



გენდერული სტერეოტიპები ქართულ მედიაში

კვლევის ავტორი: ქეთევან მსხილაძე
პერიოდი: 15 მარტი - 15 აპრილი, 2011

მოკლედ

მონიტორინგის შედეგები

მონიტორინგმა აჩვენა, რომ ქართულ მედიაში სტერეოტიპული აზროვნება და მიდგომები ჭარბობს. ქალებსა და ქალთა საკითხებზე მომზადებული ჟურნალისტური მასალების უმეტესობა გენდერულ სტერეოტიპებს არა თუ ამცირებს, არამედ პირიქით, ამლიერებს. ჟურნალისტები არ არიან გათვითცნობიერებული გენდერის საკითხებში და შესაბამისად, გენდერული სტერეოტიპებით აზროვნებენ, რაც ხელს უწყობს ამ სტერეოტიპების გამყარებას.

ეს ხდება როგორც სიტყვით (დაბეჭდილი თუ ზეპირი ტექსტი) და გამოსახულებით (ვიდეო თუ ფოტომასალა), ასევე საკითხების არაგენდერმგრძობიარე გაშუქებით.

1) გენდერული ბალანსი

ქართულ მედიაში გენდერული ბალანსი არ არის დაცული. დისბალანსი, როგორც წესი, მამაკაცების სასარგებლოდ იხრება. როგორც სატელევიზიო, ისე ბეჭდვით მედიაში რესპონდენტებსა და კომენტატორებს შორის მამაკაცები ჭარბობენ. ქალი რესპონდენტების/კომენტატორების სიხშირე დამოკიდებულია იმ სფეროსა თუ საკითხზე, რომელიც შუქდება. მაგალითად, პოლიტიკის, ეკონომიკის, უსაფრთხოების, თავდაცვის თემების გაშუქებისას, ქალი რესპონდენტები აშკარა უმცირესობაში არიან. რაც შეეხება საექსპერტო მოსაზრებებს, აქ ქალი რესპონდენტები პრაქტიკულად არ გვხვდებიან. ქალები უფრო ხშირად ჩნდებიან ისეთი საკითხების კომენტირებისას, როგორებიცაა განათლება, მედიცინა, სოციალური პრობლემები, ფსიქოლოგიის საკითხები, მედია, ანუ იმ სფეროებში, რომლებშიც პროფესიონალი ქალები უფრო მრავლად არიან და ჟურნალისტებს მათი პოვნა არ უჭირთ. ეს არის ტიპური სურათი ნებისმიერი მედიასაშუალებისათვის და ამის მაგალითები ყოველ დღე გვხვდება მედიაში.

2) გაშუქების სიხშირე

ქალებზე და ქალებთან დაკავშირებულ საკითხებზე სატელევიზიო სიუჟეტები და საგაზეთო მასალები იშვიათად მზადდება. ხაზგასასმელია ერთი გარემოება: ქალი რესპონდენტები, როგორც წესი, ტიტულოვანი ქალები არიან – თანამდებობის პირები, კულტურის თუ საზოგადო მოღვაწეები. მედია რიგითი ქალი მოქალაქეების მოსაზრებებით, როგორც წესი, არ ინტერესდება.

ამრიგად, ქართულ მედიაში დარღვეულია გენდერული ბალანსი. არ ისმის ქალთა მოსაზრებები, სხვადასხვა საკითხები არ შუქდება ქალის პერსპექტივიდან. ქალის შეხედულებები იგნორირებულია. ეს ხელს უწყობს ქალის შესახებ არსებული სტერეოტიპის გამყარებას, თითქოს აზრი კაცს უნდა მოჰკითხო, ვინაიდან კაცი ქალზე ჭკვიანია.

3) ქალთა მიმართ ძალადობის და ქალების მიერ ჩადენილი დანაშაულის გაშუქება

ქალთა მიმართ ძალადობა და ქალი დამნაშავეების საკითხები, ჩვეულებრივ, შუქდება მაშინ, როდესაც ასეთი რამ ხდება, და შემოიფარგლება ამ ახალი ამბის აღწერით. საკითხის განზოგადება, პრობლემის დაყენება, ანალიზი, პრობლემის გადაჭრის გზების ძიება, კვალიფიციური მოსაზრებები იშვიათად (თითქმის არასდროს) ხდება. გარდა საკითხის გაშუქების ზედაპირულობისა, მონიტორინგმა ასეთ ახალ ამბებზე სტერეოტიპული აზროვნების კვალიც გამოაჩინა.

კრიმინალის გაშუქების დროს ყველაზე თვალშისაცემი გენდერული თანასწორობის პრინციპის გაუთვითცნობიერებლობაა. ჟურნალისტები ხშირად დაუსაბუთებლად აღნიშნავენ დამნაშავეს სქესს (ესეც სტერეოტიპული მიდგომის შედეგია –

ქალი სათნო, უწყინარი არსებაა, რომელიც დანაშაულს არასდროს ჩაიდენს).

