampaniya başladı. Bu kampaniya Instagram fenomeni sayılan Berrak Tunanın sayəsində geniş vüsət aldı.

Reklam bazarındakı dəyişikliklər və fərqli fikirlər media araşdırmaçılarının da diqqətindən kənarda qalmadı. Kanadadakı model agentliyinin yaradıcısı Ben Barry imicin qadınların məhsul alarkən seçimlərinə nə dərəcədə təsir göstərməsi barədə elmi araşdırma apararaq belə bir qənaətə gəldi ki, qadınlar geyimləri alarkən reklamlarda onlarla eyni ölçüdə, yaşda və eyni rəngdə olan modellər axtarırlar. Bu araşdırmanın nəticələri daha əvvəllər aparılmış tədqiqatların nəticələrini bir daha təsdiq edirdi – istehlakçıların böyük əksəriyyəti modellərin təbii ölçüləri və bədən formalarını nümayiş etdirmələrini istəyirlər. Sorğuda iştirak edən qadınların çoxu bildirirdi ki, onlar geyimlərin arıq

və incə modellərin əynində daha yaxşı oturduğuna inansalar da, dolubədənli modellərin şəklini dərc edən jurnalları almağa daha çox meyillidirlər.[1]

2012-ci ildə *Vogue* jurnalı arıq model stereotipini pozmaq yolunda addım ataraq sağlam imicinin elçisi olmağa qərar verdi. Jurnalın irəli sürdüyü Sağlamlıq təşəbbüsü *Vogue*-nin 19 beynəlxalq redaktoru arasında sağlam yanaşmanı təşviq etmək barədə razılaşma idi.[2]

Redaktorlar dəb industriyasının gücündən istifadə edərək dəyişiklik yarada biləcəklərinə inanırdırlar. Jurnalın redaktoru Aleksanrda Şulman bildirirdi ki, bu təşəbbüs Amerika Dəb Dizaynerləri Şurası ilə ABŞ-da, Britaniya Dəb Şurası ilə Birləşmiş Krallıqda dəb industriyasının köməyi ilə bədən imiclərinə sağlam yanaşma tətbiq etməyə yardımçı olacaq. Jurnalın 2012-ci ilin iyun nömrəsi təşəbbüsü gerçəkləşdirdi – sağlamlıq mövzusuna həsr olunmuş Amerika nəşrinin üz qabığını və içini ABŞ Olimpiya atletləri bəzədilər.

2000-ci illərdən feminizmin dördüncü dalğası çərçivəsində qadınların reklamdakı imiclərinin gücləndirilməsi, stereotiplərin sındırılması istiqamətində feminist fəalların, redaktorların, reklam sənayesinin gördüyü işlər 2014-cü ildə “femvertising” termininin qəbulu ilə nəticələndi. Femvertising ənənəvi “advertising” (reklam, kökü latın dilindəki **“advertere”** (tərcüməsi ***dön bax***) sözünün birinci hecasının **“femine”** (**qadın**) sözünün ilk hecası ilə əvəzlənməsi nəticəsində yaradıldı. Femvertising-in məqsədi qadınları reklamlardakı obyektləşdirmədən çıxarmaq, onlara layiq olduqları qiyməti vermək idi.

Femvertising konsepsiyanı tətbiq edən şirkətlərin böyük əksəriyyəti 5 əsas prinsipə əməl edir:

1) qadınlarının çoxsaylı qabilliyyət və bacarıqlarından istifadə;
2) mahiyyətcə qadınyönümlü mesajların verilməsi;
3) gendernormalı sərhədlərin və stereotiplərin təşviqi;
4) “Qadın” dediyin belə olmalıdır” stereotiplərinin sorğulanması, seksuallığın azaldılması;
5) qadın obrazlarının təbii təqdimatı.[3]

Femvertising-ə örnək kimi P&G qrupunun “LikeAGirl” kampaniyasını göstərmək olar. Bu kampaniya Türkiyəyə Orkid tərəfindən 2015-ci ildə “Qız kimi” şüarıyla bazara çıxdı. Nike Women’ın 2017-ci ildə Türkiyədə “Bizi Belə Bilin” şüarıyla çəkdiyi reklam filmi peşəkar və həvəskar idmançı qadınları bir araya gətirən uğurlu femvertising nümunəsi oldu.

Femvertising-ə münasibət birmənalı deyil. Buna səbəb onun paralel olaraq həm də satışın lokomotivinə çevrilməsidir. 18–34 yaş qrupunda qadınlar arasında aparılan araşdırmaya görə, belə bir reklamın sosial mediada bəyənilmək, paylaşılmaq və ya şərholunma ehtimalı 80% yüksəlir. SheKnowsMedia-nın 2014-cü ildə

[1] https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/57153_book_item_57153.pdf
[2] https://www.vogue.co.uk/article/the-health-initiative-vogue-model-health-wellbeing
[3] https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=8963765&fileOId=8963766

keçirdiyi araşdırmaya görə, qadınların 52 faizinin hər hansı bir brendə üstünlük verməsinin səbəbi həmin brendin reklamındakı qadın obrazını bəyənmələri olub. Bəzi nəzəriyyəçilər femvertising-i tənqid edərək bildirirlər ki, kapitalizm və əmtəə feminizmi arasındakı bağlılıq feminizm hərəkatını zəiflədir, ona inananların manipulyasiya olunmasına şərait yaradır. Onların fikrincə, femvertising feminizmin feminist hərəkata deyil, istehlakçı feminizmə töhfəsidir, feminizmin dəb və markaya çevrilərək məzmundan məhrum olmasıdır.

Bütün tənqidlərə və şübhələrə baxmayaraq, 2000-ci illərin birinci onilliyindən etibarən reklam bazarında başlamış dəyişiklər təsirsiz qalmadı. Hərçənd ki, qadınların reklamlardakı təqdimatı hələ də narahatlıq doğurur.

2017-ci ildə Mediada Gender üzrə Geena Davis İnstitutunun “Reklamlarda gender meyilləri” adlı araşdırması qadın və kişilərin təqdimatında aşağıdakı fərqləri ortalığa çıxartdı:

1. Reklamların 25%-də ekranlarda ancaq kişilər, 5%-də ancaq qadınlar təqdim olunur;
2. Reklamlarda kişilər qadınlarla müqayisədə dialoqlarda 3 dəfə çox danışırlar;
3. Reklamda ekranlarda görünən kişilərin sayı qadınların sayından 2 dəfə çoxdur.

Sorğuda iştirak edən qadınların 85 faizi hələ də reklamlardakı qadın obrazlarının real dünya ilə uyğunlaşmalı olduğunu deyirlər. Qadınların 66 faizi bildirib ki, onlar ekrandakı qadın obrazının neqativ stereotiplərə əsaslandığını görəndə kanalı dəyişirlər.[1]

Azərbaycan reklam bazarında gender stereotipləri

Azərbaycanda reklam bazarının yaranması ölkə müstəqillik əldə etdikdən sonra bazar iqtisadiyyatının təşəkkül tapmağa başladığı vaxta təsadüf edir. 1992-ci ildə Bakı Şəhər İcra Hakimiyyətində Şəhər tərtibatı, Reklam və Dizayn idarəsi yaradılsa da, reklam bazarına real olaraq təkan verəcək proseslər 1995-ci ildə dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirmə proqramının startı ilə başladı. Həmin il ANS Şirkətlər Qrupuna daxil olan ANS Kommers reklam agentliyinin qurulması ilə Azərbaycanda reklam bazarının təməli qoyuldu. Azərbaycan Respublikasının Reklam haqqında ilk qanunu iki il sonra 1997-ci ildə qəbul olundu.

Müstəqilliyin ilk 5 ilinin reklam bazarının özəlliklərindən biri yerli məhsulların qıtlığı səbəbindən reklam bazarına xaricdə istehsal olunmuş reklamların çıxarılması oldu. Beləliklə, həm Azərbaycan auditoriyasının, həm də reklamçısının reklam zövqünün formalaşmasında, stereotiplərin yaranmasında məhşur brendlərin hazırladığı reklam çarxları önəmli bir rol oynadı.

Bu mənada Azərbaycan reklamına dünya təcrübəsinin həm müsbət, həm mənfi tərəfləri ilə təkrarlanan kiçik modeli kimi də baxmaq olar. Bu model üçün xarakterik cəhətlər aşağıdakılardır:

[1] Gender Bias in Advertising. Geenna institute in Gender in Media. https://seejane.org/research-informs-empowers/gender-bias-advertising/

1. Gender rolların gender stereotiplərini müəyyən etməsi, qadınların daha çox evdar qadın obrazında verilməsi, sosial rolların daraldılması;
2. Qadın obrazlarının dekorativ və seksual obraz kimi təqdimatı, qadınların obyektləşdirilməsi;
3. Qadınların kişilərdən asılı obrazının yaradılması.

Reklamlardakı obrazın yaradılmasında başlıca müəyyənedici amil reklam olunan məhsul və ya xitmətdir. Kosmetika, lyuks həyat tərzini təmin edən xidmətlər, bahalı geyimlərin və avtomobillərin reklamlarında qadınların vulqar, kişilərdən asılı, dekorativ və seksual obraz kimi təqdimatı geniş yer alır. Bu obrazların gender rollarla birbaşa əlaqəsi olmasa da, onlar cəmiyyətdə yeni gözəllik stereotiplərinin yaradılmasına, dəyərlərin dəyişməsinə və təşviqinə xeyli dərəcədə təsir edir. Qadınların gözəllik stereotiplərini gerçəkləşdirməsi yönündə artan səylərinin intensivliyini ölçmək üçün iki göstəricini izləmək kifayətdir – estetik cərrahiyyə reklamlarının reklam bazarındakı həcmi və bu əməliyyatlara gedən qadın və kişilərin statistikası.

Azərbaycanda məişət əşyalarının reklamlarında da, bir qayda olaraq, qadınlar çəkilir. Bu zaman onların sosial rolu bir evin divarları çərçivəsində daraldılır. (Bax. Mövzu 10. Audiovizual sektorda gender bərabərliyi).

Azərbaycan reklam bazarında qadınların fərqli obrazı yaşca cavan nəslin timsalında baş verir. Reklam bazarında yaşı 20-dən aşağı qadınların dəyişən obrazları təhsil reklamlarının payına düşür. Azərbaycan ali təhsil müəssisələrinin reklam çarxlarının təhlili aşağıdakı tendensiyaları üzə çıxarır:

1. Oğlan və qızların bərabər təqdimatı üzərində qurulan reklam;
2. Təhsil müəssisəsinin qız tələbənin obrazı üzərindən reklamı.

İkinci tendensiya birinci kimi güclü olmasa da, təhsil reklamlarının qız obrazları ilə çatdırılması cəmiyyətdə qızların təhsil almasının önəmi kimi mesajların ötürülməsi baxımından çox qiymətlidir. Amma burada bizim diqqət yetirməli olduğumuz bir məqam nəzərdən qaçmamalıdır. Bu, reklamda canlandıran obrazın qarşıya qoyulan məqsədə nə dərəcədə çata bilməsidir. Yəni reklamda qadınların və ya qızların görünməsi, hətta kişilərdən çox görünməsi işin yarısıdır, bu zaman onların üz tutduqları auditoriyaya ötürdükləri verbal və qeyri-verbal mesajlar önəmlidir. Azərbaycan Universitetinin tanıtım videosu tələbə qızın obrazı üzərindən gerçəkləşdirilib.[1] Bu video pozitiv mesajlar verməklə bərabər, həm də şüuraltı olaraq gender stereotiplərinə müraciət edib. Tələbə qız universitetlə yaşıdlarını deyil, anasını tanış edir, onun üz tutduğu auditoriya analardır: “Salam, anacan, sənə universitetimiz haqqında danışmaq istəyirəm”... O hətta ingilis dili dərsi keçirilən auditoriya ilə anasını tanış etmək istəyərkən dərsi pozduğunu görəndə içəri girərkən müəllimdən yarızarafat, yarıgerçək üzr istəmək üçün ingiliscə: “For my mom”, – deyir. Reklamın sonunda tələbə qıza

[1] http://www.au.edu.az/ Azərbaycan Universitetinin tanıtım reklamı.

universitetin magistratura pilləsində oxumaq, təhsilini pulsuz davan etdirmək üçün sertifikat verilsə də, tanıtım reklamının kimə ünvanlandığı sual doğurur – analara və ya təhsil almaq istəyən gənclərə? Bu reklamın təhlili göstərir ki, Azərbaycan reklam bazarı yeni qadın, qız obrazlarının yaradılmasında birbaşa olmasa da, dolayı yolla gender stereotiplərinin təsiri altındadır, bu təsirlər heç bir neqativ məna və çalar daşımadığı halda belə reklam olunan xidmətin düzgün təqdim olunmasına gətirib çıxarmır.

2000-ci illərin əvvəllərindən qlobal reklam bazarında baş verən dəyişikliklər də Azərbaycan reklam sənayesindən izsiz keçməyib. Qadınların müsbət imiclərinin yaradılması üçün edilən çağırışlara Azərbaycan şirkətləri sosial reklam layihələri ilə cavab veriblər.

2019-cu ildə Kapital bank BMT-nin Əhali Fondu ilə birlikdə həyata keçirdiyi "İtirdiyimiz qızlar" layihəsi ilə selektiv abortlar nəticəsində ana bətnində öldürülən qızların yarımçıq qalmış hekayələrini və obrazlarını yaratmaqla cəmiyyətə fərqli baxış bucağından fərqli obrazlar – "İtirilmiş ARZUlar", "İtirilmiş İRADƏlər", "İtirilmiş SEVİNClər" təqdim etdi.

2020-ci ildə Azərcell-in Milli Olimpiya Komitəsi ilə birlikdə gerçəkləşdirdiyi "Qadın dediyin" layihəsi qadınlar barədə cəmiyyətdə yer alan neqativ stereotiplərin dağılması məqsədi güdürdü. "Qadın dediyin" layihəsinin qəhrəmanlarının – idmançı qadınların verdiyi mesajlar yeni obrazların xarakterik cəhətləri idi: "Qadınam, rəqibimin gözünə dik baxıram" (İlahə Qasımova, karateçi), "Qadınam, həm anayam, həm çempio-nam" (Afaq Sultanova, cüdo üzrə paraolimpiyaçı), "Qadınam, oturuşumu, duruşumu bilirəm" (Elnarə Abbasova, ağırlıqqaldırma), "Qadınam, sərhədləri aşıram" (Vüsalə Kərimova, idman rəqsləri).[1]

Bu layihə sosial şəbəkələrdə geniş əks-səda verdi. O, nüfuzlu influenserlər və bloqqerlər tərəfindən dəstəklənərək sosial şəbəkələrdə 85%-i müsbət geri dönüş olmaqla, ümumilikdə 3.8 milyon insana çatdırıldı.

Müstəqil Azərbaycanın reklam bazarının yaşı 30-u haqlasa da, onun tarixini, trendlərini öyrənən araşdırmalar yox dərəcəsindədir. Reklamlardakı gender stereotipləri barədə dolğun məlumat verəcək tədqiqatlara böyük ehtiyac vardır.

Avropa Şurasının Reklamda qadınların imici haqqında 1799 saylı Qətnaməsi

2000-ci illərin reklam sənayesində baş verən dəyişiklikləri körükləyən proseslərdən biri də reklamdakı gender stereotiplərinin siyasətçilərin, beynəlxalq təşkilatların gündəliyində davamlı olaraq yer alması idi. 2007-ci ilin iyun ayının 26-da Avropa Şurası "Reklamda qadınların imici" adlı Tövsiyə qəbul etdi. Tövsiyədə AŞPA eyni adlı qətnaməsinə istinad edərək üzv dövlətləri onun icrasının təmin olunmasına, bu məqsədlə reklamlarda qadın və kişilərin imicinin necə əks olunduğunun dərindən araşdırılması üçün beynəlxalq ekspertlər komitəsi təyin etməyə çağırırdı. Belə bir araşdırmada məqsəd AŞ-nin növbəti fəaliyyəti üçün

[1] https://www.adsoftheworld.com/media/integrated/azercell_women_should

platforma yaratmaq idi. Sənəd Nazirlər Komitəsinin gələcəkdə reklamçıları imicləri təqdim edərkən ayrı-seçkiliyə yol verməməyə və qadınlarla kişilərin ləyaqətinə hörmət etməyə təşviq edən Avropa davranış məcəlləsinin hazırlanmasını nəzərdə tuturdu. Assambleya Nazirlər Komitəsindən cinsiyyətçi stereotipləri ən səmərəli şəkildə dağıdan və qadınlarla kişilər arasında bərabərliyi təşviq edən reklam kampaniyasına təqdim edilən Avropa mükafatını təsis etməyi, eləcə də üzv dövlətlərin hökumətlərini ictimaiyyətin cinsiyyətçi və ya zorakıxarakterli reklamlar barədə məlumatlılığının artırılmasına yönələn milli kampaniyalar təşkil etməyə və belə reklamlara qarşı cavab tədbirləri təklif etməyə çağırırdı.

MƏNBƏLƏR

1. Azərbaycan mediasında gender həssaslığınının artırılması. Jurnalistlər üçün təlimat kitabı. A.Karabat, S.G. Güner, A. Asimqızı. Bakı, 2020.
2. Handbook on implementation of Recommendation (2013)1 of CM on gender equality and media. https://eige.europa.eu/library/resource/EIGE_Grey_LiteratureCULT8
3. Павелкина Л.С. Влияние СМИ и рекламы на формирование гендерных моделей поведения. Владивосток: 2014.
4. Pantene “Sorry, Not Sorry” Commercial: https://www.youtube.com/ watch?v=Tc GKxLJ4ZGI
5. Procter and Gamble #LikeAGirl. https://youtu.be/XjJQBjWYDTs and https://youtu.be/VhB3l1gCz2E
6. Recommendation 1799 (2007) by the Parliamentary Assembly of the Council of Europe on the image of women in advertising.
7. Recommendation 1555 (2002) by the Parliamentary Assembly of the Council of Europe on the image of women in the media.
8. Сиддорская И.В., Гендер и СМИ. Пособие для журналистов. Беларусия: 2015.
9. This Girl Can – Sport England. https://www.youtube.com/watch?v=toH4GcPQXpc
10. The New Rules of Using Femininsm in Marketing. Posted on August 20, 2018 by Katie Martell: https://www.chiefmarketer. com/new-rules-using-feminism-marketing/.

Mövzu 12.
Sosial media və gender bərabərliyi

Sosial mediada gender bərabərliyi, sosial media üzərindən qısnama, sosial medianın gender bərabərliyinə mümkün qatqısı

Sosial mediada gender bərabərliyi

Sosial media XXI əsrin kommunikasiya fenomenidir. Bu fenomen oyunun qaydalarını deyil, hətta özünü belə dəyişdi. Sosial media fenomeninin kökündə adi vətəndaşların şəbəkədaşlara, yəni sitizenlərin netizenlərə (“citizen” ingiliscə “vətəndaş” sözünün ilk 3 hərfinin “net” – “şəbəkə” sözü ilə əvəzlənməsi yolu ilə yaradılıb) çevrilməsi prosesi durur. Bu, tam çevrilmə deyil. Bu, əslində, ikili vətəndaşlığa bənzər bir prosesdir. Əlində smartfon, tablet olan, ya kompüter qarşısında oturan insan, bir sözlə, virtual məkana çıxışı olan fərd, artıq fərqli bir dünyanın sakinidir. Bu insanın real dünyadakı kimliyi ilə yanaşı, rəqəmsal – virtual kimliyi də yaranır. İnsanın real dünyadakı kimliyi ilə sosial şəbəkədəki kimliyi bir-birilə əlaqəlidir. Qısası, insanlar həm vətəndaş, həm də şəbəkədaşlar – netizenlərdir.

Statistikaya görə, 2020-ci ildə sosial media istifadəçilərinin sayı 3.78 milyard insan, yəni Yer kürəsi əhalisinin 48 faizi qədər idi. Bu rəqəm durmadan artır. Təxminlərə görə, 2025-ci ildə sosial media istifadəçilərinin sayı 4.4 milyarda çataraq Yer kürəsinin əhalisinin yarısını əhatə edəcək.[1] Şəbəkədaşların – netizenlərin yaşı da ildən-ilə cavanlaşır. İstifadəçilərin 84 faizi 18–29, 81 faizi 30–49, 73 faizi 50–64 yaş kateqoriyalarına aiddirlər. Yaşı 65-dən yuxarı olan istifadəçilər isə 45 faizdir. Orta hesabla hər bir insan gündə sosial şəbəkələrdə dolaşmağa və mesajlaşmağa 2 saat yarım sərf edir.[2] Netizenlər üçün zaman və məkan sərhədi yoxdur. Bu onların sosial şəbəkələrdən asılılığını gücləndirən amillərdən biridir. Yemək yeyərkən bir əlində çəngəl-qaşıq, o birində smartfon tutan insanların sayı durmadan artır. Gözü nimçədə deyil, cihazların ekranında olan netizenlər, eyni zamanda iki ehtiyacı ödəyirlər – fizioloji aclığı və informasiya aclığını. Bu ikili “qidalanma” bir daha təsdiq edir ki, xəbər axtarmaq, nə isə təzə bir şey bilmək insan varlığının təbiətindən doğan ən ümdə ehtiyaclardandır. Sosial media təkcə xəbər mənbəyi deyil, o həm də nəhəng bir məlumat bazasıdır. Sosial media insanlar üçün tanıdıqları və tanımadıqları insanlar ilə ünsiyyət qurduqları, informasiya paylaşdıqları, alış-veriş etdikləri, əmək bazarına baş vurduqları kommunikasiya məkanıdır. Və bütün bunlar, nə az-nə çox, son 25 ildə baş verdi.

