



GENDER STEREOTIPLARI MUAMMOSINI HAL QILISHDA MEDIANING ROLI VA ZAMONAVIV CHORALAR

Maulenberganova Gulnaz Otepbergenovna
Qoroqalpoq davlat universiteti tayanch doktaranti

Anotatsiya: Ushbu keng qamrovli ilmiy tezisda zamonaviy jamiyatda gender stereotiplarini shakllantirish, mustahkamlash va transformatsiya qilishda ommaviy axborot vositalari (OAV) hamda raqamli media makonining oʻrni atroflichta tadqiq etiladi. Tadqiqotda media diskurs, kognitiv freyming, axborot makonidagi gender reprezentatsiyasi masalalari chuqur tahlil qilinib, gender tengligini taʼminlashga qaratilgan xalqaro va milliy mexanizmlar, institutsional hamda texnologik choralar ilmiy asoslab berilgan.

Kalit soʻzlar: Gender stereotiplari, media diskurs, gender reprezentatsiyasi, kritiki media savodxonlik, raqamli platformalar, kognitiv freyming, gender tengligi, media monitoring, kontent-tahlil.

KIRISH

Zamonaviy sotsiologiya, medialogiya va gender tadqiqotlarida ommaviy axborot vositalari nafaqat real ijtimoiy voqelikni aks ettiruvchi "koʻzgula", balki jamiyatdagi madaniy, ijtimoiy va xulq-atvor normalarini faol shakllantiruvchi yetakchi institut sifatida eʼtirof etiladi [1]. Raqamli texnologiyalar, global internet tarmogʻi va ijtimoiy tarmoqlarning jadal rivojlanishi natijasida axborot diskursining inson shaxsiyati va jamoatchilik shuuriga taʼsiri misli koʻrilmagan darajada ortdi [3].

MUAMMONING DOLZARBLIGI

Muammoning dolzarbligi shundaki, anʼanaviy va raqamli OAVda uzoq yillar davomida saqlanib kelayotgan va takrorlanayotgan gender stereotiplari jamiyatda erkaklar va ayollarning imkoniyatlari hamda ijtimoiy rollarini sunʼiy ravishda cheklab qoʻymoqda [5]. Stereotipik tasvirlar, bir tomondan, ayollarni faqat maishiy soha, boqimandalik, hissiyotga beriluvchanlik yoki tashqi koʻrinish obyekti sifatida koʻrsatishga moyil boʻlsa [1], ikkinchi tomondan, erkaklarga nisbatan ham oʻta qatʼiy, hissiyotlardan xoli, agressiv va faqat moddiy taʼminotchi ("hegemon maskulinlik") obrazini majburan taʼnlaydi [3].

Ushbu ijtimoiy va kognitiv qoliplar teng imkoniyatlar tamoyillariga toʻsqinlik qiladi [4], mehnat bozoridagi gender tafovuti (gender pay gap), qaror qabul qilish va boshqaruv darajalarida ayollar ulushining kamligi kabi tizimli muammolarni oziqlantiradi [2, 5]. Shu sababli, gender stereotiplarini bartaraf etishda medianing konstruktiv, maarifiy va transformatsion imkoniyatlaridan tizimli foydalanish dolzarb ilmiy hamda amaliy zaruriyatga aylandi [2].



MEDIA DISKURSDA GENDER STEREOTIPLARINING SHAKLLANISHI VA TAZOHURLARI

Media diskurs – bu shunchaki matn va tasvirlar yig‘indisi emas, balki muayyan ijtimoiy-madaniy kontekstda hokimiyat, g‘oya va madaniy qadriyatlarni ishlab chiqaruvchi murakkab tizimdir [1, 4]. Gender stereotiplari OAVda asosan turlicha usullar va freyming (framing) mexanizmlari orqali namoyon bo‘ladi.

