

TƏDQİQAT HESABATI

AZƏRBAYCAN MEDİASINDA QADINLARA QARŞI NİFRƏT NİTQİ VƏ DİSKRİMİNATİV NARRATİVLƏR

Gender & Media Watch Tekst Media Kitabıstan

TƏDQIQAT

Azərbaycan mediasında qadınlara qarşı nifrət nitqi və diskriminativ narrativlər

MONİTORİNG VƏ SORĞU

2025

Gender & Media Watch
Tədqiqat hesabatı

**Azərbaycan mediasında qadınlara qarşı
nifrət nitqi və diskriminativ narrativlər**

Bu hesabatın yayım hüquqları “Gender & Media Watch”a məxsusdur. Yenidən və ya hissə-hissə nəşri, eləcə də məlumatların istinad edilmədən istifadəsi “Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa ziddir.

© Gender & Media Watch, 2025

Instagram: @gendermediawatch | YouTube: @GenderMediaWatch
LinkedIn: Gender & Media Watch | Facebook: /gendermediawatch

MÜNDƏRİCAT

Təsisçidən mesaj	5
Giriş	7
Məqsəd və metodologiya	9
Media monitorinqi	11
Tapıntı 1. “Qadının səsvermə hüququ ilə insanlıq uduzdu”	12
Tapıntı 2. “İşləyən qadın xəyanət edir”	13
Tapıntı 3. “Boşanmaların səbəbkarı qadınlardır”	15
Tapıntı 4. “Cəmiyyətin əxlaqını pozan radikal feminist”	17
Tapıntı 5. “Allah ruhu günahkar olan qadını zorakı kişiyə tabe elətdirib”	18
Tədqiqat	20
Tədqiqatın faizlərlə nəticələri	20
Gender əsaslı diskriminasiya və nifrət nitqi ilə bağlı müşahidələr	20
Qadın və kişi rollarının mediada təqdimatı	21
Şəxsi təcrübə və diskriminasiya halları	21
Gender əsaslı diskriminasiyanın cəmiyyətə təsiri	22
Maarifləndirmə üsulları ilə bağlı nəticələr	23
Özünü gender diskriminasiyası qurbanı hesab etməklə bağlı nəticələr	23
Məhdudiyyətlər	24
Təvsiyələr	26
Mediada dil istifadəsi, etik və moral həssaslıq	27
Yekun	28

Bu tədqiqat Azərbaycan mediası və sosial media segmentində qadınlara qarşı nifrət nitqi, stereotiplər və diskriminativ narrativlərin sistemli şəkildə təhlilinə həsr olunub. Hesabatda gender əsaslı dilin, cinsiyyətçi ritorikanın və stereotiplərin ictimai şüura və gender bərabərliyinə təsiri, həmçinin media etikasının və ictimai nəzarətin rolu araşdırılır.

Tədqiqat Gender & Media Watch təşəbbüsü tərəfindən Tekst Media Monitorinqi və Təhlili Mərkəzi və Kitabistan Tədqiqat Mərkəzi ilə əməkdaşlıq çərçivəsində həyata keçirilib.

Hesabatın müəllifləri Gender & Media Watch təşəbbüsünün təsisçisi və rəhbəri Mələk Hacıyeva, eləcə də Gender & Media Watch təşəbbüsünün monitorinq qrupunun rəhbəri, Tekst Media Monitorinqi və Təhlili Mərkəzinin təsisçisi Kamran Həsənlidir.

■ TƏSİSÇİDƏN MESAJ

Böyük hərəkətlərin bir çoxlarının başlanğıcında kiçik bir otaqda, cəmi iki-üç nəfərin müzakirəsi dayanır. Sonradan həmin ideyalar böyüyərək cəmiyyətlərin, bəzən isə bütün insanlığın taleyinə müsbət təsir göstərir. Tarixdə bunun saysız-hesabsız nümunələri mövcuddur. ***“Gender & Media Watch”*** təşəbbüsünün yaranma hekayəsi də məhz belə başlayıb.

Bu təşəbbüsün yaradılması ideyası Azərbaycan mediası və sosial mediasında gender əsaslı ayrı-seçkilik və nifrət narrativlərinin artdığı bir vaxtda zərurətdən doğmuşdu. Bu zərərli narrativləri səsləndirən məsuliyyətsiz şəxslərin fikirlərinin cəmiyyət üçün gətirib çıxardığı acı nəticələri görməmələri isə həqiqətən də dəhşətli idi. Qadın qətlərinin, zorakılığın artması, təcavüz, cinsi qısnama hallarının çoxalması, bunlar baş verərkən də qadınların günahlandırılması doğrudan da məntiqdən kənar idi. Bir jurnalist və daimi olaraq media monitorinqi ilə məşğul olan bir şəxs kimi başa düşürdüm ki, artıq nə-sə etmək vaxtıdır. Beləcə, ***“Gender & Media Watch”*** təşəbbüsü 2025-ci ilin iyun ayında başladı.

Son altı aydır davam edən ***“Gender & Media Watch”*** təşəbbüsü Azərbaycan cəmiyyətində getdikcə daha çox hiss olunan gender ayrı-seçkiliyini və nifrət nitqinə bir cavabdır. Gender bərabərliyi məsələsi uzun müddət yalnız hüquqi sənədlərdə və rəsmi nitqlərdə səslənən anlayış kimi qəbul edilsə də, əslində, o, gündəlik həyatımızın, ictimai münasibətlərimizin və gələcək inkişaf yolumuzun ayrılmaz hissəsidir.

Bu təşəbbüsü başlatmaqda məqsədim Azərbaycan mediası və sosial medianın Azərbaycan segmentində kök salmış gender əsaslı stereotiplərin, ayrı-seçkilik və nifrət nitqi narrativlərinin təhlükələrinin gözdə edilməsinə imkan verməmək idi. Çünki media cəmiyyətin kollektiv şüurunu formalaşdıran ən

güclü vasitələrdən biridir. Əgər mediada qadınlara, eləcə də kişilərə qarşı ədalətsiz münasibət, alçaldıcı yanaşma və ya stereotiplərin təkrar-təkrar normal kimi təqdim olunması halları baş verirsə, bu, bütövlükdə cəmiyyətin inkişafına mane olur. Bu təşəbbüs həm Azərbaycan cəmiyyətinin media savadlılığını artırmaq, həm də gender bərabərliyini təşviq etmək məqsədi daşıyır.

Mən inanıram ki, “Gender & Media Watch” təşəbbüsü vasitəsilə cəmiyyətimizə iki əsas töhfə verə bilərik: birincisi, faktlara əsaslanan obyektiv təhlillərlə problemin real nəticələrini göstərmək; ikincisi isə medianı və ictimaiyyəti daha ədalətli, daha inklüziv dəyərlərə doğru istiqamətləndirmək.