[1] Social Media and User Generated Content. https://www.statista.com/markets/424/topic/540/social-media-user-generated-content/

[2] Ten Social Media Statistics You Need to Know in 2021. M.Mohsin. https://www.oberlo.com/blog/social-media-marketing-statistics

Sosial media tarixindən

- 1997-ci il – ilk sosial media saytı sayıla biləcək Six Degrees istifadəçilərinə profillərini yükləmək, dost tapmaq imkanı verir.[1]
- 1999-cu il – İlk bloq saytlarının meydana gəlməsi ilə sosial media populyarlaşmağa başlayır.
- 2000-ci illər – MySpace və Linkiedin saytları məşhurlaşır, Photobucket və Flickr kimi saytlar isə onlayn fotoların paylaşımına imkan yaradırlar.
- 2005-ci il – YouTube insanların ünsiyyəti və paylaşımı üçün yeni bir yol açır, məsafələri qısaldır.
- 2006-cı il – Facebook and Twitter bütün dünyada fəaliyyət göstərməyə başlayır.
- 2007-ci ildən etibarən – Tumblr, Spotify, Foursquare, Pinterest, WhatsApp, Telegram kimi platformalar sosial şəbəkələşmədə spesifik tələblərə cavab verərək boş hücrələri doldurmağa başlayırlar.

2006-cı ildə fəaliyyətə başlayan Facebook və Twitter bu gün də İnternetdə ən məşhur sosial şəbəkələr olaraq qalmaqdadırlar. Bu gün sosial şəbəkə saytlarının sayı durmadan artır, onlar bir-birləri ilə əlaqəlidirlər. Belə bir qarşılıqlı əlaqə, postların çarpaz ötürülməsi istifadəçilərə fərdlərarası kommunikasiyanın məxfiliyinə heç bir xələl gətirmədən, eyni zamanda maksimum insana çatmaq imkanı verir.

İnsanlar kommunikasiyanın növündən, məqsədindən asılı olaraq platformalar seçirlər. Globalstats-a görə, 2021-ci ilin iyun ayında dünyada insanların ən çox istifadə etdikləri sosial media platforması Facebook olub – 71.5%. İkinci yerdə Twitter gəlir – 10.4%. Azərbaycanda Twitter izləyiciləri (42.29%) Facebooku üstələyir (22.49%). Sonrakı yerləri Pinterest (14.41%), Youtube (12.95%), Instagram (6.19%) və Tumbir (1.91%) tutur.[2] İstifadəçilərin gender bölgüsü isə belədir.[3]

Sosial media platforması	Qadınlar	Kişilər
• Snapchat	56.1%	42.5%
• Instagram	51.1%	48.9%
• Facebook	43.7%	56.3%
• Linkedin	42.8%	57.2%
• Twitter	36.3%	63.7%

Sosial medianın ən böyük özəlliklərindən biri onun istifadəçilər tərəfindən yaradılan kontentidir (İYK). İYK sosial medianın lokomotovidir. O bir tərəfdən istifadəçilərə kontent yaratmaq müstəqilliyi verərək bununla da onlara məmnunluq hissi bəxş edirsə, digər tərəfdən məşhur brendlərin yaratdığı kontentə rəng qatır. İYK-nin təsiri bəzi hallarda brendlərin kontentindən daha təsirli olur.

Kontentin istifadəçisinin məhsulu olması onun mahiyyətini müəyyənləşdirir. Yəni

[1] The Complete History of Social Media. https://smallbiztrends.com/2013/05/the-complete-history-of-social-media-infographic.html

[2] https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/azerbaijan

[3] Gender distribution of social media audiences worldwide as of April 2021, by platform. https://www.statista.com/statistics/274828/gender-distribution-of-active-social-media-users-worldwide-by-platform/

İYK istifadəçinin kimliyindən, onun bilik, bacarıq, savad, dəyərlər sistemindən xəbər verir. Bu mənada sosial media cəmiyyət həyatının və onun mühüm hissəsi olan gender münasibətlərinin də aynasıdır. Sosial mediadakı gender bərabərliyi və ya bərabərsizliyi, ilk növbədə, real həyatdakı durumun inikasıdır.

Son illərdə sosial media araşdırmaçılar üçün çox önəmli bir mənbəyə, məlumat bazasına çevrilib. O, gündəlik münasibətlərinin və gender bərabərsizliyinin media inikasının izlənilməsi üçün böyük imkanlar açır. Araşdırmalar gender bərabərsizliyinin sosial mediaya transformasiya olunmasından xəbər verir. Moskva Ali İqtisadiyyat Məktəbinin araşdırmaçıları Rusiyanın məşhur VK sosial şəbəkəsindəki Sankt–Peterburqdan olan 635 min 665 istifadəçinin 62 milyon publik postunu təhlil ediblər. Bu postların əsas mövzusu nailiyyətlərin və mühüm hadisələrin qeyd olunması (19%), sevgi, bağlılıq və qürur hisslərinin ifadəsi (26%) və uşaqlarla vaxtkeçirmə barədə məlumatlardır (27 %). Araşdırmaçılar belə bir qənaətə gəliblər ki, həm kişilər, həm qadınlar oğlanlarını qızları ilə müqayisədə daha çox xatırlayırlar. Oğlanlar haqqında postlar qızlar haqqında olandan 20 faiz çoxdur. Bu fərq doğum zamanı cins nisbəti ilə izah edilə bilməz (Rusiyada təzə doğulan hər 106 oğlana 100 qız düşür). Bu fakt, ilk növbədə, gender seçimindən xəbər verir. Bundan əvvəlki araşdırmalar uşaq kitablarında, dərsliklərdə əsas qəhrəmanların kişi olduğunu, qızlara az yer verildiyini, filmlərdə onların kişilərdən iki dəfə az göründüyünü üzə çıxarmışdı. Postlarda gender balansının pozulması cəmiyyətə qızların daha az önəm daşımaları və daha az diqqət tələb etmələri barədə mesajlar ötürə bilər. Araşdırmaçılar belə bir nəticəyə gəliblər ki, oğlan uşaqları barədə postlar qızlarla bağlı postlarla müqayisədə 1.5 dəfə çox bəyənilir. Anaların qızları barədə yazdıqları postları qadınların 6.7 faizi, kişilərin 1.1 faizi bəyənir. Anaların oğlanları barədə postlarını qadınların 10.7 faizi, kişilərin 1.8. faizi bəyənir. Ataların qızları barədə postlarını qadınların 5.3 faizi, kişilərin 2.6 faizi bəyənir. Ataların oğulları barədə postlarına qadınların 6.7, kişilərin 3.7 faizi layk qoyur. Bu rəqəmlər belə bir gerçəkliyi meydana çıxarır – ümumilikdə, qadınlar postları kişilərdən çox bəyənirlər, qadınlar qadınların yazdıqları, kişilər kişilərin yazdıqları postları bəyənirlər. Qadınlar da, kişilər də daha çox oğlanlar barədə postları xoşlayırlar. Uşaqlar barədə gender balansının pozulduğu informasiyaların acı sonucları da ola bilər. Belə bir yanaşma qızlarla müqayisədə oğlanlara daha çox diqqət yetirməyin normal hal olduğu barədə səhv təsəvvürləri daha da dərinləşdirir.[1]

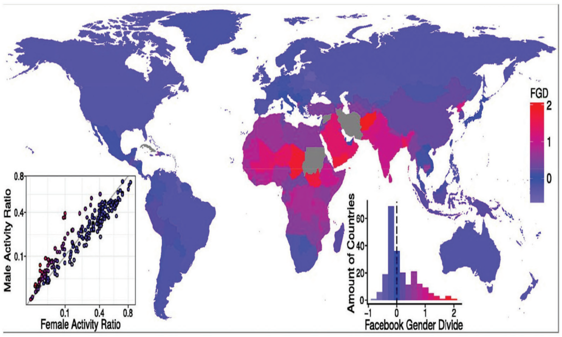
Biz bir jurnalist kimi sosial mediadan bəhrələnərkən sosial mediadakı birbaşa və dolayı mesajları gözardı etməməliyik, səhv mesajların ənənəvi mediada təkrarlanmasına yol verməməliyik. Bu araşdırma sosial media gender bərabərsizliyini anladan örnəklərdən biridir. Sosial media gender bərabərsizliyi dedikdə yalnız qadınların və ya kişilərin bu sosial media məkanda az

[1] How gender inequality reproduces on social media? https://www.hindustantimes.com/sex-and-relationships/here-s-how-gender-inequality-finds-voice-on-social-media/story-yM0G8iZsSX2ymr3rYQruJP.html

görünməsi, az bəyənilməsi, onların birbaşa və dolayı yolla qısnamalara məruz qalmalarımı nəzərdə tutulur? Əlbəttə ki, təkcə bunlar yox.

Sosial media cəmiyyətə transformasiya edilə bilən informasiya resursu kimi iqtisadi inkişafda önəmli rol oynayır (məsələn, iş tapmaq üçün informasiyanın ötürülməsi). Veb yaradılarkən onun hamıya informasiyaya və xidmətlərə bərabər çıxış imkanları verəcəyi nəzərdə tutulsa da, rəqəmsal bölünmə insanların böyük bir hissəsinin onlayn olmasının qarşısını alır. Burada ən vacib sual sosial mediaya bərabər çıxış imkanlarının cəmiyyətin sosial, iqtisadi və siyasi həyatında bərəbərliyi təmin edə bilib-bilməməsidir. Qadınların böyük bir hissəsi savadsızlıq, dil biliyinin olmaması, eləcə də kənd və səhər arasındakı infrastrukturun rəqəmsal bölgüsü səbəbindən sosial mediadan bəhrələnə bilmir. Bu amillər kənd yerlərindən olan qadınların onlayn müvəkkillik və digər fəallarla əlaqədə olmaq imkanlarını xeyli dərəcədə azaldır.[1] Dünya Veb Fondu bildirir ki, rəqəmsal bölünmədə ən mühüm elementlərdən biri gender bərabərsizliyidir. Sosial medianın məlumat bazasının təhlili göstərir ki, gender bərabərsizliyi özünü hər yerdə göstərir – Vikipediyada məzmun və fəaliyyətdə, Twitter-də vizuallıq və qarşılıqlı fəaliyyətdəki fərqlərdə, Linkedində peşəkar gender boşluqlarında. Beləliklə, onlayn media öz-özlüyündə artıq bərabərliyi pozmağa meyillidir.

Sosial mediadan istifadə və məşğulluq məsələlərinə baxsaq, bu əlaqəni daha aydın şəkildə sezə bilərik. Bunun üçün Facebook Gender Bölgüsünə nəzər salmaq kifayətdir. Facebook Gender Bölgüsü (Facebook Gender Divide) 217 ölkənin 1.4 milyard istifadəçisinin ümumiləşdirilmiş statistikasının əsasında yaradılan göstəricisidir. FGB təhsil, səhiyyə və iqtisadiyyatda imkanlar üzrə gender bərabərlik indeksini kodlaşdırır. Araşdırmalar göstərir ki, sosial mediadan istifadə qadınların güclənməsinə kömək edir. Belə ki, FGB aşağı olduqca gender bərabərliyi yüksəlir. Araşdırmaçılar belə bir qənaətə gəliblər ki, gender balansı pozulanda onlayn sosial şəbəkələr qadınların informasiya resurslarına çıxışına yardım etməklə iqtisadiyyatda gender bərabərsizliyini azalda bilər.[2]



Facebook Gender Bölgüsü (FGD).
Mənbə: PNAS.
https://www.pnas.org/content/115/27/6958

[1] Can social media effectively include women's voices in decision-making processes? https://www.oecd.org/development/gender-development/DEV_socialmedia-issuespaper-March2015.pdf

[2] Analyzing gender inequality through large-scale Facebook advertising data. D.Garcia, Y.M. Kassa, A.Cuevas, M.Cebrian, E.Moro, İ.Rahwan, R.Cuevas. PNAS. https://www.pnas.org/content/pnas/115/27/6958.full.pdf

Sosial media üzərindən cinsi qısnama

Bir qədər əvvəl sosial medianın gender münasibətlərinin aynası olduğunu öyrəndik. Buna səbəb sosial media istifadəçilərinin fərqli bir məkanda dolaşsalar da, bir fərd olaraq beyinlərində dolaşan fikirlərinin dəyişməməsidir. Yəni sosial media istifadəçiyə informasiyanı bölüşmək üçün müxtəlif alətlər verən bir platformadır. O öz-özlüyündə alətdir. Onun məzmunu istifadəçinin məzmunu, ümumi bilik səviyyəsi, dəyərləri, gender mədəniyyəti və stereotipləri ilə müəyyən olunur. Ənənəvi mediadan fərqli olaraq, sosial medianın məzmununun istifadəçi tərəfindən yaradılması, istifadəçilərin məzmuna birbaşa reaksiya verə bilməsi imkanının olması sosial medianı diskussiyaların mərkəzinə, etik normaların tez-tez pozulduğu, nifrət nitqinin səsləndiyi, cinsi qısnamanın tətbiq olunduğu bir məkana çevirir. Mütəxəssislər bir fikirdə yekdildirlər ki, yeni media mühiti bəzi mövcud problemləri daha da ağırlaşdırıb, həll olunmalı olan yeni problemlər yaradıb. İnternet, sosial media qadına qarşı yeni və güclü nifrət və zorakılıq alətinə çevrilib. İnternet vasitəsilə təcavüz genderəsaslı zorakılığın fərqli bir növüdür.[1]

İstifadəçinin sosial mediadan istifadə etməsinin səbəbi onun şəbəkədə olmaqdan məmnun qalmasıdır. Araşdırmaçıların fikrincə, bir sıra sosial şəbəkələr, məsələn, Instagram və WhatsApp istifadəçilərin məmnunluğuna müsbət təsir göstərir, onlar sosial mediadan nə qədər çox istifadə edirlərsə, o qədər də çox məmnun qalırlar. Amma sosial media təkcə şəxsi məmnunluq hissi bəxş etmir. Kommunikasiya sosial mediada baş verdiyi üçün o, interaktivdir və sosial mediada görünən istifadəçi, eyni zamanda digər istifadəçilərin şərhləri, reaksiyası və mühakimələri üçün açıq obyektə çevrilir.

Instagram digər sosial media platformalarından şəkillərin, imiclərin, şəkilaltıların və şərhlərin bolluğu ilə fərqlənir. Instagramda ən önəmli cəhət fotolardır. Instagramdan istifadənin intensivliyi istifadəçilərin obyektivliyinə təsir edir. Onların bir çoxu Instagrama özünü fərqli təqdimetmə, modelləri təlqin etmək üçün bir meydan kimi baxır. Instagram fotoların çəkilməsində yeni meyillərin formalaşmasında xüsusi rol oynayır. Bu sırada qadınların fotoları önəmli yer tutur. Amma Instagram heç də həmişə pozitiv effekt vermir. Instagram qadınlara geyimlərini dəyişmək kimi təzyiqlərin yer ala biləcəyi məkan da ola bilər. Beləliklə, gerçəklikdə sosial media heç də həmişə istifadəçilərə müsbət effektlər və ya məmnunluq hissi bəxş etmir. Sosial mediadan istifadə ictimai münasibətlərdə neqativ nəticələrə də gətirib çıxara bilər. Belə neqativ nəticə-lərin sırasında qısnama, sosial təcrid və təklik ola bilər. Sosial mediada cinsi qısnamalar dedikdə bədən orqanlarının vəsfi, şəxsixarakterli sualların verilməsi (bədən orqanları ilə bağlı), şəkillərin göndərilməsi, porno videoların linklərinin göndərilməsi, qurbanlardan çılpaq şəkillərinin göndərilməsini xahiş etmək, zorlama təhdidləri, cinsi münasibətlərə təhriketmə, qurbanların seksual imiclərinin verilməsi nəzərdə tutulur.[2]

[1] Azərbaycan mediasında gender həssaslığının artırılması. Jurnalistlər üçün təlimat kitabı. A.Karabat, S.G.Güner, A.Asimqızı. Bakı–2020. səh. 53.
[2] Dynamics of Sexual Harassment on Social Media.

Instagram üzərindən araşdırmalar göstərir ki, sosial mediada qısnamalar iki cür olur: birbaşa və dolayı (cümlənin məzmunundan çıxış edərək anlaşılan mənadan doğan). Sosial mediada qısnamalara səbəb olan amillər bunlardır: 1) Netizenlər diqqəti özlərinə yönəltmək istəyirlər (bunun üçün feyk hesablardan istifadə edirlər); 2) Fotonun məzmunu və ya hesab sahibinin şəkilaltında yazdığı sözlər netizeni qısnamaya sövq edir.[1]

Pew Research Center-in araşdırmalarına görə, 2021-ci ildə amerikalıların 41%-i şəxsən onlayn qısnamaların hər hansısa bir növünə məruz qalıblar. Onlayn qısnamalarda gender amili nəzərdən qaçırılmamalıdır. Genəlliklə, kişilər qadınlarla müqayisədə daha çox onlayn qısnamaya məruz qalsalar da (38 faiz qadınla müqayisədə 43 faiz kişi), ağır təhqirlərə məruz qalan qadın və kişilərin sayı təqribən eynidir. Qadın və kişilərin məruz qaldığı qısnamalar da müxtəlifdir. Kişilərin 35 faizi, qadınların 26%-i təqhiredici adlarla çağırıldıqlarını bildirirlər. Qadınlarla müqayisədə kişilər 5 faiz daha çox onlayn təhdid olunurlar (16 faiz kişi ilə müqayisədə 11 faiz qadın). Buna baxmayaraq, qadınlar onlayn cinsi qısnamalar (5 faizlə müqayisədə 16 faiz) və təqiblər (9 faizlə müqayisədə 13 faiz) barədə kişilərdən daha çox məlumat verirlər – 35 yaşdan aşağı olan qadınların 33 faizi, kişilərin 11 faizi onlayn cinsi qısnamaya məruz qaldıqlarını bildiriblər.

Kişilərlə müqayisədə qadınlar onlayn qısnamanı daha ciddi problem kimi qəbul edir. Qadınların 61 faizi onlayn qısnamanı böyük bir problem kimi qiymətləndirdikləri halda, kişilərin yalnız 48 faizi bu fikri bölüşürlər. Qadınlar onlayn qısnamaya məruz qalanda kişilərdən iki dəfə çox dilxor olurlar. Ümumilikdə, 24 faiz insan onlayn qısnamadan olduqca (10 faiz) və xeyli dərəcədə (14 faiz) dilxor olduqlarını bildirirlər.[2]

Dünyanın 56 ölkəsində qadınlar geyimlərinə görə sosial qısnamaya məruz qalırlar. Buna səbəb geyimlərin dini və ya sivil normaları pozmasıdır. Sosial mediada qısnama söyüşdən başlamış fiziki zorakılıq, hətta qətlə yetirilməklə nəticələnə bilər.[3]

Cinsi və reproduktiv sağlamlıq məsələlərini qaldıran qadın fəallar da cinsi qısnamalara məruz qalanlar sırasındadırlar.[4]

Sosial medianın gender bərabərliyinə mümkün qatqısı

Bəs bir jurnalist kimi bizim rolumuz nədən ibarətdir? Sosial mediadan gender bərabərsizliyi, genderəsaslı zorakılıq üçün bir platforma kimi istifadə edilirsə, biz bu prosesin qarşısını almaq və ya onun istiqamətini dəyişmək üçün nələr edə bilərik? Sosial medianın gender bərabərliyini təşviq edən platformaya necə çevirmək olar? Bu zaman diqqət etməli olduğumuz həssas məqamlar hansılardır?

Bizim edə biləcəyimiz, əslində, çox asan və sadə bir işdir. Biz sosial mediadan

---

[1] İbid.

[2] Women in many countries face harassment for clothing deemed too religious – or too secular. V. Villa. https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/12/16/women-in-many-countries-face-harassment-for-clothing-deemed-too-religious-or-too-secular/

[3] Azərbaycan mediasında gender həssaslığının artırılması. Jurnalistlər üçün təlimat kitabı. A. Karabat, S.G.Güner, A.Asimqızı. Bakı–2020.