4) სექსისტური ენა

მონიტორინგის განმავლობაში სექსისტური ენის გამოყენების მხოლოდ ერთი შემთხვევა დაფიქსირდა. ეს შედარებით ნაკლები პრობლემაა ალბათ იმიტომ, რომ ქალებზე ბევრი მასალა არ მზადდება. სექსიზმის მაგალითია 13 აპრილის გაზეთ ალიაში გამოქვეყნებული სტატია –

„რა სადისტური წესი შემოიღო კალმახელიძემ, ახალაიასგან განსხვავებით რომელი პატიმრები აღიზიანებს მინისტრს და როგორ შოულობენ ფულს ციხის უფროსები“. ეს არის ინტერვიუ ანონიმ რესპონდენტთან, რომელიც საუბრობს ბოლო წლებში ციხეებში არსებულ მდგომარეობაზე. ჟურნალისტი რესპონდენტს ასეთ კითხვას უსვამს: „ანუ, ქალი მინისტრი უფრო ძლიერი აღმოჩნდა, ვიდრე ბაჩო ახალაია?“ ეს არის ტიპური სექსისტური შედარება და სტერეოტიპული აზროვნების ნიმუში, როგორ შეიძლება ქალი კაცზე ძლიერი იყოს, რაც აკნინებს ქალის შესაძლებლობებს და ქალებისათვის შეურაცხმყოფელია.

5) ჟურნალისტების გენდერმგრძობიარობა

მაგალითები იმისა, რომ ჟურნალისტები უმეტესწილად გენდერული სტერეოტიპები თ აზროვნებენ, მონიტორინგის პერიოდში საკმაოდ ბევრი იყო. გენდერის საკითხებში ი გაუთვითცნობიერებლობის გამო ჟურნალისტები უნებლიედ აძლიერებენ გენდერულ სტერეოტიპებს, აკნინებენ ქალების როლს საზოგადოებაში.

უნდა აღინიშნოს, რომ მონიტორინგის პერიოდში ქალთან დაკავშირებული საკითხების ნეიტრალური გაშუქების მაგალითებიც შეგვხვდა. თუმცა, ისეთი მასალები, რომლებიც ამყარებს არსებულ სტერეოტიპებს უფრო მეტი იყო. ბუნებრივია, ჟურნალისტები ამას განზრახ არ აკეთებენ. ამის მიზეზი ის არის, რომ თავად ისინი არიან ამ სტერეოტიპების მსხვერპლნი, ხშირად იზიარებენ და უნებლიედ ავრცელებენ საზოგადოებაში ი ქალის შესახებ არსებულ სტერეოტიპებს. ვფიქრობთ, ამ დროს ძალიან მნიშვნელოვანია ჟურნალისტთა გენდერული განათლების გაზრდა

დეტალური ანგარიში იხილეთ ქვემოთ:

I. შესავალი

მონიტორინგის მიზანი მედიაში გენდერული სტერეოტიპების, უფრო კონკრეტულად კი, ქალთა და ქალებთან დაკავშირებული საკითხების გაშუქებისას ქალებთან დაკავშირებით არსებული სტერეოტიპების გამოყენების კვლევა იყო. ამ საკითხის შერჩევა რამდენიმე ფაქტორმა განაპირობა: (1) მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო დროს ქვეყანაში ქალებისადმი დამოკიდებულება შეიცვალა, საქართველო კვლავ ღრმად პატრიარქალურ საზოგადოებად რჩება და გენდერული თანასწორობის პრობლემა მწვავედ დგას; (2) დღევანდელ საქართველოში ქალები საკმაოდ აქტიურ ცხოვრებას ეწევიან, მაგრამ ქალებისადმი სტერეოტიპული მიდგომები მაინც ჭარბობს; (3) გენდერული საკითხების გაშუქებისას პროფესიული სტანდარტები, ჩვეულებრივ, ქალების მიმართ ირღვევა; და (4) მონიტორინგის მასშტაბიდან გამომდინარე, გენდერის თემის დავიწროება და მხოლოდ ერთ კონკრეტულ ასპექტზე - ქალებთან დაკავშირებით არსებულ გენდერული სტერეოტიპებზე ფოკუსირება უფრო მიზანშეწონილად მივიჩნიეთ.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ტერმინები „გენდერი“, „გენდერული სტერეოტიპი“ და „სექსისტური ენა“, წინამდებარე ანგარიშში, მხოლოდ ქალების მიმართ გამოიყენება.

გენდერი - თვისებების, სოციალური ქცევების, როლებისა და სტატუსების ერთობლიობა, რომლებიც განსაზღვრულია ქალისა და მამაკაცისთვის კონკრეტულ სოციალურ-კულტურულ გარემოში, საზოგადოებაში.

გენდერული სტერეოტიპი - საზოგადოებაში ფართოდ გავრცელებული და ხშირად არაზუსტი შეხედულებები ქალისა და კაცის უნარებზე, თვისებებზე, სოციალურ ქცევისა და სოციალურ ფუნქციებზე.

სექსისტური ენა – ისეთი სიტყვები, გამონათქვამები თუ შეფასებები, რომლებითაც ხდება ადამიანის დისკრიმინაცია სექსის საფუძველზე. სექსისტური ენა გულისხმობს გამონათქვამებს, რომლებიც ამცირებს ქალთა მნიშვნელობას და წვლილს, აკნინებს მათ როლს, საზოგადოებაში, ლახავს მათ უფლებებს და შეურაცხყოფელია ქალისათვის. (მაგალითად, ქალის ისეთი დახასიათება, როგორცაა: „კაცს ტოლს არ უდებს“, „კაცივით ჭკვიანია“ და ა.შ.).