Bu hesabat təkcə araşdırmalar və monitorinq toplusu deyil, həm də daha inklüziv gələcəyə ünvanlanan bir çağırışdır. Çünki gender bərabərliyi bütövlükdə cəmiyyətin rifahı, sabitliyi və demokratik inkişafı üçün zəruridir.

Ümid edirəm ki, bu hesabat, hər bir oxucu üçün təkcə məlumatlandırıcı deyil, həm də düşündürücü olacaq, hər birimizə üzərimizə düşən məsuliyyəti xatırladacaq.

Məlak Hacıyeva
Gender & Media Watch
təşəbbüsünün təsisçisi və rəhbəri

■ GİRİŞ

Son illərdə Azərbaycanda ictimai diskursda gender bərabərliyi məsələsi daha çox gündəmə gəlməyə başlasa da, həm ənənəvi media, həm onlayn media, həm də sosial mediada qadınlara və gender məsələlərinə münasibətdə ciddi problemlər qalmaqdadır. Gender əsaslı stereotiplər, ayrı-seçkilik və nifrət nitqi yalnız qadınların ictimai və siyasi həyatda iştirak imkanlarını məhdudlaşdırmır, həm də bütövlükdə cəmiyyətin inkişafı və sosial rifah üçün maneə yaradır.

“Gender & Media Watch” təşəbbüsü məhz bu problemləri daha dərinləndirən anlamaq, onların miqyasını faktlara əsaslanaraq göstərmək və cəmiyyət üçün konstruktiv müzakirə platforması yaratmaq məqsədi ilə başlanılıb. Təşəbbüsün bu hesabatı 2024-cü ilin iyun ayından 2025-ci ilin sentyabr ayına qədər Azərbaycan mediası və sosial medianın Azərbaycan segmentində yayılan gender əsaslı ayrı-seçkilik, nifrət nitqi və gender stereotiplərinin monitorinqi və təhlilini əhatə edir. Bununla yanaşı, hesabat çərçivəsində 2025-ci ilin iyun-avqust aylarında Bakı və Lənkəran şəhərlərində keçirilən küçə sorğuları, həmçinin bütün Azərbaycanı əhatə edən onlayn sorğuların nəticələri təqdim olunur.

Beləliklə, hesabat iki əsas hissədən ibarətdir:

1. Media və sosial media monitorinqi (2024-2025) əsasında gender əsaslı ayrı-seçkilik narrativlərinin və nifrət nitqinin təhlili;
2. Sorğu nəticələri (iyun-avqust 2025) əsasında ictimaiyyətin gender bərabərliyi, stereotiplər və mediada qadınların və kişilərin necə təqdim edildiyi ilə bağlı fikirləri.

Bu yanaşma oxucuya həm ictimai rəydəki tendensiyaları, həm də mediada yayılan dominant narrativləri birlikdə görmək imkanı verir və məsələnin daha geniş çərçivədə anlaşılmasına xidmət edir.

Tədqiqatın məqsədi yalnız mövcud vəziyyəti təsvir etməklə məhdudlaşmır. Məqsəd həm də gender bərabərliyi məsələsinin cəmiyyətin sağlam gələcəyi və davamlı inkişafı üçün vacib olduğunu ictimaiyyətin, medianın və dövlət qurumlarının diqqətinə çatdırmaqdır. Bu baxımdan, hesabatda təqdim olunan tövsiyələrin istər ictimaiyyət, istərsə də media qurumları, aidiyyəti dövlət qurumları və vətəndaş cəmiyyəti üçün mühüm yol xəritəsi olacağına ümid edirik.

■ MƏQSƏD VƏ METODOLOGİYA

Tədqiqatın əsas məqsədi Azərbaycanın media məkanında gender məsələlərinin işıqlandırılma tərzini, televiziya proqramlarında və sosial şəbəkələrdə ekspert qismində çıxış edən şəxslərin qadın-kişi bərabərliyi ilə bağlı yanaşmasını sistematik şəkildə izləmək, mövcud problemləri müəyyənləşdirmək və onların həlli üçün peşəkar təhlillər və tövsiyələr təqdim etməkdir. Hesabat eyni zamanda mediada və sosial mediada yayılan gender əsaslı ayrı-seçkilik və nifrət nitqi narrativlərinə qarşı faktlara və qanunvericiliyə əsaslanan peşəkar yanaşma ortaya qoymağı hədəfləyir.

Bununla yanaşı, Bakı və Lənkəran şəhərlərində keçirilən küçə sorğuları və ölkə miqyasında aparılmış onlayn sorğular vasitəsilə ictimaiyyətin mövzuya münasibəti, insanların bu cür narrativlərdən necə təsirləndikləri, əsasən hansı platformalarda bununla üzləşdikləri və nə kimi həll yolları təklif etdikləri öyrənilib.

Monitoring 2024-cü ilin iyun ayından 2025-ci ilin sentyabr ayınadək olan müddəti əhatə edib və qarışıq metodologiyaya əsaslanaraq həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət yanaşmalarının birləşdirilmiş tətbiqi ilə aparılıb. Kəmiyyət metodları çərçivəsində küçə və onlayn sorğular həyata keçirilib, müxtəlif yaş, cins və sosial qruplardan respondentlərin fikirləri öyrənilib. Keyfiyyət yanaşması isə media və sosial media məzmunlarının sistemli şəkildə izlənməsi və təhlili üzərində qurulub. Media monitoringi zamanı televiziya kanallarının proqramları, xəbər portalları və sosial media platformaları seçilmiş açar sözlər vasitəsilə izlənilib, əldə olunan materiallar həm kəmiyyət (*təkrarlanma tezliyi, statistika*), həm də keyfiyyət (*ifadə və ton, stereotipik yanaşmalar, qurbanın*

günahlandırılması, açıq nifrət nitqi) baxımından təhlil edilib.

Metodologiyanın etibarlılığını və dərinliyini artırmaq üçün bir neçə əlavə yanaşmadan da istifadə olunub. Məzmun analizi vasitəsilə mediada yayımlanan mətn və vizual materialların strukturu, dil xüsusiyyətləri və təsir gücünü araşdırılıb. Diskurs analizi tətbiq edilərək televiziya və podkastlarda gender məsələlərinin necə çərçivələndiyi və hansı dominant narrativlərin önə çıxdığı müəyyənəşdirilib.

Sorğu nəticələri isə tematik analiz yolu ilə kodlaşdırılaraq əsas mövzular üzrə qruplaşdırılıb, ictimaiyyətin baxış bucaqları daha aydın görünüb. Həmçinin trianqulyasiya prinsipi tətbiq olunaraq müxtəlif metodlardan əldə edilən nəticələr müqayisə edilib. Bütün bu yanaşmalar hesabatın yalnız vəziyyətin təsvirini deyil, həm də gələcək addımlar üçün praktik yol xəritəsini təqdim etməsinə şərait yaradıb.