[4] Can sosial media effectively include women's voices in decison-making process? E. Loiseau, K. Nowacka.

gender bərabərliyini təşviq etmək üçün istifadə edə bilərik. Bir jurnalist kimi bizim bir üstünlüyümüz var – biz peşəkarıq. Jurnalistika sosial mediaya sürətdə uduzsa da, o, keyfiyyətdə sosial mediaya uduzmamalıdır. Keyfiyyət isə özünü, ilk növbədə, xəbərin doğruluğunda, faktların dəqiqliyində göstərir. İstifadəçinin düzgün qərar qəbul etmək üçün məhz düzgün xəbərə ehtiyacı var.

Bizim bir jurnalist kimi digər üstünlüyümüz auditoriyamızı və ictimai-siyasi gündəliyi müəyyən edə bilməyimiz və düzgün mesajlar hazırlamağımızdır. Və nəhayət, biz uzunmüddətli hədəflərimizi müəyyən edərək davamlı və ardıcıl çalışa bilərik. Çünki biz pərakəndə deyilik, bizim əməkdaşlığa hazır həmkarlarımız, jurnalist şəbəkəmiz var.

ÖRNƏK 1. Wikigender. 2008-ci ilin mart ayının 8-də FB-də Wikigender platforması yaradılanda məhz bu cəhətlər əsas götürülmüşdü. Wikigender inkişaf edən və inkişaf etməkdə olan ölkələrin siyasətçilərini, vətəndaş cəmiyyətlərini və ekspertlərini gender bərabərliyini təşviq etmək və çözümlər tapmaq üçün bir araya gətirən global onlayn platformadır. Bu platforma Davamlı İnkişaf Məqsədlərinə (DİM), xüsusən də DİM 5-ə fokuslanıb.

Platforma geniş gender məlumat bazasını və İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının statistikasını təqdim edir (Gender, Institutions and Development Database (GID-DB) və Social Institutions and Gender Index). Wikigender “wiki” texnologiyadan istifadə edir. O, qeydiyyatdan keçmiş istifadəçilərinə saytdakı informasiyanı redaktə və ya müzakirə etmək, gender bərabərliyi və qadınların gücləndirilməsi barədə informasiyaların paylaşılması və müzakirəsi üçün imkan verir. Wikigender təhqiredici və yersiz şərhləri pozmaq hüququnu özündə saxlayır. Wikigenderdəki onlayn müzakirələr və araşdırmalar sosial mediada qadınların siyasi fəallığını artırmaq üçün aşağıdakı yolları aşkara çıxarıb:[1]

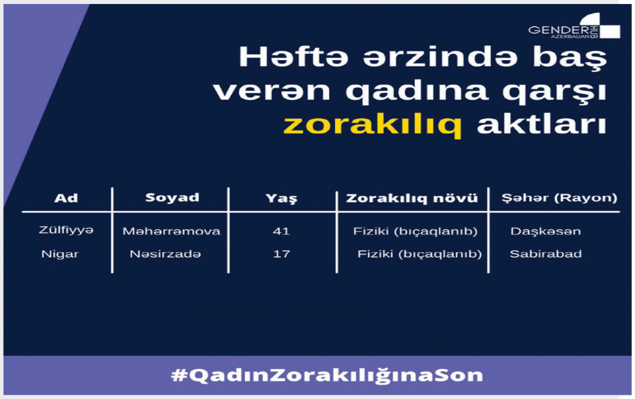
- **Qadın məsələlərinin siyasi gündəliyin ön sıralarına gətirilməsi üçün həştəq aktivizmi**: həştəq aktivizmi ictimai diqqəti qadın hüquqlarına, mediada az işıqlandırılan məsələlərə yönəldir. 2013-cü ildə #BringBackOurGirls (qızlarımızı geri qaytaraq) kampaniyası 1 milyon tvitlə milli və beynəlxalq aktyorların diqqətini Nigeriyada oğurlanmış məktəbli qızlara yönəltdi. Bu kampaniyadan əvvəl məsələ medianın çox az diqqətinə səbəb olmuşdu.
- **Sosial media alətləri vasitəsilə qadınlara qarşı zorakılığın qarşısının alınması**: sosial media alətləri qadın qurbanlara başlarına gələn zorakılığı digər qurbanlarla bölüşməyə, bununla da qadınların öz hüquqları barədə bilik və məlumatlarını, hüquqi prosesləri və xidmətləri paylaşmaq üçün vahid məkan yaradır. 2010-cu ildə Misirdə yaradılan HarassMap (Qısnama Xəritəsi) onlayn xəritələmə olaraq qurbanlara birbaşa mobil telefonlarından anonim olaraq cinsi qısnamalar barədə xəbər verməyə imkan vermişdi.

[1] İbid.

- **Gender bərabərliyinə doğru məsələlərdə ictimai hesabatlılıq:** qadın təşkilatları gender bərabərliyi məsələlərinə ictimai hesablılığı, sorumluluğu artırmaq üçün sosial mediadan daha çox istifadə etməyə başlayıblar. 2012-ci ildə Dehlidə gənc qadının bir dəstə tərəfindən zorlanmasından sonra #DelhiGang Rape həştəq kampaniyası Hindistanda genderəsaslı zorakılığı gündəmə gətirdi. Həştəq kampaniyası küçələrdə etiraz aksiyalarına səbəb oldu. Hökumət Cinayət Məcəlləsinə zorlanmaya qarşı xüsusi müddəalər əlavə etdi. Türkiyədə də cavan qadının zorlanması və qətli Twitter-də #sendeanlat həştəqli kütləvi etirazlarla nəticələndi. Burada küçə nümayişləri siyasi və vətəndaş cəmiyyəti liderlərini ölkədə qadınlara qarşı zorakılığı müzakirə etməyə sövq etdi.

Wikigender qlobal platforma olaraq ölkələr üçün müsbət bir təcrübədir. Azərbaycanda yaradılmış Gender Hub Azərbaycan sosial platforması da bu təcrübədən bəhrələnib.

ÖRNƏK 2. Gender Hub Azərbaycan. GHA Qadın və qızların zorakılıq hallarının qarşısının alınması, ictimai məsələlərin işıqlandırılmasında bərabərlik yaratmaq məqsədilə 2020-də bir sıra gender bərabərliyi fəallarının dəstəyi ilə Azərbaycan Gənclər Fondunun Məşvərət Şurasının üzvü Məryəm Məcidova tərəfindən qurulub. GHA Azərbaycan cəmiyyətində gender stereotiplərini sorğulayan, neqativ stereotipləri dağıdan, gender bərabərsizliyi barədə məlumatlılığı artıran sosial xidmətdir. Stereotiplərlə mübarizədə GHA həştəq aktivizmindən yararlanır. GHA-nın selektiv abortlara qarşı #QızımOlsun, ictimai yerlərdə cinsi qısnamaya qarşı #StopStreetHarassment, #SıfırDözümlülük kampaniyalarına yüzlərlə istifadəçi qoşulub. Sosial platformanın qaynar xəttinin açılması, qadına qarşı zorakılıq hallarının həştəq aktivizmi vasitəsilə ictimailəşdirilməsi GHA-ya müraciət edənlərin sayının artmasına gətirib çıxarıb. Fəaliyyətə başladığı 9 ay ərzində GHA-ya müraciət edənlərin sayı 70, davamlı dəstək almaq istəyənlərin sayı 40 nəfər olub. 2021-ci ilin iyul ayında GHA-nı FB-də izləyənlərin sayı 2376, Instagramda 6271, Twitterdə 109 nəfər idi.



Gender Hub Azərbaycan qadına qarşı zorakılıq hallarını həştəq aktivizmi vasitəsilə ictimailəşdirir.

ÖRNƏK 3. WOMAN LIFE. 2021-ci ilin aprelində INSTAGRAM platformasında WOMAN LIFE adlı qadın jurnalı fəaliyyətə başladı. Üç ay ərzində bloqun dərc olunan materiallarının sayı 707, abunəçilərinin sayı 6677-yə çatdı. Bloqun auditoriyası geniş və rəngarəngdir – burada Azərbaycan, Almaniya, Belçika, Misir, Türkiyə, İsrail, İtaliya, Rusiya, Hindistan, Fransa, Litva, Gürcüstan, CAR və BƏƏ-dən olan müxtəlifyaşlı, fərqli sosialstatuslu qadınlar birləşib. Onlar Azərbaycan, rus, ingilis, ərəb, ivrit, italyan dillərində paylaşımlar etsələr də, əsas ünsiyyət dili rus və ingilisdir.

Bloqun yaradıcıları Bakıda yaşayan Azərbaycan vətəndaşı, peşəkar jurnalist Lamiyə Vəzirova və Misirdə, Hurqhadada yaşayan Rusiya vətəndaşı, peşəkar rejissor Sada Moxtardır. İki peşəkarın belə bir platformanı yaratmaqda məqsədi gələcək siyasətçiləri, diplomatları, hərbçiləri, bir sözlə, gələcəyin insanını yetişdirən qadınları bir araya gətirərək münaqişəsiz dünya yaratmağa xidmət etməkdir. Əsas vəzifə qadınlara problemlərini bölüşə biləcək bir platforma vermək, onlara problemlərinin həllinə peşəkarları, mütəxəs- sisləri cəlb etmək və bütün qadınlarlın bir-birlərinə nə qədər bənzədiklərini göstərməkdir. Bloq hər cür zorakılığın. stereotip və klişelərin əleyhinədir. Elə buna görə də abunəçilərin materialları, ilk növbədə, bloqun yaradıcıları tərəfindən oxunaraq gender bərabərsizliyi, cinsi, sosial və irqi ayrı-seçkilik olmadığı təqdirdə dərc olunur.

MƏNBƏLƏR

1. Azərbaycan mediasında gender həssaslığının artırılması. Jurnalistlər üçün təlimat kitabı. A.Karabat, S.G.Güner, A. Asimqızı. Bakı–2020. https://azerbaijan.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/handbook_media_0.pdf
2. Newitz, Annalee, How Twitter Quietly Banned Hate Speech Last Year, 2016
3. Self-Regulation and “hate speech” on social media platforms, Article 19, 2018.
4. Council of Europe. (2016). Combating Sexist Hate Speech (Council of Europe Gender Equality Strategy No. REF. 069816GBR). Strasbourg: Council of Europe. Retrieved from

   https://rm.coe.int/1680651592

5. Council of Europe. (2015). Gender Equality Commission: Handbook on the implementation
6. Council of Europe. (2013). Recommendation CM/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers of the Council of Europe on gender equality and media. Strasbourg: Council of Europe.
7. Recommendation CM/Rec(2016)4 of the Committee of Ministers on the Declaration of the Committee of Ministers on the protection of journalism and safety of journalists and other media actors. https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committee-of-ministers-adopted-texts/-/asset_publisher/aDXmrol0vvsU/content/recommendation-cm-rec-2016-4-of-the-committee-of-ministers-to-member-states-on-the-protection-of-journalism-and-safety-of-journalists-and-other-media-?inheritRedirect=false
8. Journalists under Pressure. Unwarranted interference, fear and self-censorship in Europe (2017). Available at: https://book.coe.int/eur/en/human-rights-and-democracy/7284-journalists-under-pressure- unwarranted- interference-fear-and-self-censorship-in-europe.html

9. Recommendation CM/Rec(2018)2 of the Committee of Ministers to member States on the roles and responsibilities of internet intermediaries. https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committee-of-ministers-adopted-texts/-/asset_publisher/aDXmrol0vvsU/ content/recommendation-cm-rec-2018-2-of-the-committee-of-ministers-to-member-states-on-the-roles-and-responsibiliti es-of-internet intermediaries? inherit Redirect=false
10. Fundamental Rights Agency of the European Union. (2016). Violence, threats and pressures against journalists and other media actors in the EU. Retrieved from: http://fra.europa.eu/ en/publication/ 2016/violence-threats-and-pressuresagainst-journalists-and-other-media-actors-european
11. Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T., & Martinez, G. (2015). Countering Online Hate Speech (UNESCO Series on Internet Freedom). Paris: UNESCO. Retrieved from http://unesdoc.unesco.org/images/0023/ 002332/233231e.pdf
12. OSCE Representative on Freedom of the Media. (2016). New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists. Vienna. Retrieved from http://www.osce.org/fom/220411?download=true
13. OSCE Representative on Freedom of the Media. (2015). Recommendations following the Expert Meeting New Challenges to Freedom of Expression: Countering Online Abuse of Female Journalists. Retrieved from https://www.osce.org/fom/193556?download=true
14. UN. (2017). UN General Assembly Resolution 75/152 on the safety of journalists and the issue of impunity (A/RES/72/175).
15. UNESCO. (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development: 2017/2018 Global Report (pp. 1–201). Paris. Retrieved from en.unesco.org/world- media-trends-2017
16. UNESCO. (2017). REPORT. Multi-stakeholder Consultation on Strengthening the implementation of the UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity. Geneva: UNESCO. Retrieved from https://en.unesco.org/sites/ default/ files/report_multistakeholder_ consultation.pdf.

Mövzu 13.
Seçkilərin işıqlandırılması və gender amili

Seçki kampaniyaları zamanı media çərçivələnmənin önəmi, qadın namizədlərə tətbiq olunan gender yanaşmalar, seçkilər zamanı mediada gender balansının gözlənilməsinin vacibliyi

Seçkilər medianın daha çox incələdiyi siyasi hadisələrdəndir. Sosial media nə qədər inkişaf etsə də, insanların böyük əksəriyyəti hələ də seçkilər zamanı ənənəvi medianın ötürdüyü informasiya və təqdimata üstünlük verir.

Bu mövzu çərçivəsində seçkilər zamanı medianın gender perspektivinin nə kimi önəmli rol oynadığı, gender balansının vəziyyəti, seçki kampaniyalarında gender stereotiplərinin qadın namizədlərə necə proyeksiya olunduğu, ümumiyyətlə, seçki hüququnun reallaşmasında, seçkinin idarə olunmasında gender yanaşma açıqlanacaq. Qadınların siyasi həyatda fəal iştirak etdikləri hallarda belə mediada az görünmələrinin və onlara cinsiyyətçi yanaşmanın səbəbləri təhlil olunacaq. Seçkilərdə gender bərabərliyini təmin etmək üçün beynəlxalq sənədlərin tələbinə, tətbiq olunmalı olan strategiyalara nəzər salınacaqdır.

Seçki hüququ

Seçki hüququ seçkili orqanların yaradılmasını və seçki sistemini nizama salan hüquq normaları sistemidir. Seçki hüququ anlayışı iki mənada, subyektiv və obyektiv mənalarda işlədilir.

Obyektiv mənada seçki hüququ dövlət və yerli özünüidarəetmə orqanlarına seçkilərin keçirilməsi və referendumla bağlı münasibətləri nizamlayan hüquq normalarının bütünüdür. Bu hüquq normaları Konstitusiyada, ölkənin ratifikasiya etdiyi beynəlxalq sənədlərdə, Seçki Məcəlləsində və sair aktlarda öz əksini tapmışdır.

Subyektiv mənada seçki hüququ ölkə vətəndaşlarının referendumda iştirak etmək, o cümlədən, dövlət və yerli özünüidarəetmə orqanlarına seçmək və seçilmək hüququnu əhatə edir. Seçki hüququ vətəndaşın dövlət və bələdiyyə orqanlarına nümayəndə seçmək (aktiv seçki hüququ) və dövlət və bələdiyyə orqanlarına seçilmək (passiv seçki hüququ) hüququndan ibarətdir. Ölkənin prezidenti, qanunverici orqanı və bütün bələdiyyə qurumları seçki ilə formalaşır.

Aktiv seçki hüququ vətəndaşın seçkili dövlət və bələdiyyə orqanları üzvlərinin seçilməsində, habelə referendumda həlledici səslə iştirak etmək hüququdur. Aktiv seçki hüququ əsas etibarilə seçki və referendumların gedişində səsvermədə iştiraka deyilir. O həm də namizədlərin irəli sürülməsində iştirak hüququ, seçki komissiyalarının yaradılmasında iştirak etməyi, seçkiqabağı təşviqat aparmağı, seçkilərin gedişini müşahidə etməyi və s. nəzərdə tutur. Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi müasir dövlətlərin əksəriyyətində olduğu kimi, müəyyən olunmuş qaydada fəaliyyət qabiliyyətindən məhrum olmuş şəxslər istisna olmaqla, 18 yaşına çatmış bütün vətəndaşların cinsi ayrı-seçkilik

olmadan aktiv seçki hüququnun olduğunu nəzərdə tutur. Seçki Məcəlləsinin 3-cü maddəsi ümumi seçki hüququnu ifadə edərkən: *"İrqindən, etnik mən-subiyyətindən, dinindən, dilindən, cinsindən, mənşəyindən, əmlak vəziyyətindən, qulluq mövqeyindən, əqidəsindən, siyasi partiyalara, həmkarlar ittifaqlarına və başqa ictimai birliklərə mənsubiyyətindən və ya digər statusundan asılı olmayaraq, Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarının seçmək, seçilmək və referendumda iştirak etmək hüququ"nu qəbul edir*.[1]

Passiv seçki hüququ vətəndaşın seçkidə dövlət və bələdiyyə orqanlarına seçilmək hüququdur. Aktiv seçki hüququndan istifadə etmək üçün müəyyən edilmiş senzlər yetkinlik yaşına çatmaq və fəaliyyət qabiliyyətinin olmasıdır. Passiv seçki hüququndan istifadə üçün də qanunvericilikdə bir sıra senzlər müəyyən edilmişdir.

Xarici ölkə vətəndaşlarının və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin də Seçki Məcəlləsinə görə, bəlli əsaslarda aktiv seçki hüququ var. Bu hüquq səsvermə ilə məhdudlaşır. Seçki Məcəlləsinin 12.2-ci maddəsinə görə[2] vətəndaşlığı olmayan şəxslər 5 ildən az olmayaraq Azərbaycan ərazisində daimi yaşayıblarsa, referendumda, Milli Məclisə seçkilərdə, Prezident seçkilərində və bələdiyyə seçkilərində səsvermələrdə iştirak edirlər. Əlbəttə, bu zaman digər seçicilər üçün zəruri olan özəlliklər bu seçicilər üçün də gərəklidir. Onlar 18 yaşını tamamlamış olmalı, qanunda nəzərdə tutulan formada seçki hüququnu itirməməlidirlər. Seçki Məcəlləsinin 12.3-cü maddəsində isə xarici ölkə vətəndaşlarına bələdiyyə seçkilərində səsvermə hüququ tanınıb. Lakin bu hüququn həyata keçirilməsi üçün bəlli şərtlər nəzərdə tutulub. Xarici ölkə vətəndaşları müvafiq bələdiyyənin ərazisində 5 ildən az olmayaraq yaşamış olmalı və onun vətəndaşı olduğu ölkənin qanunvericiliyində xarici ölkə vətəndaşlarına bələdiyyə seçkilərində səsvermə hüququ tanınmış olmalıdır.

1995-ci ildə qəbul edilən Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının[3] 2-ci maddəsində Azərbaycan xalqının öz müqəddəratını və idarəetmə formasını suveren həll etmək haqqı olduğu, bu suveren haqların bilavasitə ümumxalq səsverməsi – referendum və ümumi, bərabər və birbaşa seçki hüququ əsasında sərbəst, gizli və şəxsi səsvermə yolu ilə seçilmiş nümayəndələr vasitəsilə gerçəkləşdirildiyi qeyd edilmişdir. Konstitusiyanın 56-cı maddəsində hər kəsin seçmə və seçilmə haqqının, o cümlədən ümumxalq səsverməsində iştirak etmək haqqının olduğu təminat altına alınıbdır. Konstitusiyanın 71-ci maddəsinin VI bəndində isə bütün insan hüquq və azadlıqları ikiqat təminat altına alınmışdır. Belə ki, Azərbaycan Respublikası ərazisində insan və vətəndaş hüquqları və azadlıqları ilə bağlı bütün aktların birbaşa qüvvədə olduğu bu maddə ilə bir daha qeyd edilmişdir. Seçki Məcəlləsinin 2-ci maddəsində vətəndaşların seçkilərdə və referendumda ümumi, bərabər və birbaşa seçki hüququ əsasında gizli və

[1] Azərbaycan Respublikası Seçki Məcəlləsi, Maddə 3, http://www.e-qanun.az/code/17
[2] İbid, http://www.e-qanun.az/code/17
[3] Azərbaycan Respublikası Konstitusiyası, http://www.e-qanun.az/framework/897

şəxsi səsvermə yolu ilə iştirak etdikləri göstərilib. Vətəndaşların seçkilərdə və referendumda iştirakının azad və könüllülük prinsipində aparıldığı, seçkilərdə və ya referendumda iştirak edib-etməməyə məcbur etmək məqsədilə heç kəsin ona təzyiq göstərmə hüququ olmadığı bildirilib. Bir insanın öz iradəsini azad ifadə etməsinə mane olmasının yolverilməzliyi ayrıca qeyd edilib. Seçkilərin və referendumun hazırlanması və keçirilməsi, səslərin hesablanması, səsvermənin yekunlarının müəyyən edilməsi, seçkilərin və referendumun nəticələrinin müəyyən edilməsi açıq və aşkar həyata keçirilir. Ayrıca, seçkilərdə/re-ferendumda iştirak etməməyə görə bəzi ölkələrdə tətbiq edilən inzibati cəzalandırma mexanizmi Azərbaycan qanunvericiliyində nəzərdə tutulmur, çünki Konstitusiyada seçmək hüquq olaraq müəyyən edilib, vəzifə olaraq nəzərdə tutulmayıb. Dünyanın əksər ölkələrində passiv seçki hüquqdan istifadə qanunun dəqiq göstərdiyi müəyyən məhdudiyyətlərə malikdir. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasına əsasən, prezident seçilməyə iddiaçı ölkə ərazisində 10 ildən artıq daimi yaşayan, ağır cinayətlərə görə məhkum edilməmiş, alitəhsilli, ikili vətəndaşlığı olmayan şəxslər ola bilər. Milli Məclisə deputat, yaxud bələdiyyə üzvü seçilmək üçün də konstitusiyada müəyyən olunan seçki hüququna malik olmaq şərti tələb olunur.

