

SOSİOLOGİYA**UOT 316****NORVEÇ VƏ İSVEÇDƏ MEDIA XƏBƏRLƏRİ VƏ GENDER STEREOTİPLƏRİ****Kifayət Cəbi qızı AĞAYEVA***Azərbaycan Dillər Universiteti,
Regionşünaslıq kafedrasının dosenti*

kaghayeva@yahoo.com

NORVEÇ VƏ İSVEÇDƏ MEDIA XƏBƏRLƏRİ VƏ GENDER STEREOTİPLƏRİ**XÜLASƏ**

Skandinaviya cəmiyyətinin gender bərabərliyi öhdəliyinə böyük önəm verməsi ilə tanınmasına baxmayaraq, bölgədə media sənayesi gender bərabərliyinə görə geri qalır. Bu səbəbdən də mediada daha çox gender bərabərliyinin əldə edilməsi və gender stereotiplərinin aradan qaldırılması istiqamətində ölçülər götürülür. Hələ də qadınlar medianın çox sahələrində az təmsil olunurlar və mediada gender stereotipləri qalmaqdadır. Hələ də xəbərlərin məzmununa kişilər nəzarət edirlər. Bu da bir faktdır ki, ictimai debatlarda qadın səsinin və təcrübəsinin çatışmaması dayanıqlı inkişaf və demokratiya üçün təhlükədir. Maneələrin anlaşılması üçün daha çox araşdırmaya ehtiyac vardır. Bütün insanların söz azadlığı olmadan dayanıqlı inkişaf və demokratiya mümkün deyildir.

Açar sözlər: media, demokratiya, gender bərabərliyi, gender stereotipləri

MEDIA NEWS AND GENDER STEREOTYPES IN NORWAY AND SWEDEN**SUMMARY**

Scandinavian societies are known for their commitment to gender equality, it seems that many parts of the media industry are lagging behind in this matter. There is increasing pressure on the media to improve measures to

ensure a more gender equal media industry and to eliminate gender stereotypes. Women are still underrepresented in many areas in the media and gender stereotypes remain persistent. The news content is still very male-dominated. The persistent lack of female voices and experiences in public debate is in fact a threat to sustainable development and democracy. More research is warranted to fully understand the obstacles that there are and what it takes to move forward to a more sustainable world. This cannot be achieved unless we safeguard freedom of expression for all.

Keywords: media, democracy, gender equality, gender stereotypes

НОВОСТИ СМИ И ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В НОРВЕГИИ И ШВЕЦИИ

РЕЗЮМЕ

Скандинавское общество известно своей приверженностью гендерному равенству, и похоже, что многие части медиа индустрии отстают в этом вопросе. Существует нарастающее давление на медиа, чтобы улучшить меры для обеспечения большего гендерного равенства медиа индустрии и исключить гендерные стереотипы. Женщины все еще мало представлены во многих областях средства массовой информации и гендерные стереотипы остаются постоянными. Мужчины все еще доминируют в составлении содержания новостей. Постоянное отсутствие женских голосов и опыта в публичных дебатах является в действительности угрозой для устойчивого развития и демократии. Больше исследований оправданно чтобы полностью понять существующие препятствия и что нужно чтобы двигаться вперед в более устойчивый мир. Это не может быть достигнуто, если мы не будем защищать свободу выражения мнений для всех.

Ключевые слова: СМИ, демократия, гендерное равенство, гендерные стереотипы

Dörd onillikdən artıq bir zamandır ki, Skandinaviya ölkələri cəmiyyətin bütün aspektlərində gender bərabərliyini inkişaf etdirməkdən ötrü birlikdə əməkdaşlıq edirlər. 2015-2018-ci illər üçün Skandinaviya ölkələrinin əməkdaşlıq proqramının nəzərdə tutduğu əsas məsələlərdən biri də ictimai sektorda gender bərabərliyinin əldə olunmasıdır. Bu, demokratik ictimai sferada qadın və kişilərin iştirakı üçün imkan yaratmaq və cəmiyyətin inkişafına və gender bərabərliyi siyasətinin formalaşmasına təkan verməkdir.

Bu gün media ictimai sferanın formalaşmasında əsas rol oynayır. Gender siyasətinin əsas məqsədlərindən biri də mediada gender bərabərliyinə nail

olmaqdır. Gender bərabərliyinin inkişafı istiqamətində qadın və kişilərin mediada necə təqdim olunması əhəmiyyətli amillərdəndir. Skandinaviya cəmiyyətində gender bərabərliyi öhdəliyinin mövcud olmasına baxmayaraq, media bu öhdəlikdən bir qədər geri qalır. Hələ də medianın bir çox sahələrində qadınların təmsilçiliyi aşağı səviyyədədir və hələ də mediada gender stereotipləri mövcuddur. Media və texnologiyanın inkişafına baxmayaraq, ənənəvi xəbər media və jurnalistikanın cəmiyyətdə gender rollarına təsiri hiss olunur.

Tədqiqatın məqsədi mediada qadın və kişilərin təmsil olunma dərəcəsini öyrənmək və mediada gender stereotiplərinin güclənməsinə təsir edən amilləri tədqiq etməkdir. Tədqiqatda Qlobal Media Monitoring Layihəsi (QMML), Avropada Qadın və Media Sənayeləri və Beynəlxalq Qadınlar Media Fondunun (BQMF) Qadın Statusu haqqında Qlobal Hesabatın hazırladığı materiallardan istifadə olunmuşdur.

BQMF-in Qadın Statusu haqqında Qlobal Hesabatı. Hesabatda mediada gender bərabərliyinə təşviq etmək üçün bəzi nümunələr verilir. Bu layihənin nəticələrinə görə Skandinaviya ölkələrində qadınlar həm xəbər subyektləri kimi, həm də məlumat mənbələri kimi media xəbərlərində az təmsil olunurlar. Ənənəvi mediada olduğu kimi rəqəmsal mediada da qadınların nisbətən az görünməsi müşahidə olunur. Bəzən də qadın və kişilər gender stereotipləşmiş formada təmsil olunurlar. Əvvəlki illərin proqresinə rəğmən, 1990-cı illərdən başlayaraq qadınlar üçün bir çox sferalarda yavaşma və durğunluq hiss olunur. Eyni zamanda, nəticələr də göstərir ki, bir çox önəmli sahələrdə gender bərabərliyinə nail olunmasına baxmayaraq, mediadakı xəbərlərdə gender bərabərliyinə hələ ki, tam nail olunmamışdır.

Gender bərabərliyinə riayət etmək və gender stereotipləşmədən qaçmaq üçün mediaya böyük təpki göstərilir. BMT hələ 1995-ci ildə bu tələbi Pekində keçirdiyi konfransda Pekin Fəaliyyət Planına daxil etmişdi. Avropa İttifaqı və Avropa Şurası burada nəzərdə tutulan məqsədləri üzv dövlətlərin nəzərinə çatdırmışdır və media sahəsində gender bərabərliyini gücləndirməyi tövsiyə etmişdir. Media təşkilatları və mütəxəssisləri də mediada gender bərabərliyinə təşviq etməyə təşəbbüs göstərmişlər. Beləliklə, hesabatda göstəriləndiyi kimi qabaqda hələ görüləsi işlər çoxdur.

Bu hesabat xəbər mediasında gender təmsilçiliyinə riayət etmək və bu sahədə olan yaxşı nümunələrdən ibrət götürməyi tövsiyə edir. Eyni zamanda, gender bərabərsizliyinə təkən verən amillər, həmçinin fəaliyyət və metodlar haqqında bilgilər əldə etməyə ehtiyac vardır və onların köməyi ilə gender bərabərsizliyinə qarşı mübarizə aparmaq olar. Bundan ötrü bir həll yolu deyil, bir neçə həll yolu mövcuddur. Hazırlanmış hesabat mediada gender bərabərliyinin təşviqinə və gender həssaslığını artırmağa yardım edir.