Sorğu 2025-ci ilin iyun-avqust aylarında həyata keçirilib və qarışıq metod yanaşmasına əsaslanıb. Məlumat toplama prosesi həm onlayn, həm də oflayn üsulları əhatə edib. Belə ki, ölkənin bütün bölgələrindən iştirak üçün açıq olan onlayn sorğular ictimai rəyi geniş miqyasda ölçməyə imkan verib, Bakı və Lənkəran şəhərlərində aparılmış küçə sorğuları isə sosial şəbəkələrdən istifadə etməyən və ya onlayn iştirak imkanı məhdud olan insanların da fikirlərini daxil etməyə şərait yaradıb. Bu yanaşma həm coğrafi, həm də sosial təbəqələrin müxtəlifliyini təmin edib.

Sorğuda kəmiyyət və keyfiyyət yanaşmaları birləşdirilib. Kəmiyyət tərəfi standart suallara verilən cavabların statistik təhlili ilə ifadə olunub, keyfiyyət tərəfi isə respondentlərin açıq cavablarının, əlavə qeydlərinin və müşahidələrinin analizi vasitəsilə ictimai rəyin daha dərin qatlarını üzə çıxarıb. Bu yanaşma tədqiqatın nəticələrinə həm ümumiləşdirilə bilən, həm də kontekstual baxımdan zəngin izahlar gətirməyə imkan verib.

Media monitoringi

Azərbaycanın media məkanında gender əsaslı ayrı-seçkilik və nifrət nitqi hallarını müəyyən etmək üçün 2024-cü ilin iyun ayından 2025-ci ilin sentyabr ayınadək hərtərəfli media monitoringi aparılıb. Monitoring prosesi bir neçə mərhələdən ibarət olub.

Monitoring üçün Apa.az, Musavat.com, Qafqazinfo.az, Report.az, Oxu.az, Baku.ws, Modern.az, Teleqraf.com da daxil olmaqla ölkənin bir sıra əsas xəbər saytları, bütün televiziya kanalları və bir sıra böyük izləyici kütləsinə sahib sosial media səhifələri (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok) seçilib.

Toplanmış materiallar keyfiyyət və kəmiyyət baxımından təhlil edilib. Bu zaman materialların başlığına, mətnində istifadə olunan dilə, vizual təsvirlərə və şərhlər bölməsindəki reaksiyalara əsasən yaratdığı təsirə diqqət yetirilib. Təhlil zamanı *cinsi ayrı-seçkilik yaradan ifadələr, stereotipik yanaşmalar, qurbanın günahlandırılması halları və açıq nifrət nitqi elementləri* təsnifləşdirilərək qeydə alınıb.

Bu hesabatda mediadakı dominant cinsi ayrı-seçkilik ifadələri, stereotipik yanaşmalar və açıq nifrət nitqləri təhlil edilib.

Tapıntı 1. “Qadının səsvermə hüququ ilə insanlıq uduzdu”*

Monitoring nəticələri göstərir ki, media və sosial media platformalarında qadınların fundamental hüquqları, xüsusilə, təhsil və seçki hüququ hədəfə alınır. Bu çərçivədə ekspert kimi təqdim edilən şəxslərin, o cümlədən universitet müəllimi Müşfiq Şükürovun çıxışlarında qadınların seçki hüququnun “*tarixi səhv*” kimi təqdim edilməsi və bununla “*bəşəriyyətin uduzması*” iddia olunub.

O, qadınların səsvermə hüququnu onların təhsil, əmək hüququna sahib olması nəticəsində əldə etdiyini qeyd etməklə və onlara təhsil imkanının “*kişilərin icazəsi əsasında*” verilməsi ideyasını təbliğ etməklə qadınların fundamental hüquqlarını ictimai diskursda şübhə altına qoyur. Belə yanaşmalar, xüsusilə geniş auditoriyası olan podkastlar və televiziya proqramlarında səsləndirildikdə sonradan digər sosial media səhifələri və onlayn media vasitəsilə də yayılır. Bu isə qadınların təhsil və siyasi iştirakçılıq hüquqlarının legitimliyinə dair ictimai şübhə yaratmaqla onların ictimai-siyasi həyatdan kənarlaşdırılmasına zəmin formalaşdırır.

Təhlillər göstərir ki, bu tip narrativlər təkcə fərdi fikir sərgiləməkdən kənara çıxaraq ictimai rəyin formalaşmasına təsir etmək potensialına malikdir. Qadınların hüquqlarını məhdudlaşdırmağa yönəlmiş ritorika, xüsusilə gənc auditoriyalar üçün təhlükəli olmaqla, cəmiyyətin demokratik inkişafı və gender bərabərliyinə ciddi təhdid yaradır.

* www.youtube.com/watch?v=JxLYtzKmiyM&t=3406s - Nəcib kişi kimdir? (YouTube: Podcast kimi adam)

Tapıntı 2. “İşləyən qadın xəyanət edir”*

Monitoring zamanı ən çox rast gəlinən və geniş auditoriyaya yayılan narrativlərdən biri də qadınların əmək fəaliyyətini məhdudlaşdırmağa çağıran təbliğat olub. Bu fikir həm ənənəvi mediada (televiziya kanallarındakı müzakirə proqramlarında) həm də sosial mediada, xüsusilə populyar, ya da izləyici toplamaq istəyən podkastlarda aktiv şəkildə təbliğ edilir. Narrativin əsas tezisi ondan ibarətdir ki, qadının əsas vəzifəsi ailə qayğıları, uşaq tərbiyəsi və məişət işləri ilə məşğul olmaqdır. İşləyən qadınlar müxtəlif qruplar (Qərb ölkələri, dövlətlər, banklar, şirkətlər və s.) tərəfindən zorla işə cəlb olunub və bu qadınlar ailəsinə və uşaqlarına kifayət qədər vaxt ayırmayan, bununla da ailə institutunun dağılmasının səbəbkarı olan “uğursuz ana” və “uğursuz həyat yoldaşı” kimi təqdim olunur.