BMT-nin insan haqlarına dair Ümumi Deklarasiyasının 21-ci maddəsində qeyd edilir:

1. Hər bir adamın öz ölkəsinin idarə olunmasında birbaşa, yaxud azad surətdə seçilmiş nümayəndələr vasitəsilə iştirak etmək hüququ var.
2. Hər bir şəxs öz ölkəsində dövlət xidmətinə keçməyə hamı ilə bərabər hüquqa malikdir.
3. Hakimiyyətin əsası xalqın iradəsi olmalıdır; bu iradə öz əksini azad səsverməni təmin edən ümumi və bərabər seçki hüququ əsasında, gizli səsvermə və ya ona bərabər digər forma vasitəsilə keçirilən müntəzəm və saxtalaşdırılmayan seçkilərdə tapmalıdır.

Mülki və siyasi hüquqlar haqqında Beynəlxalq Paktın 25-ci maddəsində hər bir vətəndaşın heç bir ayrı-seçkilik və əsassız məhdudiyyətlər olmadan ümumi və bərabər seçki hüququ əsasında gizli səsvermə yolu ilə və seçicilərin iradəsinin sərbəst ifadəsini təmin edən həqiqi, müntəzəm seçkilərdə səs vermək və seçilmək hüququ və imkanı[1] olduğu bildirilir. Paktın 2-ci maddəsində vurğulanır ki, hazırkı Paktda iştirak edən hər bir dövlət, onun ərazisi hüdudlarında və onun yurisdiksiyası altında olan bütün şəxslərin hazırkı Paktda qəbul edilən hüquqlarına, irqi, dərisinin rəngi, cinsi, dini, dili, siyasi və digər əqidələri, milli və sosial mənsubiyyəti, əmlak vəziyyəti, doğuşu və digər halları ilə bağlı əlamətlərinə heç bir fərq qoymadan hörmət etməyi onların bu hüquqlarını təmin etməyi öhdəsinə götürür. Ayrıseçkiliyin bütün formaları kimi cinsi ayrı-seçkilik də xüsusi yolverilməz

[1] Mülki və siyasi hüquqlar haqqında beynəlxalq pakt, https://migration.gov.az/content/pdf/5acb034968016_Mülki%20və%20siyasi%20hüquqlar%20haqqında%20Pakt.pdf

tələb kimi qoyulub. Ayrı-seçkiliyin bütün növləri qanunla qadağan olunmalıdır və qanun istənilən əlamətə: irqi, dərisinin rəngi, cinsi, dili, dini, siyasi və digər əqidələri, milli və sosial mənsubiyyəti, əmlak vəziyyəti, doğuşu və ya digər halları ilə bağlı əlamətlərə görə ayrı-seçkiliyə qarşı bütün şəxslərə bərabər və səmərəli müdafiə təminatı verməlidir.[1]

Avropa İnsan Hüquqları Konvensiyasına 20 mart 1952-ci ildə Parisdə imzalanan və 18 mart 1954-cü ildə qüvvəyə minən İnsan Hüquqlarının və Əsas Azadlıqlarının Qorunmasına Dair Əlavə 1 Saylı Protokolun[2] 3-cü maddəsi azad seçki hüququnu tənzimləyib. Maddədə Konvensiyanı imzalayan ölkələrin hər birində xalqın iradəsini açmağı təmin edən şərtlər daxilində uyğun aralarla gizli səsvermə ilə azad seçkilərin keçirilməsinin zəruriliyi vurğulanıb.

Konvensiyanın 14-cü maddəsi Konvensiyada təsbit olunmuş hüquq və azadlıqlardan, o cümlədən seçki hüququndan istifadənin cins, irq, dərinin rəngi, dil, din, siyasi və ya digər baxışlar, milli və ya sosial mənşə, milli azlıqlara mənsubiyyət, əmlak vəziyyəti, doğum və ya digər hər hansı əlamətlərinə görə ayrı-seçkilik olmadan təmin olunmalı olduğunu xüsusi ayrı-seçkiliyin qadağan olunması başlığı altında vurğulayır.[3]

Avropa Şurasının standartları

Avropa Şurasının mediada gender məsələsinə işıq salan bir neçə sənədi mövcuddur. Bu sənədlərin hər biri gender məsələsinə xüsusi yanaşmanı zəruri edən məqamlara müxtəlif sferalar üçün diqqət çəkir. Aşağıdakı sənədlərin hər biri bu baxımdan önəmlidir. “Gender bərabərliyi və media haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2013)1 saylı Tövsiyəsi, “Medianın yeni anlayışı haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2011)7 saylı Tövsiyəsi, “Seçki kampaniyalarının mediada işıqlandırılması ilə bağlı tədbirlər haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2007) 15 saylı Tövsiyəsi, “Gender bərabərliyi standartları və mexanizmləri haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2007) 17 saylı Tövsiyəsi, “Siyasi və ictimai qərarların qəbulu prosesində qadınların və kişilərin balanslı iştirakı haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec (2003) 3 saylı Tövsiyəsi. Bu sənədlərin hər birində cəmiyyətdəki təsəvvür və ideyaların formalaşdırılmasında medianın mühüm amil olduğu nəzərə alınaraq gender aspektinin mediada plüralizm və media məzmununun müxtəlifliyi üçün vacibliyi təsdiq edilir.[4]

---

[1] İbid, Maddə 26, https://migration.gov.az/content/pdf/5acb034968016_Mülki%20və%20siyasi%20hüquqlar%20haqqında%20Pakt.pdf

[2] “İnsan hüquqlarının və əsas azadlıqlarının müdafiəsi haqqında” Konvensiyanın və onun 1, 4, 6 və 7 saylı Protokollarının təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikasının Qanunu , 25 dekabr 2001-ci il, № 236-IIQ, http://www.e-qanun.az/framework/1405

[3] “İnsan hüquqlarının və əsas azadlıqlarının müdafiəsi haqqında” Konvensiya, Maddə-14, http://www.e-qanun.az/framework/1405

[4] Avropa Şurası, DGI(2017)11, “Gender bərabərliyinə xüsusi diqqət yetirməklə seçkilərin media tərəfindən işıqlandırılmasının araşdırılması”, səh.6, https://rm.coe.int/0900001680953dc3

“Gender bərabərliyi və media haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2013)1 saylı Tövsiyəsində[1] vurğulanan qadınların mediaya sahiblik sahəsində, informasiya istehsalında və jurnalistikada, xəbər redaksiyalarında və rəhbər vəzifələrdə az təmsil olunması və çox vaxt qeyri-stabil məşğulluq şəraitində çalışması, keyfiyyət və kəmiyyət baxımından qadınların işıqlandırılmasına media materiallarında az yer ayrılması, qadınların ekspert qismində nadir hallarda dəvət edilməsi, mediada qadınların mövqeyinin çox az əks olunması, xüsusilə siyasi hadisələrin və seçki kampaniyalarının mediada işıqlandırılmasında cinsiyyətçi stereotiplərin qalması və stereotiplərə qarşı mübarizə aparılmaması aktuallığını itirmir.

“Seçki kampaniyalarının mediada işıqlandırılması ilə bağlı tədbirlər haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2007)15 saylı Tövsiyəsi[2] mövzu baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu Tövsiyə seçki dövründə media tərəfindən ədalətli, balanslı və qərəzsiz işıqlandırmanın həyata keçirilməsinə yönələn rəhbər prinsipləri özündə ehtiva edərək medianın redaksiya müstəqilliyinin AŞ-nin üzv dövlətlərin normativ hüquqi bazasında nəzərdə tutulmalı olduğunu, bu müstəqilliyə hörmət edilməli olduğunu bildirir. Xüsusilə ictimai yayım xidmətinə diqqət çəkilərək seçkilərin ictimai media tərəfindən qərəzsiz şəkildə və müəyyən siyasi partiyaya və ya namizədə münasibətdə ayrı-seçkiliyə yol vermədən, tərəfsiz işıqlandırılmasının vacibliyi vurğulanır. Yayım mediasında gedən xəbərlər və cari məsələlər proqramlarında seçkilərin ədalətli və balanslı şəkildə işıqlandırılması tövsiyə edilir, bütün ödənişli siyasi təşviqat kampaniyalarının məhz ödənişli kampaniya olduğu, onlar barəsində məlumatların ictimaiyyət üçün şəffaf olmalı[3] olduğu qeyd edilir.

Tövsiyədə, xüsusilə mediada özünütənzimləmənin zəruriliyi vuğrulanr və media orqanlarında seçki kampaniyalarının işıqlandırılması zamanı insan ləyaqətinə hörmət və ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyi prinsiplərinə əməl edilməsi ilə bağlı özünütənzimləmə mexanizmlərinin hazırlanması və öz fəaliyyətlərini tənzimləyən peşə və etika standartlarının qəbul edilməsi təşviq edilir.

Mediada cinsiyyətçi dildən istifadədən imtina və gender bərabərliyi prinsipini əks etdirən ifadələrin təşviq edilməsi baxımından 2007-ci ildə qəbul edilən “Gender bərabərliyi standartları və mexanizmləri haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/ Rec(2007)17 saylı Tövsiyəsi[4] mühüm əhəmiyyət daşıyır. Bütün sektorlarda, xüsusən dövlət sektorunda və

---

[1] Recommendation CM/Rec(2013)1of the Committee of Ministers to member States on gender equality and media, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805c7c7e

[2] “Seçki kampaniyalarının mediada işıqlandırılması ilə bağlı tədbirlər haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2007)15 saylı Tövsiyəsi,(Recommendation CM/Rec (2007)15of the Committee of Ministers to member stateson measures concerning media coverage of election campaigns) https://www.knab.gov.lv/upload/free/cm_rec_2007_15.pdf

[3] “Gender bərabərliyi standartları və mexanizmləri haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2007)17 saylı Tövsiyəsi, https://www.knab.gov.lv/upload/free/cm_rec_2007_15.pdf

[4] İbid, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d4aa3

təhsilin bütün formalarının tədrisində və mediada qeyri-cinsiyyətçi dilin təşviqi və qadınlarla kişilərin cinsi mənsubiyyətlərinə görə onlar üçün mütləq sayılan fiziki görünüşləri, xüsusiyyətləri və ya gender rolları baxımından təsvir edən ayrı-seçkilik xarakterli ifadələrin kökünün kəsilməsinə yönələn təşəbbüslərin hazırlanması tövsiyə edilir.

Ölkəmizdə gender bərabərliyinin pozulmasının sıx müşahidə edildiyi sahələrdən biri də siyasi və ictimai sektordur. Burada, əsasən, qadınlar prosesdən kənarda qalır. Buna səbəb ölkənin milli, dini, tarixi, mədəni köklərindən gələn problemlərlə yanaşı, həm də idarəetməyə müasir yanaşmanın lazımınca tətbiq olunmamasıdır. Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin 2009-cu ilin mayında Madriddə keçirilən 19-cu iclasının nəticəsi olaraq qəbul edilən "Gender bərabərliyini reallığa çevirmək" Bəyannaməsində də deyildiyi kimi, cəmiyyətin bütün sahələrində və həyatın bütün mərhələlərində qadınların siyasi və ictimai həyatda aşağı təmsilçiliyi və qadınlara qarşı davam edən genderəsaslı ayrı-seçkilikləri böyük təəssüf doğurur.[1]

Bu baxımdan Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin qəbul etdiyi "Siyasi və ictimai qərarların qəbulu prosesində qadınların və kişilərin balanslı iştirakı haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2003)3 saylı Tövsiyəsi önəmli məsələlərə toxunur.[2] Tövsiyə üzv dövlətləri bütün səviyyələrdə, istər milli, istər regional və yerli səviyyələrdə, siyasi və ictimai qərarların qəbulu prosesinə qatılmaq barədə düşünən qadınlar üçün tədris və praktiki iş proqramlarının tətbiqinə sövq edir. Etimadın formalaşdırılması üçün liderlik və media sahəsində təlim kurslarının hazırlanması və tədrisinin dəstəklənməsi də prioritetlər arasında göstərilir. Media, təhsil, təlim, tədqiqat sahələrində və tənzimləyici qurumlarda balanslı iştirakçılığı təşviq etmək üzv dövlətlərə yönələn əsas çağırışlardandır. Jurnalistika sahəsində təhsil alan tələbələr və media işçiləri üçün gender bərabərliyi ilə əlaqədar məsələlərə dair təlim və məlumatlılığın artırılması proqramlarının dəstəklənməli olduğu, özəlliklə qadınların qərarvermə və qərar qəbuletmə mühitində iştirakı və təsirini araşdıran qeyri-hökumət təşkilatlarını və tədqiqat institutlarını dəstəkləmənin zəruriliyi xüsusi vurğulanmaqdadır. Üzv dövlətlərə tövsiyə olunur ki, xüsusən seçki dövrlərində qadın və kişi namizədlərin və seçilmiş nümayəndələrin mediada bərabər təmsilçilik əsasında işıqlandırılmasını təmin etmək üçün media mənsublarını təşviq etsinlər.

Günümüzdə medianın ənənəvi haldan yeni hala sürətlə transformasiya etdiyi, yeni informasiya kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı ilə paralel yaranan yeni strukturlar yeni mediaya diqqət çəkir. Bu baxımdan "Medianın

[1] Gender bərabərliyini reallığa çevirmək, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d12db

[2] Siyasi və ictimai qərarların qəbulu prosesində qadınların və kişilərin balanslı iştirakı haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2003)3 saylı Tövsiyəsi, (Balanced participation of women and men in political and public decision making Recommendation Rec (2003) 3 adopted by the Committee of Ministers of the Council of Europe on 12 March 2003 and explanatory memorandum, Directorate General of Human Rights Council of Europe), https://rm.coe. int/1680519084

yeni anlayışı haqqında”[1] Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec (2011)7 saylı Tövsiyəsi[2] önəmlidir. Bu Tövsiyədə media vasitələrinin təkamülü nəzərdən keçirilir və bu nəticəyə gəlinir ki, onların tənzimlənməsi ilə bağlı müvafiq mərhələli yanaşmanın müəyyənləşdirilməsi məqsədilə internet vasitəçiləri və sosial media tərəfindən həyata keçirilən müxtəlif funksiyaları təhlil etmək lazımdır. Tövsiyədə, həmçinin bildirilir ki, mediada gender bərabərliyini və müxtəlifliyi daha da inkişaf etdirmək üçün yeni media mühitində meydana çıxan potensial riskləri və imkanları müəyyənləşdirmək vacibdir.

Seçkilərdə medianın rolu və gender balans problemi

Seçkilərin hazırlanması və keçirilməsi uzun bir proseduru əhatə edir. Bu hər hansı seçki qərarı verilməsindən başlayır, namizədlərin irəli sürülməsi, imza toplanması, qeydə alınması, təşviqat dönəmi və seçki günü olaraq sıralana bilər. Medianın seçkilərdə iştirakı, əsasən, bu prosesdə iki formada həyata keçirilir. Seçkilərin gedişi haqqında cəmiyyətə informasiya vermək və seçkilərdə namizədlərə təşviqat platforması kimi xidmət etmək. Birinci vəzifə medianın, əsasən, funksiyalarından olan xəbərləmə – cəmiyyəti bilgiləndirmə funksiyasının icrasıdır. İkinci funksiya medianın cəmiyyəti maarifləndirmə, siyasi prosesdə iştirakçıları cəmiyyətə tanıtma funksiyasıdır. Hər iki halda medianın həm etik çərçivələrə, həm də hüquq qaydalarına əməl etməklə bağlı öhdəlikləri mövcuddur. Hüquq çərçivəsində öhdəliklərlə yanaşı, hüquqların da mövcudluğu unudulmamalıdır. Ölkə qanunvericiliyini bu istiqamətdə incələdikdə ilk olaraq, seçkilərin hazırlanması və keçirilməsi zamanı kütləvi informasiya vasitələrinin iştirakının hüquqi çərçivəsinə baxmaq zəruridir. Seçkilərin idarə olunması mərkəzləşmiş qaydada dövlət qurumu olan Mərkəzi Seçki Komissiyası tərəfindən həyata keçirilir.

Seçki idarəçiliyi sahəsində gender balans problemi

Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin qəbul etdiyi “Siyasi və ictimai qərarların qəbulu prosesində qadınların və kişilərin balanslı iştirakı haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2003)3 saylı Tövsiyəsində üzv dövlətləri bütün səviyyələrdə istər milli, istər regional və yerli səviyyələrdə siyasi və ictimai qərarların qəbulu prosesinə qadınların iştirakının təşviqi nəzərdə tutulur.

Təəssüf ki, bu Tövsiyənin məzmunu baxımından Mərkəzi Seçki Komissiyasının və onun digər strukturlarının formalaşması və fəaliyyətindəki gender bərabərsizliyi ciddi narahatlıq yaradacaq səviyyədədir.

MSK-nın tərkibində gender balansı ciddi şəkildə qadınların əleyhinə pozulub. 18 üzvdən 3 qadın[3] üzv var. Statistika baxımından MSK-nın üzvlərinin 16,6%-i qadınlar, 83,7%-i kişilərdir.

---

[1] “Medianın yeni anlayışı haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2011)7 saylı Tövsiyəsi, https://www.osce.org/files/f/documents/1/f/101403.pdf

[2] https://edoc.coe.int/en/media/8019-recommendation-cmrec20117-on-a-new-notion-of-media.html#

[3] http://www.msk.gov.az/az/msk-terkibi/

MSK-nın idarə olunmasında da kişilər önə çəkilib. MSK sədri və müavini kişilərdir. Bu tablo seçki idarəçiliyində gender balansının açıq-aşkar pozulmasının göstəricisidir. Seçkilərə hazırlıq və seçkiöncəsi bilavasitə seçki idarəetməsinə dair məlumatların cəmiyyətə çatdırılmasında bu öz mənfi təsirini göstərir. Media vasitəsilə topluma məlumat çatdıran MSK üzvləri bu səbəbdən, əsasən, kişilərin təmsilçiliyi ilə təqdim olunur. Vizual olaraq toplumda seçkilərin kişi idarəçiliyi görüntüsü formalaşır. Halbuki qadın ekspertlərin irəli çəkilməsi, liderliyə təşviq edilməsi zəruri tələblərdəndir.

MSK-nın formalaşdırdığı Dairə Seçki Komissiyalarında da gender bərabərsizliyi yüksək səviyyədədir. Burada da təmsilçilik ciddi pozulub. Məsələn, Naxçıvan MR ərazisində formalaşan 6 dairənin hamısının sədri kişilərdir. Bu dairələrdə toplam 54 üzvün 4-ü qadın, 50-si kişilərdir. Ölkə üzrə DSK-ların göstəricisi də ciddi həyəcan doğuracaq səviyyədədir. Toplam 125 dairənin (hər dairənin 9 üzvü olmaqla) 1125 nəfərlik üzvünün 192 nəfəri qadın, 933 nəfəri kişidir. Yəni DSK üzvlərinin 17%-i qadınlar, 83 %-i kişilərdən ibarətdir. DSK-ların idarə edilməsi, əsasən, kişilərə həvalə edilib, 121 DSK-da komissiyaya sədr kişilər, 4 dairədə isə qadınlardır.[1] Faizlə ifadə olunarsa, sədr postunun 95%-i kişilərdə, 5%-i qadınlardadır. Məntəqə seçki komissiyalarının gender tərkibinə dair hər hansı statistika aparılmasa da, bu sahədə də vəziyyət yuxarı komissiyalardan fərqlənmir. Misal üçün, 1 saylı Şərur-Sədərək dairə seçki komissiyasının 33 məntəqə seçki komissiyasından 27-nin sədri kişi, 6-nın sədri isə qadındır.[2] Bu vəziyyət "Siyasi və ictimai qərarların qəbulu prosesində qadınların və kişilərin balanslı iştirakı haqqında" Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec(2007)17 saylı Tövsiyəsinə əməl edilməməsinin göstəricisidir.

