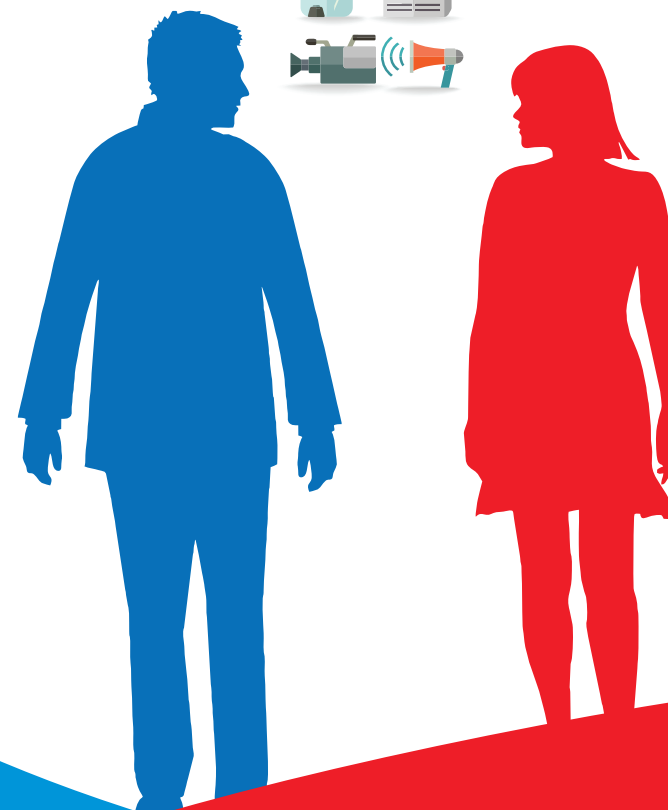
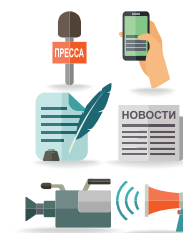


ЖУРНАЛИСТТЕР ҮЧҮН КОЛДОНМО

"ГЕНДЕРДИК МАСЕЛЕЛЕРГЕ КЫЛДАТ КАРАГАН ЖУРНАЛИСТИКА»



**Жамааттык жалпыга маалымдоо
каражаттарынын Бирлиги**

Бишкек шаары
Циолковский көч. 71/1-2А
aosmikyrgyzstan@gmail.com

Аткаруучу директор
Назира Джусупова
+996773800560
E-mail: nazira.zhusupova@gmail.com

Долбоордун координатору
Айзада Калканбекова
+996501603063
E-mail: aizada.media@gmail.com

Бишкек - 2019

Бул колдонмо БУУнун Демократиялык Фондунун (UNDEF) колдоосу менен Кыргызстандагы Жамааттык ЖМКлардын Бирлиги тарабынан 2019-2020-жж ишке ашырылып жаткан “Гендердик теңчиликте жамааттык жалпыга маалымдоо каражаттары аркылуу жайылтуу” долбоорунун алкагында иштелип чыкты.

Автор: Др. Элира Турдубаева, Борбордук Азиядагы Америка Университетинин Журналистика жана Массалык Коммуникация факультетинин доценти

Бул колдонмодо айтылган ой-пикирлер БУУнун Демократиялык Фондунун ой-пикирин сөзсүз түрдө чагылдырбайт.

Кыргызстандагы Жамааттык ЖМКлардын Бирлиги – Кыргызстандагы баардык коммерциялык эмес менчиктин формасындагы жамааттык ЖМКларды бириктирген коммерциялык эмес уюм.

Бирлик 2013-жылы негизделип, мүчөлөрдүн укугун, мыйзамдуу кызыкчылыктарын коргоого, социалдык, маданий, билим берүүчүлүк жана кесипкөйлүк максаттарды көздөөгө, жетишүүгө багытталган.

Бүгүнкү күндө Кыргызстанда 4 жамааттык үналгы, 21 жамааттык мультимедиялык борбор өз ишмердүүлүгүн ишке ашырып келишет.

Мазмуну

Кириш сөз.....	3
ЖМК дагы гендердик дискриминациялардын тамыры.....	4
Гендер жана Медиа: Аялдар үнү.....	4
Сексизм жөнүндө түшүнүк.....	7
Сексуалдык Кудулоо жөнүндө түшүнүк.....	9
Медиада Гендердик Паритет түшүнүгү.....	11
Гендердик Линза түшүнүгү.....	12
Гендердик-этикалык журналистика	14
ЖМКгы гендердик стереотиптештирүү.....	16
ЖМКнын редакциялык саясатындагы гендердик аспекттер: баалоочу көзөмөлдөөчү тизме	17
Редактордун көзөмөлдөө тизмеси.....	19
Макалалар үчүн он бир сунуштама.....	20
Журналисттер үчүн кеңештер.....	20
ЮНЕСКОнун ЖМК үчүн гендердик маселелерге кылдат кароо көрсөткүчтөрү.....	21
Глоссарий.....	26
Колдонулган адабияттар.....	30

“Гендердик теңчиликте жамааттык жалпыга маалымдоо каражаттары аркылуу жайылтуу” долбоору

Долбоордун узактыгы: 1-январь 2019 – 31-декабрь 2020

Долбоордун максаты: Жамааттык жалпыга маалымдоо каражаттары, медиа коомчулук жана бардык кызыкдар тараптардын өз ара иш-аракеттери аркылуу гендердик зомбулукту азайтуу жана Кыргызстанда аялдардын арасында алдынкы үлгүнү жайылтуу.

Камтыган аймактар: Долбоор Баткен, Чүй, Талас, Нарын, Ош, Ысык- Көл жана Жалал- Абад облустарындагы эң алыскы делген, маалыматтык боштук өкүм сүргөн айыл аймактарды камтыйт. Долбоорго жамааттык ЖМКлардын Ассоциациясынын бардык мүчөлөрү тартылат

Күтүлүүчү натыйжалар:

1- Натыйжа: Негизги кызыкдар тараптардын, журналисттердин, активдүү айылдык айымдардын гендердик маселелерди жана Кыргызстандагы аялдардын абалы тууралуу маалыматтарды даярдоо жана таратуу мүмкүнчүлүктөрүн күчөтүү.

2- Натыйжа: Коомчулуктун гендердик теңсиздик жана Кыргызстандагы аялдардын абалы тууралуу маалымдуулугун жогорулатуу

3- Натыйжа: Гендердик теңсиздик жана Кыргызстандагы аялдардын абалы боюнча активисттер, ЖМК өкүлдөрү жана жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу уюмдарынын ортосундагы өз ара байланышты жогорулатуу.

Долбоордун ишмердүүлүгү:

- Журналисттерди гендердик– сезимтал темаларды чагылдырууга үйрөтүү.

- Журналисттер үчүн тематикалык мазмун даярдоого кичи-гранттар.

- Гендердик- сезимтал темаларга видео жана аудио материалдарды даярдоо.

- Гендердик-сезимтал темаларды талкуулоо үчүн улуттук деңгээлдеги тегерек столдор.

- Гендердик теңсиздик жана аймактардагы аялдардын абалын талкуулоо үчүн жергиликтүү бийликтин катышуусу менен жолугушуулар.

- Гендердик– сезимтал темаларды чагылдыруу боюнча журналисттер үчүн колдонмо.

Колдонулган адабияттар

Maputo, 2001, “Gender Sensitive Reporting Manual”, UNESCO Media Development Project in Mozambique

Сара Макарайа и Памела Мориниер, 2012, «Учебное пособие по гендерно-этической журналистике и надлежащей политике медиакомпаний», Публикация Всемирной ассоциации христианских коммуникаций (ВАХК) и Международной федерации журналистов (МФЖ) 2012 г.

UNESCO 2012, “Gender-Sensitive Indicators for Media: Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitivity in Media operations and content”, Paris, France

World Health Organisation «Gender, women and health: Gender and disaster», http://www.searo.who.int/EN/Section13/Section390_8282.htm

«Women, gender & disasters: Men & masculinities», Gender Note #3, Gender Disaster Network, 8 February 2010, <http://www.awid.org/News-Analysis/Special-Focus-Crisis-in-Haiti/Disasters-from-a-women-s-rights-perspective2/Gender-Note-3>.

World Association for Christian Communication, Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2010, (Toronto: WACC, 2010) http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf.

Gender and Media Initiative Partners, Editorial, «Ignoring the media a big mistake», Gem News @ Beijing Plus 10, 9 March 2005. <http://oldsite.genderlinks.org.za/dedi1086.nur4.host-h.net/docs/beijing/9-march-p8.pdf>.

Гендердик маселелерге кылдат караган Журналистика

Кириш сөз

Бул окуу колдонмосу негизги темалардын катарындагы гендердик аспектилерди эске алуу менен маалыматтарды берүү боюнча конкреттүү сунуштарды көрсөтүп, бул тармакка белгилүү бир деңгээлде салым кошууну көздөйт. Медиалык дискурс менен реалдуулуктун ортосунда өз ара байланыш бар болгондуктан бул сунуштар олуттуу мааниге ээ, себеби мында айтылгандар алдын ала текшербей эле колдонгон гендердик, балансталбаган, дискриминацияланган маалыматты берүүнү негиз кылган, күмөн жаратпаган журналистикалык практиканын ушундай эле боло берет деген түшүнүгүн түбүнөн бузуучу сынчыл ыкманы колдонуу боюнча ЖМК кызматкерлери үчүн кыска практикалык маалыматтык колдонмо катары кызмат кылат.