Monitoring zamanı aşkar olunan narrativlərdən biri də işləyən qadınların 87 %-nin xəyanət etdiyi, qadınlar işləməyə başlayandan sonra xəyanətlərin sayının artdığı ilə bağlı ab-surd ifadələr olub. Bu ifadəni iqtisadçı Fərhad Pərvizi dövlət televiziyasındakı (Mədəniyyət Tv) proqram da daxil olmaqla geniş auditoriyaya sahib bir sıra podkastlarda dəfələrlə səsləndirib. Onun bu fikirləri böyük izləyici kütləsinə sahib başqa sosial media səhifələrində də yayılaraq böyük auditoriyaya çatdırılıb. Bununla paralel olaraq mediada və podkastlarda ekspert kimi təqdim olunan başqa şəxslər də

* www.youtube.com/watch?v=9dygO64fcNU&t=2271s - Tənhalıq və təklik (Mədəniyyət TV, “Başqa söhbət” proqramı)

www.youtube.com/watch?v=2OQeXKvgvGQ - Qadın-kəşi münasibətlərinin fəlsəfəsi, Müşfiq Ötgün (YouTube: Anlama sənəti)

www.youtube.com/watch?v=q31zhC1YYQ0&t=68s - Qadının əli pul tutandan sonra kişini saymır (ARB TV “Günü bu gün” proqramı)

qadınların işləməməli olduqları, onların işləməsinin xəyanətə gətirib çıxardığı ilə bağlı fikirlər səsləndiriblər.

Azərbaycan kimi mühafizəkar bir cəmiyyətdə bu ifadələrin dövlət televiziya da daxil olmaqla, bir sıra podkastlarda bəzi şəxslər tərəfindən davamlı olaraq səsləndirilməsi qadınların əmək bazarından yayındırılması, iqtisadi müstəqilliyinin hədəfə alınması və onlar üzərində nəzarətin gücləndirilməsi üçün məqsədyönlü şəkildə propaqanda aparılması nəticəsinə gəlinir. Bu isə perspektivdə onların təhsil hüququnun ailələri tərəfindən əllərindən alınmasına, həyat yoldaşlarından asılı hala gəlməsinə, zorakılıqla üzləşdikdə susmalarına gətirib çıxara bilər.

Tapıntı 3. “Boşanmaların səbəbkarı qadınlardır”*

Monitoring zamanı boşanma hallarının artmasında qadınların günahlandırılması tendensiyası aydın şəkildə müşahidə olunub. Bu narrativə görə, qadınların öz hüquqlarından istifadə etməsi, müstəqil qərar qəbul etmələri, iqtisadi vəziyyətlərinin yaxşılaşması onların ailə dəyərlərindən uzaqlaşmasına və nəticədə boşanmalara gətirib çıxarır. Burada digər bir iddia isə qadınların aliment almaq üçün boşanmaq istəməsidir. Məsələn, telekanallarda hüquqşünas kimi təqdim olunan Tağı Hüseynov qadınların aliment alaraq “müstəqil” yaşaya bilmək üçün boşandığını iddia edir. Bu iddianı “sübut etmək” üçün boşanma üçün məhkəməyə müraciət edən tərəflərin statistik göstəricilərindən tez-tez manipulyativ şəkildə istifadə edilir. Belə ki, boşanma təşəbbüsünün əksər hallarda qadınlar tərəfindən irəli sürülməsi qadınların günahkar olmasının “dəlili” kimi təqdim olunur. Lakin bu zaman qadınları boşanma qərarı verməyə məcbur edən əsas səbəblər (məişət zorakılığı, kişinin

* <https://bit.ly/lentazz> - Azərbaycanda boşanmaların əsas təşəbbüskarı qadınlardır (lent.az)
www.youtube.com/watch?v=Q97_6QXErNM - Ailə dağılırsa, orada mütləq günahkar qadındır (Space TV “Tarixin bir günü” proqramı)
www.youtube.com/watch?v=9dygO64fcNU&t=2271s - Tənhalıq və təklik (Mədəniyyət TV, “Başqa söhbət” proqramı)
www.youtube.com/watch?v=IVhsXf8DdiI&t=6s - Qadınlara deyirəm ki, ailənizi buna görə dağıtmayın (YouTube: MONİTORİNG TV, “Milli dəyərlər” verilişi)
www.youtube.com/watch?v=iAKmV5WemVs - Boşanmış ailədən qız almaram (ARB TV, “Nigar xanım” proqramı)
www.youtube.com/watch?v=pALHO6gBv7U - Boşanma mədəniyyəti (Mədəniyyət TV, “Başqa söhbət” proqramı)
<https://bit.ly/yenisabah> - “Bir qadın, iki uşaq, 1200 manat gəlir...” - Gənc qadınların boşanma strategiyası (yenisabah.az)

narkotik və içki aludəsi olması, xəyanət, fiziki və psixoloji təzyiqlər və sair) dilə gətirilmir və bu səbəblər tamamilə inkar edilir.

Telekanallarda ekspert qismində çıxış edən şəxslər boşanan qadınların “əxlaqsız” olduğu ilə bağlı zərərli stereotiplərdən çıxış edərək boşanmaların kökündə dayanan məişət zorakılığı kimi əsl problemləri yox sayır.

Aparılan təhlil göstərir ki, müəyyən narrativlərdə kişinin “evin təminatçısı” rolu onun tətbiq etdiyi psixoloji və ya fiziki təzyiqlərə haqq qazandıran argument kimi istifadə olunur. Məsələn, “kişi evə pul gətirirsə, qadın onun bütün təzyiqlərinə dözməlidir” kimi ənənəyə söykənən fikirlərin propaqandası geniş yayılıb. Bu da qurbanın günahlandırılmasına, məişət zorakılıqlarının artmasına, sağlam dialoq və sağlam ailə mühitinin məhv olmasına gətirib çıxara bilər.

Tapıntı 4. “Cəmiyyətin əxlaqını pozan radikal feminist”*

Cinsi ayrı-seçkiliyə, qadınların zorakılığa məruz qalmasına, qadın qətlərinə qarşı çıxan və bu istiqamətdə maarifləndirmə işləri aparan şəxslər və qruplar telekanallara və podcastlara ekspert kimi dəvət olunan şəxslər, eləcə də bəzi media qurumları tərəfindən qarayaxma kampaniyaları ilə üzləşirlər.

Apardığımız monitorinq göstərir ki, əhalinin feminizm hərəkatı haqqında məlumatının az olması və ya olmamasından istifadə edən propaqandaçılar feminizm anlayışından manipulyasiya vasitəsi kimi istifadə edərək onu ailə dəyərlərini dağıdan, Qərbdən idxal edilən və əxlaqsızlığı yayan ideologiya kimi təqdim edirlər. Beləliklə də, gender aktivisti və ya gender bərabərliyi üzrə maarifləndirici fəaliyyət göstərən şəxsləri “feminist” sözü ilə etiketləməklə onların ictimai nüfuzunu hədəfə alır və cəmiyyətdə onlara qarşı müqavimət formalaşdırmağa çalışırlar.