Medianın seçkiqabağı təşviqatda iştirakı

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, medianın seçkilərdə iştirakı, əsasən, bu prosesdə iki formada həyata keçirilir. Seçkilərin gedişi haqqında cəmiyyətə informasiya vermək və seçkilərdə namizədlərə təşviqat platforması kimi xidmət etmək. İndi məhz seçkiqabağı təşviqatda medianın roluna diqqət çəkəcəyik. Seçkilərdə və referendumlarda seçki prosesinin ən önəmli mərhələlərindən biri seçkiöncəsi aparılan təşviqatdır. Bu mərhələdə namizədlər öz seçicilərinə seçildiklərində hansı iqtisadi, sosial, siyasi proqramı gerçəkləşdirəcəklərini izah edir, bununla da seçicilərə təsir edərək onların səsini qazanmağa çalışırlar. Seçkilər öncəsi təşviqat prosesində media ən təsirli vasitələrdən biri, bəlkə də, birincisidir. Namizədlərin birbaşa seçiciləri ilə keçirdiyi toplantılarda, mitinqlərdə reklam afişaları, kitabçalar, bukletlər paylanılır, KİV-də reklam çarxları və filmlər nümayiş etdirilir. Onlar tokşoulara və ya rəqibləri ilə debatlara da qatıla bilərlər.

Seçki Məcəlləsinin 77-ci maddəsi seçkiqabağı təşviqatda kütləvi informasiya vasitələrinin əsas vəzifələrini bəlirləsə

[1] https://www.infocenter.gov.az/archive/terkib.aspx?dsk=12&i=true
[2] https://www.infocenter.gov.az/archive/terkib.aspx?dsk=1&ment=33

də, bu vəzifələr bütün kütləvi informasiya vasitələrinə şamil olunmur. Azərbaycan Televiziya və Radio Verilişləri QSC istisna olmaqla, təsisçiləri dövlət orqanları, təşkilatları, idarələri olan və ya dövlət büdcəsindən maliyyələşən teleradio verilişləri təşkilatları və ya dövri nəşrlərin redaksiyaları qeydə alınmış namizədlərə, siyasi partiyalara və siyasi partiyaların bloklarına, seçkiqabağı proqramlarını təbliğ etməkdən ötrü, üzvlərinin sayı 25 min və daha çox olan referendum üzrə təşviqat qruplarına referenduma çıxarılan məsələlərin lehinə və ya əleyhinə təşviqat aparmaqdan ötrü dövlət hakimiyyəti orqanlarının ayırdığı vəsait hesabına bərabər şərait yaratmağa borcludurlar.

Namizədin kim olmasından asılı olmayaraq, hansı siyasi qrupa və ya idealogiyaya mənsubiyyətindən, hansı cinsdən, yaxud iqtidarda olub-olmamasından asılı olmayaraq, bərabərlik qorunmalıdır. Bundan əlavə, göstərilən media qurumlarının öz təşəbbüsləri ilə qeydə alınmış namizədlərin, siyasi partiyaların, siyasi partiyalar bloklarının, referenduma çıxarılan məsələlərin lehinə və ya əleyhinə seçkiqabağı təşviqat aparmaları yolverilməzdir. Burada məqsəd dövlət büdcəsindən maliyyələşən kütləvi informasiya vasitələrinin seçki prosesində tərəf olmasının önlənməsi, bütün namizədlərə bərabər məsafədə durmasıdır.

Azərbaycan Respublikası ərazisinin yarısına, yaxud yarısından çoxuna yayımlanan, təsisçiləri dövlət orqanları, təşkilatları, idarələri olan və ya dövlət büdcəsindən maliyyələşən teleradio verilişləri təşkilatları və ya dövri nəşrlərin redaksiyaları (İctimai teleradio) prezidentliyə qeydə alınan namizədlərin, birmandatlı seçki dairələrinin 60-dan çoxunda və ya bələdiyyələrin yarısından çoxunda namizədləri qeydə alınmış siyasi partiyalara, siyasi partiyaların bloklarına, üzvlərinin sayı 40 min və daha çox olan referendum üzrə təşviqat qruplarına seçkiqabağı təşviqat aparılmasına şərait yaradılmasına borcludurlar. Mərkəzi Seçki Komissiyası göstərilən teleradio verilişləri təşkilatlarının və dövri nəşr redaksiyalarının siyahısını seçkilərin təyin edilməsi haqqında qərarın rəsmi dərc edilməsi günündən 20 gün gec olmayaraq Milli Televiziya və Radio Şurası ilə Mətbuat Şurasının təqdimatına əsasən, dərc edir.

Azərbaycan Respublikası ərazisinin yarıdan az hissəsində yayımlanan və təsisçiləri dövlət orqanları, təşkilatları, idarələri olan və ya dövlət büdcəsindən maliyyələşən teleradio verilişləri təşkilatları və ya dövri nəşrlərin redaksiyaları, o cümlədən ölkə ərazisinin yarısına, yaxud yarısından çoxuna yayımlanan və təsisçiləri dövlət orqanları, təşkilatları, idarələri olan və ya dövlət büdcəsindən maliyyələşən teleradio verilişləri təşkilatları və ya dövri nəşrlərin redaksiyalarının müvafiq şöbələri birmandatlı seçki dairəsində qeydə alınmış namizədə, bu Məcəllə ilə müəyyənləşdirilmiş seçicilərin zəruri sayda imzaları yığılmış müvafiq seçki dairəsinin əhatə etdiyinə və üzvlərinin sayı 20 min və daha çox olan referendum üzrə təşviqat qruplarına, bələdiyyələrin 1/3-dən çoxunda namizədliyi qeydə alınmış siyasi partiyalara, siyasi partiya bloklarına müvafiq inzibati ərazi vahidində seçkiqabağı təşviqat aparmaq imkanı yarada bilərlər. Teleradio verilişləri təşkilatlarının və dövri nəşr redaksiyalarının siyahısı seçkilərin təyin edilməsi haqqında qərar rəsmi dərc edildikdən ən geci 30 gün ərzində Milli Televiziya və Radio Şurası

və ya Mətbuat Şurasının təqdimatı ilə ilgili dairə seçki komissiyaları tərəfindən dərc edilir.

Təsisçiləri bələdiyyə qurumları olan teleradio verilişləri təşkilatları və dövri nəşr redaksiyaları imzaların yığıldığı ilgili seçki dairəsinin əhatə etdiyi və üzvlərinin sayı 2 min və daha çox olan referendum üzrə təşviqat qrupları, ilgili bələdiyyənin üzvlüyünə qeydə alınmış namizədlər üçün seçkiqabağı təşviqatın aparılması üçün şərait yaratmağa və qeydə alınmış namizəd, siyasi partiya, siyasi partiyaların bloku, referendum üzrə təşviqat qrupu üçün seçkiqabağı təşviqatın aparılması məqsədi ilə müvafiq bələdiyyənin ərazisində bərabər imkan yaratmağa borcludurlar. Teleradio verilişləri təşkilatları və dövri nəşrlərin redaksiyaları təşviqat fəaliyyətində tamamilə iştirak etmədikdə, formasından asılı olmayaraq, hər hansı materialın nəşrindən və ya efir vaxtının verilməsindən imtina edə bilərlər.

Qadın və kişi siyasətçilərin mediada işıqlandırılması

Avropa Şurası tərəfindən yayımlanan "Gender bərabərliyinə xüsusi diqqət yetirməklə seçkilərin media tərəfindən işıqlandırılmasının araşdırılması"na dair hesabatda göstərilib ki, Avropa ölkələrində qadın və kişi siyasətçilərin mediada işıqlandırılmasında problem mövcuddur. 2015-ci ildə Belçikanın Peşəkar Jurnalistlər Assosiasiyası (PJA) Qlobal Media Monitorinqi Layihəsi (QMML) 10 çərçivəsində apardığı monitorinqin nəticələrini açıqlayarkən iddia edib ki, "hər 2 qadından biri xəbərlərdən kənarda qalır".[1]

2011-ci ildə İrlandiyadakı seçkilər zamanı aparılmış araşdırma göstərdi ki, qadınlar İrlandiyanın ictimai yayımçısı RTE tərəfindən yayımlanan cari məsələlərə dair "Praym-Taym" (Prime Time) şousunda iştirak edənlərin təxminən üçdə birini təşkil etdikləri halda, onlara efir vaxtının yalnız 10%-i ayrılıb.[2]

İsveçrə Federal Kommunikasiyalar İdarəsi (OFCOM), Qadın Məsələləri üzrə Federal Komissiya və İsveçrənin ictimai yayım şirkəti (SRG SSR) tərəfindən aparılmış və nəticələri 2015-ci ildə dərc olunmuş araşdırma nəticəsində bu qənaətə gəlindi ki, qadınlar 2015-ci ildə İsveçrə Milli şurasına (Federal Assambleyanın aşağı palatası) seçkilərdə namizədlərin 34,5%-ini təşkil etdikləri halda, audio və videomaterialların 24%-ində, çap mediası ilə onlayn medianın materiallarının 23,5%-ində işıqlandırılıblar, fotoları isə namizədlərin mediada verilmiş fotoşəkillərinin 25%-ini təşkil edib.[3]

Qadın namizədlərin mediada işıqlandırılması sahəsində gender bərabərsizliyinin kökündə duran səbəbləri "Gender bərabərliyinə xüsusi diqqət yetirməklə seçkilərin media tərəfindən işıqlandırılmasının araşdırılması"nda "qismən seçkilərdə qadın namizədlərin azlığı ilə və ölkələrdəki aparıcı siyasi vəzifələrdə saylarının az olması" ilə izah edirlər. Məsələn, Aİ-yə üzv olan 28 dövlətdən üçünün prezidenti qadındır (Slovakiya, Xorvatiya, Estoniya). Analoji gender disbalansı hökumət strukturlarında da mövcuddur. Əsas rəhbər vəzifələrdə

[1] Səh.8, https://rm.coe.int/0900001680953dc3
[2] Səh.9, https://rm.coe.int/0900001680953dc3
[3] Səh.10, https://rm.coe.int/0900001680953dc3

olan qadın və kişilərin sayı barədə məlumatların yer aldığı Avropa Gender Bərabərliyi İnstitutunun (AGBİ) gender statistikasının məlumat bazasına əsasən, 2017-ci ilin ikinci rübündə 35 Avropa ölkəsindən yalnız dördündə baş nazir qadın idi. Eynilə həmin ölkələrdə qadınların 30%-dən az qismi hökumət nazirləri idi və ya buna ekvivalent olan dövlət vəzifələrini tuturdu.[1]

Azərbaycanda bu sahədə statistika Avropadan geridədir. Doğrudur, ölkənin Vitse-prezidenti və Parlamentin sədri qadındır. Lakin ümumi statistika ölkə əhalisinin 50,1%-nin qadın olmasına baxmayaraq, kəskin şəkildə qadınların əleyhinədir.

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən, 1990-cı ildə bütün deputatların 4,3 faizini, 2000-ci ildə 10,7 faizini, 2015-ci ildə 16,8 faizini, son 2020-ci il seçkilərindən sonra 17,6 faizini qadınlar təşkil edir. Buna baxmayaraq, bu nisbətdə təmsilçilik Avropa Şurasına üzv ölkələrin orta statistikasından xeyli geridədir. Avropa Şurasına üzv olan dövlətlərdə milli parlamentlərin aşağı (və ya yeganə) palatalarının üzvlərinin 25,6 faizi qadınlardır.[2]

Azərbaycanda 1999-cu ildə keçirilən bələdiyyə seçkilərinin nəticələrinə görə bələdiyyə üzvlərinin 4%-ni qadınlar təşkil edib. Bu rəqəm 2009-cu ildə 26,7%, 2014-cü ildə 35%, 2019-cu ildə isə 38,81%-ə[3] qalxıb. Beləliklə, 1999-cu illə müqayisədə qadınların bələdiyyələrdə təmsilçiliyi təqribən 10 dəfə artıb.

Dövlət Statistika Komitəsinin 2019-cu il statistikasına[4] əsasən, ölkədə qadın hakimlərin sayı 78 nəfərdir və 460 nəfər kişi hakimlər qarşısında 14% təşkil edib. İcra strukturunda qadınların təmsilçiliyi, ümumiyyətlə, yox səviyyəsindədir. 19 nazir postunun hamısında kişilərdir. 9 komitə sədri postunda yalnız 1 qadın komitə sədri var. Yerli icra hakimiyyəti orqanlarında 79 icra hakimiyyətinin başçısın-dan yalnız 1 qadın icra hakimiyyəti başçısı mövcuddur. İcra hakimiyyəti başçılarının müavinləri sırasında qadınlar çoxdur və 76 vəzifəni əhatə edirlər. AR Ombudsmanı və Naxçıvan MR Ombudsmanları da qadınlardır.

Dövlət qulluğunda vəziyyət nisbətən daha yaxşıdır. Ali – 3-cü təsnifatlar üzrə inzibati vəzifələrin 32,4%-ni qadınlar tutur. 4-7-ci təsnifatlar üzrə inzibati vəzifələrin 22,06%-i qadınlara məxsusdur. Daha aşağı işlərə keçdikdə nisbət dəyişir. Dövlət qulluğunun yardımçı vəzifələrinin 52%-ni qadınlar tutur.

Fərdi sahibkarların gender bölgüsü də qadınların əleyhinədir. Ölkədə qadın sahibkarlar 21,5%, kişilər 78,5%-dir.

Ölkədə 55 siyasi partiyanın qeydiyyatdan keçməsinə baxmayaraq[5], bir nəfər belə qadın siyasi partiya rəhbəri mövcud deyil. Siyasi partiyaların idarəetmə orqanlarında da qadın təmsilçiliyi çox zəifdir. Hakimiyyətdə təmsil olunan Yeni Azərbaycan Partiyasının İdarə Heyətinin üzvlərinin 10%-ni qadınlar təşkil edir.[6]

[1] Səh.11, https://rm.coe.int/0900001680953dc3

[2] Avropa Şurası: Siyasi və ictimai qərarların qəbulu prosesində qadınların və kişilərin balanslı iştirakı haqqında Rec(2003)3 saylı Tövsiyəsinin icrasının monitorinqinin 3-cü raundu – 2016-cı il üçün analitik hesabatın məlumatları.

[3] https://report.az/siyasi-xeberler/daxili-siyaset/belediyye-uzvu-secilen-qadinlarin-sayi-aciqlanib/

[4] Dövlət Statistika Komitəsi, gender statistikası, https://www.stat.gov.az/source/gender/

[5] http://www.msk.gov.az/uploads/partiyalar/2016/UmumiMelumat.php

[6] http://yap.org.az/az/view/pages/7

Xəbərçiliyin əsas prinsiplərindən biri ilkin və etibarlı mənbələrlə işləməkdir. Güvənli media imicini qoruyan qurum etibarlı mənbələrə istinad edir. Yuxarıdakı mənzərə əsas verir ki, media etibarlı mənbədən informasiya toplamaq üçün siyasi xəbərlərdə birbaşa partiya sədrlərinə istinad etsin. Bu da mövcud durumda yalnız kişiləri əhatə edən xəbərlərin yaranmasına səbəb olur. Məhkəmə hakimiyyətinə və idarəetməyə dair xəbərlərdə də əsas xəbər subyekti bu səbəbdən obyektiv olaraq kişilər olur. Çünki hakimlərin 85%-i, nazirlərin hamısı, icra hakimiyyəti başçılarının və komitələrin biri istisna olmaqla hamısı kişi olduğundan bu orqanların birinci xəbər mənbəyi rəhbər kişi olacaq. Odur ki, mediada siyasətçilərin fəaliyyətinin işıqlandırılmasında gender bərabərsizliyinin aradan qalxmasının əsas addımlarından biri məhz siyasətdə qadın təmsilçiliyinin xüsusi proqramlarla artırılmasıdır.

Statistikadan da göründüyü kimi, qadınların siyasi təmsilçilikdən kənarda qalması, xüsusilə seçkili və təyinatlı yüksək idarəetmə və qərarvermə orqanlarında çox zəif təmsil edilməsi qadınların mediada işıqlandırılmasındakı gender bərabərsizliyini doğuran səbəblərin başında gəlsə də, yeganə səbəb deyildir.

Seçkilərdə gender stereotipləri

Qadınların siyasi həyatda iddialı olmamalarının səbəblərindən biri də gender stereotiplərinin toplumda çox geniş yayılmasıdır.

“Siyasi və ictimai qərarların qəbulu prosesində qadınların və kişilərin balanslı iştirakı haqqında” Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin üzv dövlətlərə CM/Rec (2003)3 saylı Tövsiyəsində cəmiyyətin demokratikləşməsində medianın mühüm rolu olduğu vurğulanır. Medianın müstəqilliyi önəmli olsa da, jurnalistlər və digər media peşəkarları qadın və kişinin qərəzsiz və stereotiplərdən uzaq təsvirini təqdimetmə məsuliyyətlərini dərk etməlidirlər. Tövsiyədə gender bərabərliyi və cinsiyyətçi stereotiplərdən azad olmaq və cinsiyyətçiliyin qarşısını almaq üçün jurnalistika və media mütəxəssisləri üçün maarifləndirici, məlumatlandırıcı fəaliyyətlərin dəstəklənməsinin vacibliyi qeyd olunur.

Araşdırmalar göstərir ki, mediada işıqlandırılarkən qadın siyasətçilərin xarici görünüşünə, cinsi mənsubiyyətinə, şəxsi və ailə həyatına kişilərlə müqayisədə daha çox diqqət yetirilir. Bu praktika bütün siyasətçilərə tətbiq edilməli olan bərabər rəftar prinsipinə ziddir.[1]

Mühafizəkarlar Partiyasının yeni liderinin və müvafiq olaraq, növbəti baş nazirin Tereza Mey olacağı barədə xəbər yayıldıqdan sonra Britaniyanın gündəlik “The Sun” qəzetində “Dikdaban, oğlanlar!” başlıqlı yazı getdi və onun yuxarısındakı fotoşəkildə Meyin kişi rəqiblərinin və həmkarlarının başını tapdalayan dikdaban ayaqqabılarının təsviri verildi.[2]

Saçların rəngi, çəki itkisi, geyimlər qadın siyasətçilərin siyasi qərarlarından, elektoratından və proqramlarından daha çox şərh edilən mövzulardır. Aparılmış araşdırma müəyyən etdi ki, 2002-ci ildə Amerika Birləşmiş ştatlarında qadınlar

[1] Səh.16, https://rm.coe.int/0900001680953dc3
[2] İbid,, https://rm.coe.int/0900001680953dc3

barəsindəki xəbər materiallarında onların xarici görünüşü haqqında verilən məlumatlarla müqayisədə kişilər barəsindəki xəbər materiallarında bu cür məlumatlar 1% təşkil edib.[1]

2016-cı il ABŞ-da Prezident seçkilərində mediada fəaliyyət göstərən güclü kişilərin cinsiyyətçi, ayrı-seçkilikli yanaşmalarının seçkilərə təsiri geniş müzakirələrə səbəb oldu.[2]

Bundan əlavə, qadın siyasətçinin uğuru çox zaman onun peşəkar işi ilə deyil, başqa səbəblərlə izah edilir. Xarici görünüşdən əlavə, media çox vaxt siyasətçinin vəzifəyə seçilməsinin "əsl" səbəbinin ailə əlaqələri və ya münasibətləri olduğu barədə fərziyyələr yürüdür. Doğrudur, tarixən bir çox qadın liderlər ərlərinin ölümündən sonra onların işini uğurla davam etdiriblər və bu fenomen "qadın varisliyi" adlandırılır. Eynilə, xüsusən Asiya və Latın Amerikasında ailə əlaqələri qadınları siyasi vəzifəyə aparan ümumi bir cığır olub. Ailə əlaqələri qadın namizədlərin necə səfərbər olduqlarını və müəyyən dərəcədə gözəgörünməz siyasi maneələri necə dəf etdiklərini izah edə bilər. Lakin belə əlaqələr, eləcə də təsir şəbəkələri kişi siyasətçilər üçün də ümumi hal olsa da, onların uğurlarının səbəbi qismində az hallarda qeyd edilir.[3]

Sosial platformalar siyasi ismarıc və ideyaların yayılmasında böyük potensiala malikdir. Günümüzdə milyardlarla istifadəçini özündə birləşdirən bu platformalar siyasi kommunikasiyalar üçün də faydalı bir vasitədir. Xüsusilə daha çox seçiciyə çatmağa can atan siyasətçilər üçün sosial platformalar ənənəvi mediaya münasibətdə daha ucuz və daha çatımlıdır. Bu platformalar seçki prosesində daha rahat şəkildə siyasi gündəm yaratmağa və xüsusilə gəncləri gündəmdəki məsələləri müzakirəyə təşviq edir. Bu baxımdan, gender stereotiplərin in-geniş meydan qazandığı yerlərdən biri də sosial mediadır. Ənənəvi mediadan fərqli olaraq, sosial platforma istifadəçilərinin özünütənzimləmə mexanizmləri, etik davranış qaydaları mövcud olmadığı üçün burada gender bərabərsizliyinin yer alması və hətta nifrət nitqinə keçməsi çox sıx şəkildə müşahidə edilir. Xüsusilə anonim hesablardan istifadə edənlər, ölkə xaricində olanlar rahatlıqla diffamativ, cinsiyyətçi, nifrət nitqi sayılacaq ifadələrdən istifadə edir, hər hansı etik sərhəd gözləmir.

