

# ԳԵՆԴԵՐԱՅԻՆ ՁԳԱՅՈՒՆՆՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՁԳԱՅՈՒՆ ԼՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ



«Գենդերային զգայունություն և զգայուն լրագրություն» դասընթացի նյութերի ժողովածուն պատրաստվել է Եվրոպական միության և ՄԱԿ-ի Զարգացման ծրագրի աջակցությամբ՝ Հավասար իրավունքների և հավասար հնարավորությունների խթանում Հայաստանում. Կանայք տեղական ժողովրդավարական գործընթացներում ծրագրի շրջանակներում: Ժողովածուի բովանդակությունը հեղինակներին է և կարող է չհամընկնել Եվրոպական միության և Միավորված Ազգերի Կազմակերպության Զարգացման ծրագրի տեսակետների հետ:

**Եվրահանձնաժողովը ԵՄ գործադիր մարմինն է:**

**Եվրամիությունն ունի 27 անդամ երկիր, որոնք որոշել են աստիճանաբար կապակցել իրենց նոու-հաուն, ռեսուրսներն ու ուղիները: 50 փարվա ընդարձակման ժամանակահատվածում նրանք միասին ստեղծել են կայունության, ժողովրդավարության ու կայուն զարգացման փարածք՝ պահպանելով մշակութային զանազանությունը, հանդուրժողականությունը և յուրաքանչյուրի անկախությունը: Եվրամիությունը հանձնառու է կիսել իր ձեռքբերումներն ու արժեքները իր սահմաններից այն կողմ գտնվող երկրների ու ժողովուրդների հետ:**

**ՄԱԿ-ի Զարգացման ծրագիրը գործընկերային կապեր է հաստատում հասարակության բոլոր խավերի ներկայացուցիչների հետ՝ զորակցելով պետություններին դիմակայելու ճգնաժամերին: ՄԱԶԾ-ն խթանում է նաև աճը, որ կոչված է բարելավելու յուրաքանչյուր անձի կյանքի որակը: Մնայուն ներկայություն ունենալով 177 երկրներում և փարածքներում՝ ՄԱԿ-ի Զարգացման ծրագիրը համաշխարհային փորձ և փեղական լուծումներ է մատուցում՝ նպաստելով կյանքի բարելավմանը և աջակցելով կայուն պեղականության ձևավորմանը:**

**ՄԱԶԾ-ն հաստատվել է Հայաստանում 1993թ. մարտին և աջակցում է կառավարությանը մինչ 2015թ. իրականացնելու ազգային զարգացման առաջնահերթությունները, ինչպես նաև հասնելու Հազարամյակի զարգացման նպատակներին:**

**Հեղինակներ՝**

Արմենուի ԹԱՆԱՇՅԱՆ

Հասմիկ ԽԱԶԱՏՐՅԱՆ

**Մասնագիտական խմբագիր՝**

Տաթևիկ ՓԻՐՈՒՄՅԱՆ

Հասարակայնության հետ կապերի հայաստանյան ասոցիացիա ՀԿ, Երևան 2013թ.

# Բովանդակություն

Ներածություն . . . . .	4
Մաս 1՝ Գենդերային հիմնահարցեր. . . . .	5
1.1 Կանանց հիմնահարցեր . . . . .	5
• Կանանց հիմնահարցերը մարդկային զարգացման պատմության մեջ. . . . .	5
• Կանանց շարժման հիմնական փուլերը . . . . .	5
1.2 Գենդերի վերաբերյալ հիմնական հասկացությունները . . . . .	7
• Գենդերային դերեր, գենդերային նույնականացում, գենդերային կարծրատիպեր, «սեռ» և «գենդեր» հասկացությունների տարբերությունը . . . . .	7
• Գենդերային հավասարություն և իրավահավասարություն . . . . .	10
1.3 Գենդերային սոցիալականացում . . . . .	13
• Գենդերային կարգավիճակ և դերեր. . . . .	13
• Սոցիալականացման ինստիտուտները . . . . .	15
1.4 Գենդերային մոտեցումը՝ որպես ներդաշնակ զարգացման նախապայման . . . . .	19
• Գենդերային մշակույթի փոփոխությունը որպես զուգակշռված ժողովրդավարության անհրաժեշտ նախապայման . . . . .	19
• Գենդերային մոտեցումը երկրի սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծման գործում . . . . .	21
Մաս 2՝ Գենդերի բաղադրիչը լրագրության մեջ . . . . .	25
2.1 Գենդերային հիմնախնդիրների նկատմամբ զգայուն լրագրություն . . . . .	25
• Լրատվամիջոցների դերի կարևորումը միջազգային և ազգային փաստաթղթերում . . . . .	25
• Հրապարակումների տիպաբանությունն՝ ըստ զգայունության. . . . .	27
2.2 Գենդերային հիմնախնդիրների արձարծումը հայկական լրատվամիջոցներում . . . . .	30
• Կանայք հայկական լրատվամիջոցներում: Հայաստանյան լրատվամիջոցներում հանդիպող հիմնական կարծրատիպերը . . . . .	31
• Գենդերային զգայուն նյութերի պատրաստման սկզբունքները . . . . .	34

# Ներածություն

Սույն ժողովածուն պատրաստվել է հայաստանյան լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների համար կազմակերպված «Գենդերային զգայունություն և զգայուն լրագրություն» թեմայով երկօրյա դասընթացների նյութերի հիման վրա: Ինչպես դասընթացի, այնպես էլ ժողովածուի նպատակն է նպաստել գենդերային հիմնախնդիրների, հիմնական հասկացությունների և զգայուն մոտեցումների վերաբերյալ գիտելիքի և կարողությունների բարձրացմանը, ինչի արդյունքում հնարավոր կլինի խթանել կանանց և տղամարդկանց՝ կարծրատիպերից զերծ պատկերումը լրատվամիջոցներում և, որպես հետևանք, հասնել գենդերային հավասարության և հավասար հնարավորությունների արժեքների ամրապնդմանը հասարակության լայն զանգվածների շրջանում:

4

Ժողովածուն բաղկացած է երկու հիմնական մասից: Առաջին մասում ներկայացված են տարբեր ժամանակաշրջաններում և երկրներում կանանց հիմնահարցերին կատարված անդրադարձերը և կանանց շարժումների հիմնական փուլերը, գենդերի վերաբերյալ գոյություն ունեցող հիմնական հասկացությունները, գենդերային սոցիալականացման առանձնահատկությունները: Անդրադարձ է կատարված նաև Հայաստանում առկա գենդերային կարծրատիպերին և խնդիրներին, ինչպես նաև գենդերային մշակույթի փոփոխությանը՝ որպես զուգակշռված ժողովրդավարության անհրաժեշտ նախապայմանին: Գենդերային հավասարության մոտեցման պահպանումը կարևոր է հասարակական կյանքի բոլոր ոլորտների զարգացման համար և, որպես օրինակ, ժողովածուի մեջ ներկայացված է սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծման գործում գենդերային հավասարության մոտեցումը պահպանելու կարևորությանը:

Երկրորդ մասում, որն ունի առավել գործնական-խորհրդատվական բնույթ, ներկայացված են գենդերային զգայուն լրագրության առանձնահատկությունները, սկզբունքներն ու տեխնիկաները: Քննարկված են նաև օրինակներ հայաստանյան լրատվամիջոցներից՝ գենդերային զգայունության տեսանկյունից, մասնավորապես ներկայացված են առավել հաճախ հանդիպող գենդերային կարծրատիպերը: Ժողովածուի մեջ ներկայացված ուղեցույց-խորհուրդները հնարավորություն կտան լրատվամիջոցների ներկայացուցիչներին պատրաստել և հրապարակել գենդերային առումով առավել գրագետ և զգայուն նյութեր, կրթարձագներ նրանց քննադատական-վերլուծական կարողությունները:

Չնայած ժողովածուն հիմնականում նախատեսված է լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների համար, դրա ընթերցումն օգտակար կլինի բոլոր նրանց համար՝ ում գործունեությունն այս կամ այն կերպ առնչվում է գենդերային հիմնախնդիրներին: Այն կարող է օգտագործվել նաև գենդերային հիմնախնդիրներին առնչվող ցանկացած դասընթացի ժամական՝ հղում կատարելով օգտագործված նյութին և հեղինակներին:



դրսևորումները՝ «Արշավ դեպի Վերսալ», Օլիմպա դը Գուժի «Կանանց իրավունքների հռչակագիրը»:

2. 1830-1920թթ.՝ ֆեմինիզմի «առաջին ալիքը»՝ սուֆրաժիստական շարժումը (անգլ. Suffrage - ընտրական իրավունք բառից): Շարժման հիմնական ուղղվածությունն էր հավասար ընտրական իրավունքների համար պայքարը: Այդ իրավունքի ձեռքբերումը 1917թ. առժամանակ սպառեց քաղաքական շարժման ներուժը, ինչը պայմանավորեց թաքնված վիճակում շարժման զարգացման մի երկարատև շրջան:

3. 1920-1960թթ.՝ ֆեմինիզմը զգալի անկում է ապրում, հասարակության մեջ տիրում է կանանց սոցիալական գործառույթների վերաբերյալ ավանդական տեսակետը:

4. 1960-ականներից մինչև 90-ականներ՝ ֆեմինիզմի «երկրորդ ալիքը»: Ի տարբերություն Ֆեմինիստական շարժման «առաջին ալիքին», որն իր առջև խնդիր էր դրել հաղթահարել օրենսդրական մակարդակում առկա անհավասարությունը, այս փուլում կանայք պայքարում էին նաև առկա փաստացի անհավասարության դեմ՝ կապված աշխատատեղերի, ընտանեկան հարաբերությունների, վերարտադրողական իրավունքի և այլնի հետ: Շարժումը հանգեցրեց որոշ օրենսդրական ակտերի ընդունման (օրինակ «Հղիության հետ կապված խտրականության ակտը»<sup>1</sup>, «Հավասար վճարման ակտը»<sup>2</sup>, «Հավասար իրավունքների Լրացում»<sup>3</sup>), որոնք կանանց հնարավորություն տվեցին ռեալ կերպով մասնակցել որոշումների ընդունմանը, ամրագրեցին կանանց նկատմամբ վարվող պետական քաղաքականության սկզբունքորենի նոր մոտեցումներ: Այսպիսով տարբեր երկրներում տարբեր չափերով բարելավվեց կնոջ նկատմամբ վերաբերմունքը հասարակական գիտակցական մակարդակով, բարձրացավ կնոջ հասարակական կարգավիճակը:

5. Հինգերորդ փուլը, որը սկսվել է 1990-ականներից և շարունակվում է մինչև մեր օրերը, անվանվում է նաև ֆեմինիզմի «երրորդ ալիք»։ Այս փուլը նշանավորվում է անցումով զուտ ֆեմինիստական մոտեցումներից գենդերային մոտեցումներին։ Ուշադրության առանցք են գալիս սեռերի տարբերությունների, տարբեր մշակույթներում ու հասարակություններում «կանացիության» ու «տղամարդկայնության» չափանիշների ուսումնասիրությունները։ Ընդ որում այս կատեգորիաները դիտարկվում են որպես «փոփոխական», միջանձնային փոփոխարարությունների արդյունքում «անընդհատ վերաստեղծվող»։ Սկսվում են ոչ միայն կանանց, այլ նաև տղամարդկանց՝ որպես գենդերային սուբյեկտների ավելի հավասարակշռված ուսումնասիրություններ (Օրինակ Ռ. Կոննելի «Գենդեր և իշխանություն» և «Մասկուլիտություն», Մ. Կիմելի և Մ. Մեսների «Տղամարդկային կյանքեր» աշխատությունները)։ Գենդերային հետազոտությունների

<sup>1</sup> «Հղիության հետ կապված խտրականության ակտը» Միացյալ Նահանգների դաշնային օրենք է։ Ակտը սահմանում է, որ ցանկացած կին, անկախ հղիության, ծննդաբերության և դրա հետ կապված բժշկական խնդիրներից պետք է ունենա նույն հնարավորությունները և իրավունքները աշխատանքային հարաբերություններում, ինչպես ուրիշները, որոնք ունեն աշխատունակության կամ անաշխատունակության նույն մակարդակը։ Աղբյուր՝ <http://www.eeoc.gov/laws/statutes/pregnancy.cfm>

<sup>2</sup> «Հավասար վճարման ակտը» Միացյալ Նահանգների օրենք է, որն ուղղված է սեռի պատճառով աշխատավարձի չափի տարբերությունների դեմ։ Այն հաստատվել է 1963 թ.-ին։ Աղբյուր՝ <http://finduslaw.com/equal-pay-act-1963-epa-29-us-code-chapter-8-206d>

<sup>3</sup> «Հավասար իրավունքների Լրացում»-ն առաջարկված օրենսդրական փոփոխություն էր, համաձայն որի Միացյալ Նահանգների կողմից սեռի հիմքի վրա օրենքի առջև բոլորի հավասարությունը չպետք է անտեսվի և Կոնգրեսը պետք է իշխանություն ունենա համապատասխան օրենսդրությամբ հետամուտ լինել դրա պահպանմանը։ Աղբյուրը՝ <http://www.equalrightsamendment.org/>

համար բնութագրական է դառնում մարդկային կյանքի տարբեր ոլորտների՝ կրոնի, ամուսնական հարաբերությունների, սեռական և ընտանեկան բնության, սեռականության, աշխատանքի ուսումնասիրությունները, որտեղ շարունակում է գոյություն ունենալ սեռային անհավասարություն:

## **1.2. Գենդերի վերաբերյալ հիմնական հասկացություններ**

**Տվյալ բաժնում քննարկվում են գենդերի վերաբերյալ այն հիմնական հասկացությունները, որոնց յուրացման միջոցով միայն հնարավոր կլինի ճշգրիտ և ամբողջական պատկերացում կազմել գենդերային հայեցակարգի մասին: Մասնավորապես ներկայացվում է գենդեր և սեռ հասկացությունների տարբերությունները, տրվում է այդ հասկացությունների վերաբերյալ տարբեր տեսաբանների կարծիքները, սահմանվում են գենդերային նույնականացում, գենդերային կարծրափայեր, գենդերային հավասարություն և գենդերային իրավահավասարություն հասկացությունները:**

### **«Սեռ» և «գենդեր» հասկացությունների տարբերությունը, գենդերային դերեր, գենդերային նույնականացում, գենդերային կարծրափայեր**

7

Ինչ է գենդերը, գենդերային հավասարությունը, ինչո՞ւ է այն գտնվում միջազգային և հայաստանյան հանրության ուշադրության կենտրոնում և ինչն է պատճառը, որ ամենահեռատես մեկնաբանները XXI դարն անվանում են կանանց իրավունքների դարաշրջան, «նոր- ոչ ռեպրեսիվ (ճնշողական) մշակույթի» ժամանակաշրջան:

Այսօր աշխարհը որդեգրել է կայուն զարգացման հայեցակարգ, որի հիմքում դրված է հասարակության քաղաքական, սոցիալ-տնտեսական և բնապահպանական խնդիրների ներդաշնակ միահյուսումը: Այդ համատեքստում գենդերային հիմնահարցերի լուծումը դրվում է առաջնայնությունների շարքում, որպես հասարակության ներդաշնակ զարգացման, ժողովրդավարական գործընթացների անշրջելիության գրավական, քանզի գենդերային հավասարության սկզբունքի պահպանումը ժողովրդավարական հասարակության գործունեության կարևորագույն պայմաններից մեկն է:

Գենդերը նոր բառ է, լսողության համար դեռևս անսովոր և տարբեր մարդկանց կողմից տարբեր է ընկալվում. ոմանք հետաքրքրվում են, ոմանք զգաստանում, ոմանք էլ մնում են անտարբեր:

70-80-ական թվականներին անգլերեն gender - սեռ տերմինը քերականական կատեգորիայից տեղափոխվել է ուսումնասիրությունների այլ դաշտ, որպիսիք են սոցիալական փիլիսոփայությունը, սոցիոլոգիան, պատմությունը, ինչպես նաև քաղաքական երկխոսությունը: Նպատակն այն է, որպեսզի հեռացվի «sexus» (կենսաբանական սեռ) տերմինից: «Գենդեր» տերմինը կոչված էր նշելու միջսեռային հարաբերությունների ոչ թե բնական (կենսաբանական և ֆիզիոլոգիական), այլ սոցիալ-մշակութային տարբերությունները:

Առաջնային խնդիրներից մեկն այն է, որ տարանջատվեն սեռ և գենդեր

հասկացությունները:

Ժամանակակից ամենահեղինակավոր սոցիոլոգներից մեկը՝ Էնթոնի Գիդդենսը, բացատրում է՝ «գենդերը» ոչ թե տղամարդու և կնոջ միջև գոյություն ունեցող ֆիզիկական տարբերություններն են, այլ սոցիալապես ձևավորվող՝ տղամարդկային և կանացի յուրահատկությունները: «Գենդերային» հայեցակարգը դիտարկում է տղամարդուն և կնոջը ոչ թե «բնական» որակով, որպես կենսաբանական էակ, որի ճակատագիրը կանխատեսված է նրա ֆիզիոլոգիական յուրահատկություններով, այլ որպես անձի, այսինքն սոցիալական էակի՝ իրեն յուրահատուկ սոցիալական հետաքրքրություններով, պահանջմունքներով, հարցադրումներով և վարքագծով<sup>4</sup>:

### **Այսպիսով.**

ա) գենդերը տղամարդու և կնոջ հետ կապված սոցիալապես պայմանավորված վարքագծերն են և սպասելիքները,

8 բ) գենդեր նշանակում է սոցիալական սեռ, հասկացություն, որը հաշվի է առնում ոչ միայն տղամարդու և կնոջ միջև եղած կենսաբանական տարբերությունները, այլև հասարակության սոցիալական և մշակութային բնութագրերի սեռային բաժանման ամբողջ համակարգը. վարքի նմուշների, արժեքների, նորմերի, սպասումների, դերերի ամբողջությունը, որոնք վերագրվում են կանանց և տղամարդկանց:

«Սեռ» տերմինը բնութագրում է կանանց և տղամարդկանց կենսաբանական և ֆիզիոլոգիական հատկանիշները: Դրանք սեռական տարբերություններն են, որոնցով մենք ծնվել ենք: Մեր սեռը սովորաբար չի փոխվում: Այդ կապակցությամբ «սեռի» և «գենդերի» տարանջատումը համարվում է արմատական, քանի որ կնոջ և տղամարդու շատ տարբերություններ պայմանավորված են իրեց բնույթով ոչ կենսաբանական պատճառներով: Արտաքուստ պարզ եզրակացությունը շատ դժվար է յուրացվում, քանզի առաջին տպավորությունը, որ առաջանում է տղամարդու և կնոջ մասին ցանկացած հարցի քննարկման ժամանակ, անխուսափելիորեն կապված է նրանց կենսաբանական հատկանիշների տարբերությունների հետ: Վաղուց ընդունված է համարել, որ կնոջ և տղամարդու սոցիալական վարքագծի դրսևորման տարբերությունները պայմանավորված են նրանց գենների և քրոմոսոմների տարբերություններով:

Յուրաքանչյուր մարդու գենետիկական ինֆորմացիան ամփոփված է բջջում, որում կա 23 զույգ քրոմոսոմ, իսկ վերջինը բնորոշում է մարդու սեռը: Կնոջ մոտ այդ զույգի էլեմենտները համընկնում են՝ XX, իսկ տղամարդկանց մոտ տարբեր են՝ XY: Ժամանակակից գիտությունը համարում է, որ այդ տարբերությունները արտահայտվում են կնոջ և տղամարդու սեռային հասունության շրջանում և իրենց մասին զգացնել են տալիս հիմնականում վերարտադրողության շրջանակներում: Ըստ պրոֆեսոր Մեիրաբյանի՝ միայն 5% տարբերություններն են, որոնք արտահայտում են սեռային հատկանիշները, մնացած 95%-ը մարդը ձեռք է բերում իր կյանքի ընթացքում: Սակայն շատ հետազոտողներ հերքում են այս տեսակետը: Նրանց կարծիքով՝ բնածին կենսաբանական տարբերությունները պայմանավորում են ընդհանուր առմամբ կնոջ և տղամարդու սոցիալական վարքագիծը: Այսպես. տղամարդիկ ավելի ուժեղ են, աշխույժ ու ագրեսիվ, քան կանայք, տղամարդիկ պատերազմում են, նվաճում են բնությունը, կերտում են պատմությունը և մշակույթը, իսկ

<sup>4</sup> Гидденс Э. «Социология», М. 1999, стр. 155-160



կանայք զբաղվում են տնային աշխատանքով և դաստիարակում են երեխաներին: Այս տեսակետից բխում է, որ ամեն ինչ կանխատեսված է բնության կողմից, որի դեմ չի կարելի պայքարել:

Հայտնի հոգեբան Ֆրեյդը XX դարի սկզբին ասել է. «Անատոմիան ճակատագիր է»: Եվ այսպես, հազարամյակներ շարունակ կնոջ և տղամարդու տարբերությունների մասին կենսաբանորեն տարբերակված վարկածը թվում էր հնարավոր միակը: Եվ միայն այսօր այն կասկածի տեղիք է տալիս: Գենդերային հավասարության կողմնակիցներն ապացուցում են, որ կնոջ և տղամարդու դերերի ավանդական տարանջատումը, որն ընդունված է համարել բնական, իրականում մարդու սոցիալականացման արդյունք է: Ըստ այդմ էլ կարելի է եզրակացնել, որ եթե կենսաբանական սեռը փոփոխելի չէ և չի տարբերակվում աշխարհագրական, պատմական և մշակութային առումներով, ապա սոցիալական սեռը (գենդերը) փոփոխվող է, քանի որ սոցիալական դերերը փոփոխելի են:

Խոսելով գենդեր հասկացության մասին մեր պայմաններում՝ հարկ է լինում անընդհատ հաղթահարել գոյություն ունեցող «կանանց հարցի» կարծրատիպը՝ նշելով, որ գենդերային խնդիրները առաջին հերթին սոցիալական խնդիրներ են, այսինքն՝ խնդիրներ ոչ միայն կանանց, այլև տղամարդկանց և, ընդհանուր առմամբ, ողջ հասարակության մասին: Այն ենթադրում է ոչ միայն կանանց, այլ նաև տղամարդկանց դերերի և առանձնահատկությունների ուսումնասիրություն ու կարևորում: Այսպիսով, գենդերային մոտեցումների ամբողջականությունը այն կարևոր գծերից մեկն է, որն այն տարբերում է զուտ ֆեմինիստական հարցերից, որի նպատակն է բոլոր կանանց, ովքեր ենթարկվում են խտրականության սեռի, ռասայի, տարիքի, էթնիկական պատկանելիության, սոցիալական ստատուսի հիմքի վրա հատկացնել սոցիալական իրավունքի բոլոր հնարավորությունները: Ավելի լայն իմաստով ֆեմինիզմը ենթադրում է կանանց՝ տղամարդկանց հետ իրավահավասարության ձգտում հասարակական կյանքի բոլոր ոլորտներում: Նեղ իմաստով այն կանանց շարժում է, որը նպատակ ունի վերացնել կանանց նկատմամբ խտրականությունը: Ինչպես արդեն նշվեց գենդերային մոտեցումը ավելի լայն է և վերջինիս շրջանակներում դիտարկվում են այնպիսի հիմնախնդիրներ ինչպիսիքն են գենդերային անհավասարությունը, գենդերային կարծրատիպերը, սեռա-դերային սթրեսը (նյարդային լարվածության իրավիճակ է, որը առաջանում է այն ժամանակ, երբ անհատը ունենում է դժվարություններ ավանդական գենդերային դերը ստանձնելիս կամ ստիպված է լինում դրսևորել վարք, որը հատուկ է հակառակ սեռի ներկայացուցչին) և այլն:

Գենդերային հարաբերությունները թափանցում են ամբողջ մշակույթի, հասարակական կառույցների, պետական ինստիտուտների, որոշումների կայացման մեթոդների մեջ և ձևավորում հասարակական մտածելակերպը: Դրանք մեծ ազդեցություն են թողնում լեզվի, սովորույթների, արվեստի և գրականության, նույնիսկ արտադրության վրա: Մեծամասամբ գենդերային հարաբերությունների ներդաշնակ զարգացումը դիտվում է որպես ընդհանուր ժողովրդավարացման գործընթացի մաս:

Շատ հասարակություններում սեռերի միջև հաստատված են սոցիալական տարբերություններ, որոնք բնավ կենսաբանական տարբերակման հետևանք չեն: Գենդերային դերերը սահմանվում են որպես ակնկալիքներ տղամարդկանց և կանանց պատշաճ վարքից, հարաբերություններից և գործունեության տեսակներից:

Այսպես. երկու սեռերն էլ ի վիճակի են կատարել տարբեր աշխատանքներ՝ ճաշ պատրաստել, տպագրել, զոդել, ինքնաթիռ վարել, բայց հասարակությունը դրանք վերագրում է այս կամ այն սեռին՝ տալով նրանց գենդերային դերեր: Իսկ գենդերային դերերը յուրացվում են սոցիալականացման միջոցով, երբ անհատն ընդունում է իր՝ որպես տղամարդու կամ կնոջ վարքը հասարակության մեջ: Այսպիսով, գենդերը մեր վարքը պայմանավորող սոցիալական փաստ է:

Այնտեղ, որտեղ մարդիկ ապրում են միասին, առաջանում է մշակույթ, նրանք ստեղծում են ընդհանուր արժեքներ և վարքի կանոններ և ապա ներանձնականացնում են դրանք: Այդ արժեքներն ու կանոնները և դրանց հետ կապված սպասումները տարբեր են կանանց և տղամարդկանց համար: Մարդիկ սկսում են շարժվել այդ կանոններով ու նորմերով, կատարել դրանցով պայմանավորված դերեր՝ գենդերային դերեր: Գենդերային դերերն այն դերերն են, որոնք ակնկալվում է, որ տղամարդիկ և կանայք պետք է կատարեն հասարակության մեջ՝ պայմանավորված իրենց սեռով: Իսկ սոցիալականացումը սովորեցնում և խրախուսում է այդ դերերը: Գենդերային դերերի ձևավորման հարցում մեծ ազդեցություն ունեն հասարակության կողմից ձևավորված կարծրատիպերը: Օրինակ, հայ հասարակությունում ակնկալվում է, որ կինն է պատասխանատու տան մաքրության և երեխաների խնամքի համար, իսկ տղամարդու հիմնական գործառույթը գումար վաստակելն է:

Կարծրատիպերը մշակույթի արդյունք են: Դրանք բոլորի կողմից ընդունված նորմերի և գաղափարների հավաքածու են, որոնք վերաբերում են տղամարդկանց և կանանց դերերին, նրանց վարքագծի նորմերին, մոտիվներին և պահանջներին: Գենդերային կարծրատիպերը ամրագրում են գոյություն ունեցող գենդերային տարբերությունները և խոչընդոտում են գենդերային փոխհարաբերությունների փոփոխմանը:

Վաղ հասակից մարդն ապրում է սոցիալ-մշակութային «կարծրատիպերի տարածությունում»՝ ընտանիք, սովորություններ, հասարակական կարծիք, մշակութային արժեքներ և վարքի կանոններ: Կարծրատիպերը անշրջելիորեն աղջկան, կնոջը տալիս են ենթակա, երկրորդական դեր՝ ընդգծելով նրա ռեպրոդուկտիվ գործառույթը: Աղջիկների մեջ սերմանում են հնազանդ, համբերատար և ընտանեկան օջախը պահպանող կնոջ իդեալական կերպարը, տղաների մեջ՝ տիրոջ, առաջնորդի, ձեռներեցի և այլն:

Կարծրատիպերն ամրացվում են կրթության, դաստիարակության, հասարակական կարծիքի, գովազդի, ՋԼՄ-ների միջոցով: Կարծրատիպերի ճնշումը շարունակվում է մարդու ողջ կյանքի ընթացքում և թե կանանց, թե տղամարդկանց մոտ կարող է ձևավորել ցածր ինքնագնահատական, որը խոչընդոտում է նրանց հետագա զարգացմանը:

**Գենդերային հավասարություն և իրավահավասարություն**

Գենդերային անհավասարությունը հասարակական բարիքների և սոցիալական պատասխանատվության անհամամասնական բաշխումն է կանանց և տղամարդկանց միջև: Գենդերային անհավասարությունը պետք է տարբերել սոցիալական անհավասարությունից, թեև այդ հասկացությունները մասամբ նույնական են: Սոցիալական անհավասարության աղբյուր է եկամտի և հարստության անհավասարաչափ բաշխումը: Գենդերային անհավասարությունը ներառում է սոցիալ-մշակութային բաղադրիչ, որը

հասարակական հարաբերություններում հանգեցնում է գենդերային խտրականության: Գենդերային հավասարության հասնելու ճանապարհին կարևոր փուլ է գենդերային իրավահավասարությունը:

Գենդերային իրավահավասարությունը, ըստ սեռի հատկանիշի, խտրականության բացակայությունն է՝ անձի զարգացման հեռանկարների, ռեսուրսների և հասարակական բարիքների բաշխման, ինչպես նաև սոցիալական ապահովման համակարգի մատչելիության առումով: Սակայն փորձագետների շրջանում չկա միասնական տեսակետ գենդերային հավասարության և իրավահավասարության, ինչպես նաև դրանց հարաբերակցության առնչությամբ: Ոմանք գենդերային իրավահավասարությունը դիտում են որպես հնարավորությունների հավասարություն: Մյուսները գենդերային իրավահավասարությունը սահմանում են որպես իրավունքների և հնարավորությունների հավասարություն, նշելով, որ սեռերի հավասարությունը կամ գենդերային հավասարությունը օրենքի առջև հավասարության, հնարավորությունների հավասարության, մարդկային կապիտալ և արտադրության այլ ռեսուրսներ ձեռք բերելու հնարավորությունն է, ներառյալ աշխատանքի համար վարձատրության, շահերի արտահայտման ու որոշումների ընդունման հարցում հավասարությունը:

1995 թվականից «գենդերային հավասարություն» և «գենդերային իրավահավասարություն» հասկացությունների հետ մեկտեղ սկսեց օգտագործվել նաև «կանանց հնարավորությունների ընդլայնում» (women's empowerment) հասկացությունը, որի սկզբունքները հստակեցվեցին 2009 թվականին<sup>5</sup>: Երբեմն դրանք հանիրավի դիտվում են հոմանիշներ: «Հնարավորությունների ընդլայնում» հասկացությունը բովանդակային առումով կապված է ռեսուրսների վերահսկման ոլորտում և որոշումների ընդունման հարցում կանանց՝ որպես սոցիալական խմբի, հնարավորությունների հետ:

Այսպիսով, «կանանց հնարավորությունների ընդլայնումը» իշխանական լիազորությունների գենդերային վերաբաշխումն է՝ ավելի լայն գենդերային արդարության հասնելու նպատակով:

<sup>5</sup> Կանանց հնարավորությունների ընդլայնման սկզբունքները դրույթների հավաքածու է այն մասին, թե ինչպես պետք է ընդլայնել կանանց հնարավորություններն աշխատավայրում, շուկայում և համայնքում: Դրանք ՄԱԿ Կանայք և ՄԱԿ-ի Գլոբալ Համաձայնագրի համագործակցության արդյունք են: Սկզբունքների մշակումը ներառում է նաև միջազգային բազմաթիրախային խորհրդատվության գործընթաց, որը սկսվել է 2009 թ. մարտին: [http://www.unglobalcompact.org/Issues/human\\_rights/equality\\_means\\_business.html](http://www.unglobalcompact.org/Issues/human_rights/equality_means_business.html)

## Հարցեր կրկնության համար

- Ներկայացրեք կանանց շարժման հիմնական փուլերը: Ցույց տվեք փուլերից յուրաքանչյուրում կանանց դերի փոփոխման միտումները:
- Որոնք են սեռ և գենդեր հասկացությունների տարբերությունները
- Սահմանել գենդերային դեր հասկացությունը:
- Ինչ ազդեցություն են ունենում կարծրատիպերը գենդերային դերերի ձևավորման գործում:
- Սահմանեք գենդերային անհավասարություն և գենդերային նույնականացում հասկացությունները:

## Քննարկման թեմաներ

12

- Սեռերի հոգեբանական տարբերությունները՝ առասպել, թե՛ հրականություն:
- Տղամարդկայնություն և կանացիություն. կարելի՞ է արդյոք միանշանակ բնութագրել:
- Կարելի՞ է արդյոք հաղթահարել գենդերային կարծրատիպերը:
- Ի՞նչ փոփոխություններ են կրել գենդերային կարծրատիպերը Հայաստանում վերջին տասնամյակում

## Գործնական առաջադրանքներ

- Գրել «լավ կնոջ» և «լավ տղամարդու» տասական հատկանիշ և քննարկել՝ փորձելով հասկանալ, թե ինչու են կարևոր հենց այդ հատկանիշները:
- Գրել «կնոջ աշխատանքի/գործի» և «տղամարդու աշխատանքի/գործի» տասական օրինակ և քննարկել՝ փորձելով հասկանալ, թե ինչու են դրանք կանացի կամ տղամարդկային:
- Գրել հայ հասարակության մեջ առկա կարծրատիպեր, որոնք խոչընդոտում են կանանց՝ որոշակի որակների, հմտությունների և կարողությունների ձեռքբերմանն ու դրանց իրացմանը: Քննարկել, թե որքանով են դրանք «արդարացված» և որքանով են փոփոխելի:

### 1.3. Գենդերային սոցիալականացում

ժողովածուի այս բաժինը միաված է պատասխանելու այն հարցին, թե ինչպես են մարդիկ դառնում «կին» կամ «տղամարդ», և ինչ է դա նշանակում տարբեր մշակույթներում: Բաժնի երկու ենթակետերում համալիր կերպով ներկայացվում է սոցիալականացման հասկացությունը և վերջինիս հետ կապված երկու կարևորագույն հասկացությունների՝ գենդերային դերի և գենդերային կարգավիճակի առանձնահատկությունները, ինչպես նաև քննարկվում է սոցիալականացման հիմնական ինստիտուտների դերը գենդերային սոցիալականացման գործընթացում:

#### Գենդերային կարգավիճակ և դերեր

Սոցիալականացումը սոցիոլոգիայի, հոգեբանության, քաղաքագիտության կենտրոնական հասկացություններից է: Թեև այս դիսցիպլիններից յուրաքանչյուրն իր իմաստն է ներդնում այդ հասկացության մեջ, ընդհանուր առմամբ կարելի է ասել, որ սոցիալականացում ասելով հասկանում են սոցիալական գործընթացների ամբողջականություն, որոնց շնորհիվ անհատը յուրացնում է սոցիալական փորձը, հաղորդակցման և գործունեության արդյունքում ձեռք բերում որոշակի նորմեր և արժեքներ, որոնք նրան հասարակության լիարժեք անդամը դառնալու հնարավորություն են տալիս:

13

Սոցիալականացում հասկացությունը կապված է «կարգավիճակ» և «տարբերակում» կատեգորիաների հետ: Գրեթե բոլոր հասարակություններում գոյություն ունի մարդկանց որոշակի անհավասարություն (տարբերակում) ըստ իշխանության և հարստության մակարդակների: Դրա համար էլ սոցիալականացման գործընթացը վերջ ի վերջո դառնում է այս կամ այն սոցիալական կարգավիճակի (ասենք, ուսանողի, տնային տնտեսուհու, բանվորի) ձեռքբերման գործընթաց: Կարգավիճակները կարող են փոփոխվել մարդու կյանքի ընթացքում, բայց սովորաբար դրանք սահմանափակվում են 6-10 հնարավորություններով: Ամենահեշտ փոփոխվող կարգավիճակը տարիքի հետ կապվածն է, անհամեմատ ավելի դժվար է փոխել հարստության հետ կապված կարգավիճակները: Այս ամենի հետ մեկտեղ՝ մարդու կարգավիճակի այն մասը, որը կապված է սեռի հետ, մնում է անփոփոխ:

Առաջին հայացքից թվում է, թե տղամարդկանց և կանանց կարգավիճակների հիերարխիայի հիմքում ընկած են ֆիզիոլոգիական և հոգեբանական տարբերություններ: Բայց մենք հաճախ մոռանում ենք, որ չնայած կենսաբանական տարբերություններին՝ տղամարդկանց և կանանց օրգանիզմները կենսաբանական տեսանկյունից առնվազն 85%-ով նույնն են: Կարելի է ասել, որ կանանց և տղամարդկանց օրգանիզմների միջև ընդհանրություններն ավելի շատ են, քան տարբերությունները: Այսպիսով, մարդու գենդերային կարգավիճակը կապված է ոչ միայն կենսաբանական սեռի, այլ նաև տվյալ սեռի մասին նրա պատկերացումների հետ, թե կոնկրետ ինչ է նշանակում լինել կին կամ տղամարդ և ինչ է ակնկալվում տվյալ սեռի ներկայացուցչից: Այդ պատկերացումները կոչվում են գենդերային նույնականացում<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> Գենդերային նույնականացումը սեփական անձի կապվածության գիտակցումն է կանացիության և տղամարդկայության մշակութային բնորոշման հետ: (Большой толковый социологический словарь. (Collins). Т. 1 (А-О); Пер. с англ. М.: Вече, АСТ, 1999. с. 110) Գենդերային նույնականացումը սոցիալական նույնականացման տարատեսակ է: Որոշ տեսաբաններ ինքնության այս տեսակը համարում են առավել կարևոր և կայուն ի տարբերություն մյուս տեսակների: (Милюска Й. Идентичность женщин и мужчин в жизненном цикле// Социология. Серия 11 РЖ, 1999 № 4, стр. 102-114)

Սոցիոլոգիայից և ազգագրագիտությունից հայտնի է, որ գենդերային դերերը (այսինքն՝ տղամարդկանց և կանանց սպասվելիք վարքի տիպերի հավաքածու) տարբեր հասարակություններում տարբեր կերպ են բաշխվում, ինչը պայմանավորված է տնտեսական զարգացածության աստիճանով և հասարակական կարգով: Հոգեբանությունն իր հերթին մատնանշում է, որ տղամարդկանց և կանանց ոչ բոլոր հատկանիշները կախում ունեն կենսաբանական սեռից:

Նախնադարյան հասարակություններում, որոնք մենք հաճախ անվանում ենք նաև պրիմիտիվ, գոյություն ունեւ տղամարդկանց և կանանց դերերի զարգացած համակարգ, ինչպես նաև արական և իգական սեռերի նշանակման բարդ ծեսեր և ավանդույթներ: Տղամարդիկ և կանայք խիստ տարբերվում էին իրենց հագուստով, արդուզարդով և այլն:

Այնուամենայնիվ, անգամնախնադարյան հասարակություններում, որոնք կարգավորվում էին ծեսերի միջոցով, ամեն ինչ այդքան պարզ ու հասկանալի չէր: Նախ, տղամարդկանց և կանանց դերերը (և դրանց հետ միասին՝ պատկերացումներն այն մասին՝ ինչ պետք է անի կամ ինչպիսին պետք է լինի կինը կամ տղամարդը) հասարակությունից հասարակություն էապես տարբերվում էին:

14

Առաջինն այդ մասին գրեց ամերիկացի մարդաբան Մարգարետ Միդը: «Սեռը և խառնվածքը» աշխատության մեջ (1935թ.) նա դիտարկել է Նոր Գվինեայի մի քանի ցեղերի հասարակական կարծրատիպերի առանձնահատկությունները զուտ տղամարդկանց և զուտ կանանց դերերի մասին: Արդյունքում նա պարզել է, որ առաջին ցեղի՝ արապեշների մեջ մեծապես գնահատվում էին կանանց դերերը և բնավորության կանացի գծերը: Տղամարդիկ և կանայք միասին աշխատում էին և միասին դաստիարակում երեխաներին: Երկրորդ ցեղի՝ մունդուգոմորների մեջ և կանայք, և տղամարդիկ աչքի էին ընկնում ռազմականությամբ և ագրեսիվությամբ, ի դեպ, տղամարդիկ կարող էին ամուսնանալ իրենց դուստրերի, իսկ կանայք՝ որդիների հետ: Երրորդ ցեղի՝ թչամբուլիների մեջ գենդերային դերերը՝ մեր պատկերացմամբ, հակառակ էին բաշխված: Կանայք զբաղվում էին ձկնորսությամբ, առևտրով, ջուլիակությամբ, իսկ տղամարդիկ զարդարվում էին և մտածում միայն տոնական արարողությունների մասին:

Ժամանակակից հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ հասարակության համար բնորոշ է աշխատանքի բաժանումն ըստ սեռային պատկանելության: Դրա հետ մեկտեղ, «տղամարդկային» զբաղմունքները, անկախ բովանդակությունից, ավելի բարձր են գնահատվում, քան «կանացիները»: Ինչու՞: Այս հարցին հնարավոր չէ միանշանակ պատասխանել: Ըստ Կոնի, կնոջ սոցիալական կախվածությունը կարելի է կապել կնոջ վերարտադրողական գործառույթի հետ, քանի որ այդ գործառույթը թույլ չի տալիս նրան շատ հեռանալ իր տնից: Բացի դրանից, կարելի է առանձնացնել նաև հոգեբանական կախվածությունը, որն առաջանում է աղջիկների մեջ սոցիալականացման գործընթացում, երբ նրանց սովորեցնում են «տնային աշխատանք» կատարել՝ ի տարբերություն տղաների «արտաքին, դրսի» ակտիվության: Այնուամենայնիվ, համաձայն գենդերի հավասարության տեսության, քանի որ վերարտադրողական գործառույթ ունեն երկու սեռն էլ, ակնկալվում է, որ պատասխանատվությունն էլ պետք է համաչափ կիսվի երկու սեռերի կողմից:

## Սոցիալականացման ինստիտուտները

Այն խմբերը կամ կազմակերպությունները, որոնք գերակշիռ ազդեցություն ունեն աճող սերնդի նորմերի և արժեքների ձևավորման վրա, կոչվում են սոցիալականացման ինստիտուտներ: Դրանց շարքին են դասվում առաջին հերթին ընտանիքը, դպրոցը, հասակակիցների խումբը և կրոնական կազմակերպությունները, լրատվամիջոցները:

**Ընտանիք:** Երեխաների շրջանում իրականացված բազմաթիվ հետազոտությունները հաստատում են նրանց նկատմամբ ծնողների առաջին (հաճախ անգիտակից) դիրքորոշման և դրանից բխող վերաբերմունքի կարևորությունը: Հենց ընտանիքն է գենդերային կարծրատիպերի հիմքը. այնտեղ է երեխային փոխանցվում պատկերացումներն այն մասին, թե ինչպիսին պետք է լինի տղան, և ինչպիսին՝ աղջիկը: Այդ կարծրատիպերին են վերաբերում այս կամ այն հոգեբանական բնութագրերը կամ հատկանիշները, որոնք վերագրվում են երեխային՝ ելնելով նրա կենսաբանական սեռից (օրինակ, տղամարդիկ ագրեսիվ են, անկախ, ինքնավստահ, կանայք՝ հուզական, հնազանդ, քնքուշ): Կարծրատիպերի ևս մեկ կարևոր խումբ է ընտանեկան և մասնագիտական դերերի հաստատումը՝ կախված սեռային պատկանելությունից (հաճախ կանանց համար ավելի կարևոր են ճանաչվում ընտանեկան դերերը, իսկ տղամարդկանց համար՝ մասնագիտականը):

15

Պատմականորեն եվրոպական շատ երկրներում, այդ թվում՝ նաև Հայաստանում, համարվել է, որ երեխայի կյանքի առաջին տարիներին կինը պետք է հոգ տանի նրա մասին, մինչդեռ տղամարդն ավելի շատ պատասխանատու է մեծացած երեխայի սոցիալականացման համար:

Սակայն ինչքան էլ անխուսափելի թվա գենդերային կարծրատիպերի փոխանցումը ընտանիքում, հենց այստեղ գենդերային իմաստով ավելի հավասարակշռված և բարեկեցիկ մարդ ձևավորելու մեծ հնարավորություններ կան: Օրինակ, եթե աղջիկների տիկնիկների մի մասը փոխարինվի միտքը զարգացնող կոնստրուկտորներով և խաղերով, ապա կզարգանա աղջկա տրամաբանական մտածողությունը, հետևաբար և ինքնավստահությունը:

Անհրաժեշտ է նաև ուշադրություն դարձնել այն հանգամանքի վրա, որ գենդերային նույնականացման ձևավորման գործընթացում ընտանիքի դերի մասին բոլոր արևմտյան նյութերը գրված են երկսերունդ (երեխաներ և ծնողներ) ընտանիքի հիման վրա: Սակայն երբ անդրադառնում ենք հայ ընտանիքին, ապա պետք է հաշվի առնենք ընտանեկան դաստիարակության այնպիսի հզոր երևույթ (բայց, ցավոք, շատ քիչ ուսումնասիրված), ինչպիսին տատիկներն ու պապիկներն են: Վերջիններս դաստիարակության և ազգային ավանդույթների ու մշակույթի հզոր հաղորդիչ են, որը հաճախ խոչընդոտում է գենդերային հավասարության և հավասար հնարավորությունների ապահովման տեսանկյունից:

Այսպիսով, գենդերային հավասարության հիմքերը պետք է դրվեն հենց ընտանիքում՝ տղա և աղջիկ երեխաների նկատմամբ նույնական վերաբերմունք ցուցաբերելու, և հետաքրքրություններն ու հակումները, այլ ոչ թե ընդունված կարծրատիպերը հաշվի առնելով դաստիարակելու միջոցով:

**Դպրոց:** Դպրոցն այն հաստատությունն է, որի հիմնական խնդիրը քաղաքացիական գիտակցության և հասարակական բարոյականության դաստիարակումն է: Չնայած այսօր ունենք միասնական դպրոց (դպրոց, որտեղ տղաներն ու աղջիկները սովորում են միևնույն

դասարանում)՝ տղաների և աղջիկների վարքի ու գիտելիքների նկատմամբ միասնական ֆորմալ պահանջներով, այնուամենայնիվ, դպրոցական դասագրքերի մեջ կարելի է նկատել տղաների և աղջիկների վարքի որոշակի տարբերություններ, ինչը և ամրապնդում է կարծրատիպային պատկերացումները տղամարդկանց և կանանց դերերի մասին:

Լ. Պոպովան և Ն. Օրեշկինան 1995թ. վերլուծել են տարրական դասարանների ուսական դասագրքերը: Ահա թե ինչ են գրում նրանք այդ կապակցությամբ. «Նկարների 66%-ում պատկերված են միայն տղամարդիկ և տղաներ, իսկ աղջիկներն ու կանայք առկա են ընդամենը նկարների 13,6%-ում... Նկարների, պատմվածքների, վարժությունների գերակշռող մեծամասնությունը կանանց ներկայացնում են կարծրատիպորեն. նրանց փրկում են, պաշտպանում, խելք սովորեցնում»<sup>2</sup>: Սա ամրապնդում է կանանց՝ թույլ, անպաշտպան, տղամարդկանց համեմատ պակաս խելացի լինելու մասին առկա պատկերացումները:

Բացի դրանից, չնայած տղաների և աղջիկների նկատմամբ առկա ֆորմալ նույնական պահանջներին, կարծրատիպերը գործում են ոչ ֆորմալ մակարդակում: Օրինակ, ուսուցիչները հաճախ խրախուսում են աղջիկների հակումները հասարակագիտական առարկաների նկատմամբ և տղաների հակումները՝ բնական գիտությունների նկատմամբ:

Այսպիսով, գենդերային անհավասարությանը խթանող կարծրատիպերը պետք է փոփոխվեն հանրակրթական ուսումնական հաստատություններում թե՛ ֆորմալ, թե՛ ոչ ֆորմալ մակարդակներում :

**Հասակակիցներ:** Գենդերային սոցիալականացման այնպիսի կարևոր գործոնի վրա, ինչպիսին հասակակիցներն են, առայժմ քիչ ուշադրություն է դարձվում: Դրա հետ մեկտեղ ակնհայտ է, որ երեխան՝ աղջիկ, թե տղա, ձգտում է ընդունված լինել ոչ միայն ծնողների, այլև հասակակիցների կողմից, իսկ դա նշանակում է տվյալ խմբում տարածված գենդերային նորմերի և կարծրատիպերի յուրացում: Հայտնի է, որ դեռահաս տարիքում, երբ ծնողների հեղինակությունը մի քիչ նվազում է, կրկնօրինակման և «կյանքի նորմերը» սահմանելու համար կարևորագույն օբյեկտ են դառնում հասակակիցները:

**Լրատվամիջոցներ:** Լրատվամիջոցների հետազոտությունները ցույց են տալիս, որ դրանցում կանանց և տղամարդկանց կերպարները կարծրատիպային են. տղամարդիկ ներկայացվում են իրբև նախաձեռնող և ազդեցիկ, կանայք՝ թույլ, կախյալ և, ամենակարևորը, ֆիզիկապես համակրելի: Հեռուստահեռուսուիիների կերպարները միանշանակ հասկացնել են տալիս, որ կնոջ համար ամենակարևորը արտաքինն է: Հետաքրքիր են (բայց ոչ բավարար ուսումնասիրված) զանգվածային հանդիսատեսի մեծ համակրանքը վայելող հեռուստասերիալներում «տղամարդկայնության» և «կանացիության» մասին պատկերացումները: Նույնը կարելի է ասել նաև զանգվածային կինոարդյունաբերության մասին. խոսքը հիմնականում հոլիվուդյան ֆիլմերի մասին է, որոնք հաճախ ավանդական գենդերային նորմեր և արժեքներ են պատկերում:

Սոցիալականացման ինստիտուտների համագործակցության արդյունքում անհատը ձեռք է բերում գենդերային դերերի և կարծրատիպերի հավաքածու: Սակայն, ըստ ժամանակակից հետազոտողների, սոցիալականացումը սրանով չի ավարտվում, այն շարունակվում է ամբողջ կյանքի ընթացքում: Ձեռք բերելով կենսական փորձ՝ տղամարդիկ

<sup>2</sup> Попова Л., Орешкина Х. Как школа может способствовать реализации способностей одаренных девочек. // Педагогическое обозрение. 1995, #3.



և կանայք զգալիորեն կարող են փոխել իրենց պատկերացումները տղամարդկայնության և կանացիության մասին: Այդ գործընթացը կոչվում է վերասոցիալականացում<sup>3</sup>:

**Կրոնական կազմակերպություններ:** Այստեղ առկա է մարդկության պատմության մեջ ամենամեծ պարադոքսներից մեկը: Բոլոր կրոններում կնոջ էությունը, կինը հոգևոր առումներով խաղում են կարևոր դեր, սակայն սոցիալ-հոգևոր առումով, ի դեմս եկեղեցու, մենք տեսնում ենք կնոջ դերի անտեսումը, նրան որպես երկրորդ կարգի արարած դիտելը, ընդհուպ մինչև կնոջ մեկնաբանումը որպես դժոխքի ծնունդի և սատանայական էակի:

Ընդունված է համարել, որ բոլոր կրոնները հայրիշխանական են և հետադիմական կնոջ նկատմամբ: Կրոնի բոլոր քարոզիչներն ու տարածողները միևնույն կարծիքի են կնոջ հարցի վերաբերյալ՝ տղամադը գերազանցում է կնոջը և վերջինս պարտավոր է ենթարկվել նրան: Միևնույն ժամանակ բոլոր կրոններն ուսուցանում են, որ միայն հակադիր էությունների՝ տղամարդու ու կնոջ միասնությունն է ծնում այն ամենը, ինչ գոյություն ունի բնության մեջ: Այդ միասնության խախտումը հանգեցնում է աններդաշնակության:

Հին կրոններում աստվածների հետ հավասար պաշտում էին և աստվածուհիներին, ավելին՝ վերջիններիս մեջ տեսնում էին գլխավոր էությունը, որը կենդանի ամեն ինչի կյանք է տալիս: Ի տարբերություն դրան կնոջ նկատմամբ հայրիշխանական վերաբերմունքը հատկապես վառ արտահայտված է մարդու մեղսագործության մասին աստվածաշնչյան առասպելում, որը եզակի է և հին աշխարհի ժողովուրդներից ոչ մեկի դիցաբանությունում չի հանդիպում: Ճաշակելով իմաստության ծառի պտուղը, Եվան խախտում է Աստծու արգելքը:

Ակնհայտ է, որ քրիստոնեությունը նսեմացնելով կնոջ էությունը հասարակությունում սերմանում և մեծացնում է նրա նկատմամբ անվստահությունը: Անկասկած կնոջ նկատմամբ նման վերաբերմունքը խորապես ներթափանցում է կենցաղի մեջ և իր արտահայտությունը գտնում օրենքներում, տարբեր ուսմունքներում, գրականությունում և ժողովրդական ստեղծագործության մեջ: Հասարակությունում ձևավորվում է կնոջ մի իդեալ, որի հիմքում հնազանդության պաշտամունքն է: Կինը պետք է լինի վարչունակ տնտեսուհի ու ամուսնու համար արժանի կին:

<sup>3</sup> Վերասոցիալականացումը գործընթաց է, որի ժամանակ անձը մասամբ կամ ամբողջովին վերափոխում է իր արժեքանորմատիվային համակարգը, յուրացնում է նոր արժեքներ և վարքի նմուշներ:

## Հարցեր կրկնության համար

- Ներկայացրեք փարբեր մշակույթներում կանանց և փղամարդկանց դերերի վերաբերյալ առկա կարծրատիպերը:
- Սահմանեք սոցիալականացման ինստիտուտի հասկացությունը:
- Նշեք հասարակությունում գործող հիմնական սոցիալականացման ինստիտուտները և դրանց դերը գենդերային սոցիալականացման գործընթացում:

## Գործնական առաջադրանքներ

- Նշել հինգական կարծրատիպեր, որոնք փոխանցվել են Ձեզ ընտանիքից, դպրոցից, ընկերներից և եկեղեցուց:
- Նշել կնոջ և փղամարդու տասական դեր՝ ըստ առաջնայնության և քննարկել այդ մոտեցման հիմքերը:

18

## 1.4. Գենդերային մոտեցումը՝ որպես ներդաշնակ զարգացման նախապայման

Սույն բաժնում ներկայացվում է գենդերային բաղադրիչի կարևորությունը, գենդերային կարծրատիպերի և գենդերային հարաբերությունների փոխակերպման անհրաժեշտությունը իրապես ժողովրդավար հասարակության հաստատման գործընթացում: Բացի այդ դուրս են բերվում Հայաստանում սոցիալ-տնտեսական ոլորտում առավել կարևոր գենդերային հիմնախնդիրները և քննարկվում են դրանց դրսևորման առանձնահատկություններն ու լուծման անհրաժեշտությունը:

### Գենդերային մշակույթի փոփոխությունը որպես զուգակշռված ժողովրդավարության անհրաժեշտ նախապայման

Գենդերային իրադրության ուսումնասիրությունը վկայում է, որ կանանց և տղամարդկանց իրավունքների, հնարավորությունների և արդյունքների անհավասարության հիմքը տնտեսական ոլորտում կանանց և տղամարդկանց անհավասար վիճակն է և հասարակության մեջ գենդերային դերերի պահպանվող և նույնիսկ ամրապնդվող ավանդական բաժանումը: Ակնհայտ է, որ նման իրավիճակի փոփոխությունը, ինչպես նաև իրապես ժողովրդավարության հաստատումը հնարավոր է միայն հասարակության և նրա ինստիտուտների զարգացման գործընթացում գենդերի բաղադրիչի ներառման միջոցով:

19

Գենդերային հավասար հնարավորությունների հասնելու հիմնախնդիրը կախված է նրանից, թե ինչ չափով գենդերային բաղադրիչը կինտեգրվի տնտեսական, քաղաքական, սոցիալական ոլորտներում և երկրի անվտանգության համակարգում: Սոցիալ-տնտեսական կյանքում կանանց և տղամարդկանց ներուժի և հնարավորությունների հավասարաչափ օգտագործումից է կախված Հայաստանի զարգացման ընթացքը:

Վերջին տասնամյակում աշխարհում գենդերային բաղադրիչի ներառմանը միտված գործընթացների նշանակալի առաջընթաց է նկատվում: Կառավարությունները, գործարար շրջանները, արհմիությունները և հասարակական, ինչպես նաև կանանց շարժումը մեծ ուշադրություն և ջանքեր են նվիրում հասարակության մեջ գոյություն ունեցող այն խտրական կարծրատիպերի հաղթահարմանը, որոնք խոչընդոտում են կանանց՝ դրսևորելու իրենց մասնագիտական ունակությունները և ստանալու համարժեք եկամուտներ: Գենդերային խտրականության դեմ պայքարի պարտավորությունը ամրագրվում է նաև միջազգային տարբեր խորհրդածոլովներում: Սակայն շատ արդյունքներ դեռևս չեն արդարացնում ակնկալիքները: Ակնհայտ է, որ այն քաղաքականությունը, որն իրականացվում է առանց կանանց մասնակցության և հետևաբար առանց սոցիալական հիմնախնդիրների լուծման, այսօր առաջ է բերում նաև տղամարդկանց առնչվող բացասական միտումներ և հրատապ դարձնում նաև նրանց վիճակի բարելավման հարցը:

Հասարակական կյանքում կատարված և կատարվող փոփոխությունները հանգեցրել են հասարակության մեջ ավանդական սեռային դերերի, առաջին հերթին՝ կնոջ կարգավիճակի ձևափոխման, որը, բնականաբար, իր ազդեցությունն է ունեցել նաև տղամարդու սոցիալական կարգավիճակի վրա: Այսինքն՝ գենդերային հիմնախնդիրները

վերաբերում են ոչ միայն կանանց, այլև տղամարդկանց: Սակայն այդ հիմնախնդիրներն առավել ակնհայտ են կանանց դեպքում, որոնք այսօր դարձել են հասարակության առավել խոցելի խմբերից մեկը: Այսօր ՀՀ կառավարությունը թե՛ աշխատանքի շուկայում և թե՛ կառավարման ոլորտում դեռևս չի գտել կանանց նկատմամբ իրականացվող խտրականությունը կանխելու արդյունավետ եղանակ: Չնայած ներկայումս այդ ուղղությամբ իրականացվող որոշ քայլերին, ինչպիսին է, օրինակ, «Գենդերային քաղաքականության հայեցակարգ», ՀՀ Կառավարության 2010թ. փետրվարի 11-ի N5 արձանագրային որոշման հավելվածը, դեռևս չեն մշակվել գենդերային հավասարության, կանանց և տղամարդկանց հավասար իրավունքների, հավասար հնարավորությունների և հավասար արդյունքների ապահովման արդյունավետ մեխանիզմներ:

Փորձագետներից շատերի կարծիքով՝ հիմքեր կան խոսելու հասարակական-քաղաքական և սոցիալ-տնտեսական ոլորտների բոլոր ասպարեզներում գենդերային անհամաչափության խորացման և հայրիշխանական հարաբերությունների վերածննդի մասին: Հասարակությունում կանանց սոցիալական, քաղաքական, տնտեսական կարգավիճակի կտրուկ անկում տեղի ունեցավ. գործազրկությունը, ծանր սոցիալ-տնտեսական պայմաններն առաջին հերթին անդրադարձան կանանց վիճակի վրա:

Տղամարդկանց գերակայությունը հասարակական կյանքի կարևորագույն ոլորտներում, մասնավորապես՝ վարչական կառավարման ցանկացած մակարդակում, ինչպես համարվում էր, այդպես էլ համարվում է ինքնին ենթադրվող, այսինքն՝ բնական: Դա հանգեցնում է կանանց նկատմամբ խտրականության: Բոլոր դեպքերում լավ վարձատրվող աշխատատեղերը զբաղեցնում են տղամարդիկ: Եվ աշխատավարձերի միջև եղած այդ տարբերությունը ամրապնդում է ընտանիքում ավանդական աշխատանքի բաժանումը. նա, ով քիչ է վաստակում, պետք է դա փոխհատուցի տնային աշխատանքի ավելի մեծ ծավալով: Չնայած, չգիտես ինչու, այս տրամաբանությունը վերաբերում է միայն կնոջը: Այսպիսով, խտրականությունը հասարակական արտադրության ոլորտում և ընտանիքում դերերի ավանդական բաժանումը լրացնում և խստացնում են մեկը մյուսին: Ընդհանրապես, ընդունված է խտրականությունը բացատրել ավանդույթներով: Տնային աշխատանքը մի պարտականություն է, որը նույնիսկ առաջադեմ գաղափարների տեր շատ հայ տղամարդիկ չեն ցանկանում կիսել կնոջ հետ: Ընտանիքում աշխատանքի և պարտականությունների անհավասար բաժանումը սահմանափակում է կնոջ հնարավորությունները՝ ազատ ժամանակ գտնելու և զարգացնելու իր այն ունակությունները, որոնք անհրաժեշտ են որոշումների կայացման գործընթացին մասնակցելու համար:

Եվ քանի որ ավանդական ճանապարհներով իշխանության հասնելու կանանց հնարավորությունները սահմանափակ են, ապա կանայք ինչ-որ չափով իշխանություն են ձեռք բերում այլընտրանքային կառույցների միջոցով, հատկապես հասարակական կազմակերպությունների բնագավառում: Հասարակական կազմակերպությունների միջոցով կանայք հնարավորություն են ստանում արտահայտել իրենց շահերը, բարձրացնել իրենց հուզող հարցերը, կարողանում են կանանց հիմնահարցերն ինչ-որ չափով ընդգրկել ազգային, տարածաշրջանային և միջազգային ծրագրերի մեջ:

## **Գենդերային մոտեցումը երկրի սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծման գործում**

Խոսելով սոցիալ-տնտեսական ոլորտի գենդերային հիմնախնդիրների մասին՝ հարկ է առանձնացնել հետևյալ երեք հիմնահարցերը. աշխատանքի գենդերային բաժանումը, ռեսուրսների անբավարար հասանելիությունը կամ դրանց նկատմամբ իրական վերահսկողության բացակայությունը և իրենց շահերի պաշտպանության հարցում կանանց սահմանափակ իրավասությունները՝ պայմանավորված ինչպես տնտեսական, այնպես էլ իրավական, սոցիալական, մշակութային և այլ գործոններով:

Աղքատության սեռատարիքային կտրվածքով ուսումնասիրություններից պարզվել է, որ կանայք ավելի հաճախ են հայտնվում աղքատության մեջ, քան տղամարդիկ, իսկ ծայրահեղ աղքատության մեջ հայտնվելու ռիսկը կին գլխավորով տնային տնտեսությունների անդամների համար շուրջ մեկ երրորդով ավելի մեծ է, քան այլ տնային տնտեսություններում: Ըստ էության, ավելի վատթար վիճակում են գտնվում բազմազավակ միայնակ մայրերը:

Գենդերային անհավասարությունն աշխատանքի շուկայում սովորաբար ներկայացվում է որպես տնտեսական ակտիվության, գործազրկության և զբաղվածության ցուցանիշների գենդերային խզում, զբաղվածության մոդելների գենդերային տարբերակված մոտեցումներ և աշխատանքի վարձատրության գենդերային տարբերություններ: Թեև վարձու աշխատողների բաշխումն ընդհանուր առմամբ արտացոլում է տնտեսապես ակտիվ բնակչության գենդերային հարաբերակցությունը՝ 64% տղամարդկանց և 55.4% կանանց շրջանում, սակայն գործազուրկների գենդերային կազմը ցույց է տալիս, որ գործազրկությունն անհամաչափ է բաշխված կանանց և տղամարդկանց շրջանում: Շարունակվում են կանանց տնտեսական ակտիվության անկման միտումը և գործազրկության «ֆեմինացումը»: Տղամարդկանց համեմատ կանանց տնտեսական ակտիվությունը տարիքային բոլոր խմբերում շարունակում է մնալ զգալիորեն ավելի ցածր մակարդակում: Տնտեսապես ակտիվ են կանանց 48.8%-ը և տղամարդկանց 75.9 %-ը: Կանայք կազմում են պաշտոնապես գրանցված գործազուրկների 70%-ը: Գրանցված գործազրկության մակարդակը կանանց առավել ակտիվ աշխատունակ տարիքային խմբում (30-39 տարեկան) կազմում է 60.1%: Գործազրկության և աղքատության մեջ հայտնվելու վտանգին առավել ենթակա են 50-54 տարիքային խմբի կանայք, քանի որ աշխատանքի տեղավորման հարցում հատկապես դժվարություններ ունեն 50-ից բարձր տարիքի կանայք, որոնք դժվար են հարմարվում նոր տնտեսական հարաբերություններին, հոգեբանորեն պատրաստ չեն վերամասնագիտանալու և/կամ նոր գործ սկսելու: Գործատուներն իրենց հերթին աշխատողներ ընդունելիս նախապատվություն են տալիս 18-30 տարեկան անձանց<sup>1</sup>:

Զբաղվածության կարգավիճակի վերլուծությունը ևս չի խոսում կանանց օգտին. եթե վարձու աշխատողների թվում կանանց և տղամարդկանց հարաբերակցությունը մոտավորապես միատեսակ է, ապա ինքնազբաղվածների թվում կանայք պակաս են շուրջ 2 անգամ, իսկ գործատուների և կոոպերատիվների անդամների թվում՝ ավելի քան 5

<sup>1</sup> «Գենդերային քաղաքականության հայեցակարգ», ՀՀ Կառավարության 2010թ. փետրվարի 11-ի N5 արձանագրային որոշման հավելված, էջ 10-12

անգամ: Ընդ որում, ինքնագրադվածների դեպքում նշված հարաբերակցությունը վերջին տարիներին գրեթե չի փոխվել, իսկ գործատուների դեպքում՝ նույնիսկ կրճատվել է:

Շարունակվում է կանանց արտահոսքը զբաղվածության ազդեցիկ և բարձր վարձատրվող ոլորտներից՝ վարկային, ապահովագրության ու բանկային համակարգերից, բարձր տեխնոլոգիաների արդյունաբերության պաշտոններից: Տնտեսական աճը տեղի է ունենում առավելապես շինարարության, տրանսպորտի, հանքարդյունաբերության ոլորտներում, որտեղ կանանց զբաղվածությունը փոքր է:

Աշխատունակ տարիքի բնակչության շրջանում կանանց կողմից իրականացվող բոլոր աշխատանքներն իրենց ընդհանուր ծավալով զգալիորեն ավելի մեծ են, քան տղամարդկանցը: Ինչպես փաստում են Հայաստանում ժամանակի օգտագործման փորձնական հետազոտության (2004թ. հուլիսի 1-31-ը) արդյունքները, ընդհանուր աշխատանքը (վարձատրվող և չվարձատրվող աշխատանքի հանրագումարը) տղամարդկանց համար կազմում է 6.5 ժամ, իսկ կանանց համար՝ 7 ժամ 51 րոպե, մինչդեռ եկամտաբեր աշխատանքը՝ համապատասխանաբար 1.44 և 5.18 ժամ: Կանայք հինգ անգամ ավելի շատ ժամանակ են ծախսում տնային չվճարվող աշխատանքների վրա, քան տղամարդիկ, իսկ նրանց ազատ ժամանակը 1 ժամ 40 րոպեով ավելի քիչ է, քան տղամարդկանցը: Հայ իրականության մեջ ընտանիքի խնդիրների և դրանց հետ կապված աշխատանքների առումով կանայք ավելի մեծ պատասխանատվություն են ստանձնում: Հետևաբար, զգալի գենդերային տարբերություն է ձևավորվում եկամտաբեր զբաղվածությունը և անձնական կյանքը համատեղելու հնարավորությունների միջև: Իհարկե, այդպիսի տարբերություն գոյություն ունի նաև այլ՝ այդ թվում՝ զարգացած երկրներում, սակայն անհամեմատ ավելի փոքր չափերով:

Ֆինանսավարկային, գույքային ինստիտուտների, սեփականության և հողօգտագործման անբավարար մատչելիությունը դժվարացնում է կանանց ներգրավումը տնտեսական նոր հարաբերություններում, սահմանափակում է կանանց մասնագիտական աճը և առաջխաղացումը բիզնեսում: Կանայք կազմում են ձեռնարկատերերի 20-25%-ը, ինքնագրադվածի կարգավիճակ ունեցողների 36,2%-ը և գործատուների միայն 10,3%-ը: Աշխատանք ունեցող կանանց պարագայում խտրականությունը դրսևորվում է աշխատանքի համար վճարվող վարձատրության չափով (կնոջ միջին ամսական աշխատավարձը կազմում է տղամարդկանց աշխատավարձի շուրջ 60%-ը), աշխատավարձի ավելի հաճախ փոփոխությամբ (առավել հաճախ՝ իջեցման ուղղությամբ)<sup>2</sup>:

Տնտեսական իշխանությունը կանանց և տղամարդկանց միջև հավասարաչափ չի բաժանված, տարբեր է երկու սեռերի համար տնտեսական և սոցիալական ռեսուրսների մատչելիությունը: Հավասարակշռված չէ տղամարդկանց և կանանց ներկայությունը կառավարման ոլորտի ղեկավար պաշտոններում թե՛ իշխանության բարձր, թե՛ համայնքների մակարդակում: Կանայք ներկայացված են միայն տնտեսական և իշխանական աստիճանակարգի ցածր աստիճաններում և գործնականում զրկված են հիմնական տնտեսական որոշումների ընդունման գործընթացներին մասնակցելու և, համապատասխանաբար, իրենց շահերն արտահայտելու հնարավորությունից:

Տնտեսության ոլորտում կանանց և տղամարդկանց անհավասար դրությունը

<sup>2</sup> Գենդերային քաղաքականության հայեցակարգ, ՀՀ Կառավարության 2010թ. փետրվարի 11-ի N5 արձանագրային որոշման հավելված, էջ 11

իրավունքների և հնարավորությունների իրացման խնդրում մեծացնում է խտրականության վտանգը և գենդերային դերերի ավանդական բաժանումը ամրապնդող գենդերային անհավասարության հիմք է դառնում:

ՀՀ կառավարության սոցիալ-տնտեսական ոլորտի զարգացմանն ուղղված ռազմավարությունն իրականացնելիս պետք է հաշվի առնել կանանց և տղամարդկանց վրա տնտեսական վերափոխումների ազդեցության գնահատման խնդրում գենդերային մոտեցման անհրաժեշտությունը: Անհրաժեշտ է նաև առկա հետևյալ հիմնախնդիրների հասցեականացումը.

- Գործազրկության բարձր մակարդակը: Աղքատության իգականացումը:
- Գենդերային խտրականությունը (սեգրեգացիան) աշխատանքի շուկայում և զբաղվածության ոլորտում:
- Կանանց բարձր մասնաբաժինը տնտեսության ոչ ֆորմալ հատվածում և խտրական գործելակերպի վտանգի մեծացումը:
- Կանանց արտահոսքը զբաղվածության բարձր վարձատրվող ոլորտներից:
- Աշխատավարձի և եկամուտների գենդերային անհամաչափությունը:
- Կանանց ցածր ներկայացվածությունը ձեռնարկատիրության ոլորտում և կազմակերպությունների ղեկավար կազմում:
- Գենդերային անհավասար ներկայացվածությունը կառավարման բարձր մակարդակներում:

## Հարցեր կրկնության համար

- Նշեք սոցիալ-տնտեսական ոլորտում առկա գենդերային հիմնախնդիրները: Ներկայացրեք թե՛ ինչպես են դրանք արտահայտվում:
- Գենդերային հիմնախնդիրները լուծելու համար ինչ հանգամանքներ պետք է հաշվի առնի ՀՀ կառավարությունը՝ սոցիալ-տնտեսական ոլորտի զարգացմանն ուղղված ռազմավարությունը իրականացնելիս:

## Գործնական առաջադրանքներ

- Քննարկել, թե որոնք են կանանց՝ ավելի քիչ վարձատրվող աշխատանք ունենալու պատճառները և որքանով են այդ պատճառներն օբյեկտիվ կամ սուբյեկտիվ:
- Անցկացնել դերային խաղ: Խաղի մասնակիցները պետք է ընտրեն սոցիալ-տնտեսական ոլորտում գործող որևէ կազմակերպություն՝ որտեղ թափուր աշխատատեղի համար դիմել են կին և տղամարդ մասնագետներ և հրավիրվել են հարցազրույցի: Խաղի ընթացքում պետք է ներկայացվի հարցազրույց երկու սցենարով.
  - ա) երբ գործատուն հարցազրույցի ժամանակ առաջնորդվում է հասարակության մեջ առկա գենդերային կարծրափայտերով
  - բ) իրավիճակ որտեղ գործատուն ցուցաբերում է առկա կարծրափայտերից զերծ մոտեցում:



# ՄԱՍ 2

## Գենդերի բաղադրիչը լրագրության մեջ

Հեղինակ՝ Հասմիկ ԽԱՉԱՏՐՅԱՆ

*Ժողովածուի այս բաժնում քննարկվող խնդիրները միտված են ցույց տալու այն դերը, որը ունի ՋԼՄ-ն գենդերային հիմնահարցերի լուծման, կարծրատիպերի փոփոխման, կամ փոխակերպման, հասարակական կարծիքի ձևավորման գործում: Ներկայացվում են հայաստանյան լրատվամիջոցներում կանանց և տղամարդկանց՝ որպես տեղեկատվության աղբյուր հանդես գալու ընդհանուր միտումները, փորձվում է գենդերային հիմնախնդիրներին վերաբերվող նյութերի փակաբանությունը, ինչպես նաև բերվում են միջազգային և ազգային փաստաթղթերի օրինակներ, որտեղ կարևորվում է լրատվամիջոցների դերը գենդերային հավասարության հիմնախնդիրների հաղթահարման հարցում:*

25

### 2.1 Գենդերային հիմնախնդիրների նկատմամբ զգայուն լրագրություն

#### Լրատվամիջոցների դերի կարևորումը միջազգային և ազգային փաստաթղթերում

Մարդկության ծագման հնագույն ժամանակներից ի վեր յուրաքանչյուր հասարակարգ ունեցել է կանանց և տղամարդկանց դերի և տեղի իր մոտեցումները, ինչն էլ այսօր սեռերի հավասարության ամենամեծ խոչընդոտն է: Մեր ժամանակներում, ցավոք, ամենատարբեր ինստիտուտների կողմից արմատացած սխալ պատկերացումները շարունակում են իրենց ընթացքը: Այդ ինստիտուտներից առավել կարևորը զանգվածային լրատվամիջոցներն են, որոնք հաճախ, ոչ կանխամտածված կամ նպատակաուղղված, սերմանում են կարծրատիպեր, ինչն էլ ավելի է ամրապնդում հասարակության մեջ գենդերային անհավասարությունները: Լրատվամիջոցների համար խիստ կարևոր է իմանալ և ճշգրիտ կերպով արտացոլել մեր հասարակությունը, ապահովել ամբողջական և բազմազան ծածկույթ: Կարևոր է, որ հրապարակումները ներկայացնեն աշխարհն այնպես, ինչպես այն տեսնում են թե կանայք, թե տղամարդիկ:

Նկատի ունենալով ՋԼՄ-ների առանձնահատուկ դերը հասարակական կարծիքի ձևավորման գործում՝ Նայրոբիի հեռանկարային ռազմավարությունում կրթության, առողջապահության, զբաղվածության, սոցիալական ծառայությունների, գյուղատնտեսության, առևտրի, արդյունաբերության և այլ ոլորտների կողքին առաջին անգամ նշվեց ՋԼՄ-ների կարևոր դերը: «Հարկ է առաջնահերթ ուշադրություն դարձնել զանգվածային լրատվամիջոցներում կանանց կերպարի արտացոլման շոշափելի և մշտական բարելավմանը: Այդ նպատակով հարկավոր է ձեռնարկել բոլոր միջոցները, որպեսզի կանայք ակտիվորեն մասնակցեն զանգվածային լրատվամիջոցների

համապատասխան խորհուրդներին և վերահսկող մարմիններին», -նշվում է հեռանկարային ռազմավարությունում<sup>1</sup>:

2000թ. Պեկին+5 համաժողովում արձանագրվեց, որ «տեղական, ազգային և միջազգային մակարդակներով կանանց հիմնախնդիրներին նվիրված լրատվամիջոցների ստեղծումը համընդհանուր մասշտաբով նպաստել է տեղեկատվության տարածմանը, կարծիքների փոխանակմանը և զանգվածային միջոցներում գործող կանանց գործունեության օժանդակմանը: Նոր տեխնոլոգիաների, հատկապես ինտերնետի առկայությունը հնարավորություն է տվել ավելի մեծ թվով կանանց՝ գիտելիքներ և տեղեկատվություն տարածել: ԶԼՄ-ներում մեծացել է կանանց դրական կերպարի ներկայացումների թիվը: Դրան զուգահեռ շարունակվում են տարածվել կանանց մասին բացասական, թերի, իրականությանը չհամապատասխանող պատկերացումների տարածումը, կանխակալ վերաբերմունքը կանանց նկատմամբ»<sup>2</sup>:

ԶԼՄ-ների կողմից գենդերային հիմնախնդիրների վերաբերյալ հանձնարարականների տեսակետից առանձնանում է Եվրոպայի խորհրդի խորհրդարանական վեհաժողովի հանձնարարականը, որում ասվում է. «Չնայած նկատելի առաջընթացին՝ Եվրոպայի մի շարք երկրներում կնոջ կերպարը զանգվածային լրատվամիջոցներում դեռևս հաճախ բացասական է ներկայացվում և նախկինի պես պայմանավորված է կարծրատիպերով ու նրա նկատմամբ քամահրական վերաբերմունքով: Կնոջը վերապահվում է սոսկ անձնական կյանքը, տունն ու ընտանիքը: ԶԼՄ-ները հաճախ են կանանց պատկերում որպես սեռական հետաքրքրության օբյեկտ: Ամբողջ աշխարհում սրընթաց փոփոխություններ են կատարվել, սակայն կնոջ կերպարը ԶԼՄ-ներում զգալի փոփոխությունների չի ենթարկվել»<sup>3</sup>:

Պետք է փաստենք, որ որոշ դրական տեղաշարժերով հանդերձ, դրությունն էականորեն չի փոխվել անցած 12 տարիներին: Արևելյան Եվրոպայի, ԱՊՀ-ի, այդ թվում և հայաստանյան լրատվամիջոցների դիտարկումը ցույց է տալիս, որ հրապարակումների գերակշիռ մասում տղամարդկանց վերագրվում է ծանրակշիռ հասարակական դեր, կանանց՝ սահմանափակ:

Որպես պատճառ բերվում են երկրների սոցիալ-մշակութային ավանդույթները, ինչի մասին խոսվեց վերևում (կարծրատիպեր), ժողովրդավարության փորձի պակասը, կառավարությունների ֆինանսական միջոցների սղությունը, լրատվամիջոցների ղեկավարների և լրագրողների անբավարար մասնագիտական մակարդակը, կանանց սակավությունը լրատվամիջոցների ղեկավար պաշտոններում և այլն: Այս պայմաններում գենդերային հիմնախնդիրների արծարծման խորության մասին կարելի է խոսել մեծ վերապահումներով, սակայն սա այն նպատակն է, որին պետք է ձգտել:

Հայաստանում ևս, պետական քաղաքականության մակարդակում ստեղծվել են փաստաթղթեր, որոնք սահմանում ու կարևորում են լրատվամիջոցների դերը գենդերային հավասարության հիմնախնդիրների հաղթահարման հարցում: Մասնավորապես Հայաստանի Հանրապետության գենդերային քաղաքականության ռազմավարական ծրագրում նշվում է, որ անհրաժեշտ է ձեռնարկել միջոցներ ԶԼՄ-ների գենդերային

<sup>1</sup> 1985թ. Նայրոբի, Երրորդ համաշխարհային խորհրդաժողովի «Կանանց դրության բարելավման հեռանկարային ռազմավարություն», 85-րդ կետ:  
<sup>2</sup> ՄԱԿ-ի Գլխավոր ասամբլեայի 23-րդ հատուկ նստաշրջան, «Կանայք 2000 թվականին, տղամարդկանց և կանանց հավասարություն, զարգացում և խաղաղություն XXI դարում», Եզրափակիչ փաստաթուղթ, Նյու Յորք, 2000թ. հունիս  
<sup>3</sup> Եվրոպայի խորհրդի խորհրդարանական վեհաժողովի (2002թ.) «Զանգվածային լրատվամիջոցներում կնոջ կերպարի մասին» 1555 հանձնարարական

զգայունությունը բարձրացնելու ուղղությամբ, շարունակել լրագրողների համար գենդերային իրազեկության բարձրացման դասընթացների կազմակերպման գործըթացը, ինչպես նաև աջակցել/խրախուսել գենդերային հավասարության հիմնախնդիրը լուսաբանող զանգվածային լրատվամիջոցներին<sup>4</sup>:

## **Գենդերային բաղադրիչներ պարունակող հրապարակումների տիպաբանությունն՝ ըստ զգայնության**

Լրատվամիջոցների կողմից հասարակությունը ճշմարիտ արտացոլելու, ամբողջական և բազմակողմանի ծածկույթ ապահովելու համար խիստ կարևոր է, որ նորությունները ներկայացվեն այնպես, ինչպես դրանք տեսնում և ընկալում են թե կանայք, թե տղամարդիկ: Հրապարակումների բնույթը, դրանց ընտրությունը, ներկայացման ձևը ևս պետք է փոփոխվեն: Լրագրողները պետք է կանանց ավելի հաճախ դիմեն՝ որպես տեղեկատվության ազբյուրի:

Յուրաքանչյուր լրագրող պետք է քաջատեղյակ լինի գենդերային հիմնախնդիրներին և դրսևորի այդ տեղեկացվածությունն իր նյութերում և մոտեցումներում: Բացի դրանից, խմբագրակազմի ներկայացուցիչները ևս պետք է հաշվի առնեն գենդերային խնդիրները, երբ որոշում են, թե որ թեմաներին ու պատմություններին պետք է անդրադառնան, որոնց՝ ոչ, ինչպես նաև այն աղբյուրները, որոնցից պետք է տեղեկատվություն վերցնեն:

Գենդերային բաղադրիչներ պարունակող նյութերը կարելի է բաժանել երեք խմբի՝ զգայուն, չեզոք և խտրական:

1. Գենդերային զգայուն են համարվում այն նյութերը, որտեղ փորձ է արվում վերլուծել գենդերային այս կամ այն խնդիրը, առկա է փաստական հարուստ հիմք, կան հղումներ թեմային վերաբերող միջազգային փաստաթղթերին և օրենսդրությանը, ներկայացվում են փորձագետների կարծիքները, զգացվում է հեղինակի դիրքորոշումը՝ ուղղված խտրականության դրսևորումների հիմքում ընկած գենդերային կարծրատիպերի հաղթահարմանը: Գենդերային զգայուն լրագրության օրինակները ներառում են.

ա. գենդերային խտրականության մասին հոդվածներ,

բ. կանանց համար ոչ ավանդական մասնագիտություններ ընտրած կամ ճակատագրի բերումով «տղամարդկային ոլորտում» իրենց գտած կանանց մասին նյութեր, ինչպես նաև նյութեր տղամարդկանց մասին, ովքեր ունեն ավանդաբար «կանացի» համարվող մասնագիտություն և/կամ զբաղմունք,

գ. գենդերային դերերում տեղի ունեցած փոփոխությունների մասին հոդվածներ,

դ. հրապարակումներ, որտեղ ներկայացված են կանայք քաղաքականության և բիզնեսի ոլորտներում:

2. Գենդերային չեզոք են համարվում այն նյութերը, որոնք կառուցված են փաստերի կամ խնդիրների արձանագրման վրա և որոնցում փորձ չի արվում խնդրո առարկան վերլուծել գենդերային հիմնահարցերի տեսանկյունից, ներկայացնել նկարագրվող երևույթների

<sup>4</sup> ՀՀ կառավարության 2011 թ. մայիսի 20-ի նիստի N 19 արձանագրային որոշման Հավելված N 1

<https://www.e-gov.am/protocols/item/2/>

պատճառները կամ եզրակացություններ անել հիմնախնդիրների հաղթահարման հնարավոր ուղիների վերաբերյալ՝ այդպիսով թողնելով քննարկվող հարցը մակերեսային վերլուծության մակարդակում: Դրանք հիմնականում տեղեկատվական բնույթի նյութերն են, որոնցում ներառված են փաստեր ու թվեր, բայց հեղինակի դիրքորոշումը չի երևում:

Հոդվածների դեպքում, որոնցում խնդրի պատճառահետևանքային կապը բացահայտելու հեղինակի հնարավորությունները անհամեմատ մեծ են, չեզոք դիրքորոշումը որակվում է որպես գենդերային կոյր մոտեցում:

3. Գենդերային խտրական են համարվում այն նյութերը, որտեղ առկա են սեռի հատկանիշով պայմանավորված անհավասար մոտեցումներ և որտեղ այդ մոտեցումները ներկայացվում են/համարվում են որպես “նորմալ”, նկարագրվում և արդարացվում են գենդերային կարծրատիպերը, կանխակալ են վերլուծվում փաստերը, քննադատական գնահատականի են արժանանում գենդերային հավասարության ապահովմանն ուղղված պետական մարմինների, տեղական հասարակական և միջազգային կազմակերպությունների ջանքերը:

28 Հասկանալու համար՝ արդյոք նյութը զգայուն է գենդերային տեսանկյունից, պետք է ուշադրություն դարձնել հետևյալի վրա.

- Ովքեր են տեղեկատվության աղբյուրները:
- Աղբյուրների որ մասն են կանայք և որ մասը՝ տղամարդիկ:
- Արդյոք նյութում ներկայացված կին և տղամարդ աղբյուրները հասարակության մեջ հավասար դիրք են զբաղեցնում:
- Կան արդյոք հակասող երկակի ստանդարտներ: Օրինակ, միայնակ հայրերը ներկայացվում են որպես հարգանքի արժանի, իսկ միայնակ մայրերի համար ասվում է, որ «արժանի են» այդ դժվարություններին:
- Արդյոք նյութում առկա են կարծրատիպեր.
- Արդյոք կանայք և տղամարդիկ միշտ նույնացվում են որոշակի բնութագրիչների հետ:

## Հարցեր կրկնության համար

- Ներկայացրեք զանգվածային լրափոխանակումների դերը հասարակական կարծիքի ձևավորման գործում:
- Սահմանեք գենդերային զգայուն, գենդերային խտրական և գենդերային չեզոք նյութեր հասկացությունները: Դրանցից յուրաքանչյուրին համապատասխան ներկայացրեք մեկական օրինակ լրափոխանակումներից:
- Ինչպիսի՞նք չափանիշներ պետք է հաշվի առնվեն գենդերային զգայունության փաստաթղթի նյութը գնահատելու համար:

## Գործնական առաջադրանքներ

- Նույն սկզբնական սցենարով պատրաստել երեք նյութ, որոնցից մեկը կլինի գենդերային զգայուն, մյուսը գենդերային չեզոք և երրորդը՝ գենդերային խտրական:
- Կազմել մեկական կին և տղամարդ գյուղատնտեսի հետ իրականացվելիք հարցազրույցի երեք հարցաշարեր այնպես, որ դրանցից մեկի արդյունքում ստացվի գենդերային զգայուն նյութ, մյուսի արդյունքում գենդերային խտրական, և երրորդի արդյունքում՝ գենդերային չեզոք նյութ:

## 2.2 Գենդերային հիմնախնդիրների արժարժույթը լրատվամիջոցներում

*Ժողովածուի տվյալ բաժնում ներկայացված է հայաստանյան լրատվամիջոցներում նյութերի լուսաբանման առանձնահատկությունները՝ ըստ գենդերային չափորոշիչի և շրջանավոր հիմնական կարծրատիպերը: Ինչպես նաև տրված են կիրառական խորհուրդներ լրագրողներին՝ իրենց նյութերը գենդերային զգայուն դարձնելու համար*

### Հայաստանյան լրատվամիջոցներում հանդիպող հիմնական կարծրատիպերը

30 Դժվար, սակայն անհրաժեշտ գործընթաց է գենդերային կարծրատիպերից անցումը ազատ տեղեկատվության տրամադրման, այնինչ շատ հաճախ մատուցվող նյութերում (երբեմն սովորական աչքի համար աննկատելի) ձգվում են կարծրատիպերը, իսկ մատնանշելու դեպքում էլ հնչում է ամենատարածված արտահայտությունը. «Բայց չէ որ մեր կյանքում հենց այդպես է» կամ «Դա մեր ազգային ավանդույթն է»: Ինչ է կարծրատիպը. այն մարդկանց և երևույթների մասին կանխակալ կարծիք է, որը բխում է ընդհանրացված պատկերացումներից և ակնկալիքներից: Կարծրատիպեր կարող են լինել վարքագծի, սովորությունների, կենսակերպի մասին պատկերացումները: Վաղ մանկությունից մարդիկ շրջապատված են կարծրատիպերով, որոնք արտահայտվում են հեքիաթներում, ասացվածքներում, արական և իգական սեռի երեխաների նկատմամբ ծնողների, տատիկ-պապիկների մոտեցումներում և սպասելիքներում:

Հայաստանյան լրատվամիջոցներում ամենից հաճախ հանդիպող գենդերային կարծրատիպերից են՝

- գենդերային անհավասարության թեման Հայաստանում արդիական չէ,
- գենդերային խնդիրները չեն հետաքրքրում լսարանին (վարկանիշային չեն՝ ի տարբերություն թրաֆիքինգի և մարմնավաճառության),
- ՀԿ-ները գրանտներ ստանալու համար են անդրադառնում գենդերային խնդիրներին,
- քաղաքականությամբ զբաղվում է անձնական կյանքում անհաջողակ կինը,
- կանանց հիմնական գործառույթը ընտանիքն է, երեխա ծնելը, մեծացնելը,
- կանայք պատշաճ գիտելիքներ և մասնագիտական հմտություններ չունեն քաղաքական և տնտեսական ոլորտներում բարձր պաշտոններ զբաղեցնելու համար,
- կանայք իրենք չեն ցանկանում մտնել քաղաքական դաշտ,
- կանայք կանանց չեն սատարում և ընտրությունների ժամանակ իրար չեն ընտրում,
- բարի նպատակներով կանանց և տղամարդկանց իրավունքների տարբերակում (թունավոր արտադրությունում աշխատանք, երեկոյան ուշ ժամերին հանրային վայրերում գտնվելու սահմանափակում և այլն),
- Հայաստանում չկան հայտնի կանայք, ուստի այդ բացը կարելի է լրացնել օտարերկրացիների մասին նյութերի արտատպումով,

## Կանայք հայկական լրատվամիջոցներում

«Քաղաքացիական հասարակության և լրատվամիջոցների գիտելիքի և կարողությունների ամրապնդում՝ գենդերային և ժողովրդավարական կառավարման հարցերի շուրջ կառուցողական երկխոսության մեջ նրանց ներգրավելու և կանանց ու տղամարդկանց՝ կարծրատիպերից զերծ պատկերումը խթանելու նպատակով» ծրագրի շրջանակներում 2012 թ. սեպտեմբեր-նոյեմբեր ամիսներին իրականացվել է մի շարք լրատվամիջոցների դիտարկում<sup>1</sup>: Մասնավորապես դիտարկման են ենթարկվել «Առավոտ», «Հրապարակ», «Գոլոս Արմենիի», «Երկիր», «Հայկական ժամանակ», «Իրավունք» օրաթերթերը, «Կենտրոն», Հ1, Շանթ, Արմենիա, Հ2, Երկիր Մեդիա հեռուստաընկերությունների կիրակնօրյա լրատվական հաղորդումները, ինչպես նաև «Ազատ գոտի»՝ Հ1, «Հայկական ուրբաթ»՝ Կենտրոն, «Կանանց կոկտեյլ»՝ Արմենիա, «Ինչ է ուզում կինը»՝ Հ2, «Կենդանի մատյան»՝ Արմենիա, թղթ-շրունները՝ գենդերային տեսանկյունից:

Դիտարկման արդյունքները ցույց տվեցին, որ լրատվամիջոցները, արտացոլելով հասարակության մեջ առկա գենդերային հարաբերությունները և գենդերային անհավասարակշռությունը, նախաձեռնողական վարք գրեթե չեն ցուցաբերում կանանց ոչ կարծրատիպային կերպարներ ներկայացնելու ուղղությամբ: Ավելին, որոշ դեպքերում լրատվամիջոցներում գենդերային անհավասարությունն արտահայտվում է ավելի խորը, քան իրական կյանքում: Դա հաստատում է այն դրույթը, որ լրատվամիջոցներում բացակայում է գենդերային քաղաքականությունը, և նրանք դեռևս չեն կատարում այն դերը, որ վերագրվում է նրանց 2010թ. ՀՀ կառավարության կողմից ընդունված Գենդերային քաղաքականության պետական հայեցակարգով, այն է՝ «լրատվամիջոցներում գենդերային կարծրատիպերի հաղթահարման և կանանց ու տղամարդկանց դրական կերպարների հավասարակշռված ներկայացման խրախուսում: Տպագիր և էլեկտրոնային լրատվամիջոցներում գենդերային հիմնախնդիրների դրական լուսաբանման և կանանց ու տղամարդկանց հավասարության գաղափարների տարածման խրախուսում»<sup>2</sup>:

Համաձայն մեկ այլ մոնիտորինգի արդյունքների լրատվամիջոցներում ներկայացված անձանց 86%-ը տղամարդիկ են, ինչը չի համապատասխանում կանանց մասնաբաժնին հանրապետության բնակչության կազմում և հասարակական-քաղաքական ու սոցիալ-տնտեսական կյանքում առկա վիճակին: Լրատվամիջոցները չեն փորձում հաղթահարել այդ անհավասարակշռությունը և նախաձեռնողականություն չեն ցուցաբերում հանրապետության կյանքում կանանց տեղի ու դերի լայն լուսաբանման և նրանց հանրային ճանաչելիությունը բարձրացնելու ուղղությամբ<sup>3</sup>:

Տպագիր մամուլում գենդերային կարծրատիպերը ոչ այնքան ցայտուն են: Ընդհանուր առմամբ՝ կանանց վերաբերող նյութերի 96%-ը չեզոք են, 0,2%-ը խտրական և 3,8%-ը զգայուն<sup>4</sup>:

<sup>1</sup> «Քաղաքացիական հասարակության և լրատվամիջոցների գիտելիքի և կարողությունների ամրապնդում՝ գենդերային և ժողովրդավարական կառավարման հարցերի շուրջ կառուցողական երկխոսության մեջ նրանց ներգրավելու և կանանց ու տղամարդկանց՝ կարծրատիպերից զերծ պատկերումը խթանելու նպատակով» ծրագիրն իրականացվում է Եվրամիության կողմից ֆինանսավորվող և ՄԱԶԾ-ի կողմից իրականացվող Հավասար իրավունքների և հավասար հնարավորությունների խթանում Հայաստանում. Կանայք տեղական ժողովրդավարական գործընթացներում ծրագրի շրջանակներում:

<sup>2</sup> ՀՀ Գենդերային քաղաքականության հայեցակարգ, 2010թ., 6.4 կետ

<sup>3</sup> «Կնոջ կերպարը լրատվամիջոցների ներկայացմամբ», Պրո-Մեդիա ՀԿ, 2011, [http://www.unfpa.am/sites/default/files/Womans-Image-in-Media\\_Full-Report\\_Arm\\_web.pdf](http://www.unfpa.am/sites/default/files/Womans-Image-in-Media_Full-Report_Arm_web.pdf)

<sup>4</sup> «Կնոջ կերպարը լրատվամիջոցների ներկայացմամբ», Պրո-Մեդիա ՀԿ, 2011, [http://www.unfpa.am/sites/default/files/Womans-Image-in-Media\\_Full-Report\\_Arm\\_web.pdf](http://www.unfpa.am/sites/default/files/Womans-Image-in-Media_Full-Report_Arm_web.pdf), էջ 41

Ինչ վերաբերում է կոնկրետ իրադարձություններին, ապա կանայք զգալիորեն քիչ են դառնում հրապարակումների դերակատարներ (նյութի հերոսներ), կանայք, ովքեր հասել են ինչ-որ հաջողությունների, ավելի քիչ են երևում, քան տղամարդիկ: Կանայք նաև ավելի քիչ են դառնում տեղեկատվության աղբյուր, այսինքն՝ նրանց կարծիքին քիչ են դիմում<sup>5</sup>:

**ԱՂՅՈՒՍԱԿ 1.** Կանայք և տղամարդիկ հայկական օրաթերթերում<sup>6</sup>

Դերակատարներ

32

Լրատվամիջոց	հոդվածներ <sup>1</sup>	տղամարդիկ	կանայք	կանանց %
Հրապարակ	1321	1920	220	10.2
Առավոտ	2822	3579	465	11.5
Գոլոս Արմենիի	648	1155	146	11.2
Հայկական ժամանակ	898	2162	222	9.3
Երկիր	880	1652	232	12.3
Իրավունք	220	787	95	10.8

Ինչպես տեսնում ենք, կանայք և տղամարդիկ անհամաչափ են ներկայացված հայկական տպագիր մամուլում՝ 9-ը 1-ի հարաբերակցությամբ կամ 9-12%-ի շրջանակներում: Համարյա նույն պատկերն է կանանց՝ որպես տեղեկատվության աղբյուր ներկայացվածության դեպքում (նկատի չունենք լրագրող կանանց):

**ԱՂՅՈՒՍԱԿ 2.** Կանայք և տղամարդիկ հայկական օրաթերթերում

Տեղեկատվության աղբյուր

Լրատվամիջոց	հոդվածներ	տղամարդիկ	կանայք	կանանց %
Հրապարակ	1321	611	107	14.9
Առավոտ	2822	1782	406	18.6
Գոլոս Արմենիի	648	427	77	15.3
Հայկական ժամանակ	898	548	92	14.4
Երկիր	880	427	81	15.9
Իրավունք	220	243	41	14.4

Ինչպես երևում է աղյուսակից, որպես տեղեկատվության աղբյուր կանանց ներկայությունը մի փոքր ավելի է՝ միջինը 15%: Տարբերվում է «Առավոտ» օրաթերթը, որն ավելի հաճախ է ներկայացնում կանանց տեսակետը եղած խնդիրների վերաբերյալ:

<sup>5</sup> Տես՝ հղում 14

<sup>6</sup> ՀՀ նախագահը՝ իր ներկայացուցչականությամբ և գեներալային պատկանելիությամբ պայմանավորված, չի ընդգրկվել մոնիթորինգում:



Ընդհանուր առմամբ, իրականացված դիտարկման արդյունքները թույլ են տվել եզրակացնել, որ երբ լրատվամիջոցները փորձում են ավելացնել կնոջ ներկայացվածությունն իրենց տպագիր նյութերում կամ եթերում, նրանք դիմում են «կանացի թեմաներին», այն է՝ երեխաների խնամք, տնային հոգսեր, կոսմետիկա, հագուստ, արդուզարդ, «ռոմանտիկա» և այլն: Այսպիսով, նորից են ամրապնդվում և վերարտադրվում կարծրատիպերը, խորացվում է գենդերային անհավասարությունը:

Այնուամենայնիվ, լրատվամիջոցների ուշադրությունը գրավելու հիմնական պայմանն այն է, որ տվյալ անձը՝ կին, թե տղամարդ, պետք է լինի կամ հրապարակումների հերոս, կամ որևէ կերպ կապված լինի տեղեկատվական առիթի (իրադարձության, տարածված հայտարարության, քննարկվող գործընթացի և այլն) հետ: Հաշվի առնելով լրատվամիջոցների քաղաքականացվածությունը, քաղաքական կյանքի տեղեկատվական առիթներին ավելի մեծ ուշադրություն է դարձվում, քան այլ ոլորտների, և, այդպիսով, կին քաղաքական գործիչներն ավելի շատ են ներկայացվում լրատվամիջոցներում, քան կանայք այլ ոլորտներից:

Սակայն գենդերային զգայուն լրագրությունը միայն աղբյուրների և համատեքստի ընտրությամբ չի սահմանափակվում: Այն նաև ենթադրում է, թե ինչ լեզու են օգտագործում լրագրողները նյութերը գրելիս: Իրապես հավասար լինելու համար կանայք պետք է դիտարկվեն և ընկալվեն որպես հավասար: Սա նշանակում է բացառել լեզուն, որը խտրական կերպով է ներկայացնում, բացառում կամ խոցում է կանանց:

Հրապարակումների գենդերային զգայունության վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ նյութերի մեծ մասը մնում է գենդերային չեզոք, և թեպետ գենդերային խտրական հոդվածների քանակը շատ փոքր է և դրանք ակնհայտ սեռախտրական բնույթ չեն կրում<sup>7</sup>, սակայն գենդերային կույր և խտրական մոտեցումների սահմանազատումը, սովորական ընթերցողների համար երբեմն դժվար է կատարել, քանի որ նրանք ևս առաջնորդվում են գոյություն ունեցող կարծրատիպերով: Շատ են անհավասարությունն ամրապնդող կարծրատիպեր պարունակող նյութերը:

Գենդերային կարծրատիպերի, կանխակալ վերաբերմունքի և խտրականության դեպքեր ավելի հաճախ են հանդիպում հեռուստատեսությամբ: Օրինակ՝ «Ազատ գոտի» հաղորդման մեջ արվել է հետևյալ հայտարարությունը. «Սկզբում կանայք տղամարդուց խլեցին տաբատը, այնուհետև պաշտոնն ու մեքենան, այժմ նաև ծխախոտը», որը ստեղծում է հակադրության ֆոն և կոնֆլիկտային միջավայրի պատկեր և ենթադրում է, թե կանայք ինչ-որ բան են խլում տղամարդկանցից, կամ՝ մի սեռի հաղթանակը մյուսի պարտությունն է: Նման արտահայտություններից պետք է հրաժարվել: Հաճախ են հանդիպում նաև կնոջ ունակությունների և հնարավորությունների սահմանափակությանը վերաբերող արտահայտություններ: Օրինակ, «Ազատ գոտի» հաղորդման մեջ. «Կինը ոչնչից կարող է ստեղծել 2 բան՝ սկանդալ և աղցան»: Միաժամանակ պետք է փաստել, որ հեռուստատեսություններում հաճախ հանդիպում են արտահայտություններ, որոնք ընդհանրացնում են տղամարդկանց վերաբերող բացասական հատկանիշները: Օրինակ, «Կանանց կոկտեյլ» հաղորդման մեջ. «Տղամարդկանց միայն 5%-ն է թողնում ընտանիքը և ամուսնանում սիրուհու հետ, իսկ 95%-ը վարում է երկակի կյանք»:

<sup>7</sup> «Կնոջ կերպարը լրատվամիջոցների ներկայացմամբ», Պրո-Մեդիա ՀԿ, [http://www.unfpa.am/sites/default/files/Womans-Image-in-Media\\_Full-Report\\_Arm\\_web.pdf](http://www.unfpa.am/sites/default/files/Womans-Image-in-Media_Full-Report_Arm_web.pdf), էջ 100

Լրատվամիջոցների ուսումնասիրությունները մի շարք հետևությունների և նկատառումների հնարավորություն են տալիս:

- Թեպետ լրատվամիջոցներում կանանց կերպարի որակական ներկայացման առումով դրական շարժընթաց կա (մեծապես պայմանավորված քաղաքական կյանքում կանանց թվի աճով), սակայն դեռևս ՄԱԿ-ի և եվրոպական կառույցների՝ նախորդ մասերում նշված հանձնարարականների ամբողջական իրագործման մասին վաղ է խոսել: Այս առումով կառավարության համապատասխան գերատեսչությունները դեռևս մեծ անելիք ունեն՝ իրենց կողմից որդեգրած քաղաքականության վերաբերյալ իրազեկությունն ապահովելու ուղղությամբ:

- Շատ հաճախ նյութերում զետեղված խտրական միտքը կամ հարցադրումը ոչ թե լրագրողի աշխարհայացքի հետևանքն է, այլ գենդերային ոչ բավարար գիտելիքների: Սրա մասին է վկայում օրինակ այն, որ միևնույն հոդվածի մեջ կարելի է հանդիպել չեզոք, զգայուն և նույնիսկ խտրական մոտեցումների:

34 • Կանանց խիստ ցածր ներկայացվածությունը լրատվամիջոցների էջերում վկայում է գենդերային կարծրատիպերի հաղթահարման առումով հասարակական կարծիքի վրա վերջիններիս ցածր ազդեցության մասին: Լրագրողները պետք է հաճախ դիմեն կնոջ կերպարին, որպեսզի ձևավորեն դրական միջավայր, ցույց տան հաջողությունների հասած կանանց՝ նպաստելով հասարակական կյանք այլ կանանց մոտեքին: Հասարակական-քաղաքական կյանքում ներկայացվող կանանց քիչ թվի պատճառով երևույթը դիտվում է որպես բացառություն և ոչ թե նորմա:

## **Գենդերային զգայուն**

### ***նյութերի պատրաստման սկզբունքները***

Գենդերային զգայունության պահպանման համար լրագրողները, նյութեր պատրաստելիս պետք է հիշեն, որ ցանկացած խնդիր՝ արտաքին քաղաքականությունից մինչև հասարակական հիմնահարցեր, հավասարապես վերաբերում է և՛ կանանց, և՛ տղամարդկանց, ուստի կանանց խնդիրներին և կարծիքին պետք է անդրադառնալ ոչ միայն գենդերի կամ ընտանիքի, այլ բոլոր տիպի հասարակական հարաբերությունների համատեքստում:

Խտրականությունը հաճախ հետևանք է ընդհանրացման (գեներալիզացիայի). երբ մեկ անհատին յուրահատուկ բացասական կամ այդպիսին համարված որակներն ընդհանրացվում և վերագրվում են ամբողջ խմբին, դա բացում է խտրականության ճանապարհը, այդ թվում՝ նաև գենդերային հիմքի վրա: Օրինակ, այնպիսի արտահայտություններից, ինչպիսիք են «Տղամարդկանց կարծիքով կինը չպետք է աշխատի, կնոջ հիմնական առաքելությունը սահմանափակվում է երեխաներ ունենալով և նրանց դաստիարակելով, իսկ տան չորս պատերից այն կողմ կինը այլ հետաքրքրություններ չպետք է ունենա», պետք է խուսափել: Այստեղ ընդհանրացումը «տղամարդկանց կարծիքով»-ն է, ինչի արդյունքում նրանց որոշ մասի կարծիքը տարածվում է բոլորի վրա: Բացի դրանից, պետք է հիշել, որ կանանց նկատմամբ խտրականության վերացումը չի նշանակում վարել հակառակ խտրականություն արդեն տղամարդկանց նկատմամբ (ինչպես օրինակ վերոնշյալ արտահայտության մեջ):

Լրատվամիջոցները կարող են պրոակտիվ լինել և փոխել հասարակական ընկալումները՝ կանոնավոր կերպով օգտագործելով նոր եզրույթներ կամ բացատրելով, թե ինչու է այս կամ այն խմբին վերաբերվող տվյալ եզրը դարձել բացասական և անընդունելի:

2012 թվականին ՅՈՒՆԵՍԿՈ-ի կողմից հաստատվել և հրապարակվել են գենդերային զգայունության ռազմավարական նպատակները, որոնք սահմանում են թե ինչ և ինչպես պետք է լուսաբանեն լրատվամիջոցները՝ գենդերային հավասարության ապահովման և խթանման համար: Այդ ռազմավարական նպատակներից են.

**Կանանց և տղամարդկանց հավասար ներկայացում նյութերում:** Սա նշանակում է, որ պետք է հավասար քանակությամբ կանայք և տղամարդիկ հանդես գան որպես նյութերի հերոսներ, տեղեկատվության աղբյուրներ, փորձագետներ, խոսնակներ, մեկնաբանություն անողներ: Կարևոր է նաև պահպանել կանանց և տղամարդկանց ներկայացվածության (որպես փորձագետների, խոսնակների, հերոսների և այլն) հավասարությունը ոչ միայն ընտանեկան հարաբերություններ և ընտանեկան կյանք ներկայացնող նյութերում, այլև գիտությանը, սպորտին, պատերազմին և կոնֆլիկտին, քաղաքականությանը, տնտեսությանը, սոցիալական կյանքի տարբեր ոլորտներին վերաբերող նյութերում:

35

**Կանանց և տղամարդկանց արդար, կարծրատիպերից զերծ և բազմակողմանի պատկերում:** Սա նշանակում է, որ պետք է սահմանափակվեն սեռի հիմքի վրա գոյություն ունեցող կարծրատիպեր պարունակող նյութերը, որոնցում առկա է ակնհայտ սեքսիստական դիրքորոշում հասարակության մեջ կանանց և տղամարդկանց դերերը ներկայացնելիս, պետք է խրախուսվի կանանց և տղամարդկանց, նրանց հնարավորությունների բազմակողմանի ներկայացումը: Կարևորվում է նաև լրագրողների կողմից կարծրատիպերից զերծ լեզվի օգտագործումը:

**Գենդերային հավասարության հիմնախնդիրների լուսաբանումը դարձնել լրատվամիջոցների՝ որպես հասարակության հսկիչների դերի կարևոր և անբաժան բաղադրիչը:** Սա ենթադրում է, որ պետք է լինեն հրապարակումներ՝ կենտրոնացած գենդերային հավասարության/անհավասարության խնդիրների վրա, ներկայացվեն հավասարության/անհավասարության կոնկրետ դեպքեր, հաջողության պատմություններ, օրենսդրական ակտեր, իրականացվող քաղաքականություն, միջոցառումներ և իրադարձություններ:

**Գենդերային հավասարության պահպանումը տարբեր տիպի նյութերում (վերլուծություններ, խմբագրական նյութեր, նորություններ, մեկնաբանություններ, հարցազրույցներ) և տարբեր խորագրերում (քաղաքականություն, տնտեսություն, կրթություն, գիտություն, մշակույթ, սպորտ և այլն):** Կարևորվում է նաև գենդերային հավասարության պահպանումը լրատվամիջոցների տարբեր էջերում, տարբեր եթերաժամերի<sup>8</sup>:

Գոյություն ունեն մի շարք ուղեցույց-խորհուրդներ, որոնք հնարավորություն են տալիս և՛ ողջ լրատվամիջոցի գործունեությունը, և՛ առանձին նյութերը դարձնել հնարավորինս գենդերային զգայուն: Դրանցից են.

– գենդերային հավասարության խնդիրը միշտ պահել լրատվական դաշտի և սոցիալական ցանցերի օրակարգում,

<sup>8</sup> Gender Sensitive Indicators for Media, UNESCO, 2012, <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002178/217831e.pdf>

36

- ներկայացնել տարբեր ոլորտներում հաջողությունների հասած կանանց պատմություններ, դեպքեր, երբ կանայք հրաշալիորեն համադրում են աշխատանքային և ընտանեկան պարտականությունները,
  - ցույց տալ կանանց աշխատանքի մեջ այլ ոչ թե խոհանոցում,
  - կանանց և տղամարդկանց մասին գրելիս պետք է պահպանել նույն գրելաճճը և դիմելաձևը: Օրինակ՝ չի կարելի գրել պարոն Գասպարյանը և Լուսինե Ստեփանյանը: Պետք է գրել Հայկ Գասպարյանը և Լուսինե Ստեփանյանը կամ պարոն Գասպարյանն ու տիկին Ստեփանյանը,
  - կնոջը պետք է ներկայացնել որպես առանձին անհատ և ոչ թե որպես որևէ մեկի կին, դուստր և այլն, հատկապես այն դեպքերում, երբ դա անհրաժեշտ չէ՝ ելնելով համատեքստից,
  - պետք չէ շեշտել ավանդական տիպի գենդերային հարաբերությունները: Չի կարելի կանանց և տղամարդկանց ասոցացնել կոնկրետ մասնագիտությունների հետ, շեշտել նրանց ավանդական դերերը,
  - ամեն անգամ լրագրողական նյութերում պետք է փոփոխել անունների հաջորդականությունն այնպես, որ ո՛չ տղամարդու, ո՛չ կնոջ անունները միշտ առաջինը չլինեն,
  - նպաստել, որպեսզի կանայք անմիջական մասնակցություն ունենան լրատվական ծրագրերի մշակման, իրականացման և վերահսկման, լրագրողական վարքականոնների մշակման և կիրարկման գործում,
  - բացառել (առավելապես գովազդում) կանանց՝ որպես սեքսուալ պահանջմունքների կամ թույլ, մշտապես տղամարդու աջակցության կարիք ունեցող օբյեկտ ներկայացնելը,
  - խուսափել մյուս ծայրահեղությունից՝ տղամարդկանց նսեմացումից,
  - ներկայացնել կանանց և տղամարդկանց ոչ կարծրատիպային, բազմազան և հավասարակշիռ կերպարներ,
  - քարոզել կանանց՝ տեղեկատվական տեխնոլոգիաներից, հաղորդակցության բոլոր միջոցներից օգտվելու անհրաժեշտությունը,
  - ազդել որոշումներ ընդունող անձանց գիտակցության, վարքի, քաղաքական միավորումների ծրագրերի վրա՝ գենդերային հավասարության հիմնախնդրի համալիր լուծումների<sup>9</sup> նպատակով,
  - գենդերային հավասարության գաղափարների տարածմանը մասնակից դարձնել հանրության համար հայտնի և սիրված քաղաքական, հասարակական, մշակույթի գործիչների, մարզիկների:
- Այս առաջարկներին հետևելը, ինչպես նաև պետական մակարդակով գենդերային հավասարության քարոզումն ու դրան ուղղված կոնկրետ գործողությունների իրականացումը կնպաստեն իրապես հավասար հասարակության կայացմանը և կայուն զարգացմանը:

<sup>9</sup> Սա “Gender mainstreaming”-ի հայեցակարգն է, որը հաստատվել է գենդերային հավասարության խրախուսման գլոբալ ռազմավարություն 1995 թ. Պեկինում տեղի ունեցած ՄԱԿ-ի կանանց հարցերին նվիրված չորրորդ համաշխարհային համաժողովի ժամանակ: Այն ընդգծում է սոցիալական և տնտեսական զարգացման բոլոր ոլորտներում գենդերային հավասարությունը որպես առաջնային նպատակ ընդունելու անհրաժեշտությունը: Հայեցակարգը ենթադրում է օրենսդրական, քաղաքական և առհասարակ բոլոր ոլորտներում պլանավորվող ցանկացած միջոցառման և գործողությունների հնարավոր հետևանքները կանանց և տղամարդկանց վրա: Աղբյուր՝ <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/decision.htm>

## Հարցեր կրկնության համար

- Նշեք լրատվամիջոցներում հաճախ հանդիպող գենդերային կարծրափայերը (ներկայացրեք Ձեր սեփական օրինակը):
- Ներկայացրեք հայկական օրաթերթերում կանանց և տղամարդկանց վերաբերյալ լուսաբանվող նյութերի ընդհանուր պատկերը:
- Ներկայացրեք գենդերային խտրական արտահայտությունների օրինակներ, որոնք հանդիպում են հեռուստատեսային հաղորդումներում, գովազդներում և այլն (բերեք Ձեր սեփական օրինակը):
- Նշեք այն անհրաժեշտ քայլերը և միջոցառումները, որոնց միջոցով հնարավոր կլինի բարձրացնել գենդերային հիմնախնդիրների վերաբերյալ իրազեկվածությունը և գենդերային անհավասարության նկատմամբ ստեղծել բացասական վերաբերմունք:
- Նշեք այն սկզբունքները, որոնց հետևելով հնարավոր կլինի հրապարակումները պահպանել գենդերային զգայուն:

37

## Գործնական առաջադրանքներ

- Իմբային աշխատանք : Մշակել «ԶԼՄ-ներում գենդերային բաղադրիչի կարևորման և կանանց ներգրավվածության աստիճանի բարելավման ռազմավարություն»: Անհրաժեշտ է ներկայացնել այն միջոցառումների, քայլերի հաջորդականությունը որոնց իրականացմամբ հնարավոր կլինի բարձրացնել լրատվամիջոցներում կնոջ՝ որպես տեղեկատվության աղբյուրի հանդես գալու հաճախականությունը :
- Շաբաթական կտրվածքով անցկացնել երեք օրաթերթերի մոնիտորինգ: Դուրս բերել առավել հաճախ հանդիպող գենդերային կարծրափայերը: Համակարգել այդ կարծրափայերը՝ ըստ կրկնման հաճախականության:

## Հավելյալ գրականություն

1. Բաբայան Ս., Գենդերը և խտրականությունը: Կանանց իրավունքները մարդու իրավունքների համատեքստում / Համալսարանական կրթությամբ կանանց ասոցիացիա, Գենդերային հետազոտությունների կենտրոն.- Եր., 2002.-136 էջ:
2. Զաքարյան Լ., Գենդերային գիտելիքների հիմունքներ (միջառարկայական դասընթաց) / Համալսարանական կրթությամբ կանանց ասոցիացիա, Գենդերային հետազոտությունների կենտրոն.- Եր., 2003.- 118 էջ:
3. Էլիոտ Պ., Մենդել Ն., Ֆեմինիզմի սահմանումները // Գենդերային հետազոտություններ, պր. 1/Համալսարանական կրթությամբ կանանց ասոցիացիա, Գենդերային հետազոտությունների կենտրոն.- Եր., 2001, էջ 8-51:
4. Մխիթարյան Ա., Գենդերային տեսության ներածություն / Համալսարանական կրթությամբ կանանց ասոցիացիա, Գենդերային հետազոտությունների կենտրոն.- Եր., 2002.- 112 էջ:
5. Տյունկինա Ա., Կանանց շարժումը որպես հասարակական շարժում. պատմություն և տեսություն // Գենդերային հետազոտություններ, պր. 2 / Համալսարանական կրթությամբ կանանց ասոցիացիա, Գենդերային հետազոտությունների կենտրոն.- Եր., 2001.-էջ 11-75:
6. Ֆեմինիզմի տեսություն և պատմություն (ուսումնական ձեռնարկ), /Համալսարանական կրթությամբ կանանց ասոցիացիա, Գենդերային հետազոտությունների կենտրոն, Երևան, 1999.- 400 էջ:
7. ՀՀ կառավարության 2011 թ. մայիսի 20-ի նիստի N 19 արձանագրային որոշման Հավելված N 1 <http://www.e-gov.am/protocols/item/2/>
8. Definition of Gender Mainstreaming, <http://www.ilo.org/public/english/bureau/gender/newsite2002/about/defin.htm>
9. P.Y. Коннелл, Структура гендерных отношений, <http://www.nlobooks.ru/node/2278>
10. Connell R.W. Gender and Power. Society, the Person and Sexual Politics. Cambridge: Polity Press, 1987
11. Connell R.W Masculinities, University of California Press, Aug 1, 2005
12. Michael S. Kimmel, Michael A. Messner, Men's Lives (8th eddition), Allyn & Bacon, 2009
13. И. С. Кон, Меняющиеся мужчины в изменяющемся мире,
14. The United Nations Fourth World Conference on Women <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/decision.htm>
15. Gender Sensitive Indicators for Media, UNESCO, 2012, <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002178/217831e.pdf>

38