II. გენდერული საკითხების გაშუქებასთან დაკავშირებით არსებული საკანონმდებლო ნორმები:

საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“ და ამ კანონის საფუძველზე კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ მიღებული „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“ განსაზღვრავს ნორმებს, რომლებიც გენდერული საკითხების გაშუქებას ეხება. უნდა აღინიშნოს, რომ ზემოხსენებული ნორმები მხოლოდ სამაუწყებლო მედიაზე ვრცელდება. ბეჭდური მედიისათვის მსგავსი ნორმები დადგენილი არ არის.

გარდა კანონმდებლობით გათვალისწინებული იმ ზოგადი პრინციპებისა, რომლებიც ჟურნალისტურ საქმიანობის ქვაკუთხედაა (სიზუსტე, მიუკერძოებლობა, დაბალანსებული გაშუქება, და სხვ.), რაც, ბუნებრივია, ქალთა გაშუქებასაც ეხება, არსებობს ისეთი ნორმებიც, რომლებიც უფრო კონკრეტულად გენდერული საკითხის გაშუქებას ეხება:

ა) საქართველოს კანონი მაუწყებლობის შესახებ ავალდებულებს საზოგადოებრივ მაუწყებელს:

მუხლი 16. შინაარსობრივი ვალდებულებები

საზოგადოებრივი მაუწყებელი ვალდებულია:

თ) პროგრამებში ასახოს საზოგადოებაში არსებული ეთნიკური, კულტურული, ენობრივი, რელიგიური, ასაკობრივი და გენდერული მრავალფეროვნება;

მუხლი 56. პროგრამული შეზღუდვები

2. იკრძალება ისეთი პროგრამების გადაცემა, რომლებიც რაიმე ფორმით რასობრივი, ეთნიკური, რელიგიური ან სხვაგვარი შუღლის გაღვივების, რომელიმე ჯგუფის დისკრიმინაციის* ან ძალადობისაკენ წაქეზების აშკარა და პირდაპირ საფრთხეს ქმნის.

3. იკრძალება ისეთი პროგრამების გადაცემა, რომლებიც მიმართულია პირის ან ჯგუფის ფიზიკური შესაძლებლობის, ეთნიკური კუთვნილების, რელიგიის, მსოფლმხედველობის, სქესის, სექსუალური ორიენტაციის ან სხვა თვისებისა თუ სტატუსის გამო შეურაცხყოფისაკენ, დისკრიმინაციისაკენ ან ამ თვისებისა თუ სტატუსის განსაკუთრებული ხაზგასმისაკენ, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ეს აუცილებელია პროგრამის შინაარსიდან გამომდინარე და მიზნად ისახავს არსებული შუღლის ლუსტრირებას.

4. იკრძალება პრონოგრაფიის, აგრეთვე ადამიანისა და მოქალაქის ღირსებისა და ძირითადი უფლებათა შემლახავი ისეთი პროგრამის ან რეკლამის განთავსება, რომელიც შეიცავს უხამსობას.

ბ) კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მიერ მიღებული „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“ მაუწყებლებს ავალდებულებს:

მუხლი 3. კოდექსის პრინციპები

1. კოდექსი ეყრდნობა შემდეგ სამაუწყებლო პრინციპებს

ბ) სხვადასხვა სოციალური ჯგუფის ინტერესების გათვალისწინება განურჩევლად მათი პოლიტიკური, კულტურული, ეთნიკური, რელიგიური, რეგიონული, ენობრივი, ასაკობრივი თუ გენდერული კუთვნილებისა.

მუხლი 31. მრავალფეროვნება, თანასწორობა და შემწყნარებლობა (პრინციპი)

მაუწყებელმა თავი უნდა შეიკავოს ისეთი მასალის გამოქვეყნებისგან, რომელიც გააღვივებს სიძულვილს ან არატოლერანტობას რასის, ენის, სქესის, რელიგიური

კუთვნილების, პოლიტიკური შეხედულებების, ეთნიკური, გეოგრაფიული ან სოციალური წარმოშობის საფუძველზე.

მუხლი 33. სახელმძღვანელო რეკომენდაციები მაუწყებლის მიერ მრავალფეროვნების, თანასწორობის და ტოლერანტობის პრინციპების დაცვის შესახებ

3. მაუწყებელმა თავიდან უნდა აიცილოს რელიგიური, ეთნიკური, ან სხვა ნიშნის მიხედვით რომელიმე ჯგუფის* შეურაცხყოფა, მათ შორის გარკვეული ლექსიკის ან გამოსახულების გამოყენება. ეს მოთხოვნა არ უკრძალავს მაუწყებელს, ხელი შეუწყოს ინფორმირებულ და არაცალმხრივ დისკუსიას შეუწყნარებლობის ან დისკრიმინაციის საკითხებზე, ან გადასცეს ფაქტობრივი მასალა ან საზოგადოებაში რეალურად არსებული მოსაზრება.

4. თუ წყარო პირდაპირ ეთერში ან ახალ ამბებში უსაფუძვლოდ ასახელებს ეთნიკურ წარმომავლობას, რელიგიურ მრწამს, სექსუალურ ორიენტაციას, ოჯახურ ან ქონებრივ მდგომარეობას, სოციალურ კუთვნილებას, ან ნებისმიერ სხვა ნიშანს*, როგორც პრობლემის გამომწვევ მიზეზს ან იყენებს შეურაცხყოფელ ტერმინოლოგიას რომელიმე ჯგუფის მიმართ, წამყვანი არ უნდა აყვეს ასეთ დიალოგს და შეეცადოს შეურაცხყოფელი განცხადების ავტორს დაუსვას შეკითხვა გამოთქმული მოსაზრების დასაბუთების მიზნით.