Bu yanaşma nəticəsində gender bərabərliyi ilə bağlı sağlam ictimai müzakirələr əngəllənir, mövzunu gündəmə gətirən şəxslər təhqir və təzyiqlərə məruz qalır və cəmiyyətdə bu mövzuya qarşı aqressiv münasibət formalaşdırılır. Bu etiketləmə həmçinin hüquqlarını tələb edən digər qadınları da qorxutmaq və çəkəndirmək məqsədi daşıyır.

* <https://bit.ly/yenimusavat> - Matriarxın baharı? - Külüngü əlindən alınan Fərhad və “kişi düşmənçiyi”nin yeni dalğası (musavat.com / Yeni Müsavat)

www.youtube.com/watch?v=KluDJfVowRs&t=195s - Həyat yoldaşının ayağının altında ölürəm (ARB TV, “Nigar xanım” proqramı)

www.youtube.com/watch?v=JUZKTUC3ChM&t=181s - Ailə və bankirlər, aqressiv feminizm, qanun və dəyər, evlilik yaşı (YouTube: Podcast kimi adam)

Tapıntı 5. “Allah ruhu günahkar olan qadını zorakı kişiye tabe elətdirib”*

Apardığımız monitorinq göstərir ki, son illərdə Azərbaycanda mediada və sosial mediada bir sıra şəxslər elmi və dini əsaslardan uzaq, psevdo-psixoloji və xurafı izahlar üzərindən cəmiyyətə gender əsaslı ayrı-seçkilik və qadınlara qarşı zorakılığı normallaşdıran mesajlar ötürürlər. Belə çıxışlar xüsusilə “YouTube”, “Instagram” və “Facebook” kimi platformalarda, həmçinin televiziya efirlərində geniş auditoriya toplayır və “spiritual maarifləndirmə” adı altında cinsiyyətçi stereotiplərin yayılmasına xidmət edir.

Məsələn, özünü “master syuçai” kimi təqdim edən Tamilla İsgəndərova kişilərin iqtisadi uğursuzluğunun məsuliyyətini qadınların üzərinə ataraq belə deyir: ***“Kişi əgər pul qazana bilmirsə, bunun günahı qadındadır. Qadın enerji verməlidir ki, kişi pul qazana bilsin”***. O, eyni zamanda qadının ailədə söz haqqının olmasını “qadın hegemonluğu” kimi təqdim edir və bildirir ki, ***“qadının hegemon olduğu ailələrə Allah oğul övladı vermir”***. Bu ifadələrin selektiv abortlar üzrə dünyada ilk sıralarda olan Azərbaycanda səsləndirilməsi olduqca təhlükəli tendensiya ya-radır və ailə daxilində qadınlara qarşı zorakılığı daha da artırma bilər.

Bənzər narrativlər “yoqa təlimçisi” kimi təqdim olunan İradə İmanova tərəfindən də səsləndirilir. O, ***“kişilər qadınlardan***

* www.youtube.com/watch?v=jbCtEN46YOU&t=128s - “Atan narkoman da olsa, qəbul et” |

Qadın kişiye boyun əyməlidir? (Baku TV, “Amin” proqramı)

www.youtube.com/watch?v=EsutAz_oUzA&t=2413s - Boşan(ma): Ən çox boşanma Azərbaycanda niyə olur? (YouTube: Sağlam Həyat by Bizneskar)

www.youtube.com/watch?v=2OQeXKvgvGQ - Qadın-kişi münasibətlərinin fəlsəfəsi, Müşfiq Ötgün (YouTube: Anlama sənəti)

qabaqda getməlidir. Bu Allahın qanunudur. Bu qanunu pozsan, Allah sənə oğul övladından cəza çəkdirər” deyərək qadın bərabərliyinə qarşı dini çalarlarla bəzədilmiş xurafi “arqumentlər” irəli sürür. O, qadının həyatında baş verən bütün mənfi halları - ailə münasibətlərindəki gərginliyi, kişinin zorakılığını və hətta onun narkoman və içki aludəsi olmasını belə ***“qadının ruhunun günahkar olması”*** ilə əlaqələndirir. İmanova bildirir ki, “hansısa kişi qadına qarşı pis rəftar edirsə, deyirəm, gör onun ruhunun nə kimi günahı var ki, Allah onu belə kişiyə tabe elədirib”. Bu kimi fikirlər televiziya efirində səslənir və diqqətçəkici məqam odur ki, verilişin aparıcısı Müşfiq Şükürov da bu yanaşma ilə razılaşır. Beləliklə, məsuliyyətin tam şəkildə qadının üzərinə qoyulması zorakılığın legitimləşdirilməsinə, bu davranışlara dini və mənəvi çalar verməklə cəmiyyətin onu qəbul etməsinə xidmət edir.

Belə xurafat yönümlü, “enerji” və “ilahi nizam” ritorikasına əsaslanan çıxışlar geniş auditoriyada yayılaraq gender bərabərliyinə qarşı moral panika yaradır. Bu panika qadın azadlığını “təbii nizamın pozulması” kimi qələmə verir, kişi üstünlüyünü isə “ilahi qanun” kimi legitimləşdirir. Nəticədə bu cür diskurslar ictimai şüurda qadınlara qarşı zorakılığın və ayrı-seçkiliyin “normal” davranış kimi qəbul olunmasına xidmət edir.

■ TƏDQIQAT

Tədqiqatın faizlərlə nəticələri

Sorğu ümumilikdə 2191 nəfərin iştirakı ilə həyata keçirilib. Respondentlərin 1248 nəfəri oflayn (küçə sorğuları), 943 nəfəri isə onlayn formada sorğuda iştirak edib. Onlayn sorğuda iştirak edənlərin 86,8 %-i qadın, 12,2 %-i kişidir. 1 %-i isə digər cavabını seçib. Küçə sorğusunda isə gender nisbəti daha balanslı olub: iştirakçıların 55,6 %-i qadın, 44,1 %-i kişi, 0,3 %-i isə digər seçimini edib.

Yaş bölgüsü əsasən gənclərin üstünlük təşkil etdiyini göstərir: 49,5 % 18-24 yaş, 31,9 % 25-34 yaş, 9,3 % 35-44 yaş, 3,4 % 45-54 yaş, 0,5 % 55 yaşdan yuxarı, həmçinin 5,4 % 18 yaşdan aşağı. Coğrafi baxımdan onlayn sorğuda iştirakçıların böyük əksəriyyəti Bakı şəhərindən (75,5 %) olub, digər iştirakçılar isə əsasən Sumqayıt (4,4 %), Gəncə (1,5 %), Lənkəran (1,5 %) və digər regionlardan qatılıb.