Бир жагынан алып караганда, журналисттер үчүн окуу ресурстары ЖМКнын репортаждары менен программаларындагы гендердик аспектилердин анализдерин, ошондой эле студенттерге эң маанилүү гендердик-багыттоочу көндүмдөрдү билүүгө жардам берүүчү практикалык көнүгүүлөрдү ачыктайт. Экинчи жагынан, аялдар менен эркектер ортосундагы мүмкүнчүлүктөрдүн теңсиздигине алып келүүчү феминдүүлүк жана маскулиндүүлүк түшүнүктөрүнүн социалдык аныктамасын билдирген “гендер”-концепция катары ЖМК тарабынан мурункудай эле тиешелүү түшүнүккө ээ боло албай келе жатат. Контекстке жараша анын интерпретациялануу көйгөйлөрү ар кандай болушу ыктымал. Бир кыйла татаал чечмелөөлөр жөнөкөйлөштүрүлгөн түшүндүрмөлөр түрүндө берилет, мунун алкагынан алып караганда, “гендер” түшүнүгү аялдардын социалдык репродуктивдүү ролуна катышы бар маселелерди түшүндүрүүчү “аялдар көйгөйүнө” тиешелүү болгон “аялдар” жана “медиа контентти” деген маселеге алып келет.

Аталган окуу куралы журналисттер үчүн окуу ресурстары менен ЖМК кызматкерлеринин карамагындагы туруктуу окуу жана маалыматтык ресурс катарында колдонулуучу инструменттер ортосундагы ажырымды жоюуга багытталган.

Медиалык контентти түзүү чөйрөсү, негизинен түзүмдүк, идеологиялык жана практикалык мүнөздөгү кыйынчылыктарга бай келип, мындан улам бул маселелер гендердик теңсиздиктин пайда болушуна алып келет. Аялдар менен эркектер жана алардын ортосундагы мамилелер тууралуу коомчулуктун түшүнүгүндөгү гендердик жаңылыш ой-пикирлердин таасирин четтетүү үчүн ЖМКдагы гендердик маданиятты калыптандыруу маселеси приоритеттүү мааниге ээ болушу шарт.

ЖМК дагы гендердик дискриминациялардын тамыры

Феминисттик теоретиктер патриархаттык принциптер коомдун бардык заманбап түзүмдөрүнө киргизилген жана бүтүндөй системанын иши эркектердин үстөмдүгүн камсыз кылууга жана ага аялдардын баш ийүүсүнө багытталган деп эсептешет (Макарая жана Мориниер, 2012). Ушундай түзүмдөрдүн бири катары эсептелген жалпыга маалымдоо каражаттары дагы патриархалдык салттар менен адаттардын таасирине кабылып, мындай көрүнүш өз кезегинде гендердик ажырымды азайтуудагы аялдардын ийгилигине карабастан, журналисттик ишмердиктин салыштырмалуу өзгөрүлбөстүгүндө да байкала калып жүрөт.

Демек, мындай жол менен журналисттердин аялдардын эркектерге болгон мамилесин кантип чагылдыруу керек, кимден интервью алуу керек деген сыяктуу жана башка чечимдери реалдуулук менен анын ЖМКда чагылдырылышынын ортосундагы терең ажырымдарга алып келиши ыктымал.

Ошол себептен, аялдарды гендердик жактан дискриминациялоого жана маргинализациялоого багытталган айкын саясаттын жоктугуна карабастан, тарыхый калыптанып калган гендердик теңсиздик мындай ишмердикке алып келүүчү салттык ыкмалардын колдонулушунан улам жашообузда орун алып келе жатат. Бул нерсе калктын кыйла таасири аз топторундагы маргинализацияны, аялдардын баш ийүүчүлүк абалын эспке албай жана аны оңдоого умтулбай тургандыгын көрсөтүүдө.

Профессионалдуу этиканын жана гендердик аспекти журналисттин кесипкөйлүк жоопкерчилик менен милдеттеринин алкагына сыйдырган журналисттик ишмердүүлүктүн принциптеринин кодекстери мындай көрүнүштөрдү эч нерсеге оордук келдирбеген стереотиптер менен кыйла балансталган, объективдүү жана репрезентативдүү журналистиканын нугуна багыттай алат.

Гендер жана Медиа: Аялдар үнү

Гендер деген эмне?

Гендер – бул адамдардын класс жана каста, раса же этникалык таандыгы, жаш курагы жана оор абалды баштан өткөрүүсүнө, аны жоюудагы жардам алышына болгон жеткиликтүүлүгүнө жана мурунку жашоо образынын калыбына келишине таасир этүүчү ден соолугунун абалын билдирген бир катар өзгөрмөлүү социалдык-экономикалык конструкциянын бири. Биз талдап жаткан маселеге тиешелүү учурду эске

болуп, татаалдыктарга көңүл бөлбөй, өзгөчө учурлар жана тандоолор үчүн гана кызмат кылат.

Гендердик-кайра куруучулук:

Учурдагы жана күн мурунтан эсептелген/кодулоо түрүндөгү саясатты, практиканы, программаны өзгөртүп, бардык адамдардын жашоосун жакшыртуу кызыкчылыгын көздөгөн өзгөрүүлөргө таасир этүүчү саясат жана демилгелер.

Жынысы боюнча дезагрегация же жынысы боюнча топторго бөлүү маалыматтары:

Аялдар жана эркектер үчүн маалыматтар өз-өзүнчө айырмалануу менен алар адамдардын жынысына карап классификацияланат

Сексизм:

Бир жыныстын ээси экинчисинен жогору турат деген божомол, ынаным же ишеним, булар көбүнесе адамдардын жынысына ылайык аткарган ролу тууралуу салттык, стереотиптик түшүнүктөрдүн контекстинде айтылат, жыйынтыгында бир жыныстын ээсинен төмөнүрөөк турган экинчи жыныстагыларга карата кодулоолор иш жүзүндө да жасалып келет.

бирдей мүмкүнчүлүк жана жеткиликтүүлүк берүүнү камсыз кылуу жолу аркылуу гендердик теңчиликтин принциптерин орнотот.

Гендердик акыйкаттуулук:

Белгилүү бир шарттардагы теңчиликте камсыз кылуу максатында аялдар менен эркектердин балансталган катышуусу. Бул аялдарга жана эркектерге карата болгон акыйкаттуулук процесси. Көп учурда акыйкаттуулукту камсыз кылуу үчүн аялдар менен эркектерге бирдей негизде аракеттенүүгө мүмкүндүк бербей турган тарыхый жана социалдык кемчиликтерди компенсациялоо боюнча чаралар талап кылынат.

Гендердик проблематиканы эсепке алуу:

Бул "методология, максатка жетүүнүн каражаты; гендердик теңчиликке жетишүүнү негизги максаты катары караган уюм тарабынан жүргүзүлгөн, анын саясатына, программасына, кесипкөйлүк даярдыгына, персоналдарды топтоого жана баалоого, анын ишмердигинин бардык түрлөрүнө карата болгон гендердик проблематиканын интеграциясынын процесси.

Гендердик паритет:

Бул көрсөтүү жана катышуу үчүн алынган сандык түшүнүк. Гендердик паритет гендердик теңчиликке жетишүү жолундагы зарыл болгон, бирок жетишсиз кадам болуп эсептелет.

Гендердик паритет бул гендердик баланс сыяктуу

Эркектердин жана аялдардын сүрөттөрү:

Гендердик ролдорду, жүрүм-турумдарды жана мүнөздөмөлөрдү көрсөтүү.

Гендердик факторлорду эсепке алуу:

Гендердик реакция кылуудагы алгачкы кадам – бул гендердик факторлор бар экендигин таануу же аны эсепке алуу

Экинчи кадам аялдардын жана эркектердин ар кыл керектөөлөрүн, мүдөөлөрүн, мүмкүнчүлүктөрүн жана салымдарын канаттандырууга багытталган саясатты жана демилгелерди иштеп чыгуудан турат.

Гендердик стереотип:

Эркектер жана аялдар тууралуу айтылган социалдык конструкцияланган ынанымдар сөзсүз түрдө эмес, бирок көп учурда сексистик жана негативдүү

алганда, “гендер” түшүнүгү белгилүү бир коом аялдар жана эркектер үчүн алгылыктуу деп эсептеген “алардын социалдык ролдору, жүрүм-турумунун ченемдери, ишмердиктин жана мүнөздөмөлөрдүн түрү” дегенди билдирет, ошол эле мезгилде “жыныс” түшүнүгү “аялдарды, эркектерди жана транссексуалдык/интерсексуалдык жактарды бири-биринен айырмалап туруучу биологиялык жана физиологиялык мүнөздөмөлөр” деген маанини туюндурат (Бүткүл Дүйнөлүк Ден-соолук Уюму, WHO)

Жыныс - бул аял жана эркектердин белгилүү бир маданияттагы же белгилүү бир жердеги ролдорунун социалдык конструкциясы.

Гендердик ролдор биологиялык жактан аныкталган жыныстык ролдордон айырмаланат (Patricia McFadden, 2001).

Гендердик мамиле деген эмне?