Həm qlobal, həm də lokal araşdırmalarda göstərilir ki, xəbər subyektləri kimi 24 % qadınlar və 76 % kişilər haqqında təmsilçilik (görüntü (TV), dinləmə

(radio) və oxu (qəzet və jurnallar) mövcuddur (GMMP, 2015). 1990-cı illərdən bəri situasiya dəyişilməz qalmışdır, media xəbərlərində kişilər dominantlıq edirlər və BMT Qadınlara qarşı hər cür Diskriminasiyanın Aradan Qaldırılması Konvensiyasını (CEDAW) beynəlxalq öhdəlik kimi üzv dövlətlərə tövsiyə etmişdir. Bu Konvensiyada mediada gender əsaslı diskriminasiyanın aradan qaldırılması və gender bərabərliyinə təşviq edilməsi də nəzərdə tutulur.

İsveç qadınların mediada təmsilçilik (görüntü, dinləmə və yazı) faizi digər Skandinaviya ölkələri ilə müqayisədə daha (30%) yüksəkdir. Bütün kateqoriyalarda Skandinaviya xəbər mediasında kişilər dominantlıq edirlər. Kişilərin təmsilçiliyinin qadınları üstələməsindən əlavə, gender stereotipləşmiş qadın və kişi təmsilçiliyi də müşahidə olunur. Qadınlar əsasən, ailə statusunda xəbər subyekti, elm və səhiyyə müxbirləri kimi, kişilər isə ekspert kimi çıxış edirlər. Kişilər daha çox iqtisadiyyat və siyasət haqqında xəbərləri verirlər.

Şimali Avropa ölkələrinin bir-birinə yaxın olan mədəniyyət və bənzər siyasi dövlət quruluşuna rəğmən, bu ölkələrdə xəbər subyektlərin faizində fərqlilik müşahidə olunur. Məsələn, Norveçdə siyasət xəbərlərin subyektlərinin əksəriyyəti qadınlardır və İslandiya da qadın siyasi xəbər subyektləri kişi siyasi xəbər subyektlərindən daha çoxdur. Lakin ənənəvi xəbər şəbəkələri ilə müqayisədə İnternet xəbər portallarında qadınların sayı durmadan artır.

Skandinaviya ölkələrində jurnalistika fakültəsində oxuyan qadınların say faizi kişilərdən daha üstün olsa da xəbərlərin hazırlandığı iş yerlərində kişilər daha çox işləyirlər. Bu sferada kişilər qərar qəbul edilən yüksək postları zəbt etdiklərinə görə, media sənayesində qadınlar üçün keçilməz səddlər hələ də mövcuddur. Əlavə olaraq onu da qeyd etmək lazımdır ki, qadın müxbirlərlə kişi müxbirlərin verdikləri xəbərlərin mövzuları da fərqlidir. Kişilərin dominantlıq etdikləri xəbərlər siyasi və iqtisadi mövzuların hazırlanmasında daha çox gözə dəyir, lakin elm və səhiyyə xəbərlərinin hazırlanmasında kiçik gender fərqləri müşahidə olunur. Lakin xəbərlərin təqdimatına gəldikdə qadınların sayı daha çoxdur. İsveçdə xəbər təqdimatçıların əksəriyyəti qadınlardır.

Dövlət media servis şirkətləri ilə özəl media servis şirkətlərini müqayisə etdikdə məlum olur ki, dövlət media servis şirkətlərində xəbərlərdə çalışan insanların peşə rollarına görə gender tarazlığına nail olunmuşdur, lakin özəl media servis şirkətlərində bu problem hələ ki, həll olunmamışdır, çünki dövlət iş yerlərində gender bərabərliyinə nail olmaq istiqamətində uğurlu siyasət aparır.

Skandinaviya ölkələrində medianın xəbərlər bölümündə gender bərabərliyinin tədqiqatı yeni bir məsələ olmasa da bu hələ də aktualdır. Bu problemin tədqiqatı bir neçə onilliklər ərzində aparılmışdır. Təəssüf ki, son onillikdə də irəliləyiş olsa da elə bir böyük proqres baş verməmişdir. Skandinaviya ölkələrində medianın xəbərlər bölümündə gender bərabərsizliyi problemi qlobal tədqiqat layihəsi araşdırmasının tərkibinə daxil edilmişdir. Araşdırmalar proq-

resin az olmasından və bəzi bölgələrdə hətta proqresdə durğunluq olmasından yazırlar. Jurnalistikada, nə təhsildə, nə də iş yerlərində gender həssaslığı vardır. Xəbərlərlə bağlı təşkilatlarda gender bərabərliyindən də vacib görüləsi işlər çoxdur. Burada təkə gender tarazlığı pozulmur və gender bərabərliyinə riayət edən xəbərlərin yayılmaması halları da müşahidə olunur. Skandinaviya ölkələrində medianın xəbərlər bölümündə gender disbalansı mühüm problem hesab olunur. Əsas məqsəd işçilər arasında gender həssaslığını inkişaf etdirmək və qadınların bu sferaya cəlb olunmasına təşviq etməkdir. Dünyada bu istiqamətdə yaxşı nümunələr mövcuddur. Belə ki, jurnalistlərin hansı şəraitdə fəaliyyət göstərmələri də bu sferada gender bərabərliyinə təkan verən amillərdəndir. Bu qurumlar çox vaxt xaricdən gələn beynəlxalq təşəbbüslərə laqeydlik göstərirlər. Mediada gender bərabərliyinin beynəlxalq təşkilatların tələbi olmasından yerli xəbər şirkətləri az xəbərdardırlar [14, s.132]. Gender həssaslığının inkişafında jurnalistika təhsili böyük rol oynayır, çünki cəmiyyətin eqlitar hissiyatlı formalaşmasında əsas amil gender tarazlıqlı xəbərlərin verilməsidir. Bunun inkişafında qadın xəbər ekspertləri mühüm rol oynayır. Danimarkada xəbərlər üzrə qadın ekspertlərin sayı digər ölkələrdən daha çoxdur.

Media cəmiyyətdə mədəni norma və dəyərlərin ən əsas daşıyıcısıdır, qadın və kişilərin gender imicinin yaradılmasında və gücləndirilməsində mühüm rol oynayır. Xüsusilə də xəbərlər gücün hansı şəkildə bölüşdürülməsi anlayışına əhəmiyyətli şəkildə təsir edir. Media son dövrlər çox böyük dəyişikliklərə uğramışdır və bu, medianın rəqəmsal sferasında daha çox özünü göstərir. Yeni formada meydana çıxan sosial medianın cəmiyyətdə daha çox yayılmasına baxmayaraq, Skandinaviya ölkələrində ənənəvi media hələ də böyük əhəmiyyət daşıyır.

Skandinaviya kontekstində gender bərabərliyi və media. Dünyada elə bir ölkə yoxdur ki, cəmiyyət tam gender bərabərliyinə nail olsun, lakin gender bərabərliyindən söz düşəndə beş Şimali Avropa ölkəsi siyahının başında gəlir: İsveç, Norveç, Danimarka, Finlandiya və İslandiya. Bu indekslər siyasi, iqtisadi, təhsil və səhiyyə ilə əlaqəli göstəricilərə görə təyin olunur. Bu ölkələrin uğurlu valideyn məzuniyyəti, iş yerlərindəki gender aspektləri bunu deməyə imkan verir.