Gender əsaslı diskriminasiya və nifrət nitqi ilə bağlı müşahidələr

Respondentlərin 97,5 %-i son bir il ərzində televiziya, xəbər saytları və sosial şəbəkələrdə gender əsaslı ayrı-seçkilik yaradan və ya alçaldıcı ifadələrlə rastlaşdığını bildirib. Bu nəticə mövzunun geniş yayılmış və gündəlik informasiya axınında daimi olaraq qarşıya çıxan problem olduğunu göstərir.

Çoxseçimli suala respondentlərin cavabından aydın olur ki, gender əsaslı diskriminasiya və nifrət nitqinə ən çox rast gəlinən platformalar arasında

televiziya (80,9 %) və “Instagram” (79,9 %) ön sırada yer alır. Onları “TikTok” (61,3 %), xəbər saytları və qəzetlər (50,5 %), daha sonra isə “Facebook” (14,1 %), “YouTube” (13,8 %) və digər platformalar (0,1 %) izləyir. Bu, həm ənənəvi mediada, həm də yeni media platformalarında gender əsaslı diskriminativ ifadələrin paralel şəkildə mövcud olduğunu ortaya qoyur.

Böyük izləyici kütləsinə sahib səhifələr, ya da izləyici toplamaq istəyən səhifələr sosial şəbəkə istifadəçilərinin diqqətini çəkmək üçün televiziya kanallarındakı, yaxud onlayn mediadakı gender əsaslı ayrı-seçkilik narrativlərini öz səhifələrində paylaşırlar. Bu da bu ifadələrin yenidən istehsal edilərək, daha böyük kütləyə yayılmasına gətirib çıxarır.

Qadın və kişi rollarının mediada təqdimatı

Sorğunun digər çoxseçimli sualının nəticələrinə görə, Azərbaycan mediasında qadınlar əsasən ənənəvi rollarda (90,7 %), yəni ana, evdar qadın və həyat yoldaşı obrazında təqdim olunur. Eyni zamanda, 88,2 % qadınların stereotiplərlə - emosional, zəif, kişidən asılı kimi, 68,6 % cinsi obyekt kimi təqdim edildiyini vurğulayıb. Daha kritik nəticələr isə qadınların zorakılıq və qətlilə bağlı xəbərlərdədir: respondentlərin 67,6 %-i qadınların mediada daha çox cinayət və zorakılıq qurbanı olaraq təqdim edildiyini vurğulayıb.

Kişilərin mediada təqdimatı isə tam əks-tendensiyanı ortaya qoyur. Onlar əsasən dominant və üstün fiqur (87,3 %), ailənin başçısı və təminatçısı (77,7 %), lider və güclü şəxsiyyət (71,6 %), qəhrəman və qoruyucu (70,6 %), həmçinin siyasi və ictimai sahələrdə əsas qərarverici (60,8 %) kimi göstərilir. Nəzərəçarpan məqam isə kişilərin emosiyasız, sərt və duyğularını ifadə etməyən (54,9 %) stereotip ilə də təqdim olunmasıdır.

Şəxsi təcrübə və diskriminasiya halları

Respondentlərin 67,2 %-i ya özlərinin, ya da tanıdıqları şəxslərin media və sosial mediada gender əsaslı diskriminasiya ilə üzləşdiyini bildirib. Bu qrupun

böyük əksəriyyəti (65,8 %) diskriminasiyanın qadınlara yönəldiyini qeyd edib. Maraqlıdır ki, 30,1 % hər iki cinsə qarşı diskriminasiya halları müşahidə etdiyini deyib. Yalnız 4,1 % kişilərə qarşı diskriminasiyadan bəhs edib.

Bu nəticələr açıq şəkildə göstərir ki, mediada və sosial mediada gender əsaslı diskriminasiya halları əsasən qadınlara qarşı yönəlib. Respondentlərin əksəriyyətinin qadınların hədəf alındığını qeyd etməsi mövcud media mühitində qadınların daha çox təzyiq və neqativ narrativlərlə üzləşdiyini sübut edir. Bu tendensiya həm media təmsilçiliyində, həm də ictimai diskursda dərinləşmiş gender stereotiplərinin və qeyri-bərabər münasibətlərin davam etdiyini göstərir.

Gender əsaslı diskriminasiyanın cəmiyyətə təsiri

Sorğu nəticələri göstərir ki, ictimaiyyət bu problemin nəticələrini ciddi təhlükə kimi dəyərləndirir. Çoxseçimli suala cavab verərkən respondentlərin böyük əksəriyyəti gender əsaslı ayrı-seçkiliyin və nifrət nitqinin bir sıra mənfi sosial nəticələrə yol açdığını vurğulayıb. Belə ki, 2009 nəfər zorakılığın artması və normallaşması ilə nəticələndiyini bildirib. 1677 nəfər qadınların ictimai və siyasi fəallığına mənfi təsir göstərdiyini, 1580 nəfər yanlış qənaətlərin formalaşmasına və qeyri-bərabər münasibətlərə yol açdığını, 1569 nəfər isə cəmiyyətin ümumi inkişafını ləngitdiyini, 1525 nəfər stereotipləri gücləndirdiyini bildirib.

Bu nəticələr insanların bu problemdən yalnız abstrakt olaraq deyil, gündəlik həyatda birbaşa narahatlıq hiss etdiklərini göstərir. Media və sosial mediada yayılan gender əsaslı ayrı-seçkilik və nifrət məzmunu insanlarda qorxu, etinasızlıq və emosional yüklənmə yaradır. İnsanlar ictimai məkanlarda özünü daha ehtiyatlı aparır, müəyyən mövzularda sözünü deməkdən çəkinir, bəziləri isə virtual müzakirələrdə aktivliyini azaldır.

Respondentlərin yüksək sayda neqativ nəticələri qeyd etməsi (zorakılıq riski, stereotiplərin güclənməsi, qadınların ictimai-siyasi fəallığının azalması və s.) bu təsirlərin yalnız fərdi psixologiya ilə məhdudlaşmadığını, gündəlik

davranışlara, sosial münasibətlərə və ictimai iştiraka real təsir göstərdiyini təsdiq edir. Bu da onu göstərir ki, media məzmunu sadəcə xəbərlərin məzmunu deyil, o, insanların necə hiss etdiyini, kimə etibar etdiyini və gündəlik seçimlərini formalaşdırır.

Maarifləndirmə üsulları ilə bağlı nəticələr

Maarifləndirmə üsulları ilə bağlı çoxseçimli suala respondentlərin cavabları ictimaiyyətin gender əsaslı diskriminasiya ilə mübarizədə müxtəlif maarifləndirmə mexanizmlərinin əhəmiyyətini vurğuladığını göstərir. Onlayn sorğuda iştirak edənlərin 77,9 %-i orta və ali məktəblərdə mövzu üzrə tədris proqramlarının tətbiqini ən effektiv vasitə hesab edib. Bundan əlavə, 62,7 % təlimlər, seminarlar və açıq müzakirələri, 54,4 % sosial kampaniyaları, 59,8 % medianın özünü tənzimləmə mexanizmlərini, 59,8 % isə qanunvericilikdə dəyişikliklərin edilməsini vacib addım kimi qeyd edib.