Freyming va reprezentatsiya usullari:

- An’anaviy rollarga biriktirish (Role Stereotyping): Reklama va badiiy kontentda ayollar asosan uy xojaligi, oshxona, bolalar parvarishi yoki go‘zallik sanoati mahsulotlarini iste’molchisi sifatida namoyon bo‘ladi [1, 3]. Erkaklar esa texnika, moliya, siyosat, sport va rahbarlik lavozimlarida gavdalaniriladi [3].
- Obyektivatsiya va vizual diskurs: Visual mediada (televideniye, glossy jurnallar, Instagram, TikTok) ayol tanasi va tashqi ko‘rinishiga haddan tashqari urg‘u berilishi (visual objectification) va ularni estetik manbaa sifatida tasvirlanishi ko‘p kuzatiladi [1].
- Ekspertlik va vakillikdagi tengsizlik: Yangiliklar va tahliliy dasturlarda ekspert, sharhlovchi va yetakchi mutassis sifatida asosan erkaklar taklif etilishi (media-invisibility) jamoatchilikda "siyosat va fan – erkaklar sohasi" degan noto‘g‘ri tasavvurni mustahkamlaydi [2, 5].

Til va stilistik stereotiplar:

Media matnlarda gender jihatdan kamsituvchi yoki bir yoqlama tildan foydalanish holatlari uchraydi [3]. Masalan, ayol rahbarlar haqida yozilganda ularning kasbiy muvaffaqiyatlaridan ko‘ra, tashqi ko‘rinishi, oilaviy ahvoli va kiyinish uslubiga ortiqcha urg‘u berilishi (sexist language) xarakterlidir [1, 3]. Erkaklar haqidagi materiallarda esa bunday shaxsiy detallar odatda chetlab o‘tiladi va faqat ularning kasbiy natijalariga baho beriladi [3].

Gender stereotiplarini bartaraf etishdagi zamonaviy choralar va mexanizmlar:

Gender stereotiplariga qarshi kurashish faqat cheklov va taqiqlar orqali emas, balki media sohasini kompleks transformatsiya qilish, muqobil obrazlarni yaratish va jamoatchilikning tanqidiy fikrlashini rivojlantirish orqali amalga oshirilishi lozim [2, 4].

Mediada gender tenglikni ta'minlash

Institutsional choralar

- *Gender siyosati
- *Etika kodeksi
- *self-regulation
- *Gender-sensitive indikatorlar (UNESCO)

Ta'lim va media savodxonlik

- *Kritik media savodxonlik
- *Redakciya treninglari
- *Oliy ta'lim dasturlari

Raqamli va texnologik

- *AI va algoritm monitoringi
- *Raqamli axloq standartlari
- *Kiber-zonada tenglik

1. Institutsional va me'yoriy choralar

- Gender sezgir indikatorlarni joriy etish (UNESCO GSIM): YUNESKO tomonidan ishlab chiqilgan "Mediada gender-sezgirlik indikatorlari" (Gender-Sensitive Indicators for Media) asosida media redaksiyalarning kontenti va ichki boshqaruvini doimiy baholab borish [2].
- OAVda o'z-o'zini tartibga solish (Self-Regulation): Redaksiyalarda gender tengligi va bag'rikenglik bo'yicha ichki etika kodekslarini qabul qilish [2, 5]. Jurnalistlar uchun gender jihatdan betaraf (gender-neutral) tildan foydalanish bo'yicha qo'llanmalar (stylebooks) yaratish [3].
- Ayol jurnalist va ekspertlar bazasini kengaytirish: Mediada ekspert ayollar ulushini oshirish uchun sohaviy mutaxassis ayollarning yagona ma'lumotlar bazasini (SheSource kabi platformalar) shakllantirish va ularni axborot dasturlariga faol jalb etish [2, 5].

2. Ta'lim va kritiki media savodxonlik

- Aholining kritiki media savodxonligini oshirish: Jamiyatda, ayniqsa yoshlar o'rtasida media kontentni shunchaki iste'mol qilmay, undagi yashirin stereotipik xabarlarini, tijorat va ideologik freymnlarni aniqlay olish (dekonstruksiya qilish) ko'nikmalarini rivojlantirish [1, 3].
- Oliy media ta'limni modernizatsiya qilish: Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar yo'nalishidagi universitet va fakultetlar o'quv dasturlariga "Media va gender", "Gender diskursi tahlili" kabi maxsus kurslarni kiritish [3].