მუხლი 50. სახელმძღვანელო რეკომენდაციები მაუწყებლის მიერ დანაშაულის და ანტი-სოციალური ქმედების გაშუქების შესახებ.

5. მაუწყებელმა თავიდან უნდა აიცილოს სქესობრივი თავისუფლებისა და ხელშეუხებლობის წინააღმდეგ მიმართული დანაშაულის დაზარალებულის ვინაობის გამჟღავნება, გარდა იმ შემთხვევისა, როცა დაზარალებული თანახმაა და არსებობს საზოგადოებრივი ინტერესი.

მუხლი 56. სახელმძღვანელო რეკომენდაციები მაუწყებლის მიერ პოტენციური ზიანისა და შეურაცხყოფისაგან დაცვის შესახებ

1. აუდიტორიის შეურაცხყოფის თავიდან აცილების მიზნით მაუწყებელი განსაკუთრებული ყურადღებით უნდა მოეკიდოს შეურაცხყოფელი ლექსიკის* გამოყენებას.

5. დაუშვებელია ძალადობის სენსაციად გადაქცევა*. შესაძლებელია საჭირო იყოს შოკისმომგვრელი მასალის გამოყენება, მაგრამ ეს გადაწყვეტილება ძალზე ფრთხილი ანალიზის შემდეგ უნდა იქნას მიღებული.

6. ძალადობის გაშუქებაზე გადაწყვეტილების მიღებისას გათვალისწინებული უნდა იყოს ფაქტორები, რომელთა ერთობლიობამაც შეიძლება აუდიტორიაზე ძალადობის ემოციური ზემოქმედების ხარისხი გაზარდოს:

ა) საყოფაცხოვრებო ნიადაგზე ჩადენილი ძალადობა: ოჯახური ძალადობა, გასართობ დაწესებულებებსა და კვების ობიექტებში მომხდარი ძალადობა, ხულიგნობა, საგზაო შემთხვევების შედეგად დაპირისპირება და ყაჩაღობა.

დ) შემთხვევები, სადაც დაზარალებულნი მოხუცები, შეზღუდული შესაძლებლობების პირები, ქალები ან ბავშვები არიან.

ე) ვერბალური და არავერბალური აგრესია*;

7. დაუშვებელია სექსუალური და ნებისმიერი სხვა ძალადობის მისაღებად წარმოჩენა.

** ამ ნორმებში გენდერული კუთვნილება არ არის კონკრეტულად ნახსენები, თუმცა, როგორც ზოგადი ხასიათის ნორმები, ისინი, ცხადია, ქალების გაშუქებასაც ეხება.*

III. მონიტორინგის ზოგადი მიმოხილვა

მონიტორინგი ტარდებოდა ერთი თვის განმავლობაში – 2011 წლის 11 აპრილიდან 11 მაისამდე. დაკვირვების ობიექტი 12 მედიასაშუალება - ხუთი ტელეარხი და შვიდი გაზეთი იყო. კერძოდ:

ა) სამაუწყებლო მედია: 1-ლი არხი; რუსთავი 2; იმედი; მაცსტრო; და კავკასია.

** სატელევიზიო მედიაში მონიტორინგი დღის მთავარ საინფორმაციო გამოშვებებზე ხორციელდებოდა.*

ბ) ბეჭდური მედია: რეზონანსი; ასავალ-დასავალი; ალია; კვირის პალიტრა; ქრონიკა; 24 საათი.

მონიტორინგი ფოკუსირებული იყო იმ ჟურნალისტურ მასალაზე, რომელშიც ქალები და ქალებთან დაკავშირებული საკითხები შუქდებოდა. მთავარი ამოცანა ზოგადი ტენდენციის გამოვლენა იყო, ანუ, უწყობს ხელს ჟურნალისტური მასალა გენდერული სტერეოტიპების შემცირებას თუ პირიქით, ამყარებს მათ. ამ ამოცანის შესასრულებლად, ყურადღება ძირითადად შემდეგ ასპექტებზე გამახვილდა:

1. გენდერული ბალანსი და გაშუქების სიხშირე: დაცულია თუ არა ჟურნალისტურ მასალაში გენდერული ბალანსი, ანუ, მიმართავენ თუ არა ჟურნალისტები თანაბრად ქალებსა და კაცებს კომენტარებისათვის. ისმის თუ არა ქალთა მოსაზრებები და შეფასებები სხვადასხვა (პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, სოციალურ, კულტურულ და ა.შ.) საკითხებზე. რამდენად ხშირად შუქდება ქალები და ქალებთან დაკავშირებული საკითხები.

2. ქალთა მიმართ ძალადობის და ქალი დამნაშავეების გაშუქება: როგორ აშუქებს მედია ქალების მიმართ ძალადობას (მაგალითად, ოჯახურ ძალადობას, ტრეფიკინგს, სექსუალურ ძალადობას), ასევე, იმ კრიმინალურ შემთხვევებს, რომლებშიც დამნაშავეები ქალები არიან.