2020-ci il növbədənkənar parlament seçkilərinində ənənəvi medianın vəziyyətini müstəqil vətəndaş cəmiyyəti qurumları çox tənqidi qiymətləndirib. Media monitorinqi göstərir ki, medianın seçiciləri bilgiləndirmə, maarifləndirmə funksiyaları işləməyib, ölkədə seçki öncəsi mühit və təşviqat dönəmi tamamilə vahid siyasi iradənin təbliğatı və təşviqatına köklənib, seçicilər hakimiyyətin qanunverici qolunun formalaşması kimi mühüm siyasi hadisədən mümkün qədər uzaq tutulub və namizədlərini, onların dünyagörüşünü, platformasını bilmədən, tanımadan seçkiyə gediblər.[4] Bu baxımdan sosial medianın ənənəvi mediadakı boşluğu doldurması aydın müşahidə edilir. Nəticədə, 2019-cu il bələdiyyə seçkilərində və 2020-ci il növbədənkənar

[1] İbid, https://rm.coe.int/0900001680953dc3

[2] https://www.youtube.com/watch?v=x6SOtVg6tXw

[3] İbid, https://rm.coe.int/0900001680953dc3

[4] Demokratik Təşəbbüslər İnstitutunun 2020-ci il növbədənkənar parlament seçkilərinin media monitorinqi hesabatı, http://mail.idi-aze.org/az/idi-nvbedenkenar-parlament-sekileri-ile-bal-ikinci-dvr-n-media-hesabat-yayd/

parlament seçkilərində Facebook, YouTube kimi sosial platformalar siyasi namizədlərin ən geniş istifadə etdikləri vasitələr oldu.

2019-cu il bələdiyyə seçkilərində gənc qadın namizədlərin sosial mediadan geniş istifadə edərək seçiciləri ilə əlaqələr qurması gündəmin diqqət mərkəzində olan məsələlərdən olmuşdu.

2020-ci il parlament seçkilərində də gənc qadın namizədlərin sosial mediadan seçicilərin səsini qazanmaq üçün effektiv istifadə etmələri müşahidə olundu. Bu prosesə paralel olaraq sosial mediada gənc qadın namizədləri hədəfə alan kampaniyalar da başlandı. Azərbaycanda sosial mediada gender stereotiplərinin istifadəsi, cinsiyyətçiliyin mövcudluğu, nifrət nitqi ilə bağlı geniş təhlil və araşdırmalar hələ ki aparılmadığı üçün ölkəmizdə sosial medianın seçkilər zamanı oynadığı rolu və real gücünü düzgün qiymətləndirmək çətindir. Sosial mediada görünmənin səslər qazanmağa kömək etdiyini sübuta yetirən mötəbər dəlillər olmasa da, bu media növünün seçicilərin seçiminə getdikcə daha çox təsir göstərdiyinə dəlalət edən əlamətlər mövcuddur. Məsələn, 2015-ci il ümumi seçkilərinə həsr olunmuş Britaniyadakı araşdırma müəyyən etdi ki, ən aşağı yaş qrupuna (18–24 yaşlılar) daxil olan seçicilərin 34%-i sosial mediada oxuduqlarının onların seçiminə təsir göstərəcəyini düşünürlər.[1]

2016-cı ildə Birləşmiş ştatlarda keçirilmiş prezident seçkiləri sosial medianın siyasi gücünü nümayiş etdirdi. Seçki kampaniyası zamanı Hillari Klinton gündə yüzlərlə cinsiyyətçi ismarıcların obyekti oldu. Twitter şəbəkəsində ona qarşı yönələn qeydlər xarici görünüşü ilə bağlı təhqirlərdən tutmuş nalayiq adlara və seksual təhdidlərə qədər geniş çeşidli cinsiyyətçi fikirlərin təzahürü idi. İstifadəçilər Klintona "mətbəxə qayıt" deyir və hesab edirdilər ki, "əgər o, ərinə nəzarət edə bilmirsə, ölkəni də nəzarət altında saxlaya bilməz"[2]

Seçkilərin işıqlandırılmasında gender aspekti

Azərbaycan qanunvericiliyinə əsasən, bərabərlik hüququ təminat altına alınıb. Azərbaycan Konstitusiyasının 25-ci maddəsi qadın və kişilərin qanun qarşısında bərabər olduğunu göstərir. Medianın və jurnalistlərin gender bərabərliyinə hörmət göstərmək vəzifəsi mövcuddur. Doğrudur, KİV haqqında Qanunda jurnalist hüquqlarından sui-istifadəni nəzərdə tutan 10-cu maddədə ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyini sadalayan zaman cinsi ayrı-seçkilik nəzərdə tutulmayıb. Halbuki 2001-ci ilədək qanunvericilikdə həm də cinsi ayrı-seçkiliyin yolverilməzliyi vurğulanmışdı.[3] Teleradio yayımı haqqında qanunun 11.5.4-cü maddəsində yayımın dayandırılma əsasları kimi "terrorizmin, zorakılığın, qəddarlığın, milli, irqi və dini ayrı-seçkiliyin təbliğinə yol verilməməsi" göstərilib, 32.0.5-ci maddədə isə teleradio proqramlarına verilən tələblərdə" terrorizm, zorakılıq, qəddarlıq, milli, dini və irqi ayrı-seçkilik təbliğ olunmamalı" olduğu qeyd edilib. Hər iki maddədə cinsi ayrı-seçkiliyin qadağan olmasına dair müddəa aydın gös-

---

[1] https://www.ipsos.com/ipsos-mori/en-uk/third-young-people-think-social-media-will-influence-their-vote.

[2] "Sosial mediada cinsiyyətçilik vəzifəyə namizədliyini irəli sürən qadınlara ziyan yetirirmi?", Medison Şamvey, "The Bengal" qəzeti, 2017.

[3] 28 dekabr 2001-ci il tarixli 247-IIQD nömrəli Azərbaycan Respublikasının Qanunu (Azərbaycan Respublikasının Qanunvericilik Toplusu, 2002-ci il, № 3, maddə 116, http://www.e-qanun.az/framework/30

tərilməyib. Lakin jurnalistlərin peşə etik davranışına nəzarət edən Azərbaycan Mətbuat Şurasının qəbul etdiyi Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranış Qaydalarının 3.1-ci maddəsində göstərilib ki, *“Jurnalist adamları millətinə, irqinə, cinsinə, dilinə, peşəsinə, dininə, yaşadığı və ya anadan olduğu yerinə görə pisləməməli, onlar haqqında bu qəbildən olan bilgiləri qabartmamalıdır.”*

Hər zaman olduğu kimi, seçki kampaniyaları zamanı media cinsi mənsubiyyətlərindən asılı olmayaraq, namizədləri və onların platformalarını mümkün qədər geniş şəkildə ictimaiyyətə təqdim etmək və bu zaman onlara bərabər və qərəzsiz şəkildə yanaşmaq öhdəliyini daşıyır.

Seçicilərin çoxunun namizədlərlə birbaşa əlaqəsi olması mümkün deyil. Buna görə media və jurnalistlər onların problemlərini namizədlərə çatdırmaq və namizədlərin təkcə öz proqramlarını elan etmələrini deyil, həm də ictimaiyyəti narahat edən məsələləri cavablandırmalarını təmin etmək funksiyasını daşıyır, körpü rolu oynayır. Jurnalistlər ictimai problemlərin ortaya çıxmasında önəmli rol alır və siyasətçilərin həmin məsələlərə dair fikirlərini bildirməyə təşviq edirlər. Bu məsələlər arasında gender bərabərliyi də xüsusi yer tutur.

Medianın məzmun araşdırmasında məlum olur ki, media qurumları xəbər məzmununa görə, əsasən, önəmli siyasi xəbərlərə, idarəetmənin fəaliyyətinə, gündəmə çıxan önəmli hadisələrə, iqtisadiyyata, idman xəbərlərinə və cinayət faktlarına daha çox diqqət çəkir. Bunlar daha çox ciddi xəbərlər kimi də xarakterizə edilə bilir. Sosialyönümlü, təhsil, mədəniyyət, əyləncə-uşaqlar və s. xəbərlər daha mülayimkateqoriyalı xəbərlər kimi sıralanır. Məhz ciddi xəbərlər kimi kateqoriyalaşdırılan xəbərlərdə kişilərin ön planda olması seçicilərin şüuraltına siyasi kimliklərdə kişiləri ön planda görməsinə yönələn əmrlər verir. Bu da qadınlara nisbətən kişilərin daha çox seçilməsinə aparan səbəblərdən ola bilir.

MƏNBƏLƏR

1. Qadınlara qarşı zorakılıq və məişət zorakılığının qarşısının alınması və ona qarşı mübarizə haqqında Avropa Şurası Konvensiyası, (İstanbul Konvensiyası), https://rm.coe.int/ic-explanatory-ic-aze-web/16808e9a39;
2. İnsan Hüquqlarının və Əsas Azadlıqların Müdafiəsi Haqqında Avropa Konvensiyası, https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_AZE.pdf
3. Gender bərabərliyi və media haqqında Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsinin CM/Rec(2013)1 saylı tövsiyəsinin icrasına dair Bələdçi, https://rm.coe.int/handbook-rec-282013-291-azerbaijani/16808ebda9
4. Avropa Şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyası 2018–2023, https://rm.coe.int/ge-strategy-2018–2023-azerbaijani/16808cdbd9
5. “Teleradio yayımı düzənləmə qurumları”, Ələsgər Məmmədli, Media Hüquqları İnstitutu, Bakı–2003.
6. “Media Hüququ”, Zeynal Məmmədli, Rəşid Hacılı, İntiqam Əliyev, Bakı–2006.
7. “Bilgi azadlığı haqqında qanunvericiliyin prinsipləri”, Media Hüquqları İnstitutu, Bakı–2004.
8. “İfadə Azadlığı”, Avropa İnsan Hüquqları Avropa Konvensiyasının 10-cu maddəsinin şərhi və məzmunu üzrə bələdçi, Tobi Mendel, Bakı–2012, səh.32. (Qudvin Birləşmiş Krallığa qarşı, 1996, § 39) https://rm.coe.int/ 16806ff4a7
9. Gün işığı bələdçisi, ATƏT-in Media Azadlığı Ofisi, Media Hüququ İnstitutu, Bakı–2006.

Mövzu 14.
Gender bərabərliyi və inklüziv inkişaf

İnklüziv inkişaf və onun indeksləri, inklüziv inkişaf artımına gətirən amillər, gender bərabərliyinin inklüziv inkişafa təsiri, Azərbaycanın inklüziv inkişaf göstəriciləri, inklüziv inkişafın gender simasını müəyyənləşdirən media yanaşması

202 illik yolun azərbaycanlı yolçuları...

“Dünya 2030-cu il üçün gender bərabərsizliyini dəf edə bilməyəcək. Hazırkı təmayüllər davam edərsə, iqtisadi imkanlara görə gender bərabərsizliyini aradan qaldırmaq üçün 202 il lazım gələcək”.[1]

BMT-nin İnsan İnkişafı haqqında 2019-cu il üçün olan hesabatında belə yazılır. Yəni iqtisadi sahədə gender bərabərliyi 2222-ci ildə gerçəkliyə çevrilə bilər...

Hələliksə dünya 2019-cu ilin dekabr ayının son günlərini yaşayırdı. Avropa İttifaqının “Azərbaycan – Aİ: əməkdaşlığın üfüqləri” müsabiqəsinə yekun vurulurdu.

Münsiflər heyəti bir qədər çətin vəziyyətdə idi. Ən yaxşı onlayn hekayə kateqoriyasında müsabiqəyə təqdim olunmuş bir neçə yazı yüksək bal toplamışdı. Qalibi seçmək asan deyildi. Nəyə üstünlük verilsin: üslubun orijinallığına, mövzunun dərindən işlənməsinə, ya insan hekayələrinin təsir gücünə? Son qərar yekdil oldu – “Ayna”- “Zerkalo”nun müxbiri Raminə Eyvazqızının “Əli yerdən-göydən üzülmüş qadınlar üçün ümid işığı” yazısı birinci mükafata layiq görüldü. Müsabiqənin bütün kriteriyalarına cavab verən bu yazının uğur qazanmasının həlledici səbəbi mövzu seçimi idi. O, BMT İnkişaf Proqramının Avropa İttifaqı ilə birlikdə həyata keçirdiyi “Genderə Həssas Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin Həyata Keçirilməsində Vətəndaş Cəmiyyətinin Rolunun Artırılması” layihəsinə həsr olunmuşdu. Yazı əli yerdən-göydən üzülmüş qadınların dirçələn, həyata qayıdan portretləri ilə yadda qalırdı:..

...Günay Həmidzadənin 28 yaşı var, həyat yoldaşı ailəsini atıb Rusiyaya gedib. O, 5 yaşlı qızı ilə tək yaşayır. Layihə Günaya həm hüquqi, həm psixoloji dəstək verib. İndi Günay işləyir, gələcək üçün planlar qurur...

...3 uşaq anası Arzu həyat yoldaşını vaxtsız itirib. O da layihədən yararlanıb, ən böyük arzusunu gerçəkləşdirib, çörəkçi Əsli nənəsinin adını verdiyi təndir evi açıb – “Əsli nənənin təndiri”. İndi həm özü çörək tapır, həm də kənd əhli...

...Ramilə Abbasova həyat yoldaşını hələ hamiləykən itirib, 15 yaşlı qızını tək böyüdür. İxtisasca bərbər olan Ramilə layihə sayəsində bacarıqlarını artıra bilib, özünün gözəllik solununu açıb...

...Qax sakini Narınc Əhmədova da iki övladını təkbaşına böyüdür. Hər dəfə atası onun Qaxdan Şəkiyə təlimlərə getdiyini görəndə tənbeh edər, buna boş bir məşğuliyyət kimi baxardı. İndi isə o, qızı ilə fəxr edir. Narınc da ayağa durub, salon açıb. İndi balalarını özü saxlayır, heç kimin əlinə baxmır...

[1] UN Human Development Report. 2019. səh. 147.

...Qaxdakı "Ladies bakery" şirniyyat evinin qurucuları – Pərvanə Dadaşova, Aytən Mustafayeva və Şəhla Allahverdiyeva da layihədən bəhrələniblər. Deyirlər ki, psixoloji dəstək olmasa idi, çətin ki şirniyyat sexi açmağa qərar verərdilər...[1]

Bu qadınların taleləri bir-birinə çox oxşayır. Onların hamısı psixoloji sarsıntılar keçirmiş, həyata inamlarını itirmiş, işsiz və balalarını saxlamaq üçün özgə əlinə möhtac idilər. Onların hamısını həyata qaytaran bir layihədir – "Gendersə Həssas Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin Həyata Keçirilməsində Vətəndaş Cəmiyyətinin Rolunun Artırılması" layihəsi. Bu layihənin kökündə duran ideya isə birdir – **inklüziv cəmiyyət** ideyası. İnsan inkişafının təməl daşlarından biri sayılan inklüziv cəmiyyət.

İnklüziv cəmiyyəti necə tanımalı?

Cəmiyyətlər çoxdur. Bəs inklüziv cəmiyyətin özəllikləri nədir? Onu necə tanımalı? İnklüziv cəmiyyət:

- sabit, təhlükəsiz, ədalətli və dözümlü olur;
- müxtəlifliyə sayğı ilə yanaşır;
- bütün insanları, o cümlədən imkanlardan məhrum və həssas şəxsləri və qrupları öz ağuşuna alır;
- hamıya bərabər imkanlar və iştirakçılıq verir.[2]

İnklüziv cəmiyyət hamının özünə yer tapdığı bir cəmiyyətdir. Hamı dedikdə *irqindən, cinsindən, sinfindən, yaşından və coğrafiyasından* asılı olmayaraq, hər kəs nəzərdə tutulur. Bu cəmiyyətdə müxtəliflik qəbul olunandır. Cəmiyyətin hamını əhatə etmək, ağuşuna almaq, hamıya öz qucağında yer vermək xüsusiyyəti onun sabitliyinin və eyni zamanda dəyişikliklərə açıq olmasının təminatıdır.

Belə bir cəmiyyət öz-özünə qurulmur. Onun qurulmasının vacib şərtlərindən biri cəmiyyət üzvlərinin cəmiyyətdəki sosial münasibətləri idarə edən sosial institutlar şəbəkəsini yaratmaq üçün razılığa gələ bilmək iqtidarında olmalarıdır.

İnklüziv cəmiyyəti qurmaq üçün vacib olan elementlər zəncirinin halqaları bunlardır:

1. *İnsan haqlarına, azadlıqlarına və qanunun aliliyinə* hörmət. Bu, iqtisadi resurslarından, siyasi statusundan və sosial mövqeyindən asılı olmayaraq, cəmiyyətin bütün üzvlərinin qanun qarşısında bərabər olmaları deməkdir.
2. Yerli və milli səviyyədə hamının *mülkü, sosial, iqtisadi və siyasi fəaliyyətdə iştirak* edə bilməsi.
3. *İctimai infrastrukturlara* hamı üçün *bərabər çıxış* (məsələn, icma mərkəzlərinə, ictimai kitabxanalara, istirahət və bərpa mərkəzlərinə, internet mərkəzlərinə, xəstəxanalara, məktəblərə, suya və sanitariya qovşaqlarına).
4. Cəmiyyətin bütün üzvlərinin yaxşı məlumatlı olması üçün hamının *ictimai informasiyaya bərabər çıxışı*.
5. *Sərvətlərin və resursların bərabər bölünməsi.*

[1] R.Eyvazqızı. Əli yerdən-göydən üzülmüş qadınlar üçün ümid işığı. https://ayna.az/news/3192.
[2] Creating an Inclusive Society:Practical Strategies to Promote Social Integration. DESA 2009. səh. 8.

6. Cəmiyyət üzvlərinə öz kimliklərini ifadə etməyə imkan yaradan dözümlülük və *mədəni müxtəlifliyin* qiymətləndirilməsi.

7. Tarixi və mədəniyyəti öyrənməyə imkan verən, başqa cəmiyyətləri, mədəniyyətləri və dinləri anlamağa imkanlar açan *təhsil.*

8. İnklüziv cəmiyyəti inkişaf etdirmək üçün həlledici rol oynayan *səmərəli liderlik*.

9. Və nəhayət, gələcəyin inklüziv cəmiyyəti haqqında *pozitivlər hekayələr* yaradılması, cəmiyyətin hər bir üzvünün belə bir hekayə üçün öz töhfəsini verməsi.[1]

Bir sözlə, inklüziv cəmiyyət insan inkişafının məhək daşıdır. İnklüziv cəmiyyət qurulması üçün strateji əhəmiyyət daşıyan BMT-nin Davamlı İnkişaf Məqsədləri içərisində 16-cı DİM xüsusi önəm daşıyır. Bu məqsəd dayanıqlı inkişaf naminə inklüziv cəmiyyətlərin təşviq edilməsini nəzərdə tutur.

16 SÜLH, ƏDALƏT VƏ SƏMƏRƏLİ İNSTİTUTLAR

Məqsəd 16
Dayanıqlı inkişaf naminə dinc və inklüziv cəmiyyətləri təşviq etmək, hamının məhkəmə sisteminə əlyetərliyini təmin etmək və bütün səviyyələrdə effektiv, məsuliyyətli və inklüziv institutlar yaratmaq.

Avropa Şurasının 2018–2023-cü illər üçün "Gender Bərabərliyi Strategiyası"nda da inklüziv cəmiyyətin qurulması üçün 16-cı məqsədlə yanaşı, 5-ci məqsədə – Gender bərabərliyinə xüsusi önəm verilir.

5 GENDER BƏRABƏRLİYİ

Məqsəd 15
Gender bərabərliyinə nail olmaq, bütün qız və qadınların hüquq və imkanlarını genişləndirmək**.**

İnklüziv cəmiyyət, ya açıq cəmiyyət? Terminoloji dəqiqlik nəyə görə vacibdir?

İnklüziv cəmiyyətdən danışarkən biz, jurnalistlər üçün vacib olan bir məqamın üzərində dayanmaq lazım gələcək. Bu, terminologiya məsələsidir. Kiçik bir araşdırma aparsaq, görərik ki, "Inclusive society" anlayışı Azərbaycan dilinə heç də bütün sənədlərdə "inklüziv cəmiyyət" kimi tərcümə olunmur. "Avropa Şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyası: 2018–2023" sənədinin Azərbaycan versiyasında heç yerdə "inklüziv" sözü işlənilmir. Sənəddə "inklüziv cəmiyyət" "açıq cəmiyyət" kimi tərcümə olunur. İnklüziv cəmiyyətin Azərbaycan dilində tez-tez rast gəlinən tərcümələrindən biri də onun "hamını əhatə edən cəmiyyət" variantıdır. Tərcümədə qeyri-dəqiqlik jurnalist olaraq bizim diqqət yetirməli olduğumuz məqamlardandır. İnklüziv cəmiyyət hamını əhatə edən cəmiyyət anlamına gəlsə də, o, açıq cəmiyyət deyil. İnklüziv cəmiyyət və

[1] Creating an Inclusive Society:Practical Strategies to Promote Social Integration. DESA 2009. səh. 9.