Beləliklə, yuxarıda da qeyd olunduğu kimi qadınlar və kişilər xəbərlərdə fərqli şəkildə, genderləşmiş formada təsvir olunurlar və medianın üst strukturlarında, qərar qəbul edə bilən qurumlarında hələ də kişilər dominantlıq edirlər. Mediada qadınlar həm işçi, həm subyekt, həm də idarə heyətinin üzvü kimi hələ də sayca kişilərdən azdırlar və media sənayesinin qərar qəbul edənləri əsasən kişilərdir.

Belə ki, Skandinaviya bölgəsində media görüntüləri hələ də gender stereotipləşmiş şəkildədir və qadınlar xəbərlərdə az təmsil olunurlar. Xəbərlərin rutinlərində qadın və kişilər müxtəlif pozisiyalardadırlar və müxtəlif rolları ifa

edirlər. Həmçinin qadın jurnalistlər kişi jurnalistlərlə birlikdə eyni cür təhsil alırlar və təlim keçirlər. Bu səbəbdən də medianın üzərinə daha yaxşı gender tarazlıqlı xəbərlər hazırlayıb təqdim etmək kimi məsuliyyət düşür [5, s.45].

Xəbərlərin çoxu kişilər haqqında olur. Bütün ölkələrdə qadınların xəbər subyekti kimi az olması problemi mövcuddur. Əksər hallarda, xəbər hekayələrinin qəhrəman müxbirləri də kişilər olur. 2010-2015-ci illər arasında televiziya, radio, qəzet və jurnallarda təqdim olunan xəbərlərin yalnız 24 %-i qadınlar haqqında idi. 1995-ci ildə aparılan qlobal monitorinqə görə qadınlar xəbərlərdə 17 %, kişilər isə 83 % təşkil edirdi. 2015-ci ilə qədər bu rəqəm o qədər də artmamışdı [9, s.1]. İsveç yüksək postlarda çalışan qadın xəbər subyektlərinin sayına görə birinci yeri tutur.

Qadınlar xəbərlərdə daha çox ailə statuslarına görə tanınırlar. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi qadınlar ənənəvi mediadan daha çox onlayn mediada təmsil olunurlar. 2015-ci ildə 42 % onlayn xəbəri qadın müxbirlər təqdim etmişdir, bu da ənənəvi xəbər təqdimatından 5 % çoxdur. QMML-in hesabatına görə qadın müxbirlər əsasən elm və səhiyyə haqqında xəbərləri verirlər. Şimali Avropa ölkələri arasında İslandiya kişilərlə müqayisədə qadınlar daha çox iqtisadiyyat, siyasət və dövlət haqqında xəbərləri verirlər. İsveç (46%) və Finlandiyada (67%) kişilərlə müqayisədə qadınlar daha çox kriminal və zorakılıq haqqında xəbərləri verirlər.

Norveç xəbərlərində gender problemləri. Norveçlilər xəbərlərin çatdırılmasında çox aktivdirlər və Norveç qlobal mətbuat azadlığı tarixində ən yüksəkdə duran ölkələrdəndir. 2016-cı ildə Norveç Finlandiya və Niderlanddan sonra Sərhədsiz Müxbirlər Dünya Mətbuat Azadlığı indeksində üçüncü yerdə idilər. 2014-cü ildə Norveçdə 72 ədəd ödənişli gündəlik qəzet dərc olunurdu və onlardan üçü (Aftenposten, Verdens Gang and Dagbladet) daha populyar idi [24, s.3]. Hər üç qəzetin onlayn səhifəsi mövcud idi və mütəmadi olaraq yenilənirdi.

Norveçdə ən böyük media binası Norveçin Yayın Korporasiyasıdır (NRK) və bu radio yayımı öz fəaliyyətinə 1933-cü ildə, televizor yayımı isə 1960-cı ildə başlamışdır. Bu gün NRK-nin üç milli telekanalı, 14 milli radio kanalı və onlayn xəbərləri vardır. Kompaniyada 3500 işçi çalışır. 2014-cü ilin məlumatına görə orta hesabla hər gün 87% norveçli NKR-ın xidmətindən istifadə edir [8, s.11]. 2014-cü ildə Norveçin ən böyük özəl media kompaniyaları bunlar idi: Schibsted, Egmont Fonden, TV2, Telenor and Amedia [16, s.13]. Finlandiya və İsveçlə müqayisədə Norveçdə İnternet istifadəçilərinin sayı bir az çoxdur: hər 100 nəfərdən 96-sı İnternetdən istifadə edir.

Digər Skandinaviya ölkələrində olduğu kimi Norveçdə də gender bərabərliyinə nail olmaq, cəmiyyətin siyasi konsensusun əsas elementidir və qadınlar siyasi sferada yaxşı təmsil olunurlar. 1981-ci ildə ilk qadın - Gro Harlem Brundtland, Baş Nazir seçildi. Brundtlandın ikinci seçki dövründə

dövlətdə qadın və kişilərin təmsilçiliyində az qala bərabərlik müşahidə olunurdu. 2007-ci ildə Stoltenberqdə qadın və kişilər arasında ilk paritetlik əldə olundu. 2016-cı ildə dövlətdə qadın nazirlər düz 50 % civarında idi (10, s.54). Lakin parlamentdə hələ də kişilər dominantlıq edirdilər və Norveç Parlamentinin 39.6 %-i qadın idi. Bu sahədə Norveç İsveçdən geri qalsa da Danimarkadan (37%) irəlində idi. Norveç iqtidarında kişilər hələ də dominantlıq edirlər (19, s.140). Dərc olunan hesabatda göstərilir ki, 2003-cü ildə Norveçdə kişi dominantlığı güc strukturlarında 55 %-90 % arasında dəyişirdi (19, s.148).

Məlumdur ki, gender bərabərliyi Aktı 1978-ci ildə parlamentdə qəbul olundu və 2005-2009-cu illər ərzində bu daha da təkmilləşdi (19, s.140). Aktın hədəfində qadınlar və kişilər üçün təhsildə, iqtisadiyyatda bərabər imkanlar yaratmaq və onların mədəni və professional inkişafına təkan verməkdir. Aktın məqsədi diskriminasiya və seksual təngəgətirmənin qarşısını almaq idi. 1979-cu ildə ölkəyə gender bərabərliyi ombudsmanı təyin olundu.

Norveçdə qadın və kişilərin radio və televiziya xəbərlərində təmsilçiliyi ilə əlaqəli çoxsaylı araşdırmalar aparılmışdır. Sonda bu təmsilçiliklə əlaqəli “*Hvem Snakker I NRK?*” (“Who speaks in NRK?”) adlı bir hesabat hazırladılar və bu hesabatda qadın, kişilərin radio və televiziya xəbərlərində təmsilçiliyini daxil etdilər və 1970-ci illərdən bəri bu hesabat yenilənir. 1988-ci ildə qadınlar televiziya və radioda bütün danışmaq vaxtının cəmi 31 %-ni təşkil edirdilər. 1991-1994-cü illərdə bu rəqəm 28 % civarında idi (15, s.3).

Norveç QMML-də dörd dəfə iştirak etmişdir: 2000, 2005, 2010 və 2015-ci illərdə. Son araşdırmada Norveçdə vəziyyət aşağıdakı kimi idi: xəbərlərlə bağlı mediada çalışan qadınlar 27%, kişilər isə 73% idi. Bu da 2005- 2010-cu illərlə müqayisədə çox az artımdır. Elisabet Eide (2001) bu, 20–25%-lik qadın təmsilçiliyini “ağrı-acının son həddi” adlandırır və qadınların xəbər subyekti kimi əziyyət çəkdiklərini iddia edir. Müəllifə görə qadınlar televiziya və xəbər fotolarında “diqqət mərkəzində” olmaqla da əziyyət çəkirlər. Eide iddia edir ki, bu medianın cinsəlləşməsi kimi də izah oluna bilər.

