



«Կանայք քաղաքականության, հանրային կառավարման և քաղաքացիական հասարակության մեջ» ծրագիր

ՊԵՏԱԿԱՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԴԵՐԸ ՁԼՄ-ՆԵՐՈՒՄ ԿԱՆԱՆՑ ՈՉ ԿԱՐԾՐԱՏԻՊԱՅԻՆ ԿԵՐՊԱՐԻ ՁԵՎԱԿՈՐՄԱՆ ՀԱՐՑՈՒՄ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԱՄԱՌՈՏԱԳԻՐ

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

ՁԼՄ-ներում կնոջ ոչ կարծրատիպային կերպարի ստեղծումը գենդերային հավասարության հայեցակարգի մասնավոր խնդիրներից է, սակայն հիմնարար նշանակություն ունի կանանց նկատմամբ խտրական ու կողմնակալ վերաբերմունքը հաղթահարելու և պետական գենդերային քաղաքականության հիմքերն ամրապնդելու տեսանկյունից:

Հաշվի առնելով, որ ժամանակակից զանգվածային լրատվության միջոցները հանրային կարծիքի վրա ներազդող և այդ կարծիքը ձևավորող հզոր ինստիտուտ են, դժվար է թերագնահատել ՁԼՄ-ների դերը կարծրատիպային պատկերացումները և՛ ստեղծելու, և՛ հաղթահարելու գործում:

ՁԼՄ-ները ոչ միայն արտացոլում են, այլ նաև կառուցում են իրականությունը, սահմանելով կյանքի և վարքագծի որոշակի չափանիշներ և այդ համատեքստում կարող են պարտադրել հասարակությանը կնոջ դերի և նշանակության մասին խեղաթյուրված ընկալում՝ վերարտադրելով կանանց առաջընթացը խոչընդոտող կարծրատիպերն ու միջերը: Սակայն նույն հաջողությամբ ՁԼՄ-ները կարող են հանրությանը մատուցել կնոջ ոչ կարծրատիպային կերպարը և աջակցել կանանց դերի և նշանակության մասին հանրային ընկալումների փոփոխությանը: Այլ հարց է, թե այսօր ի՞նչ չափով են ՁԼՄ-ները պատրաստ դառնալու այդ փոփոխությունների նախաձեռնողը, դրանով իսկ առաջ մղելով գենդերային հավասարության գաղափարը և աջակցելով պետական գենդերային քաղաքականության իրականացմանը:

Պակաս կարևոր չէ, թե ինչպիսի դերակատարում կարող է ունենալ պետությունը ՁԼՄ-ների հետ այդ հարցի շուրջ իր հարաբերություններում, ինչ դեր է վերապահում զանգվածային

լրատվամիջոցներին գենդերային քաղաքականությունն իրականացնելու տեսանկյունից, արդյոք դիտարկում է նրանց որպես գործընկեր...

ԻՐԱՎԻՃԱԿԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

ՄԱՍ 1. Միջազգային փաստաթղթերը գենդերային հավասարության ամրապնդման գործում զանգվածային լրատվության միջոցների դերի մասին

ԶԼՄ-ների առանցքային դերակատարումը կանանց ու տղամարդկանց հավասար լուսաբանման, հանրությանը կանանց ոչ կարծրատիպային կերպարի մատուցման հարցերում արտացոլված է կանանց իրավունքների պաշտպանության համակարգը կազմող բոլոր հիմնարար փաստաթղթերում, հատկապես Կանանց նկատմամբ խտրականության բոլոր ձևերի վերացման մասին ՄԱԿ-ի կոնվենցիայում (1979)¹ ու Պեկինի հռչակագրում և Գործողությունների ծրագրում (1995)², ինչպես նաև Կայուն զարգացման նպատակներում (2015)³:

Մասնավորապես, **Կանանց նկատմամբ խտրականության բոլոր ձևերի վերացման մասին ՄԱԿ-ի կոնվենցիայի (Կոնվենցիա) 5-րդ հոդվածը**, որը վերաբերում է տղամարդկանց ու կանանց վարքագծի սոցիալական և մշակութային մոդելների փոփոխությանը, պարտավորեցնում է պետությանը քայլեր ձեռնարկել նախապաշարմունքներն ու սովորույթներն և բոլոր այն պրակտիկաները վերացնելու ուղղությամբ, որոնք հիմնված են տղամարդկանց ու կանանց կարծարատիպային դերի գաղափարի վրա: Դժվար է թերագնահատել ԶԼՄ-ների դերն ու ազդեցությունը հանրային կարծիքի ձևավորման հարցում, հետևապես գենդերային կարծրատիպերի հաղթահարման գործընթացներում ԶԼՄ-ներն են այն առանցքային ինստիտուտը, որի միջոցով է հնարավոր ազդել հանրային ընկալումների վրա և իրականացնել Կոնվենցիայով առաջարկվող քայլերը:

Կանանց նկատմամբ խտրականության վերացման հարցերով ՄԱԿ-ի կոմիտեն (Կոմիտե) Հայաստանի պարբերական զեկույցների վերաբերյալ իր գրեթե բոլոր եզրափակիչ

¹ https://havasar-infohub.am/wp-content/uploads/2021/01/9_UN_Convention-on-the-Elimination-of-All-Forms-of-Discrimination-against-Women-CEDAW_ARM.pdf

² https://havasar-infohub.am/wp-content/uploads/2021/01/12_BEIJING_Declaration_and_Platform_for_Action_ARM.pdf

³ https://havasar-infohub.am/wp-content/uploads/2021/01/1_TRANSFORMING-OUR-WORLD-RESOL_2015_ENG.pdf

դիտարկումներում (1997, 2002, 2009, 2016 և 2022) հետևողականորեն անդրադարձ է կատարել Կոնվենցիայի 5-րդ հոդվածի դրույթների կատարողականին և մտահոգություն հայտնել լրատվամիջոցներում հայրիշխանական դիրքորոշումների և խտրական կարծրատիպերի վերարտադրման և ՁԼՄ-ներում կանանց դրական կերպարը խթանելու անհրաժեշտության վերաբերյալ:

Մասնավորապես, Հայաստանի Հանրապետության վերջին՝ յոթերորդ պարբերական գեկույցի եզրափակիչ դիտարկումներում (2022)⁴ Կանանց նկատմամբ խտրականության վերացման հարցերով կոմիտեն առաջարկել է պետությանը՝

- **մշակել և իրականացնել համապարփակ ռազմավարություն**, այդ թվում՝ առցանց տիրույթի համար, ընտանիքում և հասարակությունում կանանց և տղամարդկանց դերերի և պարտականությունների վերաբերյալ խտրական կարծրատիպերը վերացնելու նպատակով՝ թիրախավորելով համայնքային և կրոնական առաջնորդներին, ուսուցիչներին, աղջիկներին ու տղաներին, կանանց ու տղամարդկանց.
- **մշակել թիրախների և ցուցիչների մի շարք՝** ձեռնարկված ռազմավարական միջամտությունների ազդեցությունը համակարգված չափելու համար.
- ապահովել ուսուցում համապատասխան պետական պաշտոնյաների և լրատվամիջոցների աշխատողների, ինչպես նաև բիզնես հատվածի ներկայացուցիչների համար **գենդերային խտրական կարծրատիպերից գերծ մնալու և գենդերային զգայուն լեզու օգտագործելու վերաբերյալ՝** կանանց օբյեկտիվացման դեմ պայքարելու և ՁԼՄ-ներում կանանց՝ որպես զարգացման ակտիվ մասնակիցների դրական պատկերը խթանելու նպատակով:

Կոմիտեն նաև առաջարկել է պետությանը միջոցներ ձեռնարկել քաղաքականության մեջ ներգրավված կանանց նկատմամբ խտրական վերաբերմունքի և աստելության խոսքի դրսևորումների դեմ: Ընդգծվում է նաև համագործակցությունը ՁԼՄ-ների հետ՝ հանրային քարոզարշավներ անցկացնելու հարցում կին քաղաքական գործիչների հմտությունների զարգացման նպատակով:

Գենդերային կարծրատիպերի հաղթահարման հարցում լրատվամիջոցների հատուկ դերակատարման հետ կապված հիմնախնդիրներն առավել համապարփակ ներկայացված են

4

https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CEDAW%2FC%2FARM%2FCO%2F7&Lang=en

Պեկինի գործողությունների ծրագրով՝ «Կանայք և ՋԼՄ-ները» ոլորտում, որի շրջանակում երկու ռազմավարական նպատակ է առանձնացված.