Açıq cəmiyyət ideyaları fərqli-fərqli konsepsiyalardır. İnklüziv cəmiyyətin hamını əhatə etdiyi, hamı üçün açıq olması bizə əsas vermir ki, onu alternativ olaraq "açıq cəmiyyət" kimi tərcümə edək. Bu cür yanlış tərcümə və təqdimat cəmiyyətdə yalnız çaşqınlıq yarada bilər, insanların ideyanı adekvat anlamamalarına gətib çıxara bilər. Jurnalist kimi bir terminin iki variantda tərcüməsi ilə rastlaşanda tənbəllik etməyib internetdə araşdırma aparın. Təşkilatın rəsmi səhifəsinə baş vurun.

DİM 16 Azərbaycan Respublikasının Dayanıqlı İnkişaf Məqsədləri üçün rəsmi məlumat portalından başqa, hər yerdə, hətta BMT-nin Azərbaycandakı Nümayəndəliyinin rəsmi səhifəsində belə yanlış tərcümə olunub.[1]

Bizim üçün vacib olan ikinci terminoloji dəqiqləşmə isə inklüziv cəmiyyətin əsas göstəricisi olan inklüziv inkişaf anlayışıdır. Belə ki, bu anlayışın da alternativi kimi "inklüziv artım" termini tez-tez işlədilir. Beləliklə, inklüziv inkişaf və ya inklüziv artım?

İnklüziv inkişaf, ya inklüziv artım?

İnklüziv inkişaf termini elmi ədəbiyyata ilk dəfə 1998-ci ildə gətirilib, 2008-ci ildən isə davamlı olaraq akademik dövriyyədədir. "İnklüziv inkişaf"la yanaşı, "inklüziv artım" termini də mövcüddur. Akademik dairələrdə uzun müddət iki termin arasındakı fərqlər mübahisə mövzusu olsa da, çox zaman onlar bir-birinin alternativi kimi işlədilir.

İnklüziv artım yeni iqtisadi imkanlar yaradan artım olmaqla yanaşı, cəmiyyətin bütün seqmentlərinin, xüsusilə yoxsulların bütün mövcüd imkanlara bərabər çatımını təmin edən artım kimi səciyyələndirilir. Onun iki mühüm cəhəti var: 1) məhsuldar və layiqli iş yerlərinin yaranmasına səbəb olan yüksək və davamlı artım; 2) hamının yaranmış imkanlara bərabər çıxışını təmin edən sosial inklüzivlik.

İnklüziv inkişaf isə ifrat artımın nəticəsində sərvətlərin bir qrupun əlində cəmlənə biləcəyini, əmək bazarının seqmentləşəcəyini və bəzi insanların imkanlardan təcrid oluna biləcəyini irəli sürür. Bu üzdən inküziv inkişaf iqtisadi artımda fokuslanmağa yox, birbaşa demokratiyaya (mülkü və siyasi hüquqların həyata keçirilməsi) və xidmətlərin (səhiyyə, təhsil və infrastruktur) bölünməsinə çağırır.[2]

Beləliklə, inklüziv inkişaf ilə inklüziv artım termin olaraq bəzən sinonim kimi işlədilsə də, əslində, fərqli anlam daşıyırlar. Bunu daha dərindən anlamaq üçün inklüziv inkişaf ideyasının yaranmasının tarixi ilə bir qədər yaxından tanış olmaq lazımdır.

[1] BMT Azərbaycan (http://unazerbaijan.org/az/dayaniqli-inkisaf-məqsədləri).

[2] Gupta J., Ros-Tonen M. A.F. Inclusive Development // Encyclopedia of Global Environmental Governance and Politics. https://www.researchgate.net/publication/303311950_Inclusive_development. səh. 36.

İnklüziv inkişaf ideyası necə yarandı?...

İnklüziv inkişaf ideyası XX əsrin ikinci yarısında meydana çıxıb. İkinci Dünya müharibəsindən sonra insanların siyasi, iqtisadi və sosial hüquqlarının beynəlxalq səviyyədə tanınmağa başlanması bu ideyanın yaranmasını şərtləndirən əsas amil oldu. İnklüziv cəmiyyət ideyası BMT-nin gündəliyində yer almağa başladı.

BMT-nin birinci İnkişaf Onilliyinin (1961–1970) bəyannaməsində qadınların inkişafda iştirakı məsələsi mərkəzi yer tutmasa da, 1962-ci ildə Baş Assambleya Qadın Statusu üzrə Komissiyaya qadınların inkişaf prosesində rolunu araşdıran hesabat hazırlamağı tapşırdı. 1970-ci ildə isə Baş Assambleyanın ikinci İnkişaf Onilliyinin strategiyasına saldığı məqsədlərdən biri "inkişafla bağlı bütün addımlarda qadınların tam iştirakı" oldu. 70-ci illərdən başlayaraq BMT-nin Mexiko, Kopenhagen, Nayrobi və Pekində keçirdiyi Ümumdünya Qadın Konfransları tədqiqatçılar, ictimai fəallar, qeyri-hökumət təşkilatları və beynəlxaq qurumlar üçün ən önəmli məsələlərin müzakirə olunduğu platformaya çevrildi. Bu müzakirələrin əsas mövzusu iqtisadi artım və gender bərabərsizliyi idi. Qaldırılan suallar cavabını gözləyirdi:

- İqtisadi artımla hər bir insanın inkişafı üçün daha geniş imkanlar yaranırsa, nə üçün bəzi ölkələrdə bu artım gender bərabərsizliyinin azalmasına, digərlərində isə kəskinləşməsinə gətirib çıxarır?
- İqtisadi artım asılı vəziyyətdə olan əhali qruplarının istismarı hesabına əmələ gəlirsə, bu, insan inkişafına nə dərəcədə xidmət edə bilər?
- Genderəsaslı əmək bölgüsü yoxsulların arasında qadınların əksəriyyət təşkil etməsinə necə təsir göstərir?

Bu suallar inkişafa dair nəzəri yanaşmaların köklü surətdə dəyişməsinə təkan verdi. Ester Bouzrupun 1970-ci ildə çapdan çıxmış məhşur "İqtisadi inkişafda qadınların rolu" əsəri qadın fermerlərin istehsal etdiyi məhsulun bir sıra Afrika ölkələrinin iqtisadiyyatında mühüm rol oynadığından danışaraq maraqlı bir tapıntını təqdim edirdi – bir çox ölkələrdə, adətən, inkişaf hesab edilən kənd təsərrüfatının mexanizasiyası qadın işçi qüvvəsinin gəlir gətirən iqtisadi fəaliyyətdən kənarlaşdırılmasına və qadınların başçılıq etdiyi ailələrin yoxsullaşmasına səbəb olub. Qadınların formal və qeyri-formal iqtisadiyyatda fəal iştirakını araşdıran onlarla əsər zəif, passiv, iqtisadi cəhətdən qeyri-məhsuldar qadın stereotiplərinin reallığa heç bir aidiyyəti olmadığını, bu stereotiplərə arxalanan yanaşmaların iqtisadi cəhətdən fəal əhali qruplarını nəzərə almadıqlarını üzə çıxarırdı. Kişi və qadınların təhsil və iş imkanlarını, səhiyyə və sosial xidmətlərdən istifadə səviyyəsini araşdıran tədqiqatlar göstərdi ki, iqtisadi yüksəliş bu sahələrdə mövcud olan genderəsaslı məhdudiyyətləri aradan qaldırmır və hətta bəzi hallarda onları daha da kəskinləşdirir, yoxsulluğu və savadsızlığı çoxaldır. 80-ci illərdə ev təsərrüfatlarına dair məlumatların gender təhlili yeni çatışmazlıqları ortalığa qoydu. İqtisadçılar bir qayda olaraq belə hesab edirdilər ki, ev təsərrüfatının gəlirlərindən bütün ailə üzvləri bəhrələnirlər. Lakin yeni tədqiqatlar ailə daxilində qidalanmanın sərt gender iyerarxiyasına əsaslandığını göstərdi. Məlum oldu ki,

qız və qadınlar mütəmadi olaraq yetərincə qidalanmadıqları üçün nəticədə bir sıra tipik xəstəliklərdən zərər çəkirlər.

Beləliklə, qlobal inkişaf siyasətində bu nöqsanların aradan qaldırılması üçün yeni, gender məsələlərinə daha həssas yanaşmaya ehtiyac yarandı. 70-ci illərin müzakirələrinin nəticəsində yaranan bu yeni yanaşmalar üç əsas mərhələdən keçdi.

- İnkişafda qadın (Women in Development/WID)
- Qadın və inkişaf (Women and Development/WAD
- Gender və inkişaf (Gender and Development/GAD).

3 önəmli mərhələ: WID, WAD və GAD, yaxud Qadından Genderə

İnkişafda qadın mərhələsi problemi müəyyən gender kateqoriyasına aid insanların – qız və qadınların çatışmayan xüsusiyyətlərində (bilik, bacarıq, müstəqillik) görürdü. Elə buna görə də problemin həlli yolu kimi qadınları dəyişdirmək irəli sürülürdü. Bu istiqamətdə atılacaq mühüm addımlardan biri milli hökumət aparatlarında xüsusi ilə qadın məsələləri ilə məşğul olacaq qurumların yaradılması idi. WID yanaşmasına əsasən, zəruri ehtiyatlara (məsələn, bilik və bacarıqlara, maliyyə kreditlərinə) yiyələnmək imkanını qazanan qadınlar ictimai və iqtisadi inkişafın fəal iştirakçısına çevriləcəkdi. Problemin bu cür qoyuluşu müxtəlif sosial təbəqələrdən olan qadınların həyat tərzi və imkanlarında olan dərin fərqləri nəzərə almırdı. Bu yanaşma, həmçinin iqtisadi inkişafın avtomatik olaraq bərabərsizliyi aradan qaldıracağına hələ də inanırdı. WID cəmiyyətdə gender bərabərsizliyini mütəmadi olaraq yaradan sosial strukturları dəyişdirməyə cəhd göstərmirdi. WID çərçivəsində bəzi ölkələrdə aqrar sektorda çalışan qadınlara kiçik kreditlər paylayan proqramlar ciddi əngəllərlə rastlaşırdı: qadınlar kreditləri götürsələr də, ailə və icmadaxili gender iyerarxiyasında maliyyə ehtiyatlarına nəzarət kişilərdə olduğu üçün onlara sahib çıxa bilmirdilər. Bu bölgələrdə qadın sahibkarlarına dəstək kimi nəzərdə tutulmuş proqramlar real nəticə vermirdi. WID-in yanaşmasının korrektəyə ehtiyacı vardı.

Qadın və inkişaf mərhələsində İnkişafda qadın mərhələsinin çatışmayan cəhətləri nəzərə alındı. “Qadınları dəyişdirməkdənsə, inkişafın üsul və istiqamətlərini dəyişdirmək lazımdır” fikri bu mərhələnin devizinə çevrildi. WAD çərçivəsində qadınların modernizasiya və sənayeləşmə prosesində iştirakı yenidən araşdırıldı. Yoxsul ölkələrdə qadınların yerli və beynəlxalq kapitalın istismar qurbanlarına çevrilməsi WAD siyasətinin əsas mövzularından biri oldu. WAD qadınlar üçün kişilərlə bərabər iş şəraitinin yaradılması, qadınların gəlir gətirən fəaliyyətlərə cəlb olunmasını dəstəkləyirdi. Bu mərhələdə inkişaf siyasətinin hədəfi olaraq ictimai sahədə gender bərabərsizliyi seçilmişdi. Özəl sahədə mövcud olan ayrı-seçkilik və zorakılıq, qadınların ailə və icma daxilində yerinə yetirdiyi reproduktiv fəaliyyət – uşaqların tərbiyəsi, müalicəsi, xəstə, qoca və şikəst ailə üzvlərinə qayğı göstərilməsi, icmalarda vəzifələrin pulsuz icra edilməsi kimi məsələlər WAD-ın diqqət mərkəzindən kənarda qalmışdı.

WID və WAD çərçivəsində qazanılan uğurlara baxmayaraq, 90-cı illərdə

gender və inkişaf sahəsində çalışan qurumlar və mütəxəssislər yeni mürəkkəb suallarla üz-üzə qaldılar. Artıq məlum idi ki, gender bərabərsizliyinin kökləri keçmişdən gəlsə də, inkişaf prosesinin özü gender bərabərsizliyinin yeni formalarını əmələ gətirir.

- Qadınların inkişaf prosesinə inteqrasiyası bəzi bölgələrdə istismar, genderəsaslı tabelik və cinsi ayrı-seçkilik əsasında qurulmuş yeni münasibətlər sistemlərini əmələ gətirirdi.
- Qlobal ticarətin və kommunikasiyaların inkişafı insan alveri və seksual istismarın, qeyri-leqal miqrasiya və qeyri-formal iqtisadiyyatın artımı ilə müşayiət olunurdu. Bu artımın mühüm mənbəyini yoxsul ölkələrin qadın və uşaqlarının seksual və fiziki istismarı təşkil edirdi.

Belə bir şəraitdə ümumiləşdirilmiş “qadın” konsepsiyasını rədd edən, dünyanın müxtəlif ölkələrində qadınların və kişilərin fərqli təcrübələrinə əsaslanmağa üstünlük verən **Gender və inkişaf (Gender and Development, GAD)** yanaşması yarandı. GAD qadınların gəlir gətirməsə də, cəmiyyətin varlığı üçün zəruri olan reproduktiv fəaliyyətinin (uşaqların tərbiyəsi, ev şəraitində qida istehsalı, xəstə və şikəst ailə üzvlərinə qayğı) iqtisadi və ictimai əhəmiyyətini diqqət mərkəzinə çəkdi. Bərabərsizlik probleminin həllində GAD diqqəti qadından daha çox gender münasibətlərinə yönəltdi. Qadını dəyişmək əvəzinə, sistemi dəyişməyə üstünlük verdi. GAD yanaşmasına görə, dünyanın bir çox bölgələrində ailə və icma daxilində hökm sürən gender bərabərsizliyi ailədən kənarda olan və inkişaf siyasətini müxtəlif səviyyələrdə həyata keçirən qurumlarda davam edir. Əksər ölkələrdə qızlar və qadınlar məhz bu qurumların ədalətsiz qaydaları üzündən inkişafda fəal iştirak imkanından məhrum olurlar. Belə bir şəraitdə insan inkişafına nail olmaq üçün institusional islahatların keçirilməsinə ehtiyac yaranır. Genderyönümlü həssas yanaşma bu ehtiyacdan doğdu.

Gender bərabərsizliyi təkcə qızların və qadınların maraqlarına ziyan vurmur, o, həmçinin oğlanlar və kişilərə mənfi təsir göstərir... Yaponiyadan Mərakeşə, Özbəkistandan Amerika Birləşmiş Ştatlarına qədər gender bərabərsizliyi dünyanın əksər bölgələrində mövcuddur. Lakin qadınlarla kişilər arasında olan bərabərsizlik bir çox fərqli formalarda özünü büruzə verə bilər. Əslində, gender bərabərsizliyi vahid bir fenomen deyil, bir-biri ilə əlaqədə olan problemlər toplusudur.

Amartya Sen, Nobel mükafatı laureatı[1]

[1] Amartya Sen, Many faces of gender inequality:http://www.flonnet.com/fl1822/18220040.htm

"Gender mainstreaming" və ya genderyönümlü həssas yanaşma nədir?

UNUTMAYAQ!

"Gender mainstreaming" – strategiya, gender bərabərliyi isə məqsəddir.

GAD yanaşması gender münasibətlərini dəyişən institusional dəyişikliklər sahəsində "gender mainstreaming" strategiyasını irəli sürdü.[1] **"Gender mainstreaming" genderyönümlü həssas yanaşma deməkdir.** Belə bir yanaşma istənilən sahədə və istənilən səviyyədə planlaş-dırılan fəaliyyətin kişi və qadınlara olan təsirinin qiymətləndirilməsi prosesidir. Bu strategiya siyasi, iqtisadi və sosial sahələrdə həyata keçirilən siyasət və proqramların işlənib hazırlanması, icrası, monitorinqi və qiymətləndirilməsində tətbiq olunur. O, qadın və kişilərin maraq və təcrübələrindəki fərqləri nəzərə alır.

1995-ci ildə Pekində keçirilmiş BMT-nin dördüncü Dünya Qadın Konfransında "Gender mainstreaming" strategiyası dəstəkləndi və dünyanın bir çox ölkələrində, o cümlədən Azərbaycanda dövlət siyasəti səviyyəsində həyata keçirilməyə başladı. "Azərbaycan 2020: Gələcəyə Baxış" İnkişaf Konsepsiyasında gender bərabərliyi məsələsi ölkə inkişafının strateji məsələlərindən biri kimi öz əksini tapıb.

"Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyası

7.4. Gender bərabərliyinin təmin olunması və ailənin inkişafı[2]

Ölkədə gender bərabərliyinin təmin edilməsi məsələsi diqqət mərkəzində saxlanılacaq və onun həlli istiqamətində müvafiq tədbirlər gerçəkləşdiriləcəkdir. Bu sahədə dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərini **genderəsaslı zorakılıq hallarının qarşısının alınması üzrə tədbirlərin görülməsi, qadınlar və kişilər üçün əmək bazarında bərabər imkanların yaradılması, qadınların işdə irəli çəkilmək, rəhbər vəzifə tutmaq imkanlarının daha da genişləndirilməsi** təşkil edəcəkdir.

Ana və uşaqların sosial müdafiəsi və mühafizəsinin gücləndirilməsi, BƏT-in ratifikasiya olunmuş "Ailə öhdəlikləri olan işçilər haqqında Konvensiya"sına uyğun olaraq, **işləyən valideynlər üçün uşağa baxmanın asanlaşdırılması, uşaq bağçalarının sayının artırılması, həmçinin ailə planlaşdırma xidmətlərinin** inkişaf etdirilməsi dəstəklənəcəkdir. Qeyd edilən istiqamətlərin reallaşdırılması üçün bir sıra məqsədli sənədlər qəbul ediləcəkdir.

[1] Agreed Conclusions on Gender Mainstreaming. Geneva: United Nations Economic and Social Council, 1997, http://www.un.org/documents/ecosoc/docs/1997/e1997-66.htm

[2] "Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyası. https://president.az/files/future_az.pdf

Gender bərabərsizliyi göstəricisi və insan inkişafı

Gender bərabərliyi sahəsində mövcud vəziyyəti araşdırmaq, onun dinamikasını izləmək və dünyanın müxtəlif ölkələri və regionları arasında müqayisələr aparmaq məqsədilə BMT-nin İnsan İnkişafı Hesabatlarına 1995-ci ildən başlayaraq iki göstərici – GDI və GEM daxil edildi. 2010-cu ildə isə İnsan İnkişafı Hesabatının 20-ci yubiley buraxılışında qadınlarla kişilərin nailiyyətləri arasında olan uyğunsuzluğu ölçən göstərici – GII təqdim olundu. GII gender bərabərsizliyi üzündən insan inkişafına vurulan ziyanı əks etdirir.

Beləliklə, genderəlaqəli göstəricilərin sayı 3-ə çatdı:

- GDI (Gender related Development Index-Gender əlaqəli İnkişaf İndeksi)
- GEM (Gender Empowerment Measure – Gender Gücləndirməsinin Ölçüsü)
- GII (Gender Inequality Index – Gender Bərabərsizliyi İndeksi)

Ölkənin Gender Bərabərsizlik İndeksinin 0-a yaxın olması gender bərabərsizliyinin aşağı səviyyədə, 1-ə yaxın olması isə yuxarı səviyyədə olmasını göstərir.

Aşağıdakı cədvəldə BMT-nin 2019-cu il üçün olan İnsan İnkişafı Hesabatında Yəmən, İsveçrə, Türkiyə, Azərbaycan və Gürcüstanın Gender Bərabərsizliyi İndeksi və İnsan İnkişafı İndeksinə əsasən mövqeləri əks olunub.[1]

Ölkələr	Gender Bərabərsizliyi İndeksi	İnsan inkişafı indeksinə görə sıra sayı
İsveçrə	0.037	1 (İnsan inkişafı səviyyəsi çox yüksəkdir)
Türkiyə	0.305	66 (İnsan inkişafı səviyyəsi çox yüksəkdir)
Azərbaycan	0.321	70 (İnsan inkişafı səviyyəsi yüksəkdir)
Gürcüstan	0.351	75 (İnsan inkişafı səviyyəsi yüksəkdir)
Yəmən	0.834	162 (İnsan inkişafı səviyyəsi çox aşağıdır)

Çox yüksək İnsan İnkişafı İndeksinə malik olan İsveçrədə gender bərabərsizliyi az müşahidə olunur (GII olduqca aşağıdır). İnsan İnkişafı İndeksi çox aşağı olan Yəməndə isə gender bərabər-sizliyi olduqca kəskindir. İnsan İnkişafı baxımından orta mövqelərdə yerləşən Türkiyə, Azərbaycan və Gürcüstanın GII səviyyəsi də yaxındır.