3. სექსისტური ენა: ხომ არ გამოიყენება ჟურნალისტურ მასალაში სექსისტური ენა, ანუ, ისეთი გამონათქვამები თუ შედარებები, რომლებიც შეურაცხყოფს ქალებს ან ლახავს მათ ღირსებას.

4. ჟურნალისტების გენდერმგრძობიარობა: რამდენად გათვითცნობიერებულები არიან ჟურნალისტები გენდერის საკითხებში; გენდერული სტერეოტიპებით აზროვნებენ თუ თავისუფლები არიან ასეთი სტერეოტიპებისაგან.

5. პროფესიული გაშუქება: შუქდება თუ არა ზემოაღნიშნული საკითხები პროფესიული სტანდარტების დაცვით. მაგალითად, ხომ არ იყენებენ ჟურნალისტები ისეთ მასალას (ტექსტი, გამოსახულება, ფოტოები), რომელიც ხელს უწყობს გენდერული სტერეოტიპების გამყარებას; სენსაციად ხომ არ აქცევენ ქალის მიმართ ძალადობის შემთხვევას ან ქალის მიერ ჩადენილ ბოროტმოქმედებას; ხომ არ ამჟღავნებენ ისეთ დეტალებს, რომლებიც შესაძლებელს ხდის სექსუალური ძალადობის მსხვერპლი ქალების იდენტიფიცირებას; ხომ არ ხდება ქალთა მიმართ ძალადობის და პორნოგრაფიის პროპაგანდა.

ეს საკითხები მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს იმას, აძლიერებს თუ არა მედია გენდერულ სტერეოტიპებს.

IV. მონიტორინგის შედეგები

ზოგადი ტენდენციები

ზემოთ ჩამოთვლილ ასპექტებზე დაკვირვებამ აჩვენა, რომ ქართულ მედიაში სტერეოტიპული აზროვნება და მიდგომები ჭარბობს. ქალებსა და ქალთა საკითხებზე მომზადებული ჟურნალისტური მასალების უმეტესობა გენდერულ სტერეოტიპებს არა თუ ამცირებს, არამედ პირიქით, აძლიერებს. ჟურნალისტები არ არიან გათვითცნობიერებული გენდერის საკითხებში და შესაბამისად, გენდერული სტერეოტიპებით აზროვნებენ, რაც ხელს უწყობს ამ სტერეოტიპების გამყარებას. ეს ხდება როგორც სიტყვით (დაბეჭდილი თუ ზეპირი ტექსტი) და გამოსახულებით (ვიდეო თუ ფოტომასალა), ასევე საკითხების არაგენდერმგრძობიარე გაშუქებით.

1) გენდერული ბალანსი

ქართულ მედიაში გენდერული ბალანსი არ არის დაცული. დისბალანსი, როგორც წესი, მამაკაცების სასარგებლოდ იხრება. როგორც სატელევიზიო, ისე ბეჭდვით მედიაში რესპონდენტებსა და კომენტატორებს შორის მამაკაცები ჭარბობენ. ქალი რესპონდენტების/კომენტატორების სიხშირე დამოკიდებულია იმ სფეროსა თუ საკითხზე, რომელიც შუქდება. მაგალითად, პოლიტიკის, ეკონომიკის, უსაფრთხოების, თავდაცვის თემების გაშუქებისას, ქალი რესპონდენტები აშკარა უმცირესობაში არიან. რაც შეეხება საექსპერტო მოსაზრებებს, აქ ქალი რესპონდენტები პრაქტიკულად არ გვხვდებიან. ქალები უფრო ხშირად ჩნდებიან ისეთი საკითხების კომენტირებისას, როგორებიცაა განათლება, მედიცინა, სოციალური პრობლემები, ფსიქოლოგიის საკითხები, მედია, ანუ იმ სფეროებში, რომლებშიც პროფესიონალი ქალები უფრო მრავლად არიან და ჟურნალისტებს მათი

პოვნა არ უჭირთ. ეს არის ტიპური სურათი ნებისმიერი მედიასაშუალებებისათვის და ამის მაგალითები ყოველ დღე გვხვდება მედიაში. საილუსტრაციოდ რამდენიმე მაგალითს მოვიყვანთ:

ტელეკომპანია „იმედის“ 11 აპრილის საინფორმაციო პროგრამის („ქრონიკა“) ერთ-ერთ სიუჟეტში, რომელიც პოლიტიკურ საკითხს ეხებოდა [„თავისუფალი დემოკრატიების“ პრესსამსახურმა იმედი, რამდენიმე დღის წინ ირაკლი ალასანიას ლონდონში გაკეთებული განცხადების არასწორ ინტერპრეტაციაში დაადანაშაულა], კომენტარებს მხოლოდ კაცები აკეთებდნენ. ხოლო იმავე გამოშვების მეორე სიუჟეტში, რომელიც განათლების სფეროს ეხებოდა [რა შემთხვევაში გაეზრდებათ პედაგოგებს 200 ლარით ხელფასი. მასწავლებელს ამისთვის განათლების სამინისტრო კომბინირებული გამოცდების ჩაბარებას სთავაზობს. გამოცდების ჩაბარება შეუძლია იმას, ვინც სასერტიფიკაციო გამოცდა ჩააბარა] ყველა რესპონდენტი ქალი იყო.