Norveçdə də onlayn xəbər portallarında çalışan qadınların sayı ənənəvi xəbərlərdə çalışan qadınların sayından çoxdur. QMML-in verdiyi son nəticələrə görə onlayn xəbər portallarında çalışan qadınlar 29 % təşkil edir ki, bu da ənənəvi xəbərlərdə çalışan qadınların sayından çoxdur. Tvitterdə iştirakına görə qadın və kişilərin sayı 50/50-dir.

QMML-in 2010-cu il hesabatına görə qadın xəbər subyektlərinin kriminal və zorakılıq xəbərlərindəki faizi 14-dür (2015-ci ildə bu 23 % idi), elm və səhiyyə sferalarında xəbərlər proqramında qadınlar çoxluq təşkil edir (2015-ci ildə 57% və 2010-cu ildə 63%). Sosial və qanun xəbərlərində işləyən qadın subyektlər 21 %, bu kateqoriyadakı kişilər isə 79 % idi. 2015-ci ildə siyasətdəki qadın xəbər subyektləri 55 % idi.

2010-cü ildə QMML-in hesabatına görə Norveçdə xəbər qadın ekspertlərin sayı 19 % idi və 2015-ci ildə bu (22 %) bir az çox idi. Buradan belə çıxır ki, müsahibə götürülən hər beş nəfərdən biri qadın idi. Əlavə olaraq onu da qeyd etmək lazımdır ki, lokal araşdırmalar zamanı kişilər məlumat mənbəsi kimi iqtidarı, qadınlar “adi vətəndaşları” təmsil edirdilər.

Onlayn xəbər portallarında qadın müxbirlər daha çoxdur. QMML-in son hesabatına görə Norveçdə bu sferadakı müxbirlərin 35 %-i qadın, 65 %-i kişilərdir. Qadın müxbirlərin 37 %-i qəzet və jurnallarda, 34 %-i televiziya, 31 %-i radioda çalışır, lakin onlayn xəbər portallarında çalışan qadın müxbirlər 47 %-dir. Turid Øvrebo (2015) qeyd edir ki, bu gün əvvəlki dövrlə müqayisədə Norveç televiziya xəbərlərində işləyən qadın və kişi xəbər aparıcılarının sayında bərabərlik olsa da gündəlik xəbər şoularında, müsabiqələrdə və qonaqların sayında dizbalans vardır.

Elisabet Eide qeyd edirdi ki, Norveçin gender tədqiqat informasiya mərkəzində QMML-in son hesabatının hazırlığında iştirakı zamanı qadın jurnalistlər daha çox qadınlarla əlaqəli mənbələrdən istifadə edirlər və buna görə də bu sferada daha çox qadın işləməlidir ki, gender balansını inkişaf etsin. O həmçinin qeyd edir ki, media şirkətlərində bu barədə ölçü götürülməlidir.

QMML-in verdiyi hesabatla görə 2015-ci ildə Norveçdə ənənəvi xəbərlərin xəbər subyektlərinin cəmi 27 %-i qadın idi. Danimarkada 29 % qadın onlayn qəzet, jurnal, radio və televiziya çalışırdı. QMML-in son hesabatına görə siyasi xəbərlərin subyektlərin çoxu qadındır.

Norveç media qurumlarında gender konflikt. Norveçin xəbərlərlə bağlı mediasında gender bərabərliyinə gedən yolda sürət çox aşağıdır. 1963-cü ildə xəbər buraxılışı ilə əlaqəli qurumlarda işləyən jurnalistlərin yalnız 10 %-i qadınlar idi (19, s.142). Bu gün Norveçin xəbər buraxılışı ilə əlaqəli qurumlarında çalışan müxbirlərin üçdə biri qadındır və xəbər redaktorlarının hər beş nəfərindən biri qadındır. Belə ki, bəzi media kompaniyalarının (məsələn, NRK və Dagsavisen) işçiləri arasında gender balanslı təmsilçiliyə riayət olunur. 2016-cı ildə Norveç Redaktorlar Assosiasiyasının üzvlərinin 30 %-i və baş redaktorların 25 %-i də qadın idi. 2015-ci ildə 9000 jurnalist ittifaqının 44 %-i qadınlardan ibarət idi. 1960-cı ildə xəbər agentliklərində qadınların təmsilçiliyin 13 % olmasına rəğmən, bu gün bu rəqəm kifayət qədər artmışdır. 1980-ci ildən jurnalistlik sferasında təhsil alan qadınları sayı durmadan artır (19, s.143) və son on ildə tələbələrin üçdə ikisini qadınlar təşkil edir.

Qlobal Hesabatda göstərilir ki, kişilərin sorğuda iştirak etdiyi media şirkətlərinə görə onlar ikidə bir nisbətində dominantlıq edirlər (2, s.327). Qadınların aşağı faizlə Norveç mediasında təmsil olunma səbəbi qadın və kişilərin adı çəkilən sferalarda vəzifələrə olan qeyri-bərabər əlyetərlikləridir.

Mediada satış, maliyyə və inzibati sahələrdə qadınlar üstünlük təşkil edirlər. Menecerliyin üst strukturlarında qadınlar 33.3 % təşkil etdikləri halda,

kişilər 66.7 % təşkil edirlər. Qadınlar idarəçilikdə 37.5 %, menecerliyin aşağı səviyyəsində 31.6 %-dir. İdarəçilik menecerliyin aşağı səviyyəsində qadın və kişilərin say faizi bərabərdir (mətn yığan, redaktor və müxbirlər). Bu səviyyədə qadınların təmsilçiliyi ümumi işçilərin 34.7 %-ni təşkil edir. Qadınlar əsasən satış, maliyyə, inzibati sferalarda üstünlük təşkil edirlər: qadınlar 53.7 %, kişilər 46.3 % (Yenə orada). Beləliklə, NRK-nin dövlət sektorunda gender tarazlığına riayət olunur, 2015-ci ildən əksər üst pozisiyalarda qadınlar (60%) çalışır.

2014-cü ildə Norveçdə informasiya və kommunikasiya sferaları da daxil olmaqla, əmək sektorunun bütün sferalarında əmək haqlarında gender fərqləri mövcud idi (2014; Nordic Statistics). Qlobal Hesabat qeyd edir ki, kişilər həm orta səviyyələrdəki, həm də yüksək səviyyələrdəki vəzifələrdə qadınlardan daha çox maaş alırlar, lakin bu, istehsalat və dizayn bölməsində belə deyildir, burada qadınlarla kişilərin maaşı demək olar ki, bərabərdir. Norveçdə bütün tam ştatda işləyən jurnalistlər maaşdan əlavə bonus da alırlar. Həm qadın, həm də kişilərin işlərinin təhlükəsizliyi təmin olunur. Lakin jurnalistlərin arasında yarım ştatda çalışanların 82.9 %-i qadındır.

Sorğuya cəlb olunan şirkətlərdə fərqli-fərqli gender bərabərliyi siyasətləri yürüdüldü. Bütün şirkətlərdə valideyn məzuniyyəti ilə əlaqəli siyasət mövcud idi. Yalnız şirkətlərin 29 %-ində gender bərabərliyi və seksual tənqəgətirmə ilə əlaqəli siyasət mükəmməl idi. Norveçdə iş yerlərində gender bərabərliyi siyasəti Diskriminasiya Aktı vasitəsilə tənzimlənir.