3. Raqamli va texnologik yechimlar

- Sun'iy intellekt va neyron tarmoqlari monitoringi: Raqamli media, ijtimoiy tarmoqlar va qidiruv tizimlaridagi algoritmlarda mavjud bo'lgan gender disbalansini aniqlash. SI va mashinali o'rgatish (Machine Learning) vositalari



orqali diskriminatsion va stereotipik kontentni avtomatik tahlil qilish va aniqlash [5].

- Muqobil va ijobiy kontentni qo'llab-quvvatlash (Positive Portrayal): Fan, texnika (STEM), tadbirkorlik, davlat boshqaruvi va san'at sohalarida muvaffaqiyatga erishgan ayollar haqida turkum hujjatli loyihalar, podkastlar va media-kampaniyalarni moliyalashtirish hamda grantlar ajratish [2, 5].

Natijalar va ilmiy munozara

Keltirilgan nazariy va amaliy tahlillar shuni ko'rsatadiki, media sohasi gender stereotiplarini shakllantiruvchi manba bo'lish bilan birga, jamiyatni modernizatsiya qilish va ijtimoiy tenglikni ta'minlashning eng samarali vositasidir [1, 4].

Ko'rsatkich / Yondashuv	An'anaviy Media Yondashuvi	Zamonaviy Transformatsion Yondashuv
Ayol obrazining o'rni	Passiv iste'molchi, maishiy va estetik obyekt [1]	Faol subyekt, qaror qabul qiluvchi, yetakchi [2]
Erkak obrazining o'rni	Bir yoqlama "hegemon" va agressiv yetakchi [3]	Hissiyotga ega, oilaparvar, teng sherik [3]
Til va terminologiya	gender-biryoqlama terminlar [1]	Gender-sezgir va betaraf (gender-inclusive) til [3]
Redaksiya siyosati	Gender masalalariga e'tiborsizlik [5]	Gender sezgirlik va doimiy monitoring (GSIM) [2]

Aholi o'rtasida o'tkazilgan medialogik va sotsiologik kuzatishlar shuni ko'rsatadiki, media kontentda muqobil, ilhor va teng huquqli obrazlarning ko'payishi natijasida yosh avlodning ijtimoiy rollarga bo'lgan qarashlari sezilarli darajada o'zgaradi [3, 4]. Xususan, qizlar o'rtasida STEM (fan, texnologiya, muhandislik va matematika) sohalariga hamda rahbarlik pozitsiyalariga bo'lgan qiziqish ortishi bevosita media reprezentatsiyaning sifati bilan bog'liqdir [2, 5].

XULOSA

Ommaviy axborot vositalari va raqamli platformalar zamonaviy jamiyatning ijtimoiy-madaniy kodlarini belgilovchi asosiy kuch hisoblanadi [1]. Gender stereotiplari muammosini hal etishda medianing rolini oshirish quyidagi kompleks adtimlarni talab etadi:

- Redaksiyalar va media-xoldinglar darajasida gender sezgir siyosatni va kasbiy etika standartlarini joriy etish [2];
- Media va ijtimoiy tarmoqlarda gender stereotiplariga barham beruvchi muqobil va ilhomlantiruvchi obrazlarni (role models) tizimli ravishda taqdim etish [3, 5].





- Jamiyatning media savodxonligini oshirish orqali axborotni tanqidiy qabul qilish va stereotiplarni rad etish madaniyatini shakllantirish [3];

- Raqamli platformalar hamda sun'iy intellekt texnologiyalaridan gender diskriminatsiyasini monitoring qilish va neytrallashtirishda unumli foydalanish [5].

Zero, medianing gender jihatdan sezgir va adolatli bo'lishi nafaqat ayollar huquqlarini ta'minlashga, balki butun jamiyatning barqaror rivojlanishi va inson kapitalining to'liq namoyon bo'lishiga xizmat qiladi [2, 4].

ADABIYOTLAR RO'YXATI / REFERENCES

1. Gill, R. (2007). Gender and the Media. Cambridge: Polity Press.
2. UNESCO (2012). Gender-Sensitive Indicators for Media: Framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content. Paris: UNESCO.
3. Wood, J. T. (2018). Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture. Boston: Cengage Learning.
4. Butler, J. (1990). Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. New York: Routledge.
5. European Institute for Gender Equality (EIGE) (2013). Review of the implementation of the Beijing Platform for Action: Women and the Media in the EU. Vilnius: EIGE.