Հանրային գրավոր և բանավոր խոսքում գենդերային զգայուն բառաթերք օգտագործելու ՄԱԿ-ի կարգավորումները

1. Զանգվածային լրատվության միջոցներում և հաղորդակցության տեխնոլոգիապես նոր միջոցներում, ինչպես նաև այդ միջոցների օգնությամբ կանանց կարծիքների արտահայտմանը և որոշումների կայացմանն առնչվող հնարավորությունների և հասանելիության ընդլայնում:

2. Աջակցություն կանանց հավասարակշռված և ոչ կարծրատիպային կերպարի ստեղծմանը զանգվածային լրատվության միջոցներում:

Ըստ էության, Պեկինի գործողությունների ծրագիրը դիտարկում է «Կանայք և ՋԼՄ-ները» ոլորտը երկու հարթությունում՝ մի կողմից անդրադառնալով կանանց մասնակցությանը և նրանց դերի բարձրացմանը ՋԼՄ-ների կառավարման գործընթացներում, մյուս կողմից թիրախավորելով ՋԼՄ-ների գենդերային զգայուն բովանդակության խնդիրը:

Կայուն զարգացման նպատակների շրջանակում գենդերային հավասարությանը վերաբերող 5-րդ նպատակի⁵ թիրախներից մեկով տեղեկատվական և հաղորդակցության տեխնոլոգիաների օգտագործման ընդլայնումը դիտարկվում է որպես կանանց գորացումը խթանելու միջոց:

Հանրային գրավոր և բանավոր խոսքում գենդերային հավասարության սկզբունքները ապահովելու փորձի առումով օրինակելի են ՄԱԿ-ի ներսում գործող կարգավորումները: Մասնավորապես, ՄԱԿ-ի վեց պաշտոնական լեզուներով լույս տեսած «Հանրային գրավոր և բանավոր խոսքում գենդերային առանձնահատկությունները հաշվի առնելու մասին» ուղեցույցը և այլ մեթոդական ձեռնարկներ, որոնք հասցեագրված են կազմակերպության աշխատակիցներին, նպատակ ունեն բացառելու սեռի հատկանիշով խտրականության դրսևորումները տարբեր պայմաններում՝ բանավոր և գրավոր խոսքում, պաշտոնական և ոչ ֆորմալ միջավայրում, ինչպես կազմակերպության ներսում, այնպես էլ հանրության լայն շրջանակների հետ շփվելիս: Գենդերային զգայուն բառաթերք օգտագործելու այդ պարտադրանքի հիմքում «Գենդերային հավասարության հասնելու ՄԱԿ-ի համակարգային ռազմավարությունն» է, որով կազմակերպությունը պարտավորություն է ստանձնել բացառելու գենդերային խտրականությունն իր բոլոր կառույցների ընթացակարգերում և գործողություններում:

Աղբյուրը՝ «Մեքսիզմի դրսևորումները հանրային տիրույթում և խոսքում» ուղեցույց, ՕքսեՋեն, 2020

⁵ <https://armenia.un.org/hy/sdgs/5>

Սեքսիզմի միջազգայնորեն ճանաչված առաջին սահմանումը

2019 թվականին Եվրոպայի խորհրդի Նախարարների կոմիտեի ընդունած CM / Rec (2019) Սեքսիզմի կանխարգելման և դրա դեմ պայքարի վերաբերյալ հանձնարարականի շրջանակում տրվել է սեքսիզմի միջազգայնորեն ճանաչված առաջին սահմանումը, ըստ որի՝ սեքսիզմն այնպիսի գործողություն, ժեստ, տեսողական պատկեր, բանավոր կամ գրավոր խոսք, սովորույթ կամ վարքագիծ է, որոնք հիմնված են որևէ անձի կամ անձանց խմբի սեռով պայմանավորված ստորադասության գաղափարի վրա և դրսևորվում են պետական կամ մասնավոր կյանքում, առցանց տիրույթում կամ համացանցից դուրս:

Աղբյուրը՝ «Սեքսիզմի դրսևորումները հանրային տիրույթում և խոսքում»
ուղեցույց, Օքսֆորդ, 2020
Guidelines for gender-inclusive language
<https://www.un.org/en/gender-inclusive-language/guidelines.shtml>

ԶԼՄ-ների գենդերային զգայուն քաղաքականությունը, մեդիայի դերը գենդերային կարծրատիպերի և սեքսիզմի հաղթահարման հարցում գտնվում է եվրոպական կառույցների փաստաթղթերի, հատկապես, Եվրոպայի խորհրդի Նախարարների կոմիտեի և Եվրոպայի խորհրդի խորհրդարանական վեհաժողովի (ԵԽՄՎ) ընդունած մի շարք բանաձևերի և հանձնարարականների մշտական ուշադրության կենտրոնում: Հատկանշական է, որ վերջին տարիների փաստաթղթերը վերաբերում են ոչ միայն ավանդական լրատվամիջոցների, այլև սոցիալական ցանցերի միջոցով տարածվող խտրական կարծրատիպերին և ատելության խոսքին, ինչը դիտարկվում է որպես լուրջ մարտահրավեր ժողովրդավարությանը: Հատուկ անդրադարձ է կատարվում այդ թեմային նաև ընտրական գործընթացներում մեդիայի հետ կապված հիմնախնդիրների համատեքստում:

Եվրոպայի խորհրդի Նախարարների կոմիտեի հանձնարարականներ

- CM / Rec (2013) 1 «Գենդերային հավասարության և լրատվամիջոցների մասին»⁶
- CM / Rec (2017) 9 «Տեսալսողական ոլորտում գենդերային հավասարության մասին»⁷
- CM / Rec (2019) 1 «Սեքսիզմի կանխարգելման և դրա դեմ պայքարի վերաբերյալ»⁸

Եվրոպայի խորհրդի խորհրդարանական վեհաժողովի բանաձևեր

⁶ Recommendation CM/Rec(2013)1 of the Committee of Ministers to member States on gender equality and media <https://go.coe.int/OWWun>

⁷ Recommendation CM/Rec(2017)9 of the Committee of Ministers to member States on gender equality in the audiovisual sector https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016807509e6

⁸ <https://rm.coe.int/cm-rec-2019-1-on-preventing-and-combating-sexism/168094d894>

- Թիվ 1557 (2007) բանաձևը՝ «Կնոջ կերպարը գովազդում»⁹
- Թիվ 1636 (2008) բանաձևը՝ «Մեդիայի և ժողովրդավարության ցուցիչները»¹⁰
- Թիվ 1751 (2010) բանաձևը՝ «ԶԼՄ-ներում սեքսիստական կարծրատիպերի դեմ պայքարը»¹¹
- Թիվ 2254 (2019) բանաձևը՝ «ԶԼՄ-ների ազատությունը՝ որպես ժողովրդավարական ընտրությունների նախապայման»¹²
- Թիվ 2256 (2019) բանաձևը՝ «Համացանցի կառավարում և մարդու իրավունքներ»¹³