2011-ci ilin Qlobal hesabatında Norveçdə kişilər ikidə bir nisbətində media şirkətlərində qadınları üstələyirlər və bu da onu göstərir ki, media təşkilatlarındakı bütün pozisiyalara olan əlyətərlik qadın və kişilər üçün eyni deyildir. 2015-ci ildən isə NRK-da əksər liderlik pozisiyaları qadınlar tərəfindən tutulmuşdur.

İsveç xəbərlərində gender konflikti. Skandinaviya ölkələri arasında İsveç ən böyük dövlətdir. İsveçin azad mətbuat sahəsində uzun tarixi keçmişi vardır. Bu tarix 1700-ci illərə qədər gedib çıxır və İsveç hələ də qlobal mətbuat azadlığı tarifində yüksək yerlərdən birini tutur. 2016-cı ildə İsveç Sərhədsiz Müxbirlərin arasında Dünya Azad Mətbuat İndeksində (2016) səkkizinci yeri tuturdu. 10,000 işçisi olan Bonnier İsveçin ən böyük media şirkətidir. Bu şirkətin üç dövlət servis media təşkilatı vardır: dövlət servis radio - Sveriges Radio (SR), Utbildningsradion (UR) və dövlət serviz televiziya Sveriges (SVT). İsveç dövləti qanunla bütün dövlət serviz şirkətlərini tənzimləyir və onların təftişlərinə əsasən bu şirkətlərdə gender bərabərliyinin yerinə yetirilməsinə nəzarət olunur. SR radio kimi 1925-ci ildən və SVT televiziya proqramı kimi 1956-cı ildən fəaliyyətə başlamışdır.

2015-ci ildə isveçlilərin təxminən 65 %-i gündəlik qəzet oxuyurdu və 2005-ci ildə isə əhalinin 81 %-i gündəlik ən azı bir qəzet oxuyurdu [13, s.127]. O dövrün ən məşhur qəzetləri aşağıdakılar idi: Aftonbladet, Dagens Nyheter və

Expressen. Bu üç qəzetin üçünün də onlayn saytları vardır. İsveçlərin təxminən 92.5 %-i İnternetdən istifadə edir. 2015-ci ildə hər bir isveçli gün ərzində iki saat 38 dəqiqə televiziya baxırdı və bir saat 47 dəqiqə radioya qulaq asırdı.

Media azsaylı sənaye sahələrindəndir ki, orada qadınlarla kişilərin arasında paritetlik vardır. Ölkədə siyasi konsensus mövcuddur və bu da İsveç media sənayesinə təsir edir. Finlandiyada da buna oxşar situasiya mövcuddur və media sənayesinə bilavasitə nəzarət edən çoxsaylı qanunlar vardır.

İsveçdə qadınların siyasi, iqtisadi aktivliyi üçün hər cür şərait vardır və ölkə bir çox aparıcı sferalarda qadınların yüksək faizlə təmsil olunmasına görə dünyada aparıcı yerlərdən birini tutur. Parlamentdə 43.6 % qadın və 56.4 % kişi üzv vardır və gövlətdə gender tarifi 50/50-dir. İsveç dövləti dünyada ilk feminist dövlətdir. Dövlətin gender bərabərliyini əldə etməsində dörd məqsədi vardır: iqtidar və sərvətin qadınlar və kişilər arasında bərabər bölünməsi, ödənişsiz ev işlərinin və uşağa qayğının ata və analar arasında düzgün bölüşdürülməsi, qadın və kişilərin bərabər təhsil almalarna imkan yaradılması, bərabər səhiyyə əlyətərliyi və ümumiyyətlə, digər önəmli qurumlara bərabər inteqrasiya ola bilmə.

Beləliklə, əmək bazarlarının fond birja şirkətlərin idarə heyətinin təxminən 23-24 % üzvü qadındır, lakin idarə heyətinin sədrlərinin yalnız 6 %-i qadındır. Qadın professorların da sayı nisbətən azdır, belə ki, 2013-cü ildə akademiya cəmi 24 % qadın professor var idi (23, s.65). Əmək bazarında seqre-qasiya müşahidə olunur və media da bundan qaça bilməmişdir. Qadın və kişilərin işlədiyi sferalar fərqlidir. Məsələn, kişilər texnoloji sahələrdə dominantlıq etdikləri halda, qadınları inzibati sahələrdə daha çox görmək olur (1, s.211).

Maria Edstromun dediyi kimi media çox azsaylı sənaye sahələrindəndir ki, orada paritetlik vardır. Mediada kişilər qadınlardan hələ də çox qazanırlar. İnformasiya və kommunikasiya sektorlarında gender konflikti 11 % olsa da bu digər sektorlarda 14 %-dir. Düzdür, İsveçdə qadınlarla kişilərin maaşları arasındakı fərqlər, yəni gender konflikti digər Skandinaviya ölkələri ilə müqayisədə çox azdır (18, s.3).

Demək olar ki, İsveçdə media və jurnalistika üzrə aparılan araşdırmalar o qədər çox deyildir, lakin media sənayesi kontekstində aparılan tədqiqatlar kifayət qədərdir (20, s.86). 1960-ci illərdən bəri feministlər bu sahədə gender konfliktini tənqid etmələrinə rəğmən, 1980-90-cı illərdən bu sahələr geniş tədqiq olunmağa başladı və 2000-ci illərdən bu daha çox inkişaf etdi. Son dövrlərin araşdırmaları göstərir ki, qadın jurnalistlərin sayının kişi jurnalistlərin sayından çox olmasına baxmayaraq, onların arasında paritetlik yoxdur. Qadınlar hələ də simvolik də olsa mədəni baryerlərlə üzləşirlər (1, s.212).

İsveç Diskriminasiya Aktı tələb edir ki, əgər müəssisələrdə 25-dən çox işçi varsa, burada mütləq gender bərabərliyi planı olmalıdır. Bundan əlavə, iş qəbulda, iş şəraitində və seksual təngəgötirmə hallarında da bunlar nəzərə

alınmalıdır. Əlbəttə Diskriminasiya aktı mediaya spesifik diqqət ayırmır, lakin bu o demək deyil ki, media təşkilatları oradakı tələblərə uyğun fəaliyyət göstərməməlidir. 1980-ci ildən bəri Norveçdə, Finlandiyada və bir çox ölkələrdə olduğu kimi İsveçdə də gender bərabərliyi ombudsmanı fəaliyyət göstərir. 2009-cu ildə gender bərabərliyi ombudsmanı üç başqa ombudsmanla birləşdi və bu gün Bərabərlik Ombudsmanı adı altında fəaliyyət göstərir (12, s.29).

31 % xəbər subyekti qadındır, lakin İsveçdə kişilər xəbər təmsilçiliyində hələ də dominantlıq edə bilirlər. 2015-ci ildə QMML-in verdiyi ən son məlumata görə 31 % xəbər subyekti qadın, 69 % isə kişidir. İsveç ilk dəfə bu layihədə 2000-ci ildə iştirak etmişdi, elə onda da 31 % xəbər subyekti qadın idi, heç bir artım müşahidə olunmur. Bununla bərabər digər Skandinaviya ölkələrinə görə İsveçdə xəbər subyektində qadınların say faizi çoxdur. 2015-ci ildə İsveç radiolarında xəbər subyektlərin say faizi 37 idi, bu da digər ölkələrdən çox idi (20, s.17).

QMML-in verdiyi son hesabatla görə bütün xəbər kateqoriyalarında kişilər qadınlardan çoxdur. Bu global səviyyədə belədir. İsveçdə müsahibə verən hər beş nəfər ekspertdən dördü kişi idi. Digər Skandinaviya ölkələri ilə müqayisədə İsveçdə xəbərlərdə qadın ekspertlərin sayı aşağıdır.