მსგავსი სურათია ტელეკომპანია „მანეტროს“ საინფორმაციო გამოშვებებშიც („ახალი ამბები“). მაგალითად, 11 აპრილს სიუჟეტში, რომელიც ეხებოდა ამერიკის შეერთებული შტატების დეპარტამენტის ანგარიშს საქართველოში ადამიანის უფლებების მდგომარეობის შესახებ, კომენტარები მხოლოდ კაცებმა გააკეთეს. 13 აპრილის საინფორმაციო გამოშვების ორ სიუჟეტში [1) ჟურნალისტთა დაშინებისა და ზეწოლის ფაქტები და ქართული მედიის პრობლემები NDI-ს 2010 წლის ანგარიშში მოხვდა, და 2) ჟურნალისტები და არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლები ქვეყანაში მედია გარემოს გასაუმჯობესებლად გაერთიანდნენ; „მედიის ადვოკატირებისთვის“ ასე ჰქვია პროექტს, რომელიც მედიასა და საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს აერთიანებს] გენდერული დისბალანსი ქალების სასარგებლოდ იყო გადახრილი (ერთი კაცის და სამი ქალის კომენტარები).

ცხადია, ქალი რესპონდენტების სიმცირეს აქვს ობიექტური მიზეზი: საქართველოში გაცილებით ნაკლები ქალი პოლიტიკოსია, ვიდრე კაცი. თუმცა, განათლების და მედიის სფეროში პროფესიონალი ქალები მრავლად არიან. ზემოთ აღწერილ შემთხვევებში, გენდერული ბალანსი დარღვეულია, რაც გამოწვეულია იმით, რომ ჟურნალისტები არ არიან გათვითცნობიერებულები გენდერის საკითხებში, არ ფიქრობენ ამ თემაზე და შესაბამისად, დამატებითი ძალისხმევას არ წევენ ქალი რესპონდენტის მოსაძებნად.

არის მაგალითები, როდესაც ქალებით არადეფიციტურ სფეროზე მომზადებულ სიუჟეტში არცერთი ქალის კომენტარი არ არის. მაგალითად: 25 აპრილს რუსთავი 2-ის „კურიერის“ სიუჟეტში - ფესტივალი „აღდგომიდან ამაღლებამდე“, სადაც პატრიაქრის ახალი საგალობელი შესრულდება - ჟურნალისტმა ქალები მხოლოდ ფონად გამოიყენა და აუდიტორიას 7 კაცის კომენტარი შესთავაზა. თუმცა ცნობილი იყო, რომ ამ კონცერტში გამოჩენილი ქალი მომღერლებიც მონაწილეობდნენ (ეს სიუჟეტის ტექსტშიც აღინიშნა). სიუჟეტის ავტორმა კი არცერთი ქალისგან არ აიღო კომენტარი და ისინი მხოლოდ ზოგად კადრებში, კაცების ერთგვარ ფონად, დეკორაციად გამოიყენა. ასეთი დამოკიდებულება შეურაცხყოფელია ქალებისათვის.

არის გამონაკლისებიც, მაგრამ ეს ის გამონაკლისებია, რომლებიც წესს არ განსაზღვრავს. მაგალითად, ტელეკომპანია კავკასიის 11 აპრილის საინფორმაციო გამოშვების („დღეს“) ორი სიუჟეტი გაცილებით დაბალანსებული იყო: სიუჟეტში, რომელიც საქართველოში ადამიანის უფლებათა მდგომარეობის შესახებ აშშ-ის დეპარტამენტის ანგარიშს, ელჩის ვიდეომიმართვასა და მასზე პოლიტიკურ გამოხმაურებებს ეხებოდა, 2 ქალისა და 6 კაცის კომენტარი გავიდა. ასევე შედარებით დაბალანსებული იყო ამავე გამოშვების მეორე სიუჟეტიც - თბილისის საკრებულოს სხდომაზე საპენსიო საკითხისა და თბილისელების მიწის გადასახადისგან ნაწილობრივად განთავისუფლებაზე გადაწყვეტილების მიღების შესახებ (3 ქალი 7 კაცი). თუმცა ამავე საინფორმაციო გამოშვების კიდევ ორ მასალაში [1] ეროვნულმა საბჭომ რეგიონული ოფისის საბურთალოზე გახსნა და ენ-დი-აის კვლევას მირაჟი უწოდა; და 2) მოძრაობა დაიცავი საქართველოს ლიდერმა დავით მაღრაძემ დღეს პროექტი ახალი ქართული კონსერვატიზმი გააცნო საზოგადოებას] რესპონდენტები მხოლოდ კაცები იყვნენ. ეს კი იმაზე მეტყველებს, რომ გენდერული ბალანსის დაცვა არ არის ამ ტელეკომპანიისთვის ნორმა, თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ გენდერული ბალანსის თვალსაზრისით, ტელეკომპანია კავკასიაში უკეთესი მდგომარეობაა, ვიდრე დაკვირვების ქვეშ მყოფ სხვა ტელევიზიებში.

გენდერული ბალანსის დაცვის მხრივ მდგომარეობა იდენტურია გაზეთებშიც.