Ընդհանուր առմամբ թեմային վերաբերող բոլոր միջազգային փաստաթղթերում շեշտադրվում է ոչ միայն պետության, այլ նաև ԶԼՄ-ների պատասխանատվությունը, մի կողմից, լրատվամիջոցներում կանանց ու նրանց տեսակետների թերի ներկայացվածության, մյուս կողմից՝ կարծրատիպերի վերարտադրման և ասեղության խոսքի տարածման առումով: Համապատասխանաբար, առաջարկվող գործողությունները ներառում են ինչպես օրենսդրական բարեփոխումների իրականացում, այնպես էլ վարչական և ինքնակարգավորող գործիքների կիրառմանը, համապատասխան ծրագրերի և քաղաքականության մշակմանը վերաբերող հանձնարարականներ:

ՄԱՍ 2. Զանգվածային լրատվության միջոցների դերը Հայաստանում գենդերային քաղաքականության իրականացման հարցում

Այն փաստը, որ **ՀՀ Մահմանադրությամբ**, բացի կանանց ու տղամարդկանց իրավահավասարությանը (Հոդված 30) և խտրականության արգելքին (Հոդված 29) վերաբերող դրույթներից, կանանց և տղամարդկանց միջև փաստացի հավասարության խթանումը պետական քաղաքականության հիմնական նպատակներից մեկն է (Հոդված 86), ինքնին պարտավորեցնում է ԶԼՄ-ներին իրենց գործունեության մեջ առաջնորդվել գենդերային հավասարության սկզբունքով:

⁹ <https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=17552&lang=en>

¹⁰ Resolution 1636 (2008) Indicators for media in a democracy <http://assembly.coe.int/nw/xml/xref/xref-xml2html-en.asp?fileid=17684&lang=en>

¹¹ <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-EN.asp?fileid=17893&lang=en>

¹² Res. 2254 (2019) Media freedom as a condition for democratic elections <https://pace.coe.int/en/files/25409#trace-5>

¹³ Res. 2256 (2019) Internet governance and human rights

Principles for a fundamental rights-compliant use of digital technologies in electoral processes [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2020\)037-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2020)037-e)

«Կանանց և տղամարդկանց հավասար իրավունքների և հավասար հնարավորությունների ապահովման մասին» ՀՀ օրենքը (2013) մի շարք դրույթներում անդրադառնում է ՁԼՄ-ների դերակատարմանը գենդերային հավասարությանն ուղղված պետական քաղաքականությունն իրագործելու ընթացքում՝ ամրագրելով, որ «զանգվածային լրատվության միջոցներն իրենց ծրագրերով, թողարկումներով գենդերային հավասարությանը վերաբերող տեղեկատվության տարածմամբ աջակցում են գենդերային հավասարության առաջընթացին» (Հոդված 17):

Օրենքով նաև արգելվում է անձի վերաբերյալ սեռի հատկանիշով պայմանավորված վիրավորական և նվաստացուցիչ հրապարակային հայտարարություն անելը, ներառյալ՝ զանգվածային լրատվության միջոցներով (Հոդված 6), և ամրագրվում է քաղաքացիական հասարակության իրավունքը զանգվածային լրատվության միջոցներով իրականացնելու գենդերային հավասարության ապահովմանը միտված քարոզչություն (Հոդված 17):

Միջազգային փաստաթղթերով նախանշված նպատակներին համահունչ ՁԼՄ-ներում կանանց ոչ կարծրատիպային կերպարի ստեղծման կարևորությունն արտացոլված է նաև **ՀՀ գենդերային քաղաքականության հայեցակարգում (2010)**¹⁴.

«Հասարակական գիտակցության մեջ գենդերային հավասարության և կին լիդերի կերպարի դրական ընկալման արմատավորում ՁԼՄ-ների, կրթական համակարգի և սոցիալականացման այլ ինստիտուտների միջոցով գենդերային հավասարության քաղաքականության մասին տեղեկատվության ապահովմամբ»:

Հայաստանի Հանրապետությունում գենդերային քաղաքականության իրականացման 2019-2023 թվականների ռազմավարության և միջոցառումների ծրագրի շրջանակում ՁԼՄ-ների դերին անդրադարձն արվում է 5-րդ գերակայության՝ «Գենդերային խտրականության կանխարգելման» շրջանակում.

¹⁴ https://www.gov.am/u_files/file/kananc-xorh/Gender-hayecakarg.pdf

«Չանգվածային լրատվամիջոցների գենդերային զգայունության բարձրացումը, այդ թվում՝ ներառելով գենդերային բաղադրիչը լրագրողների մասնագիտական ուսուցման գործընթացում և վերապատրաստումներում»:

Նույն փաստաթղթի «Համապատասխան գործողություններ» բաժնում նախատեսվում են.

- աղետների ռիսկի կառավարման ոլորտում յուրաքանչյուր տարի կազմակերպվող միջոցառումներում գենդերային հավասարությանը վերաբերող հարցերի ներառում, դրանց վերաբերյալ նյութերի պատրաստում և տարածում ՁԼՄ-ներով.
- ՁԼՄ-ների ներկայացուցիչների համար գենդերային հավասարության վերաբերյալ հատուկ դասընթացների կազմակերպում.
- զանգվածային լրատվամիջոցների գենդերային զգայունության բարձրացում:

Իսկ «Ակնկալվող արդյունքներում»՝

- զանգվածային լրատվամիջոցների միջոցով գենդերային զգայունության բարձրացումը և սեռերի իրավահավասարությանն ուղղված պատկերացումների շտկումը:

«Ռազմավարության կատարողականի» ցուցանիշների մասով նախատեսվում է.

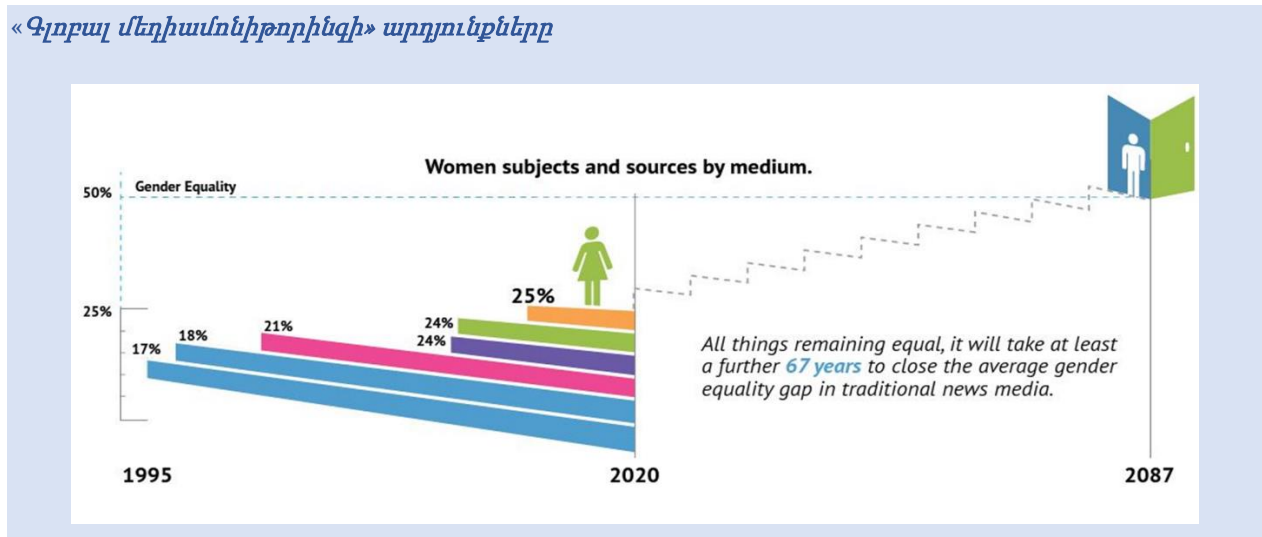
- ՁԼՄ-ների ներկայացուցիչների գենդերային հավասարության վերաբերյալ անցկացվում են հատուկ դասընթացներ, և դրանց մասնակիցների թիվն ամեն հաջորդ տարի գերազանցում է նախորդ տարվա ցուցանիշն առնվազն 5 տոկոսով, ամեն դասընթացից հետո ուսուցանվողներից առնվազն 70%-ի իրազեկվածությունը գենդերային թեմաների վերաբերյալ ավելի բարձր է, քան դասընթացից առաջ.
- առկա են գենդերային զգայուն բովանդակությամբ պատրաստված և հեռարձակված հեռուստահաղորդումներ և ֆիլմաշարեր, որոնց թիվն ամեն տարի աճում է:

Հատկանշական է, որ ծրագիրը, որոշակի ակնկալիքներ կապելով զանգվածային լրատվամիջոցների հետ, չի դիտարկում ՁԼՄ-ները որպես ակտիվ գործընկեր կամ համակատարող կառույց, որոնց միջոցով իրականացվելու են նախատեսված միջոցառումները և հատկապես գենդերային հավասարությանը վերաբերող լայնածավալ իրազեկվածությունը, մինչդեռ հասարակական կազմակերպությունները ծրագրում նշվում են որպես մի շարք միջոցառումների համակատարողներ: Միակ բացառությունը Հանրային

հեռուստաընկերության խորհուրդն է, որը հիշատակվում է որպես համակատարող ՁԼՄ-ների գենդերային զգայունությունը բարձրացնելու հարցում: Հաշվի առնելով խորհրդի իրավասությունների շրջանակը՝ ենթադրվում է, որ Հանրային հեռուստաընկերությունը պետք է պարզապես օրինակ ծառայի այլ ՁԼՄ-ների համար: Նշված բացը, իրականում, վկայում է պետություն – ՁԼՄ-ներ համագործակցության անկատար լինելու մասին:

ՄԱՍ 3. Մեդիա մշտադիտարկումը որպես ՁԼՄ-ների գենդերային զգայունությունը չափելու գործիք

Պեկինի գործողությունների ծրագիրը կարևորում է լրատվամիջոցների մշտադիտարկումները/մոնիթորինգները որպես անհավասար վերաբերմունքն ու խտրականության դրսևորումները բացահայտելու հիմնական գործիք: Հենց այդ նպատակադրմամբ Պեկինի գործողությունների ծրագրի ընդունումից անմիջապես հետո կյանքի կոչվեց «Գլոբալ մեդիամոնիթորինգ նախագիծը» (GMMP), որի շրջանակում 1995 թ.-ից սկսած հինգ տարի մեկ պարբերական մշտադիտարկումներ¹⁵ են անցկացվում՝ աշխարհի լրատվամիջոցների լուսաբանումներում կանանց ներկայացվածությունը բացահայտելու նպատակով:



¹⁵ Նախագծի մեթոդիկայով լրատվական հոսքերի միաժամանակ դիտարկում է իրականացվում մեկ օրվա ընթացքում աշխարհի տարբեր երկրներում:

1995 թ.-ից ի վեր՝ 6 մշտադիտարկումների արդյունքները (1995, 2000, 2005, 2010, 2015 և 2020 թվականներին) ցույց են տվել չափազանց դանդաղ առաջընթաց կանանց լուսաբանման ծավալներում՝ 17%-ից (1995 թ.) մինչև 25% (2020 թ.)¹⁶:

Ըստ այդ արդյունքների՝ աշխարհի լրատվական հոսքերը ոչ միայն տղամարդակենտրոն կարծիքներ են ներկայացնում, այլ նաև աչքի են ընկնում գենդերային կողմնակալությամբ և կանանց նկատմամբ խտրականությունը, սեքսիզմը, բռնությունն ամրապնդող կարծրատիպերով¹⁷:

Փորձագետների գնահատականներով՝ փոփոխությունների նման տեմպերի պահպանման դեպքում առնվազն 67 տարի կպահանջվի կանանց ու տղամարդկանց հավասար լուսաբանումն ապահովելու համար:

Թեև GMMP մշտադիտարկումներում ներգրավված երկրների թիվը տարեցտարի աճում է՝ հասնելով 2020 թվականին 116-ի, Հայաստանը երբևիցե չի ընդգրկվել այդ ուսումնասիրության մեջ:

Հայաստանում անցկացված ՁԼՄ-ների մշտադիտարկումների արդյունքները համադրելի են GMMP-ի մշտադիտարկումների տվյալների հետ և մատնանշում են չհավասարակշռված լուսաբանման, կանանց դերը նսեմացնող կարծրատիպերի առկայության, գենդերային խնդիրների անտեսման հետ կապված բացերը: Մասնավորապես, հիմնվելով վերջին 10 տարիների հետազոտությունների արդյունքների վրա՝ կարելի է փաստել, որ սկսած 2011 թվականից կանանց լուսաբանման ընդհանուր ծավալները չեն գերազանցել 20%-ը, ընդ որում՝ կին խոսնակների/փորձագետների թիվն առցանց մեդիայում և հեռուստաալիքների արտադրանքում աճել է ընդամենը 7 տոկոսային կետով՝ 2011-ին կազմելով 11%¹⁸, 2014-ին՝ 14%¹⁹, 2019 -ին՝ 19%²⁰:

¹⁶ «Գլոբալ մեդիամոնիթորինգ նախագծի» (GMMP) պաշտոնական էջ, <https://whomakesthenews.org/gmmp-2020-final-reports/>

¹⁷ Նույն տեղում:

¹⁸ «Կնոջ կերպարը լրատվամիջոցների ներկայացմամբ». հետազոտություն, «ՊրոՄեդիա-Գենդեր» ՀԿ, 2011, https://armenia.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Womans-Image-in-Media-Full-Report_Arm_web.pdf

¹⁹ «Կանայք և տղամարդիկ հայկական լրատվամիջոցներում». հետազոտություն, Կովկասյան ինստիտուտ, 2014, <http://c-i.am/wp-content/uploads/2014-gender-media-monitoring.pdf>

²⁰ «Խտրականությունն ու բռնությունը հեռուստատեսությունում և լրատվական կայքերում. որքանով է գենդերային զգայուն հայաստանյան մեդիան», ՕքսԵՋեն, «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ, 2019, <https://oxygen.org.am/wp-content/uploads/2021/02/Media-Monitoring-Report-Final.pdf>

2011-2019 թթ. Հայաստանում անցկացված մշտադիտարկումների արդյունքներով՝ կին խոսնակների/փորձագետների թիվն առցանց մեդիայում և հեռուստաալիքների արտադրանքում աճել է ընդամենը 7 տոկոսային կետով՝ կազմելով.

2011-ին՝ 11%

2014-ին՝ 14%

2019-ին՝ 19%

Թեև թեմային առնչվող գրականության ուսումնասիրությունը թույլ է տալիս եզրակացնել, որ Հայաստանում իրականացված ՁԼՄ-ների գենդերային մոնիթորինգները սակավաթիվ են եղել, չեն կրել պարբերական բնույթ և իրականացվել են տարբեր մեթոդաբանությամբ²¹, այնուամենայնիվ, դրանց արդյունքները թույլ են տվել մի շարք բացահայտումներ անել լրատվամիջոցների հրապարակումներում և հեռարձակումներում առկա քանակական և որակական բնույթի խնդիրների վերաբերյալ.