Гендердик мамиле- аялдардын жана эркектердин ортосундагы мамилелердин өнүгүүгө тийгизген таасирин түшүнүү инструменттердин жана процесстердин топтомунан турат. Гендердик мамиле, гендердик маселелерди эске алган жана кыйла акыйкаттуу гендердик мамилелерди жаратууну көздөгөн талдоонун жана пландаштыруунун жол-жоболорун камтыйт (Patricia McFadden, 2001).

Аялдардын ЖМКдагы имиджи:

1. Жарнамаларда
2. Сериалдарда жана тасмаларда
3. Мультфильмдерде
4. Жаңылыктарда
5. Музыкалык клиптерде ж.б.

ЖМК аялдар тууралуу төмөндөгүдөй стереотиптерди жаратуу үчүн ар кандай туюнтмаларды жана образдарды колдонушат:

1. эне / колукту / тамак бышыруучу/ үй жыйноочу ж.б. аял катары
2. сексуалдуу / коркунучтуу / үйрөтүлө турган/ жүрөгүн багындырууга боло турган аял катары
3. кем акыл жана эркектерге көз каранды аял катары

Аялдар жана эркектер тууралуу стереотиптер

Аялдар тууралуу макал-лакаптар

ЖМКдагы аялдардын образы жана анда колдонулган туюнтмалар

- Аялдарды жакшы / жаман катары аныктоо
- Жеке жашоодогу аялдардын образы

1. колукту 2. кыз 3. эне 4. чоң эне 5. тарбиячы 6. тамак бышыруучу/ үй жыйноочу

Аялдардын коомдук чөйрөдөгү образы

1. мугалим
3. кызмат көрсөтүүчү
4. тамак бышыруучу
5. социалдык жардамчы

Гендер жана Кыргызстандагы журналистика

- өтө сексисттик;
- эркектердин үстөмдүүлүгүн даңазалайт;
- аялдар үйдө отурат;
- ЖМК салттуу көндүмдөрдү жана түшүнүктөрдү колдойт;
- мизогенист; • ВИЧ / СПИД түшүнүгүнө аялдардын байланыштырылып каралышы;
- аялдар сексуалдаштырылган;
- аял укуктарын көтөрүп чыкпайт ; • аялдардын жашоосун терс жактан сенсациялоонун жогорку денгээли; • аялдар өзгөрүүнүн жана өнүгүүнүн катализаторлору катары каралбайт; • коомдун расмий эмес сектору жана кичи ишкердик менен алектенген аялдар; • жеке мүлк катары каралган аялдар; • жабыркоочу катары каралган аялдар; • эркектердин кайрымдуулугун кабыл алуучу катары каралган аялдар; • жакшы / жаман аялдар; • сексуалдык объект катары каралган аялдар; • үй кызматкери катары каралган аялдар; • үй жыйноочу жана тамак бышыруучу катары каралган аялдар; • аялдар бир гана жардамчы, катчы ж.б. боло алышат (губернатордун орун басары -аялдар)• аялдар эркектердин жардамына муктаж • аялдар күчкө ээ эмес;

Коомдук чөйрө аялдар үчүн коркунучтуу жай катары каралат

- тоноо • зордуктоо • сексуалдык кодулоо

жалпысынан, аялдарга да, эркектерге да бирдей тиешелүү болгон адамдык же социалдык атрибуттарды түшүндүрүү үчүн колдонулат.

Гендердик түшүнүктөн кабардар болуу (гендердик аспекти эске алуу менен):

Аялдар менен эркектердин ортосундагы социалдык теңсиздикти таанууну аялдардын керектөөлөрүн жана артыкчылыктарын канааттандыруу жолу менен четтетүү аркылуу жактоого алуу, ошондой эле аялдарга жана эркектерге ар түрдүү таасир этүүнүн предметине карата болгон программалар менен долбоорлорду анализдөө. Гендердик жактан кабардар болуу - аялдар дагы, эркектер дагы жалпыга маалымдоо каражаттарынын практикалары тууралуу консультацияларына катышышы керек деген түшүнүктү өзүнө камтыйт.

Гендердик баланс: гендердик паритетти караңыз

Жынысына карата зомбулукка баруу:

Адам тарабынан жасалган, эркек/аял экендиги боюнча же жынысы боюнча физикалык, сексуалдык, психологиялык жана экономикалык зыянга учуроосуна же азап чегүүсүнө алып келген же болбосо алып келүүчү бардык иш-аракет. Бул көбүнесе аялдарга жана кыздарга тиешелүү, ошол эле мезгилде лесбилерге, кумсаларга жана трансгендердик адамдарга карата болгон зомбулукту билдирет. Бул түшүнүк мейли коомдогу же жашоодогу болсун ар кандай коркутууларды, кыйноолорду, эркиндигинен ажыратууну, иштөө жана киреше табуу укугунан ажыратууну, сексуалдык жана психикалык зомбулукту, куугунтуктоонун ар кыл формаларын өз ичине камтыйт.

Гендердик теңчилик:

Аялдар жана эркектер бирдей макамга ээ, алар өз укуктарын толук кандуу ишке ашырууга жана улуттук, саясий, экономикалык социалдык, маданий өнүгүүгө бирдей салым кошуп, андан пайда көрүүнүн бирдей мүмкүнчүлүктөрүнө ээ боло алышат. Бул аялдар менен эркектердин ортосундагы окшоштук менен айырмачылыкка, аял менен эркек өзү тандай ала турган ар кыл ролдорго карата коом тарабынан берилген бирдей баа. Аялдарга карата кодулоонун бардык формаларын жоюу тууралуу БУУнун Конвенциясы саясий жана коомдук турмушта, ошондой эле билим берүү, саламаттыкты сактоо жана жумуш менен камсыздоо тармактарында аялдарга

каражаттар, балдар үчүн товарлар, унаалар, спорттук инвентарлар/аксессуарлар ж.б.)

9. Гендердик ролдорду стереотиптештирген жана натуралдаштырган ар кыл категориядагы кызматтардын/ишмердиктин түрлөрүн жарнамалаган аялдар менен эркектердин бөлүгү (мисалы, саякат жана эс алуу, меймандостук, билим берүү, саламаттыкты сактоо, бала кароо, телекоммуникация, банк иши жана инвестициялар, кыймылсыз мүлк, спорттук иш-чаралар)

10. Сексуалдуулуктун жарнамаларда көрсөтүлүшү (мисалы, орундуу болсо дагы, болбосо дагы)

Индикаторлордун сакталышын баалоо ыкмасы:

Жаңылыктар багытындагы жана күндөлүк ЖМКларда пайда болуучу жарыялардын мониторинги жана жынысы боюнча дезагрегацияланган анализи.

Гендердик глоссарий

ЮНЕСКО 2012-жылы “Медиа үчүн гендердик-сезгич көрсөткүчтөр” аттуу колдонмо усулунда берилген гендердик глоссарий:

Укуктардын жана мүмкүнчүлүктөрдүн кеңейиши:

Оз жашоосун көзөмөлдөй алган, өз программаларын түзө алган, өз көндүмдөрүнө ээ болгон, ишенимдүүлүккө жетишкен, көйгөйлөрүн чече алган жана өз алдынчалуулугун өнүктүрө алган аялдар менен эркектердин жамааттык жана жекече процесстери.

Гендердик айырмачылыктар:

Социалдык жактан конструкцияланган аялдар менен эркектердин ортосундагы айырма убакыт жагынан алып караганда өзгөрүлмөлүү, ошондой эле ички жана өз ара маданияты боюнча кеңири айырмачылыкка ээ. Биологиялык жактан детерминизацияланган мүнөздөмөлөрдөн (жынысы) айырмаланып, гендер өздөштүрүлгөн бир жүрүм-турумга жана эркектик күчтүү касиеттин жана аялдык назиктиктин конкреттүү бир образын ишке ашырууну көздөгөн үмүттөнүүгө тиешелүү. Муну менен катар гендердик проблематика социалдык-экономикалык жана саясий жактан өзгөрүлмөлүү келип, анын жардамы менен адамдардын аткарган ролдорун, милдеттерин, чектөөлөрүн жана мүмкүнчүлүктөрүн талдоого алса болот. Жыныс деп аталуучу термин аялдар деген түшүнүккө синоним боло албайт; бул

• коомдогу аялдардын имиджин түшүрүү • аялдар расмий эмес сектордо иштешет, экономикалык маргиналдаштыруу • юридикалык жактан чектөөлөр • сексуалдаштыруу

• Аялдарды чектөө үчүн иерархияны колдонуу: 1. бийликтен чектөө 2. чечим кабыл алуу процесстеринен чектөө 3. укуктарын чектөө 4. коомдук пайдадан чектөө 5. коомдук баа берүүдөн чектөө (сыйлыктарды ыйгарбоо)

Сексизм жөнүндө түшүнүк

Сексизм бул- бир жыныстын ээси экинчисинен жогору турат деген божомол, ынаным же ишеним, булар көбүнесе адамдардын жынысына ылайык аткарган ролу тууралуу салттык, стереотиптик түшүнүктөрдүн контекстинде айтылат, жыйынтыгында бир жыныстын ээсинен төмөнүрөөк турган экинчи жыныстагыларга карата кодулоолор иш жүзүндө да жасалып келет.