2) გაშუქების სიხშირე

ქალებზე და ქალებთან დაკავშირებულ საკითხებზე სატელევიზიო სიუჟეტები და საგაზეთო მასალები იშვიათად მზადდება. მაგალითად, მონიტორინგის პერიოდში გაზეთში 24 საათი (27 აპრილის გამოშვება) ერთი სტატია დაიბეჭდა ელისო ვირსალაძეზე. გაზეთ რეზონანსში დაიბეჭდა სამი ინტერვიუ ქალებთან (18 აპრილი – ინტერვიუ ნაირა გელაშვილთან; 20 აპრილი - ინტერვიუ მარინა ჩიტაშვილთან და 6 მაისი – ინტერვიუ ლამარა ჭყონიასთან), რომელთაგან ერთი სხვა მედიასამუალებიდან გადმოიბეჭდილი ინტერვიუ იყო. იყო კიდევ რამდენიმე სტატია: 29 აპრილის რეზონანსში გამოქვეყნდა სტატია „ახალგაზრდები მზითვს სულ უფრო ნაკლებ ყურადღებას აქცევენ“, ხოლო 7 მაისს სტატია „უახლოეს წლებში მოსალოდნელია უშვილო ქალების რაოდენობის ზრდა“. გაზეთ კვირის პალიტრაში ხშირად იბეჭდება სასარგებლო რჩევები ქალებისათვის (თავის მოვლა, კოსმეტიკა, მკურნალობა და ა.შ.).

ხაზგასასმელია ერთი გარემოება: ქალი რესპონდენტები, როგორც წესი, ტიტულოვანი ქალები არიან – თანამდებობის პირები, კულტურის თუ საზოგადო მოღვაწეები. მედია რიგითი ქალი მოქალაქეების მოსაზრებებით, როგორც წესი, არ ინტერესდება.

ამრიგად, ქართულ მედიაში დარღვეულია გენდერული ბალანსი. არ ისმის ქალთა მოსაზრებები, სხვადასხვა საკითხები არ შუქდება ქალის პერსპექტივიდან. ქალის შეხედულებები იგნორირებულია. ეს ხელს უწყობს ქალის შესახებ არსებული სტერეოტიპის გამყარებას, თითქოს აზრი კაცს უნდა მოჰკითხო, ვინაიდან კაცი ქალზე ჭკვიანია.

3) ქალთა მიმართ ძალადობის და ქალების მიერ ჩადენილი დანაშაულის გაშუქება

ქალთა მიმართ ძალადობა და ქალი დამნაშავეების საკითხები, ჩვეულებრივ, შუქდება მაშინ, როდესაც ასეთი რამ ხდება, და შემოიფარგლება ამ ახალი ამბის აღწერით. საკითხის განზოგადება, პრობლემის დაყენება, ანალიზი, პრობლემის გადაჭრის გზების ძიება, კვალიფიციური მოსაზრებები იშვიათად (თითქმის არასდროს) ხდება. გარდა საკითხის გაშუქების ზედაპირულობისა, მონიტორინგმა ასეთ ახალ ამბებზე სტერეოტიპული აზროვნების კვალიც გამოაჩინა.

1-ლი არხის 27 აპრილის საინფორმაციო გამოშვებაში („მომბე“) გავიდა სიუჟეტი ოჯახურ ძალადობაზე - 63 წლის ცისმარ რევაზიშვილი მეუღლემ და შვილმა ჯერ სცემეს, მერე კი მეორე სართულის აივნებიდან გადმოაგდეს. დაზარალებულს ფეხი აქვს მოტეხილი და საავადმყოფოშია გადაყვანილი. სიუჟეტის ავტორმა გაკვირით ახსენა სოციოლოგიური კვლევის შედეგები და ფსიქოლოგის ერთი კომენტარიც შესთავაზა აუდიტორიას. სიუჟეტში ნაჩვენებია იყო დაზარალებული საავადმყოფოში; გადაიცა მისი კომენტარიც. თუმცა, სიუჟეტიდან აშკარად ჩანდა, რომ დაზარალებულს არ სურდა ამ ამბის გახმაურება: ცისმარ რევაზიშვილმა დაშავების სხვა ვერსია მოყვა – ფეხი დამიცდა და წავიქეციო.

სავარაუდოა, რომ ჟურნალისტს თანხმობა არ მიუღია დაზარალებულისაგან მის იდენტიფიცირებაზე. ასევე არც მასალის გამოქვეყნების შესაძლო შედეგია გათვალისწინებული, რომელიც ამ ქალისთვის შეიძლება საზიანო ყოფილიყო.

მგრძნობიარე თემების გაშუქებისას ჟურნალისტს მოეთხოვება მსგავსი სიფრთხილის გამოჩენა. ამავე ტელეკომპანიამ 20 აპრილსაც მოამზადა სიუჟეტი ოჯახური ძალადობის შესახებ [ოჯახური ძალადობა. 87 წლის ქალბატონი საკუთარ შვილსა და სიძეს ფიზიკურ ძალადობაში ადანაშაულებს. მოხუცი ამბობს, რომ მას ყოველდღე სცემენ. კონფლიქტი უძრავი ქონების გამო რამდენიმე წელია გრძელდება]. მსხვერპლი ამ სიუჟეტშიც იყო იდენტიფიცირებული, თუმცა ამ შემთხვევაში ცხადი იყო, რომ თავად მსხვერპლმა ითხოვა ამბის გაშუქება.

მონიტორინგის პერიოდში ოჯახური ძალადობა გააშუქა გაზეთმა 24 საათი („ოჯახური ძალადობა - პირადი საქმე თუ დანაშაული“, 13 აპრილი; საინფორმაციო ხასიათის სტატია) და ტელეკომპანია იმედმა (14 აპრილი; ძალადობა ორსულებზე - კვლევის შედეგები).