Oflayn (küçə) sorğuda isə prioritetlər bir qədər fərqlənib. Burada respondentlərin 51,4 %-i təlimlər, seminarlar və açıq müzakirələri daha təsirli hesab edib. 40,3 %-i orta və ali məktəblərdə tədris proqramlarını, 39,1 %-i sosial kampaniyaları, 38,4 %-i medianın özünü tənzimləmə mexanizmlərini, yalnız 23,5 %-i isə qanunvericilikdə dəyişikliklərin edilməsinin vacibliyini vurğulayıb.

Bu nəticələr göstərir ki, onlayn mühitdə daha çox institusional və ənənəvi təhsil metodları ilə maarifləndirmə gözləntisi var, küçə sorğusunda isə insanlar daha çox alternativ təhsil metodu ilə birbaşa maarifləndirici fəaliyyətlərə üstünlük verirlər.

Özünü gender diskriminasiyası qurbanı hesab etməklə bağlı nəticələr

Respondentlərin bu suala cavabları da onlayn və oflayn mühitlərdə əhəmiyyətli fərqlər göstərib. Oflayn sorğuda iştirak edənlərin 78,1%-i özünü gender diskriminasiyasının qurbanı hesab etmədiyini bildirib. 16 %-i özünü

gender diskriminasiyası qurbanı hesab etdiyini deyib, 5,9 %-i isə cavab verməməyi üstün tutub.

Onlayn sorğuda isə tamamilə əks-tendensiya müşahidə olunub. İştirakçıların 71,1 %-i özünü gender diskriminasiyası qurbanı hesab etdiyini bildirib. 19,1 %-i özünü gender diskriminasiyası qurbanı hesab etmədiyini deyib, 9,8 %-i isə bu suala cavab verməkdən çəkinib. Bu nəticə göstərir ki, onlayn sorğuda iştirak edənlərin böyük əksəriyyəti şəxsən gender əsaslı ayrı-seçkilik qurbanı olduğunu ifadə edib.

Cavablar arasındakı fərqlər respondentlərin davranışının sorğunun keçirildiyi mühitdən asılı olduğunu aydın göstərir. Üz-üzə keçirilən sorğularda insanlar sosial təsir və mümkün mənfi reaksiyalardan çəkinərək həssas təcrübələri gizlətməyə meylli olur. Nəticədə gender diskriminasiyasını etiraf etməmə hallarının yüksək olması təəccüblü deyil. Əksinə, anonim onlayn sorğular təhlükəsizlik və məxfilik hissi yaradır, bu da respondentlərin şəxsi təcrübələrini daha açıq şəkildə bölüşməsinə şərait yaradır. Bundan əlavə, onlayn sorğu həssas qrupların və zərərçəkmişlərin daha aktiv iştirakına gətirib çıxara bilər.

Məhdudiyyətlər

Onlayn sorğu mərhələsində iştirakçıların gender bölgüsündə əhəmiyyətli statistik disbalans müşahidə edilib. Qadın respondentlərin sayca üstünlüyü kişilərin bu formatda həyata keçirilən sorğuda iştirak etmək marağının aşağı olduğunu göstərir.

Baxmayaraq ki, oflayn sorğu mərhələsində gender bərabərliyinə yaxın bir nisbət (demək olar ki, bərabərlik) əldə edilib, onlayn sorğudan gələn məlumatlardakı bu qeyri-bərabərlik, ümumi məlumat toplusunun təhlilinə və nəticələrin ümumi populyasiyaya şamil edilməsinə təsir göstərə bilər.

Tədqiqatın beş ay davam edən oflayn mərhələsi yalnız iki şəhəri - paytaxt Bakı və regional mərkəzlərdən biri olan Lənkəranı - əhatə edib. Bu, o deməkdir ki, əldə edilən tapıntılar yalnız bu iki şəhər üzrə representativ hesab edilə bilər. Bu da ölkənin digər regionlarındakı sosial-iqtisadi və

mədəni fərqlilikləri əks etdirə bilməməklə ümumiləşdirmə imkanlarını məhdudlaşdırır.

Bu məhdudiyyətlər fonunda gələcək tədqiqatlarda nümunənin daha geniş və stratifikasiyalı seçilməsi, regional əhatənin genişləndirilməsi, kişilərin onlayn iştirakını artırmaq üçün hədəflənmiş təşviq, eləcə də kəmiyyət məlumatlarını zənginləşdirmək üçün fokus qruplar və əhatəli müsahibələr kimi keyfiyyətli yanaşmaların birləşdirilməsini zəruri edir.

■ TÖVSIYƏLƏR

Medianın cəmiyyətdəki rolu sadəcə güzgü funksiyasını yerinə yetirməklə məhdudlaşmır. Təhlillər göstərir ki, media sosial və mədəni normaların formalaşmasına və inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərir, xüsusilə, gender bərabərliyi kontekstində. Media yalnız reallığı əks etdirmir, ictimai qavrayışları və mülahizələri də formalaşdırır. Bu fakt media üzərinə böyük bir məsuliyyət qoyur.

Keçirdiyimiz sorğuların bu hesabatda yayımlanan nəticələri və araşdırmalar göstərir ki, gender zəmnində zorakılığın baş vermə ehtimalı istər ənənəvi, istərsə də yeni mediada xüsusilə qadınlara qarşı ayrı-seçkilik narativlərinin, gender əsaslı stereotiplərin artması ilə düz mütənəsbidir.

Reyting naminə stereotiplərin təkrar istehsalı isə zorakılığın əsasını gücləndirir, yəni bunu ictimaiyyət üçün normallaşdırır və zorakılığa qarşı reaksiyanın təsirini zəiflədir. Buna görə də gender-ədalətli yanaşmanın təmin edilməsi sadəcə redaksiya siyasəti və jurnalist etikasına məsələsi deyil, birbaşa sosial təhlükəsizlik və insan hüquqlarının təmin edilməsi məsələsidir. Media qeyri-bərabər güc münasibətlərinin normallaşdırılmasına son qoymaqla zorakılığın qarşısının alınmasında mühüm rol oynamalıdır.