İsveçdə xəbər təqdimatçıların çoxu qadındır. Avropa ölkələri ilə müqayisədə İsveç mediasında (36 %) qadınların iştirakı daha çoxdur. Ümumilikdə, İsveç xəbərlərindəki qadın ekspert və siyasətçilərin nisbəti Avropa Şurasında olanlardan daha yüksəkdir. Dəqiq desək, qadın ekspertlər 24%, qadın siyasətçilər 44 %-dir. Xəbər subyektlərinin 32%-i qadındır. QMML-in hesabatına görə qadınların sayı bir qədər azalsa da, çoxalsa da illərdir ki, hiss olunan dəyişikliklər yoxdur. Dag Balkmar (2016) qeyd edir ki, ən yaxşı rəqəmləri İsveç nümunəsində görmək olar, məsələn, idman proqramlarının birində pəneldə çıxış edən hər iki ekspert qadın idi, bu da qeyri-adi bir səhnədir.

2015-ci ildə xəbər təqdimatçıların əksəriyyəti qadın olsa da yalnız 35% qadın müxbir xəbər verilişlərini aparırdı. Finlandiyada da qadın müxbirlər siyasətdən çox kriminal və zorakılıq xəbərləri ilə əlaqəli verilişlərdə çalışırlar. Başqa ölkələrin əksinə olaraq, İsveçdə siyasət haqqında xəbərlər kateqoriyasında çalışan qadınlar daha çoxdur.

QMML-in hər dəfəki hesabatında İsveç dövləti qadın xəbər subyektlərinin say faizinə görə ən yüksək yerdə durur. Buna baxmayaraq, İsveçdə də bu sahədə kişilər dominantlıq edirlər. QMML-in 2015-ci ilin hesabatına görə İsveçdəki qadın ekspertlərin nisbəti Danimarka və Norveçdən aşağıdır. QMML-in ən son hesabatına görə İsveçdə xəbər təqdimatçıların çoxu qadın olsa da yalnız 35 % xəbər müxbiri qadındır.

İsveçdə mediada iş yerlərində gender konfliktli. 1991-ci ildə İsveç Jurnalistlər İttifaqının 40 %-i qadın idi. İsveç Jurnalistlər İttifaqının (2016) 16,000 üzvü qadın idi. Maria Edström (2013) qeyd edir ki, aparılan çoxsaylı

sorğulardan aydın olur ki, qadın jurnalistlər kişi jurnalistlərdən daha elmi olurlar (20, s.84).

Byerly (2011) hesabatında göstərir ki, İsveçin media şirkətlərində qadınlar qərarverici məqamlarda kifayət qədər aktiv iştirak edirlər. Orta menecer işçilərinin 48.9 %-i, kiçik menecer işçilərinin 40,9 %-i qadındır. Kiçik pozisiyada olan mütəxəssislərin arasında qadınlarla kişilər arasında paritetlik (qadınlar-48.9%) müşahidə olunur. 2013-ci ildə İsveçdə 115 vəzifə pozisiyası təhlil olunmuşdu və bu pozisiyalarda işləyənlərin 43 %-i qadın idi. Müsahibə alınan şirkətlərdə demək olar ki, qadın və kişi işçilərin saylarında yaxınlıq nisbəti var idi. Dövlət şirkətlərində qərar verən postlarda 48 % qadın var idi, özəl şirkətlərdə isə analoji postlarda qadınlar 29%-lə təmsil olunurdular [1, s.210]. Sorğu aparılan iki dövlət media şirkətində 45 % qadın yüksək pozisiyalarda çalışırdı. Belə ki, 2011-ci ildə istehsalat, dizayn və texniki personallar olan pozisiyalarda qadınlar az təmsil olunduqları halda (31.4% kişi və 28.6% qadın), satış, maliyyə və inzibati pozisiyalarda kişilər (67.8% qadın) az təmsil olunurdular.

Edström (2013) qeyd edir ki, qadınların görünməz baryerləri (glass ceiling) dəf edə bilməsi haqqında o zaman ağız dolusu danışmaq olar ki, qadınlar dövlət səviyyəsində təmsil ola bilsinlər. Qlobal Hesabat göstərir ki, dövlət səviyyəsində olan qadın işçilər 34 %-dir və onların da yalnız 40 %-i top-menecerlik səviyyəsinə qədər yüksələ bilmişdir. 2014-cü ildə Gender Bərabərliyi üzrə Avropa İnstitutunun (GBAİ) hazırladığı hesabatda qeyd edilir ki, qərarverici yüksək pozisiyalarda (məsələn, baş icraçı direktor, sədr, prezident və direktor) qadınların sayı azdır, bu cəmi 25 %-dir.

Dövlət media şirkətlərində qərarverici yüksək pozisiyalarda qadınların say faizi yüksəlməlidir. Maria Edströma (2013) görə 2012-ci ildən İsveçdə on ən böyük qəzetdə bu pozisiyalarda gender paritetliyi müşahidə olunur. Media sahəsində artıq əvvəlki güclü kişi dominantlığı qalmamışdır. 2016-cı ildə bu sahədə vəziyyət bir qədər də inkişaf etmişdi, çünki dövlət mediasında yüksək vəzifələri icra edən daha çox qadın var idi. Həm SVT, həm də SR qəzetlərində baş icraçı direktor qadın idi. SR-in idarə heyəti üzvünün dördü qadın və dördü kişidir. SVT-in idarə heyətində (icraçı direktor vəzifəsi də daxil olmaqla) on idarə heyəti üzvündən altısı qadındır (20, s.80-1).

Özəl media sektorları ilə müqayisədə qadın idarə heyəti üzvlərinin (icraçı direktor vəzifəsi də daxil olmaqla) sayı (62%) dövlət sektorlarında daha çoxdur. İsveçdə xüsusilə qadınların dövlət media şirkətlərinin liderlik pozisiyasına cəlb olunması ilə əlaqəli aktivlik müşahidə olunur. İsveçdə müsahibədə iştirak edənlərin heç biri genderlərin karyerlərinə maneə olduğu barədə fikir söyləmədi və onların fikrincə bu haqda heç söhbət ola bilməzdi (1, s.215). Hətta bir respondent qeyd etdi ki, bu gün media sənayesində qadınlar üçün karyerlərində yüksəlmək qat-qat rahatdır (Yenə orada, səh.216).

Qlobal Hesabatda görə qadın və kişilər ən azı orta səviyyədə pul qazanırlar, lakin kişilər hələ də çox qazana bilirlər və daha yüksək vəzifələrdə çalışırlar. Təhlilə cəlb olunan jurnalistlərin əksəriyyəti (76.2% kişi və 64.2% qadın) tam ştatlı daimi iş yerləri olanlar idi. Lakin hesabatda qeyd olunur ki, kişilər daha sabit iş yerlərinə sahibdirlər və daha yüksək vəzifələri tuturlar. Onlarla müqayisədə qadınlar daha az sabit, aşağı vəzifələrdə çalışırlar. Qadınların (68.3%) çoxu yarım ştat işlərdə çalışırlar (4, s.333).