- կանանց թերի ներկայացվածություն և խտրական լուսաբանում լրատվական հոսքերում,
- գենդերային հիմնախնդիրներին եզակի անդրադարձներ,

21

- Կնոջ կերպարը լրատվամիջոցների ներկայացմամբ». հետազոտություն, «ՊրոՄեդիա-Գենդեր» ՀԿ, 2011, https://armenia.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Womans-Image-in-Media-Full-Report_Arm_web.pdf
- «Կանայք և տղամարդիկ հայկական լրատվամիջոցներում». հետազոտություն, Կովկասյան ինստիտուտ, 2012, http://c-i.am/wp-content/uploads/2012-Men-and-Women-in-Armenian-media-CI-UNDP_eng_PB.pdf
- «Հայ կնոջ կերպարը ՁԼՄ-ում (հեռուստատեսությունում). գենդերային զգայունությունից գենդերային կարծրատիպեր». հետազոտություն, ԵՊՀ, 2015, <http://www.y-su.am/files/Lilit%20Shakaryan%20-%20ARM.ENG%20Report.pdf>
- «Առնականությունն ու գենդերային բռնությունը հայկական հեռուստատեսիվներում», ԵՊՀ, 2014, <http://www.y-su.am/files/Reserch%20paper%2003.09.2014..pdf>
- Խտրականությունն ու բռնությունը հեռուստատեսությունում և լրատվական կայքերում.
- որքանով է գենդերային զգայուն հայաստանյան մեդիան, «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ, ՄԱԶԾ/ՕքսԵՋեն, 2019, <https://oxygen.org.am/wp-content/uploads/2020/12/%D5%81%D5%A5%D5%BC%D5%B6%D5%A1%D6%80%D5%AF.pdf>
- 2021 թ. ընտրություններում կին թեկնածուների լուսաբանումը հեռուստատեսությունում և լրատվական կայքերում. մշտադիտարկման արդյունքների վերլուծություն, «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ, NDI/ՕքսԵՋեն, 2021, https://oxygen.org.am/wp-content/uploads/2022/02/Final_Report_Coverage-of-female-candidates-Elections-2021_ARM.pdf

- սեքսիզմի, կանանց նկատմամբ բռնության, կանանց նվաստացնող ու վիրավորող վարվելաձևի և կարծրատիպային դիրքորոշումների նպատակաուղղված վերարտադրում ու շահարկում հեռուստասերիալներում,
- կանանց կարծրատիպային և առարկայնացված պատկերում գովազդում:

Փաստորեն, չնայած վերջին տարիներին արձանագրված որոշ դրական շարժընթացին, կանանց լուսաբանման ծավալները լրատվական հոսքերում դեռևս զգալիորեն զիջում են տղամարդկանց և չեն գերազանցում 20%-ը, ինչը վկայում է, որ կանանց փորձագիտական կամ մասնագիտական կարծիքը շարունակում է շատ դեպքերում անտեսված մնալ, իսկ բովանդակային առումով հանրությանը մատուցվող կնոջ կերպարը հաճախ հիմնված է լինում կարծրատիպերի և խտրական նորմերի վերարտադրման վրա՝ դրանով իսկ խոչընդոտելով կանանց առաջընթացը և նրանց լիարժեք մասնակցությունը երկրի զարգացման գործընթացներում:

Իրականացված հետազոտությունների շարքում առանձնանում են ընտրական գործընթացներում կին թեկնածուների լուսաբանման միտումները, որոնք նաև միջազգային դիտորդական առաքելությունների կողմից անցկացվող մեդիամոնիթորինգների պարտադիր մաս են կազմում:

Հիմնվելով ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելությունների խորհրդարանական մի քանի ընտրությունների վերաբերյալ զեկույցների տվյալների վրա՝ կարելի է փաստել, որ

- ✓ 2007 թվականից ի վեր կանանց տեսանելիությունը հայաստանյան մեդիայում **չի գերազանցել 10%-ը**, այն պարագայում, երբ
- ✓ կանանց մասնակցությունը ընտրություններում որպես թեկնածուներ այդ նույն ընթացքում **աճել է 22.6%-ից մինչև 37%**, իսկ
- ✓ դրական շարժընթացն ապահովող քվտան աճել է՝ **15%-ից մինչև 30%**:

Աժ ընտրությունների տարին	Կին թեկնածուների լուսաբանման ծավալը	Կին թեկնածուները համամասնական ցուցակներում	Գենդերային և քվոտայի չափը
2007	3-10%	22.6%	15%
2012	5%	22.8%	20%
2017	9%	30%	25%
2018		32%	25%
2021	9%	37%	30%

Նշված օրինաչափությունը հաստատվում է նաև «2021 թ. ընտրություններում կին թեկնածուների լուսաբանումը հեռուստատեսությամբ և լրատվական կայքերում» մշտադիտարկման արդյունքներով²², ըստ որոնց «ՀՀ ընտրական օրենսգրքում գենդերային քվոտայի շնորհիվ արձանագրված խորհրդարանական և ՏԻՄ ընտրություններին կին թեկնածուների մասնակցության զգալի աճը չի գուգորդվել ՁԼՄ-ներում նրանց տեսանելիության բարձրացման հետ»:

²² 2021 թ. ընտրություններում կին թեկնածուների լուսաբանումը հեռուստատեսությամբ և լրատվական կայքերում. մշտադիտարկման արդյունքների վերլուծություն https://oxygen.org.am/wp-content/uploads/2022/02/Final_Report_Coverage-of-female-candidates_Elections-2021_ARM.pdf

Այսպես, կին թեկնածուների՝ որպես խոսնակների տեսանելիությունը կազմել է ընդամենը 9%՝ քաղաքական ուժերի ընտրացուցակներում նրանց 37% ներկայացվածության դեպքում, իսկ ՏԻՄ ընտրությունների ժամանակ կին թեկնածուների լուսաբանումը չի գերազանցել 4%-ը՝ քաղաքական ուժերի ընտրացուցակներում նրանց 34% ներկայացվածության պարագայում:

Ընտրություններում կանանց նվազ լուսաբանման հետ մեկտեղ, ԵԱՀԿ/ԺՀՄԻԳ դիտորդական առաքելությունների վերջին երկու ընտրությունների վերաբերյալ զեկույցներում մտահոգություն է արտահայտվել քարոզարշավների ընթացքում աստելության խոսքի տարածվածության և հատկապես կին թեկնածուների թիրախավորման և նրանց նկատմամբ սեռի հատկանիշով նվաստացուցիչ հռետորաբանության փաստերի առնչությամբ²³: Խնդրի առկայությունը հաստատվում է նաև տեղական մշտադիտարկումների արդյունքներով և «Հայաստանում ժողովրդավարական ինստիտուտների գործունեությունը» ԵԽԽՎ բանաձևի²⁴ գնահատականներով:

Խնդիրն իրականում սոցիալական ցանցերի տիրույթում է գտնվում և չի կարգավորվում գործող օրենսդրությամբ: Ծանր վիթրանքի

Ըստ ՁԼՄ-ների մշտադիտարկման արդյունքների

- Թեև 2021 թ. ՀՀ ԱԺ ընտրությունների ընթացքում կին թեկնածուները կազմել են ընտրական ցուցակների 37 %-ը, իսկ տեղական ընտրությունների ընթացքում ընտրացուցակների 34 %-ը, սակայն նրանց տեսանելիությունը ԱԺ նախընտրական քարոզարշավի ընթացքում եղել է ընդամենը 9 %, իսկ տեղական ընտրությունների ժամանակ էլ ավելի քիչ՝ 4 %:

- 2021 թ. ՀՀ ԱԺ ընտրությունների ընթացքում դիտարկված հեռուստատեսություն թեկնածուների մասին լուսաբանումներում յուրաքանչյուր 10 խոսնակից միայն մեկն է կին եղել, իսկ առցանց լրատվամիջոցներում՝ յուրաքանչյուր 12-ից մեկը:

- 2021 թ. ՏԻՄ ընտրությունների ընթացքում դիտարկված հեռուստարկերությունների էթերում տղամարդ թեկնածուներին որպես խոսնակներ (որոնց ուղղակի կամ անուղղակի խոսքը մեջբերվել է) հատկացվել է ընդհանուր առմամբ 6.5 ժամ, մինչդեռ կին թեկնածուներին՝ 0.3 ժամ, ինչը թեկնածուների խոսքին հատկացված ընդհանուր ժամանակի 1.5 %-ն է կազմում:

- 2021 թ. ՏԻՄ ընտրությունների ընթացքում դիտարկված առցանց լրատվականներում կին թեկնածուների որպես խոսնակների լուսաբանումը կազմել է 6.3 %, իսկ որպես գործող անձ (որի մասին խոսում է աղբյուրը, կամ որին նվիրված է նյութը)՝ 7%՝ տղամարդկանց 93 %-ի համեմատ:

https://oxygen.org.am/wp-content/uploads/2022/02/Final_Report_Coverage-of-female-candidates_Elections-2021_ARM.pdf

²³ <https://www.osce.org/odihr/elections/armenia/413567>
<https://www.osce.org/hy/odihr/elections/armenia/413564?download=true>
²⁴ PACE resolution 2427(2022) “ The functioning of democratic institutions in Armenia”
<https://pace.coe.int/en/files/29803#trace-3>

քրեականացման փորձը, որը իշխանությունը նախաձեռնել էր 2020 թվականին ՀՀ քրեական օրենսգրքում փոփոխություններ կատարելով²⁵, ակնկալվող արդյունքների չի հանգեցրել, և ուժը կորցրած ճանաչվել միջազգային և տեղական իրավապաշտպան կառույցների գնահատականների ներքո, ըստ որոնց վիրավորանքի քրեականացումը որպես ժողովրդավարության և խոսքի ազատության ոլորտում լուրջ հետընթաց է որակվել:

Այս խնդիրների լուծումները համընդգրկուն ընտրություններ ապահովելու դաշտում են, ինչը միասնական ջանքեր է պահանջում ընտրություններին մասնակցող բոլոր շահագրգիռ կողմերից, և ԶԼՄ-ները նման միասնական ձևաչափերի կարևոր դերակատարներից մեկը կարող են դառնալ:

Լրատվամիջոցների անդրադարձը կանանց/գենդերային հիմնախնդիրներին

- **2018 թվականի խորհրդարանական ընտրությունների «Ռեզիոն»** կենտրոնի կողմից դիտարկված 6 առցանց լրատվամիջոցների մշտադիտարկման տվյալներով՝ կանանց/գենդերային հիմնախնդիրները քարոզարշավի ընթացքում արժարժված 30 թեմաների թվում ամենաքիչ հիշատակվող վերջին չորս թեմաներից են եղել: Մասնավորապես, դիտարկված 3607 հրապարակումներից կանանց գենդերային հիմնախնդիրների թեման բարձրացվել է 12 նյութում, ինչը 0.3% էր կազմում:

- **2019 թվականին անցկացված մշտադիտարկման արդյունքներով՝** գենդերային հիմնախնդիրներին առնչվող զգայուն հրապարակումների ոչ բավարար քանակը (7.4%), թեմային պասիվ կամ մակերեսային անդրադարձը պայմանավորված է նրանով, որ այն չի դասվում լրատվական դաշտի առաջնահերթությունների շարքին և շարունակում է լրատվական դաշտի ուշադրությունից դուրս մնալ:

- **2021 թվականի արտահերթ խորհրդարանական ընտրություններում** կանանց/գենդերային հիմնախնդիրների թեման նույնպես անտեսված է եղել՝ կազմելով ընտրությունների մասին նյութերում 0.1%՝ հեռուստատեսությամբ, 0.2%՝ առցանց լրատվականներում:

https://oxygen.org.am/wp-content/uploads/2022/02/Final_Report_Coverage-of-female-candidates_Elections-2021_ARM.pdf

Լրատվամիջոցների արտադրանքի բովանդակային մշտադիտարկումների գնահատականներով՝ գենդերային զգայուն հրապարակումները եզակի բնույթ են կրում ինչպես ընտրական գործընթացների, այնպես էլ այլ ժամանակահատվածներում, ինչը

²⁵ <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=141919>

բացատրվում է լրագրողների գենդերային զգայունության պակասով և ՁԼՄ-ներում գենդերային քաղաքականության բացակայությամբ:

ՁԼՄ-ների մշտադիտարկումների արդյունքներով բացահայտվող գենդերային զգայուն հրապարակումների սակավությունը, թեմայի նկատմամբ լրագրողների պասիվությունը պայմանավորված են նրանով, որ այդ թեման չի դասվում լրատվական դաշտի առաջնահերթությունների շարքին, և դրա պատճառներից մեկը լրագրողների շրջանում գենդերային կրթության պակասն է:

Այս առումով ուշադրության են արժանի նաև լրագրողների գենդերային զգայունությունը բարձրացնելու նպատակով վերջին շրջանում մշակված ուղեցույցներն²⁶ ու ինտերակտիվ գործիքները, որոնք կարող են օգտագործվել պետական գենդերային քաղաքականության շրջանակում նախանշված լրագրողների գենդերային ուսուցումն իրականացնելու նպատակով:

Մյուս կողմից՝ այս խնդրի առկայությունը պայմանավորված է լրատվամիջոցների գենդերային ոչ զգայուն քաղաքականությամբ: Թեև ՀՀ գենդերային քաղաքականության իրականացման 2019-2023 թվականների ռազմավարությամբ նախատեսված են որոշակի միջոցառումներ լրատվամիջոցների գենդերային զգայունության բարձրացման ուղղությամբ, սակայն դրանք դեռևս չեն սովել իրենց արդյունքները և պետք է գուցորդվեն այլ մեխանիզմների կիրառմամբ:

Հաշվի առնելով, որ գենդերային քաղաքականության իրականացման ռազմավարությամբ պետությունը նպատակ է դրել ներառել գենդերային բաղադրիչը լրագրողների մասնագիտական ուսուցման գործընթացում և վերապատրաստումներում, ակնկալվում է, որ գենդերային զգայուն մոտեցումներ պետք է ցուցաբերվեն տեսալսողական մեդիայի գործունեությունը կարգավորող պետական մարմնի՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի (ՀՌՀ) կողմից և նրա գործունեության ընթացքում:

²⁶ Սեքսիզմի դրսևորումները հանրային տիրույթում և խոսքում, ՄԱԶԾ/ՕքսԵՁԵՆ, 2019, <https://oxygen.org.am/wp-content/uploads/2020/12/%D5%81%D5%A5%D5%BC%D5%B6%D5%A1%D6%80%D5%AF.pdf>

Ընտրական գործընթացների լուսաբանումը գենդերային հավասարության տեսանկյունից. Ինքնագնահատման գործիք լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների համար, «Լրագրողներ հանուն ապագայի» ՀԿ, NDI/ՕքսԵՁԵՆ, 2022, https://oxygen.org.am/wp-content/uploads/2022/02/Gender-Sensitive-Self-Assessment-Tool_for-Media_ARM.pdf

Սակայն, 1) հանձնաժողովի կողմից իրականացվող մշտադիտարկումները գենդերային բաղադրիչ չեն պարունակում, առավել ևս առանձին գենդերային մշտադիտարկումներ չեն իրականացվում և չեն նախատեսվում, 2) հանձնաժողովի գենդերային կազմը հեռու է հավասարակշռությունից, հանձնաժողովի իրավասությունները սահմանափակ են լրատվամիջոցների կանանց նկատմամբ խտրական բովանդակություն պարունակող արտադրանքին արձագանքելու առումով: Մինչդեռ հանձնաժողովը միակ հանրային մարմինն է, որի միջոցով պետությունը կարող է առաջ մղել ՋԼՄ-ներում կանանց ոչ կարծրատիպային կերպարի ձևավորման գաղափարը:

Մյուս կողմից ողջունելի է ՀՌՀ-ի և ՋԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմնի միջև համագործակցությունը, որն ամրագրվել է 2022 տարվա սկզբին հուշագրի ստորագրմամբ և միտված է տեսալսողական մեդիայի բնագավառում մասնագիտական էթիկայի հարցերում փորձագիտական աջակցությանը և էթիկայի կանոնների կատարելագործմանը:

ՄԱՍ 4. Օրենսդրական կարգավորումների առանձնահատկությունները

Հայաստանում մեդիաոլորտը կարգավորող մի շարք օրենքներից գենդերազգայուն դրույթներ է պարունակում «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքը²⁷, որն ընդունվել է 2020 թվականին՝ նախկինում գործող «Հեռուստատեսության և ռադիոյի մասին» ՀՀ օրենքի փոխարեն, ինչպես նաև «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքը²⁸, որի 8-րդ հոդվածով արգելվում է ռասային, ազգությանը, մասնագիտությանը կամ սոցիալական ծագմանը, տարիքային խմբին կամ սեռին, լեզվին, կրոնական և այլ համոզմունքներին վերաբերող վիրավորական արտահայտություններ, համեմատություններ և պատկերներ պարունակող գովազդը:

²⁷ <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=145079>

²⁸ <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=75427>

«Տեսալսողական մեդիայի մասին» օրինագծի քննարկման փուլում շահագրգիռ ՀԿ-ների ներկայացրած գենդերազգայուն դրույթների մասին առաջարկները միայն մասամբ են ընդունվել և վերաբերում են չարաշահման արգելքներին և հանրային հեռարձակողների կարգավիճակին և գործունեության սկզբունքներին:

«Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքում ամրագրված է նաև Հանրային հեռարձակողի խորհրդի (Հոդված 23, կետ 2) և կարգավորող պետական մարմնի՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի (ՀՌՀ) (Հոդված 35, կետ 1) կազմում սեռային ներկայացվածությունը ապահովելու պահանջը, սակայն հստակեցված չէ համամասնությունը: Արդյունքում և՛ Հանրային հեռարձակողի խորհրդի, և՛ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի կազմում 7 անդամների կազմում միայն մեկական կին է ընդգրկված:

Սեռային համամասնությունը ավելի մոտ է հավասարությանը 2007 թվականից գործող ինքնակարգավորման նախաձեռնության՝ ՋԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմնի կազմում²⁹, որի 14 անդամներից 5-ն են կին:

Գնահատելով գործող օրենսդրությունը ՋԼՄ-ների գենդերային զգայունությունն ապահովելու տեսանկյունից՝ կարելի է փաստել, որ եզակի դեպք է արձանագրվել, երբ ի

«Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքը

Հոդված 9. Տեսալսողական հաղորդումների չարաշահման արգելքը

7. Արգելվում են տեսալսողական հաղորդումները, որոնք հետապնդում են ազգային, ռասայական, սեռային և կրոնական հատկանիշներով խտրականություն քարոզելու նպատակ կամ պարունակում են նման նպատակ հետապնդող տեղեկատվություն:

Հոդված 22. Հանրային հեռարձակողների կարգավիճակը և գործունեության սկզբունքները

6. Հանրային հեռարձակողները պարտավոր են՝ գ. սպառողներին մատուցել հաղորդումներ, որոնք ուղղված են ազգային, ռասայական, կրոնական և սեռային հատկանիշներով խտրականություն պարունակող կարծրատիպերի հաղթահարմանը:

Հոդված 57. Տուգանքը

12. Երրտիկ բնույթի տեսալսողական հաղորդումները և սարսափ ու ակնհայտ բռնություն պարունակող ֆիլմերը, ինչպես նաև անչափահասների առողջության, մտավոր և ֆիզիկական զարգացման, դաստիարակության վրա հնարավոր բացասական ազդեցություն ունեցող տեսալսողական հաղորդումների եթեր հեռարձակման պահանջները խախտելը առաջացնում է տուգանքի նշանակում՝ հասույթի 0.02 տոկոսի, բայց ոչ պակաս, քան սահմանված նվազագույն աշխատավարձի չորսհարյուրապատիկի չափով:

²⁹ <https://bit.ly/3ViQGHj>

պատասխան իրավապաշտպան ՀԿ-ների կողմից Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովին ուղղված դիմում-բողոքի՝ լրատվամիջոցը տուգանվել է «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքի 57-րդ հոդվածով՝ կանանց նկատմամբ բռնությունը քարոզելու հիմնավորմամբ: Շատ դեպքերում լրատվամիջոցների կողմից մատուցվող խտրական բովանդակությունը Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի իրավասություններից դուրս է մնում:

ՁԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմնի կողմից նույնպես եզակի դեպք է արձանագրվել, երբ արձագանքելով սերիալում ցուցադրվող կանանց նկատմամբ բռնության տեսարանների մասին իրավապաշտպանների դիմում-բողոքին՝ Դիտորդ մարմինն իր առաքելության շրջանակում հանդես է եկել հայտարարությամբ, որում կիսել է մտահոգությունը հեռուստասերիալում պատկերված հերոսների գործողությունների, մոտիվացիայի, խոսելաոճի վերաբերյալ, որոնք հեռուստադիտողի մեջ առավելապես ամրագրվում են որպես «ընդունված» վարքագծային մոդելներ:

Նախադեպեր չեն արձանագրվել «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքով և «Կանանց և տղամարդկանց հավասար իրավունքների և հավասար հնարավորությունների ապահովման մասին» ՀՀ օրենքով խտրականությունը, վիրավորանքը, սեքսիզմը արգելող դրույթների խախտմանը հաջորդած հետևանքների առումով:

Օրենսդրական կարգավորումներից դուրս է նաև համացանցով տարածվող տեղեկատվությունը, որի դեպքում խտրականությունը, բռնության քարոզը, սեքսիզմը, ատելության խոսքը բացառելու համար հատուկ մեխանիզմներ են պահանջվում:

ՀՀ-ում 2020 թվականին ձեռնարկված ծանր վիրավորանքի քրեականացման անհաջող փորձը և հրաժարումը դրանից արդիական են դարձրել ատելության խոսքի, բռնության քարոզի, խտրականության, վիրավորանքի, ապատեղեկատվության տարածման դեմ արդյունավետ կարգավորումների փնտրտուքները: Այդ առումով կարևորվում են լրագրողական հանրության և պետական կառույցների համագործակցության տարբեր ձևաչափերը: Օրինակ՝ որոշակի դրական ակնկալիքներ կան վերջերս տեղեկատվական դաշտի բարելավմանն ուղղված օրենսդրության բարեփոխումների շուրջ ՀՀ արդարադատության նախարարության, ՀՀ Ազգային ժողովի գիտության, կրթության,

մշակույթի, սփյուռքի, երիտասարդության և սպորտի հարցերի մշտական հանձնաժողովի և լրագրողական կազմակերպությունների ստորագրած եռակողմ համագործակցության հուշագրի առնչությամբ,³⁰ որը, ինչպես նշված է հուշագրում, ուղղված է մեղիալորտի զարգացման քաղաքականության արդիականացման ու լրատվամիջոցների գործունեությունը կարգավորող օրենսդրության բարեփոխմանը՝ ժամանակակից մարտահրավերներին և հեռահաղորդակցության տեխնոլոգիաների առաջընթացի նոր պայմաններին համապատասխան, միջազգային լավագույն փորձի և նորմերի կիրառմամբ:

³⁰ <https://www.moj.am/article/3141>

ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Հիմնվելով վերը նշված դիտարկումների վրա՝ կարելի է եզրակացնել, որ.