Jurnalistlər və media işçiləri öz gündəlik peşə fəaliyyətlərində gender bərabərliyinin qorunmasına birbaşa cavabdehirlər. Azərbaycan mediasında geniş yayılmış tendensiyalardan biri olan insan hüquqları və ya ailə münasibətlərində ekspert olmayan şəxslərin (*məsələn, mütəmadi olaraq ailə münasibətləri, qadınların və kişilərin cəmiyyətdəki yeri haqqında danışan iqtisadçının, fəlsəfə doktorunun, müğənnilərin, aktyorların və ya vəkili kimi təqdim olunan, lakin vəkili olmayan şəxslərin*) reyting naminə telekanallara, podkastlara davamlı olaraq dəvət edilməsi faktı jurnalistikanın peşəkar

standartlarını ciddi şəkildə pozur. Bu, gender nifrət nitqinin və diskriminativ narrativlərin cəmiyyətə məsuliyyətsizcə yayılmasına yol açır.

Jurnalistlər, aparıcılar və redaktorlar dəvət olunan qonağın mövzu ilə bağlı həqiqi mütəxəssis olub-olmamasını yoxlamalıdırlar. Ekspert olmayan, yaxud gender əsaslı nifrət nitqi və diskriminativ narrativlərlə məşhurlaşmış şəxslər reyting xatirinə verilişlərə dəvət edilməməli və redaksiyalar nifrət nitqi, ayrı-seçkilik ifadələri ilə məşhurlaşmış şəxsləri dəvət etməkdən imtina etməyi daxili siyasət kimi qəbul etməlidir. Sonradan bu məzmunların sosial şəbəkələrdə yayılması da redaksiyanın məsuliyyətindədir.

Monitorinqlər zamanı aparıcıların qonağın gender ayrı-seçkilik və nifrət nitqi ifadələri ilə razılaşması faktı ilə də tez-tez qarşılaşmışıq. Aparıcının qonağın qeyri-etik, gender ayrı-seçkiliyi və nifrət nitqi ilə razılaşması və ya buna yol verməsi izləyicilərdə proqram müəlliflərinin və telekanalın bu fikirlə razılaşması kimi qəbul oluna bilər. Bu, institusional etik pozuntu hesab olunmalı və bu hallara qarşı ciddi intizam tədbirləri görülməlidir. Eyni zamanda, gender bərabərliyi kimi mövzuların müzakirə olunduğu verilişlərə mütləq insan hüquqları mütəxəssisi, qadın hüquqları təşkilatlarından ekspertlər, psixoloqlar və sosioloqlar dəvət olunmalı, onların fikirləri diqqətə alınmalıdır.

Mediada dil istifadəsi, etik və moral həssaslıq

Gender əsaslı zorakılıq barədə reportaj hazırlayarkən, xəbər yazarkən yüksək səviyyədə etik və interseksional həssaslıq tələb olunur. Zorakılığın işıqlandırılması zərərin minimallaşdırılması prinsipləri əsasında aparılmalı, qurbanın günahlandırılmasına işarə edəcək ifadələrdən, vizuallardan istifadə edilməməli, hadisənin cinayət və ya zorakılıq olduğu açıq dillə vurğulanmalıdır.

Azərbaycan media məkanında, xüsusilə, sosial media səhifələrində fəmisidlərin “namus” üstündə baş verdiyinin vurğulanması cinayətkarlara haqq qazandırılmasına, qadın cinayətlərinin normallaşmasına və nəticədə

qadın qətlərinin artmasına səbəb olur. Jurnalistlər və redaktorlar femisidləri, yaxud gender əsaslı zorakılıq xəbərlərini işıqlandırarkən “namus qətli” və ya qurbanı hər hansı formada günahlandıran (*məsələn, “ərinə xəyanət edən qadın”*) ifadələrdən qəti şəkildə qaçınmalıdırlar.

Eyni zamanda femisidlər, gender əsaslı zorakılıqlar sadəcə “ailədaxili münaqişə” və ya “ailə dramı” kimi deyil, sistematik problem kimi izah edilməli, qurbanın ləyaqətini alçalda, zorakılıqla üzləşmiş şəxsi və onun ailəsini psixoloji təzyiq altında qoya biləcək dil istifadəsindən yayınılmalıdır. Həmçinin reyting, klik və ya daha çox izlənmə üçün zorakılığı sensasiyalaşdıran, dramatikləşdirilmiş başlıqlar və vizuallar istifadə edilməməlidir. Cinayətkarın hərəkətlərini romantikləşdirən vizual təsvirlər, narrativlər cinayətlərin artmasını təşviq etdiyi üçün bu, redaksiyanın xüsusi diqqətində saxlanılmalı və cinayət, yaxud zorakılıq hadisəsi maksimum həssaslıq və minimum zərər vurmaqla oxucuya çatdırılmalıdır.

Mediada bu kimi halların yaşanmaması üçün müvafiq dövlət qurumları qanunvericiliyin tələbləri çərçivəsində monitorinqləri gücləndirməli və cəydirici qərarlar qəbul etməkdə gecikməməlidirlər. Media qurumları isə gender ayrı-seçkiliyi narrativləri, nifrət nitqi və stereotiplərin yayılmamasından ötrü bütün redaksiya işçiləri, o cümlədən idarəedicilər üçün məcburi təlimlər keçirməli və daxili siyasətlərini gücləndirməlidir.

Yekun

Problemlərin daha köklü həlli üçün dövlət səviyyəsində qanunvericiliyə dəyişikliklər edilməli, xüsusilə, gender əsaslı nifrət nitqi ilə bağlı mövcud boşluqlar aradan qaldırılmalı, bu cür hallara görə inzibati məsuliyyət müəyyən edilməlidir. Ümumilikdə, gender əsaslı nifrət nitqinə qarşı yeni qanunvericilik bazası hazırlana və ya mövcud qanunlara əlavələr edilərək cəzalar sərtləşdirilə bilər.

Eyni dərəcədə vacib olan digər məsələ gələcək media mütəxəssislərinin hazırlanmasıdır. Jurnalistika fakültəsində təhsil alan tələbələr üçün universitet proqramlarına gender əsaslı nifrət nitqi və mediada gender həssaslığı ilə

bağlı xüsusi fənlər, modullar və ya təlim proqramları daxil edilə bilər.

Vətəndaşların mediada rastlaşdıqları nifrət nitqi və ayrı-seçkilik halları ilə bağlı aidiyyəti dövlət qurumlarına müraciət prosesləri də sadələşdirilməlidir. Ombudsman Aparatı, Azərbaycan Respublikasının Audiovizual Şurası və digər əlaqəli dövlət qurumlarının müraciət mexanizmləri (məsələn, “Qaynar xətt” yaradılması yolu ilə) daha əlçatan edildiyi, müraciətə cavab prosesi sadələşdirildiyi və sürətləndirildiyi halda mediada gender əsaslı nifrət nitqi və ayrı-seçkilik narrativlərinin qarşısının alınması üçün ictimai nəzarət mexanizminə böyük töhfə verilmiş olar.

Bizi sosial mediada izləyin