Əksər İsveç media şirkətlərində gender-bərabərliyi siyasətini həyata keçirirlər. 2013-cü ildə təhlildə iştirak edən hər dörd şirkətdən üçündə (75%) gender bərabərliyi siyasəti (məsələn, valideyn məzuniyyəti və seksual tənqəgətirmənin aradan qaldırılması) həyata keçirilir. Bu, İsveçdə Avropa Birliyi ölkələrindən ən azı 26 % çoxdur. İki dövlət media şirkətində (50 % media şirkəti sorğuya cəlb olunmuşdu) bərabər imkanlar və ya çeşidlilik və ya multikultural siyasət yürüdülmür. SVT-də işdə ləyaqət siyasətinə daha çox üstünlük verirlər. SVT və SR nəşriyyatında işçilər üçün bərabərlik siyasəti mövzusunda treyninqlər keçirilir. GBAİ-in hesabatında həmçinin qeyd olunur ki, İsveçdə sorğuda iştirak edən şirkətlərin təhlili göstərir ki, müxtəlif şirkətlər gender bərabərliyini fərqli şəkildə təşviq edirlər. SR-da gender bərabərliyi məsələləri üçün məsuliyyət daşıyan komitet mövcuddur və SR, TV4, SVT-də isə bərabərlik və çeşidlilik üçün məsuliyyət daşıyan xüsusi ofis vardır. 2015-ci ildən xəbər şirkətlərində çeşidliliklə əlaqəli yeni siyasət yürüdülmür. Bu siyasətə gender təmsilçiliyindən savayı etnik məsələlər də daxil olunur. SVT-də lokal təşəbbüslər çox olur, lakin SVT-in təcrübəsi bütün şirkətlər üçün eyni cür tətbiq oluna bilməz.

2013-2014-ci illərdə GBAİ və BQMF (Beynəlxalq Qadın Media Fondu) İsveç media şirkətləri ilə aparılan sorğuların nəticələrinə istinad edən Byerly qeyd edir ki, digər Skandinaviya ölkələrinin media şirkətləri ilə müqayisədə İsveç media şirkətlərində gender balansı daha yaxşı gözlənilir. 2013-cü ilin hesabatına görə İsveç media şirkətlərinin qərarverici pozisiyalarında 43 % qadın vardır. Belə ki, ən yüksək qərarverici pozisiyalarda qadınların 25 %-i vəzifə tutmuşdur. İsveçdə qərarverici pozisiyalarda özəl media şirkətləri ilə müqayisədə dövlət media şirkətlərində qadınlar daha yüksək vəzifələrdə çalışırlar (4, s.336).

Jurnalistlik təhsili zamanı tələbələrə gender həssaslıqla bağlı bütün məlumatlar çatdırılmalıdır. Gender həssaslıqla müşayiət olunan jurnalistlik təhsili xəbərlərdə uğurlu gender bərabərliyi siyasətinin tətbiq olunmasına təkan verir. 1970-80-ci illərdən Skandinaviya ölkələrində ali məktəb və akademiyalarda gender bərabərliyi siyasəti ən əsas məsələ kimi dövlətlərin gündəliyində durur. Belə ki, cəmiyyətdə gender bərabərliyinə nail olmağın ən əsas yolu ali məktəb və akademiyalarda gender bərabərliyi siyasətinə diqqət etməkdir.

2015-ci ildə İsveçdə Edstrom və Jakobson 22 yüksək səviyyəli jurnalist hazırlayan təhsil qurumlarına tədrisdə gender bərabərliyi ilə əlaqəli hansı fənlərin keçirilməsi ilə bağlı sorğu göndərir və yalnız onaltı institutdan ikisi cavab verir ki, onlarda gender və media adlı kurslar tədris olunur. Bu kursların uğurla tədris olunmasında əsas amillər bu fənni tədris edən müəllimlərin gender perspektivindən bilik və maraqlara malik olmaları idi. Yeddi ali məktəbdən isə belə bir cavab gəlir ki, onlar bununla əlaqəli kursları ədəbiyyat fənninə daxil etmişlər. Buradan aydın olur ki, heç də bütün jurnalistlik ixtisasını tədris edən qurumlarda gender və media kimi kurslar sistemli keçirilmir, məsələn, həm mühazirə, həm müzakirə, həm də digər gender istiqamətli tapşırıqlar kursa daxil olunmur. Lakin bütün jurnalistika təhsili verən institutlardan cavab gəldi ki, bu ixtisasın öyrənilməsində gender çox əhəmiyyətli amildir. Edström və Jacobsson həmçinin qeyd edirlər ki, gender perspektivi jurnalistikanın tədrisində əhəmiyyətli amildir. Əvvəl də qeyd edilmişdir ki, bu bölgədəki xəbər dərc edilən mediada gender məsələsi önəmlidir [20, s.72-3].

Sosial Elmin İsveç Məktəbində (Helsinki Universitetinin daxilində muxtar qurumdur) iyirmi ildən artıq bir müddətdir ki, jurnalistika bölümündə gender kursu kurrikuluma əsas fənn kimi daxil olunmuşdur. Finlandiyada jurnalistika proqramı İsveç dilli jurnalistlərin əsas proqramıdır.

Xəbərlərlə əlaqəli şirkətlərdə təmsilçilikdə kişilər say etibarını ilə qadınlardan daha çoxdu, həmçinin qadın və kişilər gender stereotipləşmiş şəkildə təmsil olunurlar. Məsələn, qadınlar xəbərlərdəki məlumatlarda ailə statusu ilə əlaqəli daha çox xəbər subyekti, elm və səhiyyə sahəsində müxbir kimi çalışdıqları halda, kişilər qətiyyətli obrazları səsləndirir və ekspert qismində çıxış edir. Kişilər xəbərlərin bütün kateqoriyalarında, xüsusilə də iqtisadiyyat və siyasətlə bağlı xəbərlərdə dominantlıq edirlər. Məsələn, 2015-ci ildə Finlandiyada iqtisadiyyatla əlaqəli xəbərlərin təmsilçiliyində qadınların sayı çox olsa da bu rəqəm 30 %-i keçmirdi. Danimarkada xəbərlərdə qadın ekspertlər 32 % idi. 2015-ci ildə Norveçdə xəbər siyasətində subyektlərin əksəriyyəti qadınlar idi və 2015-ci ildə İslanidiyada onlar xəbər subyektləri kateqoriyasında siyasət və dövlətdə daha çox təmsil olunurdular.

Araşdırmalar göstərir ki, xəbər müəssisələrində işçilərin sayı qadınlar və kişilər üçün eyni deyildi. Məsələn, QMML-in hesabatına görə Finlandiya qadın müxbirlərin sayına görə Şimali Avropa ölkələrinin siyahısında ən başda gəlir. İsveçdə xəbər təqdimatçılarının əksəriyyəti qadınlardır, lakin Danimarka, Finlandiya və İslanidiyada qadın xəbər təqdimatçıların sayı global ortalamaya görə aşağıdır. Norveçdə qadın və kişilərin xəbər təqdimatçıların sayında paritetlik müşahidə olunur. Hazırda baş redaktorluq vəzifələrinə nəzər salsaq, əvvəlki illərlə müqayisədə Şimali Avropa ölkələrində qadınların sayı xeyli artmışdır, lakin qadın baş redaktorların sayı hələ azdır [6, s.48-9].

Hazırda bütün Şimali Avropa ölkələrində jurnalistika fakültəsinə qəbul olunan qadınların sayı kişiləri üstələmişdir və bu da faktır ki, bu son dövrlərin global trendinə çevrilmişdir, çünki bu dünyada gedən bir prosesdir. Şimali Avropa ölkələrində uzun illərdir ki, bu bir trendə çevrilmişdir. İsveç və Finlandiyada jurnalistlər ittifaqının üzvlərinə nəzər salınsa, qadınların sayca kişiləri üstələdiyinin şahidi olarıq. Bu onu göstərir ki, liderlik pozisiyasında qadınların sayı ən azı kişilərin sayı qədər olmasına nail olmaq lazımdır.