Gender Bərabərsizliyi İndeksi (Gender Inequality Index, GII) üç sahədə qadınlarla kişilərin nailiyyətləri arasında olan uyğunsuzluqların statistik göstəriciləri əsasında hesablanır. Bu sahələr aşağıdakılardır:

- Reproduktiv sağlamlıq
- Səlahiyyətlərin genişləndirilməsi
- Əmək bazarı

Reproduktiv sağlamlıq sahəsində vəziyyət özü də iki göstərici əsasında müəyyənləşdirilir:

1) ana ölümü;
2) yeniyetmələr arasında nəsilvermə əmsalı.

[1] UN Human Development Report. 2019. Səh. 330-333. https://read.un-ilibrary.org/economic-and-social-development/human-development-report-2019_838f78fd-en#page332

Səlahiyyətlərin genişləndirilməsi sahəsinə aid məlumat da iki göstərici əsasında hesablanır:

1) parlamentdə iştirak;

2) təhsil səviyyəsi.

Əmək bazarı sahəsində bir göstəricidən – İşçi Qüvvəsində İştirak səviyyəsindən istifadə olunur.

Gender statistikası. Azərbaycanda gender statistikası

Son 15 il ərzində gender meynstriminqin tərkib hissəsi olan gender statistikası dünyada uğurla inkişaf edir. Gender statistikası cinslər üzrə toplanaraq təhlil olunan və cəmiyyətdə gender məsələlərini əks etdirən statistik məlumatlardır. Davamlı insan inkişafı strategiyasını dəstəkləyən ölkələr gender statistikasının gəlişməsini diqqətdə saxlayırlar.

Jurnalistlər üçün statistik məlumatlardan yararlana bilmək müstəsna dərəcə önəmlidir. Gender mövzusunda yazarkən isə məsələnin cəmiyyət üçün nə dərəcədə həssas olduğunu nəzərə alaraq ikiqat diqqətli olmaq gərəkdir. Burada stereotip təsəvvürlərdən çıxış edərək mühakimələr yürütməkdənsə, gender statistikasından bəhrələnmək daha peşəkar yanaşmadır. Unutmayaq ki, cəmiyyət inkişaf edir, dəyişir. Dünənki təsəvvürlər bu gün az da olsa, dəyişə bilər və belədə ən etibarlı mənbə rəsmi statistik göstəricilər ola bilər.

Azərbaycan Respublikasının Statistika Komitəsinin rəsmi saytında "Gender göstəriciləri" bölməsində Azərbaycanda gender bərabərliyini əks etdirən, 15 sahəni əhatə edən kompleks statistik göstəricilər sistemi yerləşdirilib. "Azərbaycanda qadınlar və kişilər" statistik məcmuəsi aşağıdakı 10 sahə üzrə 130 göstərici üzrə gender statistikasını təqdim edir:[1]

1. Əhali
2. Səhiyyə
3. Təhsil və elmi kadrlar
4. Məşğulluq və işsizlik
5. Əhalinin iqtisadi fəallığına görə seçmə statistik müşahidə 1
6. Kənd təsərrüfatı, meşəçilik və balıqçılıq
7. Həyat səviyyəsi və sosial təminat
8. Parlament 3
9. Hüquqpozmalar
10. Beynəlxalq müqayisələr.

Gender statistikasının təhlili bizim inklüziv cəmiyyətə nə qədər yaxın olduğumuzu qiymətləndirmək üçün əvəzsiz rol oynayır. Misal üçün, qadınların və kişilərin seçkilərdə səsvermə faizlərinə nəzər salsaq, hər iki cinsin eyni dərəcədə fəallıq göstərdiyinin şahidi olarıq. Amma qadınların bu mərhələdəki siyasi aktivliyi onların sonrakı mərhələlərdə – siyasi iyerarxiyada yer almalarına, parlamentdə təsir olunmalarına xüsusi təsir göstərmir. Eyni vəziyyət əmək bazarına da şamil oluna bilər. Burada da qadınların çəkisinin çox olmasına baxmayaraq, gəlirlərin bölüşdürülməsindən tutmuş rəhbər vəzifələrdə təmsilçiliyə qədər onlar bir qayda olaraq kənarda qalırlar.

Gender barabərliyi sahəsində vəziyyəti qiymətləndirmək üçün nüfuzlu təşkilatların araşdırmaları da böyük rol oynayır. BMT-nin Əhali Fondunun (UNFPA) Azərbaycandakı Nümayəndəliyinin, Azərbaycan Respublikasının Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin, "Promundo"

[1] Azərbaycanda qadınlar və kişilər. https://www.stat.gov.az/source/gender/

Beynəlxalq təşkilatının və Sosial Tədqiqatlar üzrə Beynəlxalq Mərkəzin "Azərbaycanda gender bərabərliyi və gender münasibətləri: mövcud vəziyyət və imkanlar. Kişilərin gender bərabərliyinə münasibətinə dair tədqiqatı" bu tipli araşdırmaya uğurlu misaldır.

Tədqiqatın nəticələri Azərbaycanda 1995-ci ildən sonra gender bərabərliyi, inklüziv cəmiyyət quruculuğu istiqamətində pozitiv dinamikanın olduğunu göstərir. Araşdırmanın nəticələri sırasında da yer alan maraqlı nəticələrdən biri belə səslənir: *"Azərbaycanda bir çox kişi "kişilik" anlayışının mənfi aspektlərindən uzaqlaşır və bu gender bərabərliyinin təminatları baxımından müsbət dinamikanın olduğunu nümayiş etdirir".*[1]

BMT-nin 2019-cu il üçün İnsan İnkişafı üzrə illik Hesabatında 1995-ci ildən etibarən gender bərabərliyi sahəsində əldə olunan ən mühüm nəticə belə səslənir: *"1995-ci ilin İnsan İnkişafı Hesabatı ilə müqayisədə gender uyğunsuzluqları azalıb, ötən illər ərzində təhsil və səhiyyə sahəsində tərəqqi əldə olunub. Nəticə belədir. Bədbinliyə əsas yoxdur, gələcəyə ümid var".*[2]

Qadınların mediada təmsilçiliyi

Gender statistikasının inkişafı bizim inklüziv cəmiyyətə doğru gedən yolda hədəflərə nə dərəcədə çatıb-çatmadığımızı müəyyənləşdirmək üçün vacib olan alətlərdəndir. Gender statistikası həm də mediada gender bərabərliyinin nə dərəcədə əldə olunduğunu göstərən çox vacib məlumat bazasıdır. Belə bir statistika bizə qadın və kişilərin media təmsilçiyi barədə ayrıntılı məlumat verməklə yanaşı, eyni zamanda problemlərin kökünü görməyə imkan yaradır. Əvvəlki mövzularda biz mediada gender bərabərsizliyinin səbəblərini araşdırarkən ən ümdə səbəblərdən biri kimi bunun kontenti yaradanların kimliyi ilə bağlı olduğunu müəyyən etmişdik. Belə ki qadın obrazlarının az olması və ya qərəzli təsviri bir sıra hallarda müəlliflərin, sadəcə, kişilərin olması, alternativ ideyaları və ya seçənəkləri təklif edə biləcək qadın peşəkarların xəbər otaqlarında və redaktorlar arasında az olması, qərar qəbuletmədə zəif iştirakı birbaşa əlaqəlidir. Bu səbəbdən qadınların mediada təmsilçiliyinin gender aspektlərinin öyrənilməsi, gender statistikasının aparılması mediada gender bərabərsizliyini aradan qaldırmaq üçün irəli sürülən peşəkar strategiyalar içərisində önəmli yer tutur.

UNESCO-nun Qadınların Beynəlxalq Media Fondu (İnternational Women's Media Foundation) ilə birlikdə həyata keçirdiyi "Qadınların xəbər mediasındakı vəziyyəti barədə qlobal hesabatı" dünyanın 60 ölkəsində çalışan 170000 media işçisini əhatə edib. Hesabata görə, qadınlar tədqiq olunan 522 media şirkətinin tam ştatda olan əmək qüvvəsinin üçdə birini (33.3%) təşkil edirlər.[3] Media sahəsində idarəetmədə yüksək vəzifələrin 73%-ni kişilər, 27%-ni qadınlar tutur. Reportyorlara gəldikdə

[1] Azərbaycanda gender bərabərliyi və gender münasibətləri: mövcud vəziyyət və imkanlar. Kişilərin gender bərabərliyinə münasibətinə dair Tədqiqatın (IMAGES) nəticələri üzrə Hesabat. səh. 11.
[2] UN Human Development Report. 2019. səh. 148.
[3] Global Report on the Status of women in the News Media. UNESCO/IWMF, 2011. səh. 6.

kişilər bu sahə-dəki işçi qüvvəsinin üçdə birini təşkil edir. Xəbər toplayan, redaktor və müxbirlər arasında qadınlar 41%-dir. Qadınlar idarəetmə və ali menecmentdə Şərqi Avropada (33% və 43 %) və Qərbi Avropada (36% və 37%) daha yaxşı təmsil olunublar. Asiya və Okeaniya regionunda qadınların medianın idarəetmə və ali menecmentində təmsilçiliyi 13%-dir. Bu göstəricinin ən yüksək olduğu region Cənubi Afrikadır – 79.5%. Litvada qadınlar kiçik və baş müxbir kimi (müvafiq olaraq 78.5% və 70.6%) üstünlük təşkil edirlər. Onlar orta və yüksək idarəetmədə kişilərlə, demək olar ki, bərabər təmsil olunublar. Qlobal araşdırma belə bir faktı da üzə çıxarıb ki, tədqiq olunan 20 ölkədə qadınların orta və yuxarı vəzifələrə yüksəlməyində gözəgörünməz maneələr vardır. Araşdırılan şirkətlərin yarıdan bir qədər çoxu şirkətdaxili gender bərabərliyi üçün imkanlarayönəli siyasət yürüdür. Şərqi və Qərbi Avropada belə şirkətlər 16%, Sub-Saxara Afrikasında isə 69%-dir.[1]

Azərbaycan mediasında gender münasibətləri və statistikası yalnız son illərdə öyrənilməyə başlanılıb. Avropa Şurasının Bakı nümayəndəliyinin həyata keçirdiyi “Azərbaycan mediasında gender bərabərliyi və digər etik standartların təşviqi” layihəsi çərçivəsində Jurnalistlərin Həmkarlar İttifaqları Azərbaycan Respublikasının media təşkilatlarında və kütləvi informasiya vasitələrində gender statistikasını araşdırıb. 2020-ci ilin yanvar-aprel aylarında aparılan, respublikanın bütün ərazilərini əhatə edən tədqiqata ölkədə fəaliyyət gös-tərən media təşkilatları (jurnalist təşkilatları) və KİV-lər (elektron, çap, onlayn informasiya resursları və informasiya agentlikləri daxil olmaqla bütün KİV növləri) cəlb edilib. Araşdırmanın nəticələri “Azərbaycan mediasında gender münasibətləri: cari statistik durum və imkanlar” adlı hesabatda əksini tapıb.

Azərbaycan KİV-lərində və media təşkilatlarında (jurnalist təşkilatlarında) çalışanların cins tərkibi:

KİV-lər:
Çalışanlar: 57 faiz kişi, 43 faiz qadın
İdarəçilikdə təmsil olunanlar: 65 faiz kişi, 35 faiz qadın
Rəhbər şəxslər: 79 faiz kişi, 21 faiz qadın

Media təşkilatları:
İdarəçilikdə: 78 faiz kişi, 22 faiz qadın
Rəhbər şəxslər: 89 faiz kişi, 11 faiz qadın

Elektron KİV-lər:
Kişilər 39 faiz, qadınlar 61 faiz

Çap KİV-lər:
Kişilər 42 faiz, qadınlar 58 faiz

Onlayn KİV-lər
Kişilər: 60 faiz, qadınlar 40 faiz

İnformasiya agentlikləri:
Kişilər 44 faiz, qadınlar 56 faiz

[1] İbid, səh 9.

AZƏRBAYCAN MEDİA QURUMLARININ İDARƏÇİLİYİNDƏ QADINLAR

- **Azərbaycan Mətbuat Şurasının 22 üzvündən 2-i qadındır.**
- **Milli Televiziya və Radio Verilişləri Yayım Şurasının fəaliyyətdə olan 5 üzvündən 1-i qadındır.**
- **Medianın İnkişafı Agentliyinin sələfi olan Azərbaycan Republikası Prezidenti yanında Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin İnkişaf Fondunun (2008–2021) üzvləri arasında qadın olmayıb.**
- **Azərbaycanda TV və radio şirkətlərində sədr vəzifəsi tutanlarının arasında qadın yoxdur.**

Azərbaycanda qadınların media qurumlarında rəhbər vəzifə tutmamalarının səbəbini mövcud status-kvonu saxlamaq istəyənlər, adətən, qadın jurnalistlərin “ailə və ya karyera” dilemması ilə üzləşmələri ilə izah edirlər.

Hərçənd ki, Azərbaycan jurnalistika tarixindən bu ehtimalı dağıtmaq üçün kifayət qədər əks arqument gətirmək olar.

BİLİRSİNİZMİ?

- **Azərbaycanın ilk jurnalist Milli Qəhrəmanı Salatın Əsgərova həm də bu ada layiq görülən ilk qadındır...**
- **Azərbaycanın ilk müstəqil informasiya agentliyi – “AssA İradə” agentliyini Azərbaycanın Əməkdar jurnalisti İradə Vəkilova 1990-cı ildə yaradıb, 1991-ci il martın 5-də qeydiyyatdan keçirib...**
- **“Azadlıq” radiostansiyasının Azərbaycan üzrə ilk müxbirləri qadınlar olub – Elmira Əmrahqızı və Elmira Axundova...**
- **Ümummilli lider Heydər Əliyevi müşayiət edən jurnalist korpusunda daimi yer alan qadın jurnalistlərin sayı 6 olub – İradə Vəkilova, Elmira Əsgərova, Elmira Əmrahqızı, Elmira Axundova, Asya Hacızadə və Aynur Bəşirli...**
- **AZƏRTAC-ın ABŞ-da ilk xüsusi müxbiri Şəfəq Mehrəliyeva olub...**
- **AZƏRTAC-ın Şimali Afrika və Ərəb ölkələri üzrə ilk xüsusi müxbiri Asya Hacızadə olub...**

Azərbaycan mediasında gender durumu və statistika ilə tanış olduqdan sonra bizim, bir jurnalist kimi, gəldiyimiz qənaətlərdən biri də bu ola bilər – mövcud durumu düzəltmək üçün, ilk növbədə, özümüzdən başlamalıyıq.

Son söz əvəzi, yaxud jurnalistlər nə edə bilər...

Əgər bu fəsli diqqətlə oxumusunuzsa, bu suala səhifələri vərəqləmədən cavab verə bilməlisiniz:

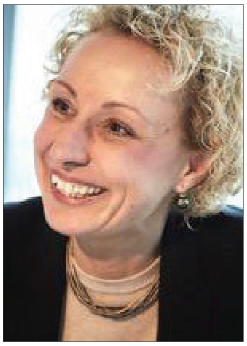
"İnklüziv cəmiyyəti qurmaq üçün vacib olan elementlər zəncirinin sonuncu – 9-cu həlqəsi nədir?"

Unutmusunuzsa, bir daha xatırladıram – **Gələcəyin inklüziv cəmiyyəti haqqında pozitiv hekayələr yaradılması, cəmiyyətin hər bir üzvünün belə bir hekayə üçün öz töhfəsini verməsi.**

Ümid etmək istərdik ki, bu dərslik və sonuncu fəsil bu cür hekayələri peşəkarlıqla yazmaq üçün çox vacib olan inklüziv cəmiyyət, inklüziv inkişaf və inklüziv inkişafın gender aspektlərinin mahiyyəti barədə sizə dolğun biliklər verə bildi.

MƏNBƏLƏR

1. Avropa Şurasının Gender Bərabərliyi Strategiyası 2018–2023.
2. https://rm.coe.int/ge-strategy-2018–2023-azerbaijani/16808cdbd9.
3. "Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış". İnkişaf Konsepsiyası. https://president.az/files/future_az.pdf
4. Azərbaycanda qadınlar və kişilər. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Rəsmi nəşr. Statistik məcmuə. Bakı–2019. https://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/
5. Azərbaycanda gender bərabərliyi və gender münasibətləri: mövcud vəziyyət və imkanlar. Kişilərin gender bərabərliyinə münasibətinə dair Tədqiqatın (IMAGES) nəticələri üzrə Hesabat. http://unazerbaijan.org/wp-content/ uploads/2018/12/gender-equality-az.pdf
6. Azərbaycan Respublikasının Qadın Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin Pekin Fəaliyyət Platforması (1995) və Birləşmiş Millətlər Təşkilatı Baş Assambleyasının 23-cü xüsusi sessiyasının (2000) yekun sənədinin icrası ilə bağlı Milli Hesabatı.
7. http://gender-az.org/doc/az/organization/ gen_gov/pekin.html
8. Creating an Inclusive Society: Practical Strategies to Promote Social Integration. DESA 2009.
9. https://www.un.org/esa/socdev/ egms/docs/2009/Ghana/inclusive-society.pdf
10. Gender Factors and Inclusive Economic Growth: The Silent Revolution, Laura Cabeza-García, 2018.
11. Mainstreaming the Gender Perspective into Social Development, Ronald Wilman, 2010.
12. UN Human Development Report. 2019.
13. https://read.un-ilibrary.org/ economic-and-social-development/ human-development-report-2019_ 838f78fd-en#page332



Krisztina Rozgonyi media hüququ və tənzimləmələr üzrə ekspertdir. Onun əsas akademik maraq dairəsi mediada gender bərabərliyidir. Dr. Rozgonyi Vyana Universitetinin Kommunikasiya departamentində tədqiqatlar aparır və mühazirələr deyir. O, eyni zamanda tədqiqat və siyasi gündəmləri birləşdirən platformanın idarə olunmasını həyata keçirir. Dr. Rozgonyi beynəlxalq təşkilatlarla, həmçinin milli hökumət qurumları və tənzimləyici orqanlarla əməkdaşlıq edir və media azadlığı, media yayımı siyasəti və rəqəmsal platformaların idarə olunması üzrə məsləhətlər verir.

Aynur Bəşirli (s.e.ü.f.d.) jurnalist, tədqiqatçı, Həsən bəy Zərdabi mükafatı laureatı, ATƏT-in jurnalistika təhsili üzrə ekspertidir. 2001-ci ildən davamlı olaraq beynəlxalq təşkilatlar – BMT, Avropa Şurası, Avropa İttifaqı, ATƏT-lə çalışır. A.Bəşirli media sahəsində onlarla layihəyə rəhbərlik edib, Bakı Slavyan Universitetində jurnalistika fakültəsinin əsasını qoyub, 4 ildən çox Yeni media və kommunikasiya texnologiyaları kafedrasının müdiri olub.

Hazırda ADA Universitetində kommunikasiya və rəqəmsal media proqramında dərs deyir.

8 kitab, o cümlədən 4 dərslik və bir monoqrafiya müəllifidir.

Ələsgər Məmmədli hüquqşünas, media hüququ üzrə ekspertdir. İstanbul Universitetinin Hüquq fakültəsini, Türkiyə və Yaxın Şərq Dövlət İdarəetmə Akademiyasını bitirib. Bakı Dövlət Universitetinin Jurnalistika fakültəsində media hüququndan dərs deyib.

Hazırda ADA Universitetində inzibati hüquq fənnini tədris edir.

Hüququn müxtəlif sahələrinə aid çoxsaylı kitab müəllifidir.

Sevinc Əliyeva BDU-nun Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi kafedrasının dosenti, Jurnalistika fakültəsinin elmi işlər üzrə dekan müavinidir.

S.İ.Əliyeva KİV-in dili və redaktənin əsasları, Jurnalist etikası, Gender bərabərliyi və media, Mətbuatda ədəbi-bədii tənqid, “Molla Nəsrəddin” jurnalının sənətkarlıq xüsusiyyətləri fənlərindən dərs deyir, kurs və buraxılış işlərinə, magistr dissertasiyalarına rəhbərlik edir.

1 monoqrafiya, 1 dərs vəsaiti və 5 tədris proqramının müəllifidir.

Kompüter dizayneri ***Səbinə Məmmədova***
Üz qapağı dizayneri ***Firuzə İbrahimova***
Korrektoru ***Günel Məmmədova***

Çapa imzalanmışdır 10.11.2021. Kağız formatı 60x84 $^{1}/_{8}$.
Sifariş 127. Tiraj 1500.

“Təhsil Nəşriyyat-Poliqrafiya”
müəssisəsinin mətbəəsində çap olunmuşdur.

Bakı, AZ 1052, Fətəli xan Xoyski küç., 149
Tel.: (994 12) 567 81 28/29
e-mail: tahsil_az@yahoo.com
tahsilpublishinghouse