Коомдук чөйрөдөгү Сексизмдин түрлөрү

1. Аялдын тулку-боюна карата зомбулук
2. Сөз менен жасалуучу зомбулук
3. сексуалдык зомбулук,
4. кемсинтүүчү туюнтмалар аркылуу кодулоо,
5. сексуалдык кодулоо,
6. коомдук чөйрөдө тазалык иштери менен жана тамак жасоо менен алектенген аялдар
7. үйүнө азык-түлүк сатып алууга тийиш болгон аялдар,
8. көчөдө тамак-аш саткан кыздар жана аялдар,
9. аялдардын бош убакыт тууралуу түшүнүгү жок,
10. эркектердин биринчи үн катуусу аялдар эмес
11. турмуш курууда аялдар эмес, эркектер жар тандайт
12. эркектердин аялдарга эшик ачып берүүсү
13. элдин алдында кемсинтүү
14. аялдардын оозун жабуу

Жеке жашоодогу Сексизм

- жаназага эркектер жоопкерчиликтүү,
- үй-бүлөнү эркектер башкарат,
- аялдын орду ашкана
- жесир адам катары саналбайт,
- аялдар эң акыркы болуп тамактанат, уктайт ж.б.
- аялдар эртең менен эң биринчи турат.

Сексуалдык кодулоо бийликтин жана күчтүн көрсөткүчү жана көбунесе сексуалдык каалоонун себебинен эмес, төмөнкү себептерден улам ишке ашат:

- Сексуалдык кодулоо көбунесе жумуш учурунда болот, бирок башка бардык жерде да болуусу ыктымал. Бул эки түрдүү күчтүн комбинациясы:

1. Жеке күч

2. Институционалдык күч

- Сексуалдык кодулоо патриархалдык күч тарабынан ишке ашырылат жана колдоо көрсөтүлөт

Мисалдар

1. Эркектерге кадыр-барк (артыкчылык) берген мыйзамдар. 2. Эркектерге бийлик берген мыйзамдар 3. Эркектерге жубайларынын эмнеге укугу бар же жок экенин көрсөткөн салыктар 4. Никеде зордуктоо 5. Эркек баланын төрөлүүсүн каалоо.

- эркектер аялдарга салыштырмалуу көбүрөөк жеке күчкө жана ресурстарга ээ
- иштеген жеринде эркектер иерархиядагы статусунан улам өздөрүн көбүрөөк сыйлайт.
- аялдар өздөрүнөн жашы улуу, аларга салыштырмалуу көбүрөөк квалификациясы бар жана каржылык жактан бир кыйла камсыз болгон эркектерге турмушка чыгууну күтүшөт.
- эркектер кызмат көрсөтсүн деп өздөрүнөн төмөнүрөөк категориядагы аялдарга үйлөнүшөт.

жыйынтыгында

4. 1) Жеке жашоого кийлигишип жана /же 2) гендердик/жыныстык белгилери боюнча зомбулуктан жабыркаган адамдын кабыр-баркын кемсинткен окуялардын пайызы

5. Гендердик зомбулукту индивидуалдуу, жеке трагедия катары эмес социалдык көйгөй катары көрсөтүү үчүн маалымдоо иретиндеги маалыматтарды жана статистикалык маалыматтарды колдонуу.

6. Гендердик зомбулуктан жабыркаган жактарга колдоолорду жана кызматтарды уюштуруу үчүн жергиликтүү байланыш маалыматтарын киргизүү

7. Башка мазмундагы окуяларга салыштырмалуу жынысы боюнча зомбулукка кабылган окуяларга берилген убакыттын же мейкиндик менен орундун үлүшү.

Жалпыга маалымдоо каражаттарындагы коммерциялык максатты көздөгөн билдирүүлөрдөгү аялдар менен эркектердин калыс көрсөтүлүшү

Индикаторлор:

1. Жарнамаларда аялдар менен эркектердин катыштыгы (үндөрү жана сүрөттөрү)
2. Кадр сыртында муңайым үн менен сүйлөгөн аялдар менен эркектердин пропорциялары (бийлик үнү)
3. Жарнамаларда өжөрлүк маанайга караганда пассивдүү маанайда чагылдырылган аялдар менен эркектердин бөлүгү (үндөрү жана сүрөттөрү)
4. Жарыяларда эксперт/ кеңешчи, маалыматка ээ адам / акылдуу /зирек /сак керектөөчү, маалыматы жок /ишенчээк/ элпек керектөөчү, декоративдик таяныч катары көрсөтүлгөн аялдар менен эркектердин пропорциялары
5. Жарыялардагы аялдар менен эркектердин алектенген иштери
6. Жарнамалардагы аялдар менен эркектердин тышкы же социалдык ориентациясы (мисалы, жумушка, ишке, үй-бүлөгө /мамилелерге ж.б. байланыштуу)
7. Жарыяларда аялдардын жана эркектердин сырткы келбети (анын ичинде жамынуу жана поза) алдыңкы планда көрсөтүлүп, ал эми башка сапаттары арткы орунда калып же таптакыр көрсөтүлбөгөн учурлар.
8. Гендердик ролдорду стереотиптүү түрдө натуралдаштырган ар кыл категориядагы товарларды жарнамалоого катышкан аялдар менен эркектердин бөлүгү (мисалы, тамак даярдоо жана тазалоо иштерине байланышкан тиричилик товарлары, азык-түлүктөр, суусундуктар (алкоголдуу/алкоголсуз), өзүн күтүүгө арналган жана гигиеналык

убакыттын, мейкиндиктин же белгилүүлүктүн пайызы (прайм-таймга же эл көп көргөн убакытка, башкы бетке же сюжетке байланыштуу)

С. Редакциялык контенттин ар түрдүү типтериндеги (мисалы, репортаж, редакциялоо, комментрийлер, милдеттер, даректүү тасмалар, интервью, ток-шоу ж.б) жана предметтик тармактардын бардык спектриндеги (саясат жана башкаруу, экономика жана бизнес, илим жана технология ж.б.) гендердик таанымдын далилдери жана контенттин категориялары / бөлүмдөрү (мисалы, жаңылыктар бети, редакциялоо /редакциялоо баракчалары, бизнес секция, спорттук секция ж.б.).

Индикаторлор:

1. Башкы беттеги же прайм-тайм бюллетендердеги, редакциядагы же редакциялык баракчалардагы, колонкалардагы, студияда өткөн талкуулардагы /интервьюлардагы, көркөм /даректүү тасмалардагы, ток-шоулардагы ж.б. чагылдырылган ушул өңдүү окуялардын пайызы.
2. Саясат (шайлоолорду көрсөтүүнү кошкондо), экономика жана бизнес, илим жана техника, айыл аймактарын өнүктүрүү, спорт ж.б. өңдүү предметтик тармактардагы гендердик маселелер же окуялардын / маселелердин гендердик аспектери чагылдырылган окуялардын пайызы.
3. Ушул өңдүү окуялар же көйгөйлөр тууралуу жынысы боюнча дезагрегацияланган маалыматтарды камтыган окуялардын пайызы.

Е. Адам укугун бузуунун эл аралык таанылышы катары эсептелген бардык формадагы гендердик зомбулукту так жана толук кандуу түшүнүүнүн далилдери

Индикаторлор:

1. Күн мурунтан кабыл алынган жаңылыш пикирлердин туюнтмасынын колдонулушу, макулдашылган сексуалдык активдүүлүк менен кылмыштуу иш-аракеттердин ортосундагы айырманы ажырата билүү жана кылмыштан аман калган курмандыктын айыпталбашы үчүн камкордук көрүү.
2. Зомбулуктан жабыркаган жак «курмандык» деген терминди колдонбогон болсо же аман калбаса, «курмандык» эмес, «баштан кечирген» терминин колдонуу.
3. Оздөрүнүн айкын макулдугу менен жынысы боюнча зомбулукка кабылган жактарды ачыктоо.

- Эркектердин үстөмдүгү сексуалдык кодулоолорду көзөмөлдөө ыкмасы катары колдонууга керектүү күчтү берет.

Сексуалдык Кодулоо жөнүндө түшүнүк

Сексуалдык Кодулоо бул - коркутуп-үркүтүү, жыныстык мүнөздөгү кемсинтүү же мажбурлоо, ошондой эле сексуалдык кызмат көрсөтүүгө керексиз же ылайыксыз сыйлык убада кылуу, жана башка сөз менен же физикалык (кучактоо, кармалоо, зордуктоо ниети менен кол салуу) жыныстык мүнөздөгү асылуулар.

Сексуалдык кодулоонун формалары

- Түздөн-түз кодулоо 1. кол тийгизүү 2. кайра-кайра сунуш кылуу 3. аялдын тулку боюна байланыштуу сөздөр 4. айызга карата сөздөр
- Кыйыр 1. Эркектер аялдарды сойку деп аташат. 2. Эркектердин аялдарга кол тийгизүүсүнөн канааттануу алышат. 3. сексуалдуулукка тиешелүү диаграммалар, графиктер.

Сексуалдык кодулоону эмне жаратат?

1. Сексизм 2. Сексисттик тил 3. үй-булөлүк зомбулук

Сексуалдык кодулоонун натыйжасы

- Коркутуу • Уялтуу • Кемсинтүү • Аялдар өздөрүн чынында эле алсыз сезишет • Аялдар сексуалдык кодулоонун кийинки жагдайын алдын ала айта алышат • Эч ким аялдын сөзүнө ишенбейт • Аялдар тамаша сезиминин жоктугунан улам күнөөлөнүшөт • Сексуалдык кодулоого дуушар болууга аялдардын күнөөлүү деп эсептелиниши

Экинчи пландагы натыйжалары

- Аялдардын өзүн өзү баалоосунун жана өз ишениминин жетишсиздиги • Профессионалдык карьералык перспективаларынын төмөндөөсү • Жумуш ордун алмаштыруусу жана башка жумуш ордун табуу кыйынчылыгы • Стресс, алсыздык, көз карандылык ж.б.

Негизги кесепеттери

- Кыздардын мектепке барбай калуусу • Кодулоо жөнүндө айтышпайт
- Дагы кодулоо болот деп кабатырланышат • Белгилүү жерлерден жана адамдардан качышат • Башы айланат, депрессия, сабактарга көңүл бура албайт, стресс.

Сексуалдык кодулоо менен кантип күрөшүү керек?

- Институционалдык деңгээлде: 1. Саясат 2. Окуу пландары
- Жеке деңгээлде 1. Иш-аракет 2. Жеке жана жамааттык жооп

Жеке деңгээлде:

- Аялдардын өз укуктарын билүүсү жана кылдат болуусу;
- Өз инстинктериңизге ишениңиз жана сексуалдык кодулоо менен «романдардын» айырмасын билиңиз
- Сексуалдык кодулоо менен күрөштө сиз менен бирге иштегендерди колдоңуз.
- Сексуалдык кодулоого барбашы үчүн эркектердин гендердик сезгичтигин жогорулатыңыз.

Сексуалдык кодулоо менен күрөшүүнүн стратегиялары

- Сексуалдык кодулоолор жана адам укуктары тууралуу маалыматка ээ болууну жогорулатуу учун окуу пландарын иштеп чыгуу,
- Сексуалдык кодулоолор тууралуу маалымат таратуу, китепче ж.б., ар дайым эскертип туруу максатында дубалдарга сексуалдык кодулоолор тууралуу сүрөттүү тексттерди жармаштыруу,
- Жумуш ордунда сексуалдык кодулоолорго каршы алдын алуу чараларын иштеп чыгуу,
- Күнөөлүүнү уюмдун жолугушууларында уяткаруу,
- Агрессорго карата жазаларды иштеп чыгуу,
- Мындай жагдайларды угуу жана чечим кабыл алуу үчүн атайын комитеттерди түзүү,
- Мындай жагдайларга дуушар болгон башка кесиптештер тарабынан колдоонун көрсөтүлүшү.
- Агрессорго каршы туруу жана ага аялдардын укуктары тууралуу айтып берүү.
- Бул жагдайды унутуу сунуштарын четке кагуу,
- Бул жагдай тууралуу ишти жогорураак деңгээлге, ЖМКнын деңгээлине алып чыгуу.
- Уюмдарда жүрүм-турум саясаттарын жана кодекстерин иштеп чыгуу.

милдеттерди четке кагып, аларды нормалдуу жана мындан качып кутулууга болбой тургандай кылып берүү.

3. Курмандык катары көрсөтүлгөн аялдар менен эркектердин катыштыгы (мисалы, кылмыштар, зомбулук / бузукулук, чыр-чатактар, кырсыктар, жакырчылык ж.б.).

4. Аман калган адам катары көрсөтүлгөн аялдар менен эркектердин катыштыгы (б.а. кылмыштуулук, зомбулук/ бузукулук, чыр-чатак, кырсык, жакырчылык ж.б. сыяктуу жагымсыз тажрыйбаларга /жагдайларга карабастан, активдүү ишмердикте жашап жаткандыгынын далилдери).

5. Аялдарды жана эркектердин көп өлчөмдүү көрсөтүлүшүн/сүрөттөлүшүн камтыган окуялардын пайызы (чакырык / стереотиптерге негизделген гендердик көйгөйлөргө каршы туруу боюнча журналисттик аракеттерди көрсөтмөсү менен).

6. Маалымат булагынан түздөн-түз цитата келтирилген учурларды эске албаганда, репортерлер же маалыматты берүүчүлөр тарабынан колдонулган сексистик туюнтмаларды камтыган окуялардын пайызы (б.а. жынысы же гендердик ролу боюнча жаңылыш айтылган ой-пикирге, кодулоого же стереотиптик көрүнүштөргө карата)

С. Гендердик теңчиликтин жана жалпы эле теңчиликтин маселелеринин чагылдырылышы коомду күзөтүүчү милдетин аркалаган жалпыга маалымдоо каражаттарынын маанилүү жана ажыратылгыс бөлүгү катары

Индикаторлор:

1. Гендердик теңчилик теңсиздик маселелерине арналган окуялардын пайыздык бөлүгү (аялдар менен эркектер арасындагы теңчилик же теңсиздик орун алгандыгы тууралуу белгилүү бир окуялар, адам укугу, аял укугу жана гендердик теңчиликти колдоого алууга жана кубаттоого багытталган тиешелүү стратегиялар, мыйзам чыгаруу маселелери, программалар).

2. Окуялардын жана маселелердин аспекти, гендердик теңчиликти /теңсиздикти чагылдырган окуялардын пайызы (саясат жана өкмөт, экономика жана бизнес, согуш жана чыр-чатак, кылмыштуулук, зордук/зомбулук, жакырчылык, илим жана техника, спорт ж.б. кошкондо).

3. Гендердик маселелерди чагылдырган же болбосо болуп өткөн окуялар менен маселелердин гендердик аспекти ачып берген окуяларды эске алганда, башка окуялар менен салыштырмалуу

жааттарга дал келген мазмундагы жаңылыктарда жана күндөлүк маселелерде маалыматтын булагы / пикири катары көрүшкөн, угушкан же окушкан жана / же сурамжылоого алышкан/ цитата келтиришкен аялдар менен эркектердин бөлүгү.

7. Жаңылыктардын жана күндөлүк окуялардын мазмунундагы көңүл борборунда болгон / конкреттүү түрдө аялдарга багытталган жана / же релеванттуулук / аялдарга камкордук көрүү боюнча атайын маселелерди камтыган окуялардын пайыздык үлүшү (мисалы гендердик негиздеги, зомбулук, аялдардын укугу, аялдардын жетишкендиги ж.б).
8. Аялдар катышкан окуяларда ал маалыматтын /ой-пикирдин булагы катары же аялдар ал окуялардын борборунда болгонуна көңүл буруу же аялдарды бушайман кылган өзгөчө мааниси бар окуялардагы жана күндөлүк маселелердеги өзгөчө бир абал катары берилгенде убакыттын / мейкиндиктин катыштыгы (прайм-таймга же эл көп көргөн убакытка, башкы бетке же публицистикалык эскертмелерге байланыштуу).

Индикаторлорду сактоону баалоо ыкмасы:

Жалпыга маалымдоо каражаттарынын жетекчилери, редакторлору жана /же журналисттери жана башка кызматкерлери тарабынан берилген жаңылыктардын мазмунундагы жана күндөлүк окуялардагы баалоо жана /же / баалоолор / сын тууралуу отчеттор.

В. Стереотиптерди жоюу жана көп өлчөмдүү катары берүүнү / сүрөттөрдү кубаттоонун жардамы менен аялдардын жана эркектердин калыс сүрөттөлүшү

Индикаторлор:

1. Стереотиптер камтылган окуялардын бөлүгү (коомдогу аялдар менен эркектердин мүнөздөмөлөрүнүн жана ролдорунун ачыктан ачык сексистик интерпретациялары).
2. Стереотиптер камтылган окуялардын пропорциялары (салттуу түрдөгү «аялдык» / «эркектик» мүнөздөмөлөрдүн жана аялдын/эркектин ролдорунун көрсөтүлүшү, муну менен коомдогу аялдар жана эркектер үчүн мүмкүн болгон башка сапаттарды жана

- Уюмдук саясаттын колдоо табышы, укуктук негиз табышы үчүн өлкөнүн саясатына шайкеш келтирүү.
- Өлкөнүн саясатын жана мыйзамдарын өзгөртүү максатында адвокация жана лобби иш-чараларын баштоо үчүн мекемени колдонуу.
- Коомчулукка маалымат берүү жана агартуу иш-чараларын жүргүзүү максатында радио жана ТВ берүүлөрүн колдонуу.

Суроо:

1. Мекемеңизде канча аял кызматкер бар?
2. Эмнеге мекемеңизде аялдар аз?
3. Алардын ролу кандай? Эмне үчүн?
4. Аялдар көбүнесе кандай темаларды чагылдырышат? Эмне себептен?
5. Аялдар эркектер чагылдырган темаларды чагылдырабы?
8. Аялдар семинарларга, тренингдерге, кызматта жогорулоодо ж.б. эркек журналисттер сыяктуу эле мүмкүнчүлүктөргө ээби?
9. Аял журналисттер иштеген ЖМКда өздөрү чечим кабыл алуу процессине катышабы?
10. Эгер катышса, кандайча катышат?

Суроо

- а) Сиздин оюңузча зордуктоонун себеби эмне?
- б) Зордуктоо тууралуу мифтер зордуктоого каршы күрөшкө кандай таасир тийгизет?
- в) Бул маселе ЖМК тарабынан кантип изилденүүдө?
- г) Бул маселени чагылдыруу үчүн стратегияларды аныктай аласызбы?
- д) ЖМК бул маселени кандай чагылдыруусу керек?

Медиада Гендердик Паритет түшүнүгү

Аялдардын жаңылыктарда көрсөтүлүүсү 1995-2010 жж эл аралык изилдөөнүн жыйынтыгы боюнча отчетто жогорудагы 15 жыл ичинде 17%дан 24%га өскөн.

Медиада Гендердик Паритет бул- көрсөтүү жана катышуу үчүн алынган сандык түшүнүк. Гендердик паритет гендердик тенчиликке жетишүү жолундагы зарыл болгон, бирок жетишсиз кадам болуп эсептелет.

-Жаңылыктарда маалымат булагы катары аялдарга кайрылуунун 50% түзүүсү

-Саясат жана Экономика тууралуу жаңылыктарда да аялдарга орун берүүнүн 50% барабар болуусу

-Жаңылыктарда аялдардын да жетекчилик, чечим кабыл алуучу, кесипкөй жана акылман ролдо жана функцияда көрсөтүлүүсү

- Өкмөт, бизнес жана илим сыяктуу эркектер үстөмдүк кылган чөйрөлөр тууралуу кабарларда да аялдарга орун берүү 50%ды түзүүсү.

Жаңылыктардын темалары: Аялдардын үнү

Илим-билим, ден-соолук, аялдардын экономикалык мүмкүнчүлүктөрүн кеңейтуу, аялдарга карата зомбулук, коомдук активдүүлүк жана коомдук кыймылдарды түзүү, гендердик маселе, демократия, адам укуктары, гендердик мамилелер, саясатта аялдар, айлана-чөйрөнү коргоодо аялдар, социалдык жана укуктук маселелер.

Диний таасирдин кучөшүнөн улам пайда болгон аялдардын укуктарынын чектелиши маселеси

Миграциянын аялдарга тийгизген таасири: кулчулук, адам сатуу, ВИЧ ж.б.

Гендердик стереотиптер

Аялдардын бийликке келүү аракеттери

Аял президенттердин жана эл өкүлдөрүнүн көбүрөөк ЖМКда көрсөтүлүшү жаш муунга өрнөк болот жана оң таасирин тийгизет.

Гендердик Линза

ЖМКдагы гендердик проблематиканын тийиштүү деңгээлде чагылдырылбай жатышынын негизги себеби гендердик маселе жаңылыктардын күн тартибине азыркыга чейин киргизиле элек. Профессионалдуу чөйрөдө мурункудай эле, «гендердик маселе»-бери дегенде тар профилдүү тема, аны «жеңил» сюжеттерди чагылдырууга

- Аялдар тууралуу стереотиптик ой-жүгүртүү жараткан макал-лакаптарды такыр колдонбоңуз.
- Аялдар менен эркектер өзүн кантип алып жүрүүнү, өзү тууралуу эмне деп ойлонушу керек экендигин туюндурган сөздөрдөн качыңыз (кара далы, бойдок)
- Жынысы тууралуу кеп козгобоо үчүн бейтарап туюнтмаларды колдонунуз (Айымдар менен мырзалар деп кайрылуунун ордуна урматтуу кесиптештер, урматтуу депутаттар! деп кайрылыңыз)
- Адамдардын жынысын бөлүп көрсөтүүчү туюнтмаларды колдонуудан качыңыз (догдур айым, окутуучу айым).

ЮНЕСКО 2012-жылы “Медиа үчүн гендердик-сезгич көрсөткүчтөр” аттуу колдонмо усулунда иштеп чыккан көрсөткүчтөр:

А. ЖМКнын жаңылыктарында аялдардын балансталып көрсөтүлүшү жана алардын тажрыйбасынын, аракеттеринин, пикирлеринин жана көйгөйлөрүнүн чагылдырылышы

Көрсөткүчтөр

1. Кокусунан тандалган бир апта ичиндеги жаңылыктардагы жана күндөлүк кабарлардын мазмунундагы көргөн, уккан жана окуган аялдар менен эркектердин пропорциялары (сүрөттөрдү кошпогондо)
2. Жаңылыктарда жана мазмунун маалымат жана / же пикир түзгөн окуяларда сурамжыланган /цитата келтирилген аялдар менен эркектердин үлүшү
3. Жаңылыктарда 1) оратор катары; 2) эксперт катары; 3) катардагы жаран катары/vox-pop чыгып сүйлөгөн аялдар менен эркектердин катыштыгы жана күндөлүк маселелер.
4. Жаңылыктардын жана күндөлүк маселелердин, анын ичинде сүрөттөрдүн мазмуну тууралуу көргөн, уккан же окуган аялдар менен эркектердин тышкы же социалдык ориентациясынын үлүшү (мисалы, башкысы – туугандык, үй-бүлөлүк мамилелерди көздөн өткөрүү эмес, жумушка байланыштуу карап чыгуу).
5. Жаңылыктарда жана күндөлүк маселелерде социалдык статусу (мисалы, бай, жумушчу класс, саясий элита, жакырлар жана айылдыктар) боюнча топторго бөлгөн мазмунду көргөн, уккан же окуган аялдар менен эркектердин пропорциялары.
6. 1) Саясат жана өкмөт; 2) Экономика жана бизнес; 3) Согуш жана чыр-чатак; 4) Илим жана техника; 5) Спорт; 6) ж.б. сыяктуу тематикалык

- ✓ Расасы, этникалык таандыгы, социалдык классы, жаш курагы жана мүмкүнчүлүгүнүн чектелгендиги сыяктуу аспектилерди эске алат
- ✓ Гендердик стереотиптерди бекемдөөдөн качат
- ✓ Гендердик стереотиптерди жоюуга чакырык таштайт

Макалалар үчүн он бир сунуштама

Сиздин макалаңыз:

1. Гендердик мамилелердин айрым аспектилерин чагылдырабы?
2. Андагы айтылгандарды тастыктоо үчүн жаңы маалыматтарды камтыйбы?
3. Ар кыл жыныстагылардын өкүлдөрүнүн цитаталарынан мисал келтиребиз?
4. ЖМКга чыкпаган аялдарга пикир айтуу мүмкүнчүлүгүн береби?
5. Гендердик стереотиптерге жооп берген адамдарды көрсөтүүдөн качабы?
6. Расалык, этникалык, класстык жана курактык айырмачылыгын эске алабы?
7. Тилдик туюнтмаларды сексистик мааниде колдонууга же сексистик божомолдорго чакырык таштайбы?
8. Өнүгүү жаатындагы адистештирилген терминдерди колдонуудан качабы?
9. Контекстти, талдоо жүргүзүүнү жана кызыктуу киришүү бөлүгүн камтыйбы?
10. «Бөлмө журналистикасынан» (т.а. журналист өз бөлмөсүндө отуруп алып ой жүгүртпөстөн, окуя болгон жерде жүрөт) качабы?
11. Гендердик линзаны колдонобу?
12. Эмне үчүн экендигин сурайбы?

Журналисттер үчүн кеңештер:

- Айтылган маалыматтар тиешелүү деңгээлде балансталышы үчүн аялдар бирдей шартта угулуп, бирдей шартта көрүнүшү керек.
- Аялдарды кимдир-бирөөнүн карамагындагы адам катары эмес, жеке инсан катары жазыңыз. Мисалы: “*Атактуу Манастын аялы Каныкей баатырлар үчүн кийим тиккен чебер уз болгон*” деп жазбай, “*Каныкей баатырлар үчүн кийим тиккен чебер уз болгон*” деп жазыңыз.
- Аялдарды төмөндөтүп көрсөтүүчү туюнтмаларды колдонбоңуз (кичинекей леди, бирөөнүн сулуу түгөйү).

адистешкендерге калтыруу керек, ал эми «олуттуу» сюжеттерди даярдап жүргөн журналисттерди бул тема тынчсыздандырбашы керек деген сыяктуу пикирлер орун алып келет. Гендердик проблематиканы эсепке алуу фактысы чыр-чатактар жана кырсыктар, саясат жана бизнес, кылмыш жана жаза сыяктуу салттуу түрдө маанилүү жаңылыктар болуп эсептелинип калган окуялар менен темаларга жагымдуу таасир эте тургандыгы азырынча кеңири түрдө тааныла элек.

Жаңылыктар багытындагы ЖМКлар жана бул чөйрөдөгү кызматкерлер үчүн чагылдырылып жаткан сюжет толук болушу үчүн гендердик маселени бардык окуялар менен темалар аркылуу кароого зарыл болгон негизги линза катары кабыл алуу, анын маанилүүлүгүн түшүнүү мезгили келип жетти. Берилип жаткан маалыматтын комплекстүү жана балансталган болуусу үчүн бир гана репортёрлор/корреспонденттер эмес, медиалык, анын ичинде визуалдык контентти биргелешип түзүп жаткан адистер дагы эмнелерди жана кантип чагылдыруу керек? - деген чечимди кабыл алуу процессине гендердик факторлорду киргизүү зарылдыгын баамдашы керек.

Гендердик линза журналисттер үчүн дүйнөгө аялдардын көзү менен кароо, ал аркылуу аялдардын тажрыйбасы, кызыкчылыктары жана керектөөлөрү тууралуу баяндоо, алардын оюн чагылдырып, баштан өткөн окуяларын өз оозу менен айтып берүү мүмкүнчүлүгүн түзөт. Гендердик линза окуялар же болбосо процесстер аялдар менен эркектерге, кыздар менен балдарга кандайдыр-бир жол менен таасир эте ала тургандыгын көрсөтсө, репортёрлорго бул окуяга гендердик проблематиканын көз карашында кароого, сюжеттин дагы бир маанилүү жана ачык-айкын кырын ачып берүүгө мүмкүнчүлүк бермек. Ошондой эле гендердик линза ЖМКда чагылдырылган бир катар окуялар менен темаларды кыйла кеңири жана тереңден чагылдырууга жардам бере алат (Макарайа жана Мориниер, 2012).

Албетте, аялдардын баары бир кылка топ дегенди билдирбей турган фактыны дагы таануу абдан маанилүү. Журналисттер гендердик линзаны колдонуу аракетин көргөндө аялдар таандык болгон коомдун татаал түзүмүн максималдуу түрдө чагылдыруу үчүн ар түрдүү социалдык, маданий жана экономикалык тектеги (мисалы, класс, раса /каста/ этникалык таандыгы, дини, жаш курагы, жашаган жери, билим деңгээли жана ден соолугунун абалын эске алуу) аялдардын тажрыйбасын жана көз карашын эске алуу зарылдыгын билиши кажет. Бир гана аялдардын эмес, ошондой эле балдардын, улгайган адамдардын, расалык /этникалык же диний азчылыктардын, майыптардын жана социалдык жана /же экономикалык кыйынчылыкты баштан кечирип жаткан жактардын дагы көйгөйлөрүнө бирдей деңгээлде көңүл буруу маанилүү. Албетте, бул топтордун алкагында аялдар менен кыздар кошумча кыйынчылыктарды баштан кечирээри анык.

Мындан тышкары, гендердик проблематика бир гана аялдарга эмес, эркектерге дагы, ошондой эле сексуалдык азчылыкка дагы тиешелүү экенин билүү маанилүү. 2010-жылдын февраль айындагы гендердик проблематикага жана оор абалдарга арналган «Гендердик аспектилердин жана оор абалдардын түйүндөрү» аталышындагы документте: «Жыныс жана гендер эркектин оор абалга чейин, оор абалдын учурунда жана андан кийинки мезгилдеги жашоосун аныктайт. Эреже боюнча гендердик мамилелер аялдарга караганда эркектерге маанилүү ресурстардын үстүнөн көзөмөлдөө боюнча көбүрөөк деңгээлде чечим кабыл алуу мүмкүнчүлүгүн бергени менен, ошол эле учурда гендердик иденттүүлүк жана гендердик ченемдер алардын аярлуулугун жогорулатат», -деп жазылган (Gender Disaster Network, 2010).

Гендердик-этикалык журналистика

Аялдар адат болуп калгандай эле, гендердик-этикалык журналистика тууралуу дискуссиялардын борборуна кабылышат. Бул нерсе жаңылыктардын басымдуу бөлүгүндө негизги көңүл эркектерге бурула тургандыгы менен шартталат. Мындай абал 2010-жылдагы глобалдуу ЖМКга мониторинг жүргүзүү Долбоору тарабынан тастыкталган. Жалпысынан алганда, гендердик иерархияда эркектер мурункудай эле аялдарга караганда жогору жайгашкан. Буга карабастан, бийлик жана артыкчылыктар экономикалык абал, раса/этникалык таандыгы, жаш курак, билим, башка социалдык жана маданий маркерлер сыяктуу татаал факторлордун топтому менен аныкталгандыктан, эркектердин айрым категориясы башка иерархиялардын алкагында анча ийгиликсиз орунду ээлеп турат, алардын тажрыйбасы жана көз караштары дагы ЖМК тарабынан боло берет деген көндүм адат менен тиешелүү деңгээлде чагылдырылбайт. Жана албетте, сексуалдык азчылыктар дагы жакынкы убакыттан бери гана белгилүү бир деңгээлде «көзгө көрүнө» алышканы менен көптөгөн өлкөлөрдө маргиналдаштырылган абалда калып келе жатышат (World Association for Christian Communication, 2010).

ЖМК кызматкерлери – анын ичинде бир гана репортёрлор эмес, редакторлор, режиссерлор, сүрөтчүлөр менен видеооператорлор, иликтөөчүлөр менен фактыларды текшерүүгө жооптуу жактар, ал тургай дизайнерлер менен шөкөттөөчүлөр – көптөгөн окуялар, көрүнүштөр жана саясий чаралар коомдун ар түрдүү катмарында ар башка мааниге ээ экенин эсинен чыгарбашы кажет. Жыйынтыгында, журналистика бул – белгилүү бир максатты көздөгөн баяндама. Ал эми ЖМКда окуяларды чагылдыруу алардын кандай болуп өткөндүгүн жөн гана билдирип коюу эмес, болуп өткөн окуялардын калктын, ал туш болгон ар түркүн топторуна (айрыкча чоң тобокелдиктерге учураган) тийгизген таасирин, түзүлгөн кырдаалды чечүүгө багытталган чаралардын акыйкат болушун, ар түркүн топтордун

Зомбулукка же катаал мамиленин башка формаларына кабылган аялдардын жана башка жактардын сүрөттөрүн жарыялоо алдында алардын макулдугун алуу керекпи?

Аялдардын, айрыкча башынан трагедияны же бактысыздыкты өткөргөн аялдардын сүрөттөрүнө карата «зьянды минималдаштыруу» принциби колдонулушу керекпи?

Сүрөттөрдү алууда моралдык жоопкерчиликти моюнга алуу керекпи?

Фотожурналисттерди гендердик аспектилерди эске алуучу сүрөттөрдү алуу жолдоруна үйрөтүү керекпи? Басылмаларга гендердик стереотиптерди камтыбаган гана сүрөттөрдү колдонуу керекпи?

Жаңы көрсөтмөлөр үчүн негиз катары каралган сүрөттөргө аудиториянын реакциясын билүү, талдоо жана колдонуу керекпи?

Жарнама

ЖМКнын редакциялык саясаты төмөнкүлөрдү талап кылабы:

Гендердик проблематиканы эске алуу боюнча материалдарга, жарыялоолорго, редакциялык стандарттарга колдонулуучу стандарттардын шайкеш келишин камсыздоого болобу?

Жарыялоолордогу жарнамалардын мазмунунда гендердик стереотиптердин болушуна жол бербөөгө болобу? Ачыктоо киргизүү максатында гендердик сезимталдыктын стандарттарына шайкеш келүүсү боюнча эксперттер менен кеңешүү керекпи?

Редактордун көзөмөлдөө тизмеси

Макала

- ✓ Приоритеттүү максаттар тууралуу билдирет жана аларды талдоого алат
- ✓ Аялдардын гендердик тажрыйбасы багытындагы маалыматтарды контексттештирет
- ✓ Гендердик мамилелердин айрым аспектилерин чагылдырат
- ✓ Сюжеттин негизинде камтылган гендердик маселелерди карап чыгат
- ✓ Ар кандай ролдогу аялдардын цитаталарын келтирет
- ✓ Акыркы маалыматтар камтылган билдирүүлөрдү тастыктайт
- ✓ Аялдарды пассивдүү курмандык катары көрсөтүүдөн качат
- ✓ Аялдарды экономикалык ишмердиктин (үй иштерин аткаруудагы төлөнбөгөн жумуштар жана бала кароо экономикалык наркка ээ) субъекти катары карайт

Чагылдырылып жаткан көйгөй боюнча маалыматка ээ жарандык коомдун уюмдары менен консультация өткөрүү керекпи?

Ой-пикирин өз эрки менен жана эркин айтып берүү үчүн аялдар менен эркектерге бирдей эфирдик убакытты камсыздоого өзгөчө аракеттер жумшалышы керекпи?

Аялдардын жана эркектердин тиешелүү ыңгайда көрсөтүлүшү жана чагылдырылышы

ЖМКнын редакциялык саясаты төмөнкүлөрдү талап кылабы:

Аялдардын ар түрдүүлүгүн, алардын күчтүү жагын жана социалдык, экономикалык, саясий, маданий турмушка катышкандыгын көрсөтө ала тургандай кылып чагылдырса болобу?

Аялдар менен эркектердин ортосундагы мамилени гендердик теңчиликте орнотууга, бири-бирин сыйлоого жана дискриминацияга жол бербегендей кылып чагылдырууга болобу?

Адамдардын жыныстык белгилерине карата стереотиптерди колдонуудан, ошондой эле аялдарды сексуалдаштыруудан жана объективдештирүүдөн качуу керекпи?

Адамдардын жыныстык белгилеринин негизинде стигматизациялоодон, эксплуатациялоодон жана кемсинтүүдөн качуу керекпи?

Тил

ЖМКнын редакциялык саясаты төмөнкүлөрдү талап кылабы:

Тилдик туюнтмаларды колдонуу боюнча жетектөөчү так принциптерди иштеп чыгуу жана аны киргизүү керекпи? Тилдик туюнтмалардын жана эвфемизмдердин сексистик колдонулушуна тыюу салуу керекпи?

Бардыгын камтыган, гендердик жактан сылык терминологияны колдонуу боюнча мисалдар көрсөтүлгөн колдонмо берүү керекпи?

Редакциялык макалаларда тилдик туюнтмаларды сексистик жактан колдонууга карата так позицияны билдирүү керекпи?

Сүрөттөр

ЖМКнын редакциялык саясаты төмөнкүлөрдү талап кылабы:

керектөөлөрүнө жооп бере тургандыгын дагы көрсөтүү болуп эсептелет. Мисалы, кырсыктардын болбой койбой турган социалдык, экономикалык жана медико-санитардык кесепеттерине көңүл буруу менен, ЖМК коомго, бийликке ал окуяларга туш болгон калктын ар түркүн катмарына, анын ичинде аялдардын ар кыл категорияларына окуянын тийгизген таасири жана кесепеттери тууралуу ачыктап бере алышат.

Ошол эле учурда ЖМК жардам көрсөтүү, реабилитациялоо жана реконструкциялоо процессинде ар түркүн топтогу адамдардын тажрыйбасын, пикирин, керектөөсүн, күчтүү жана алсыз жактарын, ресурстарын эске алуунун маанилүүлүгүн баса белгилей алышат. Эгерде өкмөттүк уюмдар жана башка мекемелер аялдарга жана башка аярлуу топторго анчейин көңүл бурбаган болсо, «коомду күзөтүүчү» катары кызмат кылган жалпыга маалымдоо каражаттарына алардан эмне үчүн тиешелүү иш-аракеттерди жүргүзбөй жатышкандыгын суроо, мындай иш-аракеттердин зарылдыгын жана баалуулугун түшүндүрүү милдеттери жүктөлгөн.

Ири кырсыктар сыяктуу сенсациялуу окуяларды чагылдыруунун алгачкы күндөрүндө журналисттерде гендер жана башка факторлорду эске алуу мүмкүнчүлүгү дайыма эле боло бербейт. Бирок ошого карабастан, гендердик (жана башка) факторлор болуп өткөн окуяны жана анын кесепеттерин адамдар кантип баштан кечирип жатканына таасир тийгизе алаарын андаганда өзгөчө бир эсте калаарлык, баалуу жана мактоого татырлык сюжеттердин табылышына жардам берет. Экинчи жагынан алып караганда, гендердик жана башка белгилер жашоого кандай таасир тийгизээри тууралуу түшүнүгү болбосо, жабыркаган аялдар (алгачкы нес болгон, кайгы тарткан абалдан тышкары учурда) эмнени айткысы келип жаткандыгына кызыкпаса, ЖМК кызматкерлери маанилүү жана таасирдүү сюжеттерди колдон чыгарып коюшу ыктымал. Жабыркаган аялдарга байланышка чыгууга аракеттенип, алар менен кырсыкты, чыр-чатакты же башка окуяларды кантип баштан өткөргөндүгүн сүйлөшүп жатып, журналисттер бир гана профессионалдык милдетин аткарабастан, сюжеттерине ординардуу эмес көрүнүштөрдү кошуп, алар жасаган материал тездик менен өзгөрүп турган медиалык контенттин фонунда өзгөчөлөнө алуучу мүмкүндүгүн жогорулата алышат.

Андыктан, гендердик-этикалык журналистика моралдын профессионалдык стандарттары менен ченемдерин гана колдоого алуу дегенди түшүндүрбөйт. Ал эксклюзивдүү жана кызыктуу сюжеттерди табууга мүмкүндүк дагы бере алгандыктан, журналисттин кызматтык жактан өсүшүнө ыңгайлуу шарт түзөт. Муну менен гана чектелбестен, гендердик-этикалык журналистиканын негизги принциптеринин бири коомдун маалымат алуусуна укук берүү болуп эсептелет (Макарайа жана Мориниер, 2012).

Журналистика маанилүү окуялардын жалпы улуттук талкуусуна контекст түзүп берип, бир гана «аялдарга тиешелүү» деп эсептөөгө көнүп калган көрүнүштөргө гана эмес, социалдык-экономикалык жана саясий маселелерди коомчулук кандай кабыл ала тургандыгына да таасир эте алат. Дебаттарда кимге добуш берүү, кимге бербөө керектигин, кандай маселелер кандай алкакта талкуулана тургандыгын аныктоо менен ЖМК кво-статусун колдоого алуучу же болбосо үстөмдүк жүргүзүүчү тартипке чакырык таштай ала турган күчкө ээ. Жаңылыктарды чагылдыруучу ЖМКлар өздөрүнүн мезгил менен сыналган төртүнчү бийлик катарындагы фундаменталдык милдетин, коомдук кызыкчылыктарды коргоочу милдетин аткаруу менен калктын ар түрдүү катмарынын, анын ичинде аялдардын тажрыйбасын, убайымын жана пикирин чагылдырууга милдеттүү.

Аракеттердин Пекин платформасы (2005-жыл, март, БУУнун штаб-квартирасы, Нью-Йорк) кабыл алынгандан кийинки 10 жыл убакыт аралыгында жетишилген, прогресске сереп салуу үчүн отурумунун жүрүшүндөгү даярдалган күн сайын чыгуучу гезиттин эң алдыңкы макаласында: «Өзгөрүлбөгөн мекемелер өзгөрүүлөрдүн жол көрсөткүчү боло албайт. Гендердик маселе Өкмөттүн ишинин негизи болуш керек болсо, ал ЖМКнын ишинде да ошондой болууга тийиш», -деп жазылган (Gem News @ Beijing Plus 10, 9 March 2005).

Жыйынтыгында, эгерде гендердик маселе, болуп жаткан дээрлик бардык нерселерди адамдар кандай кабыл ала тургандыгынын факторлорунун бири катары таанылбаса, эгерде гендердик мамиле ЖМК тарабынан берилген окуяларды, сюжеттерди чагылдырууда колдонулбаса, ал окуя эмне тууралуу болбосун мурункудай эле толук эмес бойдон кала берет.

ЖМКгы гендердик стереотиптештирүү

ЖМКгы гендердик стереотиптештирүү бул чектен ашкан маскулиндүүлүк жана ашыкча феминдүүлүк чындык катары көрсөтүлгөн окуяларды чагылдыруу жана ошондой образдарды түзүү болуп саналат, аныгында бул карикатуралык образдар эч кандай чыныгы жашоого коошпойт. Чектен ашкан маскулиндүүлүк – зомбулук, үстөмдүк кылуу жана кара күч менен ассоциациялануучу, ашыкча басым жасалган жүрүм-турумдар же өзгөчөлүктөр манерасынын чагылдырылышы, ал эми чектен ашкан феминдүүлүк баш ийиүүчүлүк, моюн сунуучулук жана алсыздык сыяктуу аялдык назиктик менен ассоциациялануучу, жогорудагыларга карама- каршы келген, ашыкча шөкөттөлгөн сапаттар менен байланышкан көрүнүш (Макарайа жана Мориниер, 2012).

Ушул сыяктуу стереотиптерге каршы чыккан сюжеттерге аялдар менен эркектерге карата, алардын ролу менен жүрүм-турумдарынан күтүлүп жаткан ар кандай жалпы кабыл алынган божомолдорду четке кагуучу сюжеттерди киргизсе болот.

Жаңылыктарды берүүчү ЖМКгы гендер маселеси

ЖМК коомдогу маанайды түзөт, чагылдырат жана аны таңуулайт. ЖМКда иштегендер муну туура аңдап билип, аялдарга же кыздарга карата кубаттоочу зомбулук маанайды түзүүдөн кандай болбосун качуусу керек. Жаңылыктарды берүүчү басма сөз ЖМКларында жыныстык белгилери боюнча дискриминацияга, аялдарга карата зомбулукту жөнсүз чагылдырууга жана аялдардын образын сексуалдаштырууну жайылтууга каршы чаралар кабыл алынышы керек.

Интернет жаңылыктарындагы гендер маселеси

2019-жылы автор тарабынан өткөрүлгөн интернет-жаңылыктардын пилоттук мониторинги жаңылыктарды берүүчү салттуу ЖМКгы аялдардын жетишсиз деңгээлде көрсөтүлүшү жаңылыктардын виртуалдык дүйнөсүнө да жайылтылган –деген бүтүм чыгарууга негиз берди.

Ар бир иликтөөгө алынган көрсөткүчтөр боюнча, онлайн-жаңылыктардагы гендердик статус салыштырылып, айрым учурда салттуу ЖМКларда көрсөтүлгөн сюжеттерге салыштырмалуу кыйла начар чагылдырылганын байкадык. Мындан улам интернет жаңылыктар ашыкча чоңойтуп көрсөтүүчү линзадай жумуш аткарып, жаңылыктар багытындагы салттуу ЖМКлар аркылуу таратылган гендердик алдын ала божомолдонгон жаңылыш ой-пикирлер мындан да айкыныраак көрүнүп тураарын баамдоого болот. Бул жыйынтыктарды тастыктоо үчүн бир катар ылгоо жолдору аркылуу мындан аркы иликтөөлөрдү жүргүзүү зарылдыгы келип чыгат. Жаңылыктардын булагы болгон Интернеттин популярдуулугунун кескин өсүп кетиши онлайн-жаңылыктар чөйрөсүндөгү профессионалдуу этиканын гендердик-багыттоочу ченемдерин түзүү зарылдыгы тууралуу ойлонууга себеп болууда.

ЖМКнын редакциялык саясатындагы гендердик аспекттер: баалоочу көзөмөлдөөчү тизме

ЖМКнын редакциялык саясаты төмөнкүлөрдү талап кылабы:

Суралган адамдардын тобу камтылган аудиториянын гендердик курамын чагылдыруусу керекпи?