Beləliklə, media ictimai rəyin formalaşmasında çox önəmli rol oynayır, qadınların sayının xəbər şirkətlərinin bütün sferalarında artması qadınlar üçün real imkanların inkişafına təkan verir. Xəbər mediasında qadınların sayının da kişilərin sayı qədər olması uğrunda mübarizə aparmaq lazımdır. Əgər qadınlar xəbərlərdə eşidilməyəcəklərsə, görünməyəcəklərsə, onlara ekspert rolları verilməyəcəksə və ya qadınlar da kişilər qədər iqtisadiyyat və siyasət xəbərlərində iştirak etməyəcəklərsə, media heç bir zaman cəmiyyətin bütün sferalarında baş verən reallıqları düzgün əks etdirə bilməz. Biz bu faktla razılaşsaq ki, Skandinaviya ölkələri də daxil olmaqla, bütün dünyada qadınlar üçün söz və ifadə azadlığı məhdudlaşdırılıb, bu elə insan azadlığının ən əsas elementi olan söz azadlığının qadınlara verilməməsi deməkdir [14, s.11]. 2013-cü ildə Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsi gender bərabərliyi və media ilə əlaqəli zəmanət qəbul etmişdir. “Media azadlığı (redaksiya azadlığı da daxil olunmaqla) və gender azadlığı təbii olaraq bir-biriləri ilə əlaqəlidir. Gender bərabərliyi insan azadlığının ayrılmaz hissəsidir. Söz azadlığı, əsas haqq kimi gender bərabərliyi ilə bərabər irəliləyir. Bundan əlavə, onu da qeyd etmək lazımdır ki, söz azadlığı olarsa, gender bərabərliyinə nail olmaq da asanlaşar”.

Bu o demək deyil ki, təkə jurnalistikada olan gender həssaslığı, mediada gender bərabərliyini təmin edəcəkdir, kökündən dəyişikliklər olmalıdır və bu dəyişikliklər medianın struktural səviyyəsindən başlamalıdır. Məsələn, Jakobsons (2016) bir çox müxbirlə söhbət aparır və iddia edir ki, xəbərlərdə cəmiyyətin bütün sferalarını əhatə edən çeşidli məlumatlar hələ də kifayət qədər deyildir və bu xəbərlər cəmiyyətin bütün təbəqələrinin problemlərini yetərinə əks etdirmir. Bəzi jurnalistlər xəbərlərin çatdırılmasında gender bərabərliyinə çox önəm verir, lakin bu çox vaxt həmin jurnalistin şəxsi marağından irəli gəlir. Bu da o deməkdir ki, mediada gender bərabərliyi hələ də müəssisələrdəki fərdlərin şəxsi performanslarından asılıdır. Nə qədər ki, qadınlar xəbər mətbuatında kişilər qədər eşidilməyəcəklər, görünməyəcəklər, tam söz azadlığına nail olmaqdan söhbət gedə bilməz [Yenə orada].

Dünya rəngarəngdir, dünyada baş verən proseslər fərqli-fərqlidir, lakin mediada gedən dəyişikliklər dünya ilə tam ayaqlaşa bilmir. Əgər bərabərlik, ədalətlik əldə etmək istəyiriksə, xəbərlərdə inkluzivliyə ekskluzivlikdən daha çox yer verməliyik. Gender bərabərlikli xəbərlər görmək istəyiriksə, konkret məqsədlər, üsullar tətbiq etməliyik, məsələn, hədəfə çatmaq üçün monitorinqlər

aparılmalı, yeni biliklərə təşviq edilməli və gender həssaslığına riayət olunmalı, fərqli iştirakçılar arasında əməkdaşlığı gücləndirməlidir. Bütün yuxarıda aparılan tədqiqatlara söykənərək o nəticəyə gəlmək olar ki, xəbərlərdəki kişi dominantlığına son qoymaqdan və qadınların iştirakını çoxaltmaqdan ötrü xəbərlərdə gender bərabərliyi prinsipi əsas götürülməlidir.

Ədəbiyyat:

1. Balkmar, D. (2016). Sweden, “*Too Many Women? Women and Gender (in) equality in Swedish Media*”, In K. Ross & C. Padovani (Eds.), *Gender Equality and the Media. A Challenge for Europe* (1st edn.; pp. 208–219, Routledge
2. Byerly, C. M. and Ed., “*The Palgrave International Handbook of women and journalism*”, 1st edn., New York, England: Palgrave Macmillan, 2013, : Pp. 325–329
3. Bergman, S., & Rustad, L. M., “*The Nordic region-a step closer to gender balance in research? Joint Nordic strategies and measures to promote gender balance among researchers in academia*”, Nordic Council of Ministers, 2013
4. Byerly, C. M., “*Global Report on the Status of Women in the News Media*”. Washington DC: International Women’s Media Foundation (IWMF), 2011
5. Djerf-Pierre, M., “*The Difference Engine. Gender equality, journalism and the good society*”, *Feminist Media Studies*, 2011(1), Pp. 43–51
6. Edström, M. & Mølster, R. and Eds., “*Making Change: Nordic Examples of Working Towards Gender Equality in the Media*” (1st edn.), Gothenburg, Sweden: Nordicom, 2014
7. Edström, M., “*Sweden: Women Reach Parity but Gender Troubles Persist*”, In C. Byerly (Ed.), “*The Palgrave International Handbook of Women and Journalism*”, (1st edn), 2013, pp. 78–91
8. Fordal, J. A. (2016). “*OM NRK: A gigantic small broadcaster*”, Retrieved October 11, 2016
9. Global Media Monitoring Project, “*Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2015*”, WACC, World Association for Christian Communication. Retrieved October 12, 2016
10. Government Norway. (2013), “*Men and Women in Norwegian Governments 1945*”, October, 2016
11. “*Gender in Norway 2016*”, *National legislation*. Retrieved October 11, 2016
12. Government Offices Sweden. (2015), “*The Equality Ombudsman (DO)*”

13. Hellingwerf, K., “*Mediebarometern 2015*”, Retrieved October 12, 2016
14. Jacobsson, J., “*Closing the Gap. An interview study with Swedish newspaper publishers and editors on the lack of consistency between commitments on media and gender and actual representation*”, Sweden: School of Global Studies, University of Gothenburg, 2016
15. Norwegian Broadcasting Corporation NRK, 1994
16. Nordicom. (2015a). “Top 25 Nordic media companies in 2014”, November 11, 2016
17. Nordicom, “*Media Statistics and Media Development*”, (annual reports by DR Audience Research Department, 2015b)
18. Nordic Statistics (n.d.), “*Statistikbanken INCO05: Gender pay gap by reporting country and sector*”, October 11, 2016
19. Øvrebo, T., “*Norway: The Uncomfortable gender Gap in News Media*” In C. Byerly (Ed.), *The Palgrave International Handbook of Women and Journalism* (1st edn.; pp. 137–150). New York: Palgrave Macmillan, 2015
20. Edström, M. & Jacobsson, J., “*Räkna med kvinnor, Global Media Monitoring Project*”, 2015, Nationell rapport Sverige, Allt är Möjligt
21. Hellum, C. & Fossbakken, E. (2015). “*Nå er det flertall av kvinner i NRK-ledelsen*”, October 2016,
22. Ireblad, M. (2015), “*Vd Hanna Stjärne: – SVT ska spegla hela Sverige*”, October 19, 2016
23. Regeringskansliet. (2015), “*Jämställd representation*”, October 12, 2016
24. TNS Gallup, “*Norsk InternettPanel: Topplisten uke 38, 2016*”, October 11, 2016