- Թեև ՀՀ Սահմանադրությամբ կանանց և տղամարդկանց միջև փաստացի հավասարության խթանումը պետական քաղաքականության նպատակ է ճանաչվում, ԶԼՄ-ները՝ որպես հանրային կարծիքը ձևավորող կարևորագույն ինստիտուտ, դեռևս չեն զգում իրենց պատասխանատվությունը այդ նպատակի իրագործմանն աջակցելու հարցում:
- Պետությունն իր գենդերային քաղաքականության ուղղությամբ ձեռնարկվող քայլերում դիտարկում է ԶԼՄ-ները՝ ի տարբերություն ՀԿ-ների, որպես գենդերային ուսուցման հասցեատեր կամ շահառու և ոչ որպես գործընկեր կամ ծրագրով նախատեսված գործողությունների համակատարող:
- ՀՀ գենդերային քաղաքականության իրականացման 2019-2023 թթ. ռազմավարությունում և գործողությունների ծրագրում անտեսված են ԶԼՄ-ների գենդերային զգայունությունը խրախուսող մեխանիզմները, պետության կողմից մրցանակաբաշխությունները, նախատեսված չեն ԶԼՄ-ների մասնակցությամբ համապատասխան քարոզարշավներ, թեև նման քարոզարշավների հաջողված օրինակներ կան պտղի սեռի խտրական ընտրության դեմ պայքարում: ԶԼՄ-ների միջոցով գենդերային հավասարության գաղափարի շուրջ հանրության իրազեկումը նախանշված է ծրագրում միայն որպես ակնկալվող արդյունք: ԶԼՄ-ների ակտիվ դերակատարումը ծրագրում սահմանափակված է աղետների ռիսկի կառավարման ոլորտում գենդերային հավասարության վերաբերյալ նյութերի պատրաստմամբ և տարածմամբ ԶԼՄ-ներով:
- Ըստ էության, պետություն - ԶԼՄ-ներ անմիջական գործընկերության կայացման փոխարեն նախապատվությունը տրվում է միջնորդավորված համագործակցությանը՝ ՀԿ-ների կամ միջազգային կառույցների ներգրավմամբ:
- Կանանց փորձագիտական կամ մասնագիտական կարծիքը շարունակում է շատ դեպքերում անտեսված մնալ, իսկ բովանդակային առումով հանրությանը մատուցվող կնոջ կերպարը հաճախ հիմնված է լինում կարծրատիպերի և խտրական նորմերի

վերարտադրման վրա՝ դրանով իսկ խոչընդոտելով կանանց առաջընթացը և նրանց լիարժեք մասնակցությունը երկրի զարգացման գործընթացներում:

- Կին քաղաքական գործիչների ձայնը լսելի չէ ընտրական գործընթացներում, կին թեկնածուների լուսաբանումների ծավալները չեն համապատասխանում նրանց ներկայացվածությանը կուսակցությունների ընտրական ցուցակներում, և այս խնդիրները չեն կարգավորվում ընտրական օրենսդրությամբ:
- ՁԼՄ-ների մշտադիտարկումների արդյունքներով բացահայտվող գենդերային զգայուն հրապարակումների սակավությունը բացատրվում է ինչպես լրագրողների շրջանում գենդերային կրթության պակասով, այնպես էլ լրատվամիջոցների գենդերային ոչ զգայուն քաղաքականությամբ:
- Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի կողմից իրականացվող մշտադիտարկումները գենդերային բաղադրիչ չեն պարունակում, առավել ևս առանձին գենդերային մշտադիտարկումներ չեն իրականացվում և չեն նախատեսվում:

ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

- Անցկացնել լրատվամիջոցների գենդերային զգայունության և ՁԼՄ-ներում կնոջ կերպարի բացահայտման շուրջ պարբերական մշտադիտարկումներ՝ դրանց արդյունքների հանրայնացման ու քննարկման պրակտիկայի ներդրմամբ:
- Իրականացնել ոլորտը կարգավորող օրենսդրության և ազգային ծրագրերի, ինչպես նաև պետական կարգավորող մարմնի՝ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի գործունեության, այդ թվում՝ կանոնակարգերի և իրականացվող մշտադիտարկումների մեթոդաբանության գենդերային ուղղորդում:
- Հստակեցնել «Տեսալսողական մեդիայի մասին» ՀՀ օրենքում Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովի և Հանրային հեռարձակողի խորհրդի կազմի սեռային համամասնությունը՝ ամրագրելով ոչ պակաս, քան 30% կանանց ներկայացվածություն այդ մարմիններում:
- Կիրառել պետական պատվերի պրակտիկան կանանց ոչ կարծրատիպային կերպարներով, գենդերային հավասարության, ընտանեկան պարտականությունների

հավասար բաշխման և պետական գենդերային քաղաքականության այլ խնդիրների շուրջ սերիալներ նկարահանելու նպատակով:

- Իրականացնել լրագրողների գենդերային զգայունությանը նպաստող կրթական և վերապատրաստման ծրագրեր:
- Ներդնել խրախուսման մեխանիզմներ գենդերային զգայուն քաղաքականություն իրականացնող ՁԼՄ-ների համար:
- Անցկացնել մրցանակաբաշխություններ ՁԼՄ-ներում գենդերային խնդիրների լավագույն լուսաբանման համար:
- Ներդնել լրագրողական էթիկայի կանոնների, մասնավորապես ՁԼՄ-ների էթիկայի դիտորդ մարմնի «Հայաստանի լրատվամիջոցների և լրագրողների էթիկական սկզբունքների կանոնագրի» մեջ գենդերային հավասարության և գենդերային զգայունության ապահովման սկզբունքները, խտրականության, ատելության խոսքի, սեքսիզմի դրսևորումների բացառման պահանջները:
- Խրախուսել և նախաձեռնել համագործակցության տարբեր ձևաչափեր ՁԼՄ-ների հետ ատելության խոսքի, սեքսիզմի, բռնության քարոզի և այլ գենդերային հիմնախնդիրների շուրջ քննարկումներ կազմակերպելու նպատակով:
- Վերլուծել և գնահատել ՀՀ գենդերային քաղաքականության իրականացման 2019-2023 թթ. ռազմավարության և գործողությունների ծրագրի իրականացման արդյունավետությունը՝ բացահայտելով ՁԼՄ-ներին հասցեագրված դրույթների իրականացման հետ կապված խնդիրները:
- Խրախուսել ՁԼՄ-ների էթիկական և մասնագիտական հարցերի ինքնակարգավորման համակարգի ինստիտուցիոնալ կայացմանն ուղղված նախաձեռնությունները:
- Քայլեր ձեռնարկել թեմայի շուրջ միջազգային փորձը ուսումնասիրելու և ՀՀ միջազգային պարտավորություններն իրականացնելու ուղղությամբ:

Այս քաղաքականության համառոտագիրը պատրաստվել է Հայաստանում վերջին տարիներին իրականացված հետազոտությունների արդյունքների վերլուծության հիման վրա և արտացոլում է ծրագրի փորձագետների, ինչպես նաև Երևանում և ՀՀ մարզերում անցկացված երկխոսության միջոցառումների մասնակիցների տեսակետները:

«Կանայք քաղաքականության, հանրային կառավարման և քաղաքացիական հասարակության մեջ» ծրագիրն իրականացվում է ՄԱԿ-ի զարգացման ծրագրի կողմից՝ ՀՀ տարածքային կառավարման և ենթակառուցվածքների նախարարության և ՕքսԵՁԷն հիմնադրամի հետ համագործակցությամբ, Միացյալ Թագավորության կառավարության «Լավ կառավարման հիմնադրամի» աջակցությամբ:

Նյութը պատրաստվել է Միացյալ Թագավորության կառավարության ֆինանսավորմամբ: Արտահայտված տեսակետները պարտադիր չէ, որ արտացոլեն Միացյալ Թագավորության կառավարության պաշտոնական դիրքորոշումը: Նյութում արտահայտված կարծիքները պատկանում են հեղինակներին և պարտադիր չէ, որ արտացոլեն ՄԱԿ-ի Զարգացման ծրագրի տեսակետները: