KOKAND UNIVERSITY HERALD SCIENTIFIC E-JOURNAL
ISSN: 2181-1695

QO‘QON UNIVERSITETI XABARNOMASI
KOKAND UNIVERSITY HERALD
ВЕСТНИК КОКАНДСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

OAK: 01-08/1819/6

HERALD

www.herald.kokanduni.uz

GENDER SEZGIR JURNALISTIKANING TARAQQIYOT BOSQICHLARI

Zakirova Oisha Vohid qizi,
O‘zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti
“PR va Menejment” fakulteti dekani (PhD), dotsent.
ORCID: 0009-0007-0759-4840
oisha993wc@gmail.com

MAQOLA HAQIDA

Qabul qilindi: 9-fevral 2026-yil
Tasdiqlandi: 11-fevral 2026-yil
Jurnal soni: 17-B
Maqola raqami: 92
DOI:https://doi.org/10.54613/ku.v17i.1869

KALIT SO‘ZLAR/ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА/ KEYWORDS

gender sezgir jurnalistika, media reprezentatsiyasi, gender stereotiplari, jurnalistika etikasi, raqamli xavfsizlik, media kontenti, tahririy siyosat, sun’iy intellekt

ANNOTATION

Mazkur maqolada gender sezgir jurnalistikaning shakllanishi va taraqqiyot bosqichlari tarixiy, qiyosiy va tizimli yondashuvlar asosida tahlil qilinadi. Tadqiqotda gender masalasining media kontentidagi oddiy reprezentatsiya muammosidan jurnalistik faoliyatning professional, institutsional va texnologik mezoniga aylanish jarayoni ochib beriladi. Tahlil natijalari gender sezgir jurnalistikaning zamonaviy rivojlanishi media tasvirining muvozanatliligi bilan bir qatorda, tahririy qarorlar, jurnalistlarning raqamli xavfsizligi hamda sun’iy intellekt va algoritmik vositalardan foydalanish bilan chambarchas bog‘liqligini ko‘rsatadi. Shuningdek, gender stereotiplarining qayta ishlab chiqarilish xavfi va raqamli media muhitining yangi chaqiriqlari asosida gender sezgir jurnalistikaning istiqboldagi metodologik yo‘nalishlari asoslanadi.

Kirish. Jurnalistika jamiyatdagi ijtimoiy munosabatlarni nafaqat aks ettiruvchi, balki ularning mazmuni, talqini va jamoatchilik tomonidan qabul qilinishiga ta’sir ko‘rsatuvchi muhim institutsional mexanizmlardan biridir. Shu bois ommaviy axborot vositalarida xotin-qizlar va erkaklarning ijtimoiy mavqei, imkoniyatlari, faoliyati hamda muammolarining qanday yoritilishi gender munosabatlarining jamoatchilik ongida shakllanishiga bevosita ta’sir etadi. Gender sezgir jurnalistika aynan shu nuqtada jurnalistik faoliyatning alohida metodologik va etik yo‘nalishi sifatida namoyon bo‘lib, axborotni jinsiy stereotiplar, diskriminatsion tasvirlar va biryoqlama talqinlardan xoli holda, tenglik va inson qadr-qimmati tamoyillari asosida ishlab chiqishni nazarda tutadi.

Gender sezgir jurnalistikaning shakllanishi ommaviy kommunikatsiya tizimining rivojlanishi bilan parallel kechgan bo‘lsa-da, uning mazmuni vaqt o‘tishi bilan sezilarli darajada o‘zgardi. Dastlab ayollar obrazining ommaviy axborot vositalarida yetarli darajada aks ettirilishi masalasi ustuvor bo‘lgan bo‘lsa, keyinchalik muammoning markaziga media matnlarida gender stereotiplarining qayta ishlab chiqarilishi, axborot manbalaridagi gender nomutanosibligi, ekspert va qahramonlarni tanlashdagi biryoqlamalik, til va vizual tasvirlarning diskriminatsion xususiyatlari hamda media kun tartibida gender masalalarining qanday talqin qilinishi kabi murakkab jihatlar chiqdi. Demak, gender sezgir jurnalistikani faqat “ayollar mavzusini yoritish” bilan chegaralash mazkur hodisaning ilmiy mohiyatini toraytiradi; uning asosiy mezoni — jurnalistik materialning voqelikni gender tengligi va inson huquqlari nuqtayi nazaridan xolis, muvozanatli hamda dalillarga asoslangan tarzda aks ettirishidir.

O‘zbekistonda gender tenglik masalasining davlat siyosati darajasida institutsionallashuvi mazkur yo‘nalishning media sohasidagi ahamiyatini ham kuchaytirdi. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Senatining 2021-yil 28-maydagi SQ-297-IV-son qarori bilan tasdiqlangan “2030-yilga qadar O‘zbekiston Respublikasida gender tenglikka erishish strategiyasi”da ommaviy axborot vositalari va internet orqali Gender strategiyasining amalga oshirilishi to‘g‘risidagi xolis va to‘liq ma’lumotlarni jamoatchilikka yetkazish vazifasi belgilangan. Mazkur yondashuv gender tenglikni faqat huquqiy yoki ijtimoiy siyosat masalasi emas, balki uning jamoatchilikka qanday kommunikatsiya qilinishi bilan chambarchas bog‘liq jarayon sifatida qarash zarurligini ko‘rsatadi [1].

Shu nuqtayi nazardan, gender sezgir jurnalistikaning taraqqiyot bosqichlarini tizimli o‘rganish jurnalistika nazariyasi uchun ham, zamonaviy media amaliyoti uchun ham muhimdir. Chunki raqamli media muhitining kengayishi gender masalalarining yoritilish shakllarini tubdan o‘zgartirib, an’anaviy tahririyat nazoratiga qo‘shimcha ravishda ijtimoiy tarmoqlar, vizual kontent, algoritmik tarqatish va foydalanuvchi tomonidan yaratiladigan kontent kabi omillarni ham jarayonga olib kirdi. Mazkur sharoitda gender sezgirlik jurnalistning alohida mavzuga munosabati emas, balki axborotni izlash, manbalarni tanlash, savol qo‘yish, faktlarni tekshirish, til va tasvir vositalaridan foydalanish hamda auditoriyaga taqdim etishning yaxlit professional mezoniga aylanmoqda.

Shundan kelib chiqib, gender sezgir jurnalistikaning taraqqiyotini tarixiy va institutsional o‘zgarishlar, jurnalistik standartlarning takomillashuvi hamda raqamli kommunikatsiya muhitining transformatsiyasi bilan uzviy bog‘liq holda tadqiq etish mazkur yo‘nalishning nazariy asoslarini aniqlashtirish imkonini beradi. Ushbu tadqiqotning dolzarbligi ham aynan gender masalalarining media makonida miqdoriy ko‘rinishidan ko‘ra, ularning qanday mazmuniy va professional mezonlar asosida yoritilayotganini tahlil qilish zarurati bilan belgilanadi.

Adabiyotlar tahlili. Gender va media munosabatlarini o‘rganishga bag‘ishlangan tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, gender sezgir jurnalistika dastlab ommaviy axborot vositalarida xotin-qizlarning ko‘rinishi va ishtiroki masalasidan boshlangan bo‘lsa, keyinchalik media mazmunining o‘zi, undagi stereotiplar, til, manbalar tanlovi va axborotning talqin qilinishini qamrab oluvchi kengroq metodologik yondashuvga aylangan. Shu jihatdan UNESCO tomonidan ishlab chiqilgan Gender-Sensitive Indicators for Media konsepsiyasi muhim nazariy-metodik asoslardan biri hisoblanadi. Unda gender tenglikni faqat media mahsulotidagi ayol va erkak obrazlari bilan cheklamasdan, tahririyat siyosati, mehnat muhiti, kasbiy imkoniyatlar, jurnalistlar malakasi va yangiliklar mazmuni bilan birgalikda baholash taklif etiladi. Mazkur yondashuv gender sezgirlikni alohida mavzu emas, balki media faoliyatining institutsional

va mazmuniy sifat ko‘rsatkichi sifatida talqin qilish imkonini beradi [2].

Gender sezgir jurnalistikaning mazmuniy jihatlarini o‘rganishda gender stereotiplarini qayta ishlab chiqarish muammosi alohida o‘rin tutadi. UN Women tomonidan ishlab chiqilgan Guideline for Gender Responsive Media materiallarida jurnalistik kontentda ayollar va erkaklarning tengligini e’tirof etish, stereotiplarni takrorlamaslik, tahririy tilni gender nuqtayi nazaridan xolislashtirish hamda ayollarni axborot manbasi va jamoat hayotining faol subyekti sifatida ko‘rsatish gender-sezgir media amaliyotining asosiy tamoyillari sifatida belgilanadi [3]. Bu yondashuvdan kelib chiqadigan muhim metodologik xulosa shundaki, gender sezgirlik materialda ayolning mavjudligi bilan emas, uning qanday kontekstda, qanday til va qanday ijtimoiy maqomda tasvirlanishi bilan belgilanadi.

Gender mavzusining jurnalistik yoritilishida etik masala, ayniqsa, zo‘ravonlik va diskriminatsiya bilan bog‘liq materiallarda yanada dolzarb tus oladi. A.-M. Impe tomonidan UNESCO uchun tayyorlangan jurnalistlar qo‘llanmasida ayollar va qizlarga nisbatan zo‘ravonlikni yoritishda faktlarga asoslanganlik, stigmatizatsiya va sensatsion yondashuvdan voz kechish, jabrlanuvchining sha’ni va xavfsizligini hisobga olish, shuningdek, axborotni muayyan ijtimoiy kontekstda berish zarurligi asoslangan. Muallif gender tengligiga xizmat qiluvchi jurnalistikani faqat axborot yetkazish emas, balki jamoatchilik qarashlariga ta’sir qiluvchi mas’uliyatli kommunikativ faoliyat sifatida ko‘radi [4].

Mazkur nazariy qarashlarning amaliy ahamiyati global media monitoring natijalarida ham namoyon bo‘ladi. Global Media Monitoring Projectning 2025-yilgi ma’lumotlari 1995–2025-yillar oralig‘ida yangiliklarda ko‘rinadigan, eshitiladigan yoki tilga olinadigan ayollar ulushi 17 foizdan 25 foizgacha oshganini, biroq ayollarning ekspert yoki sharhlovchi sifatidagi ishtiroki hanuz past darajada qolayotganini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, gender stereotiplarini bevosita buzib ko‘rsatuvchi materiallar ulushi ham juda cheklangan. Bu natijalar media makonida ayollarning son jihatidan ko‘proq ko‘rinishi avtomatik ravishda gender sezgir jurnalistika shakllanganini anglatmasligini ko‘rsatadi [5].

Shunday qilib, mavjud adabiyotlarni tahlil qilish gender sezgir jurnalistika tushunchasining evolyutsiyasi uch asosiy yo‘nalishda kechganini ko‘rsatadi: media vakilligini ta’minlash, stereotipik va diskriminatsion tasvirlarni kamaytirish hamda jurnalistik ishlab chiqarishning o‘zini gender tengligi tamoyillari asosida takomillashtirish. Biroq mazkur yondashuvlarning tarixiy ketma-ketligi va ularning raqamli media muhitidagi transformatsiyasi yaxlit taraqqiyot jarayoni sifatida yetarlicha tizimlashtirilmagan. Shu sababli gender sezgir jurnalikaning taraqqiyot bosqichlarini nafaqat xronologik, balki ijtimoiy ehtiyojlar, jurnalistik standartlar, institutsional mexanizmlar va texnologik o‘zgarishlarning o‘zaro ta’siri asosida tadqiq etish mazkur maqolaning asosiy ilmiy yo‘nalishini tashkil etadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda gender sezgir jurnalistikaning shakllanishi va taraqqiyot bosqichlarini aniqlash uchun tarixiy-qiyosiy, kontent-tahlil va tizimli yondashuvlardan foydalanildi. Tarixiy yondashuv orqali gender masalasining jurnalistika kun tartibiga kirib kelishi, uning dastlabki vakillik muammolaridan stereotiplarni bartaraf etish va gender tengligi tamoyillarini jurnalistik faoliyatning professional mezoniga aylantirishgacha bo‘lgan evolyutsiyasi izchil o‘rganildi.

Qiyosiy yondashuv asosida xalqaro media standartlari, genderga sezgir jurnalistika bo‘yicha metodik qo‘llanmalar va global media monitoring natijalari o‘zaro taqqoslandi.

Kontent-tahlil usuli orqali gender stereotiplari, diskriminatsion ifodalar, axborot manbalarining gender tarkibi, ayollarning ekspert va faol ijtimoiy subyekt sifatidagi ishtiroki hamda zo‘ravonlik bilan bog‘liq mavzularning yoritilish xususiyatlari tahlil qilindi. Tizimli yondashuv esa gender sezgir jurnalikaning rivojlanishini alohida media materiallari doirasida emas, balki ijtimoiy ehtiyojlar, jurnalistik etika, institutsional me’yorlar va raqamli media transformatsiyasining o‘zaro ta’siri natijasi sifatida baholash imkonini berdi.

Tadqiqotning nazariy va empirik bazasini UN Women, UNESCO va Global Media Monitoring Project materiallari, shuningdek, O‘zbekistonda gender tenglikni ta’minlashga qaratilgan normativ-huquqiy hujjatlar tashkil etdi. Mazkur manbalarni kompleks tahlil qilish asosida gender sezgir jurnalistikaning taraqqiyot bosqichlari va ularning mazmuniy xususiyatlari aniqlashtirildi.

Natijalar. Gender sezgir jurnalistikaning zamonaviy taraqqiyotini faqat media kontentidagi ayollar va erkaklar vakilligi bilan izohlash yetarli emas. Tadqiqot natijalari mazkur jarayon tahririy qarorlarni qabul qilish, media tashkilotlaridagi boshqaruv tuzilmasi, jurnalistlarning raqamli xavfsizligi va axborot tarqatish texnologiyalaridagi o‘zgarishlar bilan tobora kuchliroq bog‘lanayotganini ko‘rsatadi. Binobarin, gender sezgirlik bugungi jurnalistikada alohida mavzuni yoritish usulidan ko‘ra, butun media ishlab chiqarish jarayonining sifat mezoniga aylanmoqda.

Birinchi muhim natija gender tenglikning tahririyat ichidagi institutsional holati bilan bog‘liq. Reuters Institute tomonidan 2025-yilda 12 ta media bozoridagi 240 ta yirik onlayn va an’anaviy media brendi o‘rganilganda, 171 nafar yuqori darajadagi bosh muharrirlarning atigi 27 foizini ayollar tashkil etgani aniqlangan. Holbuki, mazkur bozorlarda jurnalistlarning o‘rtacha 40 foizi ayollardir. Demak, ayollarning jurnalistika kasbidagi ishtiroki ularning tahririy qarorlar qabul qiluvchi yuqori lavozimlardagi ulushiga to‘liq aylanmayapti. Tadqiqotda 12 bozorning barchasida yuqori tahririy lavozimlarning aksariyati erkaklar qo‘lida ekani aniqlangan [6].

Mazkur tafovut gender sezgir jurnalistikaning muhim, biroq ko‘pincha e’tibordan chetda qoladigan jihatini ochib beradi: media mahsulotidagi gender tenglik tahririyatdagi qarorlar tizimidan mustaqil holda shakllanmaydi. Kim mavzuni tanlaydi, qaysi manba ekspert sifatida olinadi, qaysi voqea kun tartibiga chiqariladi va material qanday sarlavha bilan beriladi — bularning barchasi tahririy qarorlar orqali belgilanadi. Shuning uchun gender sezgir jurnalikaning keyingi taraqqiyot bosqichi kontentdagi vakillikni yaxshilash bilan bir qatorda, media tashkilotlarining ichki boshqaruv mexanizmlarida teng imkoniyatlarni ta’minlashni ham talab qiladi.

Ikkinchi natija raqamli media muhitining gender sezgir jurnalistika mazmunini kengaytirayotganini ko‘rsatadi. Reuters Institute’ning 2025-yilgi Digital News Report ma’lumotlariga ko‘ra, global respondentlarning 65 foizi 2025-yilda ijtimoiy tarmoqlar orqali video yangiliklarni iste’mol qilgan; 2020-yilda bu ko‘rsatkich 52 foiz edi. Umuman, istalgan formatdagi onlayn video yangiliklardan foydalanish 67 foizdan 75 foizgacha oshgan. Shu bilan birga, TikTokdan yangilik olish darajasi global tanlanmada 16 foizni tashkil etgan, YouTube orqali yangilik iste’moli esa 30 foiz bo‘lgan [7].

Bu o‘zgarish gender sezgir jurnalistika uchun ikki tomonlama talabni yuzaga keltirmoqda. Bir tomondan, qisqa video, vizual kontent va platformaga moslashtirilgan materiallar gender mavzularini kengroq auditoriyaga olib chiqish imkoniyatini oshiradi. Ikkinchi tomondan esa, tezkor va algoritmik tarqatiladigan kontentda sarlavhani sensatsionlashtirish, stereotipik vizual obrazlardan foydalanish yoki murakkab ijtimoiy muammoni soddalashtirish xavfi kuchayadi. Demak, raqamli jurnalistikada gender sezgirlik faqat matnning lingvistik xolisligi bilan cheklanmay, sarlavha, tasvir, video montaj, thumbnail, platforma formati va auditoriyani jalb qilish usullarini ham qamrab olishi zarur.

Uchinchi natija gender sezgir jurnalistikaning professional etikasi endilikda jurnalistning jismoniy xavfsizligidan tashqari uning raqamli xavfsizligini ham o‘z ichiga olayotganini ko‘rsatadi. UNESCO va International

Center for Journalists tadqiqotida 125 dan ortiq mamlakatdan 900 dan ziyod respondent ma'lumotlari o'rganilgan bo'lib, ayol jurnalistlarning 73 foizi kasbiy faoliyati davomida onlayn zo'ravonlikka duch kelganini bildirgan [8].

2026-yilda e'lon qilingan UN Women, UNESCO va ICFJ hamkorligidagi yangi tadqiqot esa muammoning yanada murakkablashayotganini ko'rsatadi. Tadqiqotda so'rovda qatnashgan ayol jurnalistlarning 45 foizi onlayn zo'ravonlik sababli ijtimoiy tarmoqlarda o'zini senzura qilganini, 22 foizi esa ish faoliyatida o'zini senzura qilganini bildirgan. 2020-yilda ijtimoiy tarmoqlardagi o'zini senzura qilish ko'rsatkichi 30 foiz bo'lgan. Bundan tashqari, respondentlarning 5 foizi deepfake yoki manipulyatsiya qilingan tasvir va videolar orqali nishonga olinganini qayd etgan [9].

Mazkur ko'rsatkichlar gender sezgir jurnalistikaning taraqqiyotini faqat "ayollar haqida qanday yozish" masalasi sifatida talqin qilishni cheklaydi. Chunki jurnalistning o'zi raqamli tahdidlar sabab muayyan mavzularni yoritishdan voz kechsa yoki o'z fikrini cheklasa, media makonidagi gender xilma-xilligi mazmuniy jihatdan qisqaradi. Shu sababli zamonaviy gender sezgir jurnalistika xolis kontent, teng vakillik va xavfsiz professional muhit uchligini birlashtirishi lozim.

To'rtinchi natija sun'iy intellekt va algoritmik media muhitining gender masalasiga yangi o'lcham olib kirayotganini ko'rsatadi. UNESCO ma'lumotlariga ko'ra, global miqyosda AI mutaxassislarining atigi 22 foizini ayollar tashkil etadi. Bu ko'rsatkich jurnalistikada sun'iy intellektdan foydalanish kengayayotgan sharoitda gender vakilligi masalasini nafaqat jurnalist va ekspertlar tarkibi, balki axborotni ishlab chiqaruvchi texnologik tizimlar nuqtayi nazaridan ham ko'rib chiqishni talab etadi. Ayniqsa, generativ AI yordamida matn, tasvir va video yaratish jarayonlarida mavjud stereotiplarning qayta ishlab chiqarilishi gender sezgir media standartlarining yangi metodologik muammosiga aylanmoqda [10].

Muhokama. Tadqiqot natijalari, shuningdek, gender sezgir jurnalistikaning taraqqiyoti chiziqli jarayon emasligini ko'rsatadi. Bir tomondan, ayollarning jurnalistika kasbidagi ishtiroki va tahririy boshqaruvdagi vakilligi asta-sekin kengaymoqda; ikkinchi tomondan, raqamli platformalarning kuchayishi yangi turdagi stereotiplar, onlayn zo'ravonlik va o'zini senzura qilish xavfini yuzaga keltirmoqda. Reuters Institute ma'lumotlarida 2025-yilda yuqori tahririy lavozimlardagi ayollar ulushi 2024-yildagi 24 foizdan 27 foizga ko'tarilgan bo'lsa-da, bu o'zgarish hali tizimli tenglikni anglatmaydi [6].

Shu asosda tadqiqot gender sezgir jurnalikaning zamonaviy rivojlanishini to'rtta o'zaro bog'liq mezon orqali tavsiflash imkonini beradi: media kontentida xolis va muvozanatli tasvir, tahririy qarorlar tizimida teng vakillik, jurnalistlarning raqamli xavfsizligi hamda yangi texnologiyalarni gender mas'uliyati asosida qo'llash. Mazkur mezonlarning birgalikda qaralishi gender sezgir jurnalikaning oddiy "gender mavzusidagi jurnalistika"dan farqini belgilaydi. Uning taraqqiyoti mavzular doirasining kengayishidangina emas, balki jurnalistik faoliyatning ishlab chiqarish, boshqaruv va texnologik asoslarining o'zgarishida namoyon bo'lmoqda.

Olib borilgan tahlil gender sezgir jurnalistika oddiygina gender mavzularini yoritish doirasidan chiqib, jurnalistik faoliyatning mazmuni, ishlab chiqarish mexanizmlari va texnologik asoslarini qamrab oluvchi professional standartga aylanayotganini ko'rsatdi. Uning taraqqiyoti, avvalo, media kontentida ayollar va erkaklarning muvozanatli hamda stereotiplardan xoli tasvirlanishi, keyinchalik esa tahririy qarorlar, jurnalistlarning raqamli xavfsizligi va sun'iy intellektdan foydalanish jarayonlariga gender mezonlarining integratsiyalashuvi bilan tavsiflanadi. Binobarin, gender tenglikni media mahsulotining yakuniy natijasidan tashqari, uni yaratish jarayonining o'zida ta'minlash bugungi jurnalistikaning muhim vazifasiga aylanmoqda.

Xulosa va takliflar. Ushbu tadqiqotdan kelib chiqib quyidagi takliflar ilgari suriladi:

1. Tahririyatlarda gender sezgirlik bo'yicha ichki standart va kontent monitoringi mexanizmlarini joriy etish;
2. Jurnalistlarni gender stereotiplari, zo'ravonlik mavzularini mas'uliyatli yoritish va raqamli xavfsizlik bo'yicha muntazam tayyorlash;
3. Ayollarni nafaqat media kontentining qahramoni, balki ekspert, manba va tahririy qaror qabul qiluvchi subyekt sifatida kengroq jalb etish;
4. Sun'iy intellekt asosidagi media vositalaridan foydalanishda gender tarafkashligini aniqlash va kamaytirishga qaratilgan metodik mezonlarni ishlab chiqish.

Umuman olganda, gender sezgir jurnalikaning keyingi bosqichi "kim haqida yozilayotgani" bilan bir qatorda, "kim tomonidan, qanday mezonlar asosida va qaysi texnologiyalar yordamida axborot yaratilayotgani" masalasini ham qamrab olishi lozim. Aynan shu yondashuv gender tenglikni media siyosatining deklarativ tamoyilidan amaliy jurnalistik standartga aylantirish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Senati (2021) 2030-yilga qadar O'zbekiston Respublikasida gender tenglikka erishish strategiyasini tasdiqlash haqida. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Senatining SQ-297-IV-son qarori, 28 may 2021. https://lex.uz/uz/acts/-5466673
2. UNESCO (2012) Gender-sensitive indicators for media: framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content. Paris: UNESCO. https://t.me/c/2311948784/546
3. Global Media Monitoring Project (2025) Global media monitoring Project 2025: Global Report. WACC. https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2025/12/GMMP2025-GlobalReport.pdf
4. Impe, A.M. (2019) Reporting on violence against women and girls: a handbook for journalists. Paris: UNESCO. ISBN 978-92-3-100349-3. UNESCO nashri. https://t.me/c/2311948784/549
5. Cann, V., Mitra, B., McKay, F., House, M., Mairs Dyer, J. and Garcia-Blanco, I. (2025) Global media monitoring project 2025: UK Combined Nations National Report. WACC. https://ueaeprints.uea.ac.uk/id/eprint/101539/?utm
6. Ross Arguedas, A. et al. (2025) Women and leadership in the news media 2025: evidence from 12 markets. Reuters Institute for the Study of Journalism. DOI: 10.60625/risj-t1b1-je62. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/women-and-leadership-news-media-2025-evidence-12-markets?utm
7. Newman, N. (2025) Digital news report 2025: overview and key findings. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025/dnr-executive-summary?utm
8. UNESCO and International Center for Journalists (ICFJ) (2020) Online violence against women journalists: a global snapshot of incidence and impacts. Paris: UNESCO. https://www.unesco.org/en/articles/journaliststoo-73-women-journalists-participating-unesco/icfj-survey-have-experienced-online?utm
9. UN Women, UNESCO and ICFJ (2026) Tipping Point: Online Violence Impacts, Manifestations and Redress in the AI Age. https://www.unesco.org/en/articles/new-global-report-reveals-growing-impact-online-violence-women-journalists?hub=67972&utm
10. UNESCO (2021) UNESCO Science Report: The Race Against Time for Smarter Development — Women and the Digital Revolution. Paris: UNESCO. https://www.unesco.org/reports/science/2021/en/women-digital-revolution?utm