ყოველკვირეულ გაზეთ ქრონიკას აქვს მუდმივი რუბრიკა – ოჯახური ძალადობა, რომელშიც მოთხრობილია მამაკაცების მიერ მიტოვებული, მოტყუებული და ა.შ. ქალების ისტორიები. მნიშვნელოვანია, რომ ამ რუბრიკით, ნაცვლად იმისა, რომ პროფესიულად შუქდებოდეს ეს უმნიშვნელოვანესი თემა, დასმული იყოს პრობლემური საკითხები, შემოთავაზებული იყოს ამ პრობლემის გადაჭრის ან შემსუბუქების გზები, პროფესიონალთა რჩევები, იურიდიული დაცვის მექანიზმები და ა.შ., ანუ ის, რაც ამ პრობლემის აღმოფხვრას შეუწყობდა ხელს, ეს რუბრიკა ყოველკვირეულ „სახალისო“ საკითხავად არის ქცეული. მიგვაჩნია, რომ სახალისო საკითხავად ასეთი ისტორიების ქცევა აძლიერებს ქალთა სისუსტისა და ამ პრობლემის მეორეხარისხოვნების შესახებ სტერეოტიპებს.

კრიმინალის გაშუქების დროს ყველაზე თვალშისაცემი გენდერული თანასწორობის პრინციპის გაუთვითცნობიერებლობაა. ჟურნალისტები ხშირად დაუხაბუთებლად აღნიშნავენ დამნაშავეს სქესს (ესეც სტერეოტიპული მიდგომის შედეგია – ქალი სათნო, უწყინარი არსებაა, რომელიც დანაშაულს არასდროს ჩაიდენს).

მაგალითად: 11 და 15 აპრილს 1-ლმა არხმა მაღაზიაში ნარკოტიკების კონტრაბანდისთვის დაკავებული ორი დამნაშავე ქართველი ქალის სასამართლო პროცესი გააშუქა. ორივე სიუჟეტი ავტორის მიერ კორექტულად იყო მომზადებული, მაგრამ ორივე შემთხვევაში „მომხმის“ წამყვანმა თავის ტექსტში ახსენა დამნაშავეთა სქესი: „გავრცელდა ფოტოები სადაც ქართველი ქალები იმყოფებიან“ და „ჩანს როგორ მიჰყავთ ქართველი ქალი სასამართლოს დარბაზში“. გენდერული ნიშნით ადამიანის უსაფუძვლოდ გამოყოფა პროფესიული სტანდარტის დარღვევაა. მაგრამ აქაც ზემოაღნიშნულ სტერეოტიპულ აზროვნებასთან გვაქვს საქმე. ეს დამნაშავეები კაცები რომ ყოფილიყვნენ, წამყვანი არავითარ შემთხვევაში არ არ იტყოდა: „ჩანს როგორ მიყავთ ქართველი კაცი სასამართლოს დარბაზში“.

იგივე განმეორდა 13 აპრილის „მომხმეში“ [სასტუმრო „ბაჰარი“, მოკლული თურქი მეპატრონე და მისი აზერბაიჯანელი მეგობარი ქალი. მკვლელობაში ეჭვმიტანილები საქართველოს მოქალაქეები არიან. თურქი სამართალდამცავები სამ ქართველს ამ დრომდე ეძებენ] – აქაც ასეთი რამ ითქვა: „ცნობილია მხოლოდ, რომ ერთი მათგანი ქალია“. დამნაშავეთა შორის ერთი კაცი და ორი ქალი, რომ ყოფილიყო, არავინ იტყოდა, ცნობილია მხოლოდ, რომ ერთი მათგანი კაციაო. ამის ნაცვლად აუცილებლად იტყოდნენ: „ცნობილია მხოლოდ, რომ ორი მათგანი ქალია“. რაც მთავარია, აღნიშნულ შემთხვევებში დამნაშავეს სქესის საფუძველზე დახასიათებას არანაირი საინფორმაციო ღირებულება არ ჰქონდა. დამნაშავე დამნაშავეა მისი სქესის მიუხედავად. ამავე დღეს (13 აპრილი) „ქრონიკის“ წამყვანმაც და სიუჟეტის ავტორმაც ამ დანაშაულის გაშუქებისას თქვეს: „ცნობილია რომ მკვლელობა ორმა მამაკაცმა და ერთმა ქალმა ჩაიდინეს“, ხოლო რუსთავი 2-მა და მაესტრომ ისე გააშუქეს, რომ დამნაშავეები ამ ნიშნით არ დაუხასიათებიათ.

4) სექსისტური ენა

მონიტორინგის განმავლობაში სექსისტური ენის გამოყენების მხოლოდ ერთი შემთხვევა დაფიქსირდა. ეს შედარებით ნაკლები პრობლემაა ალბათ იმიტომ, რომ ქალებზე ბევრი მასალა არ მზადდება. სექსიზმის მაგალითია 13 აპრილის გაზეთ ალიაში გამოქვეყნებული სტატია – „რა სადისტური წესი შემოიღო კალმახელიძემ, ახალაიასგან განსხვავებით რომელი პატიმრები აღიზიანებს მინისტრს და როგორ შოულობენ ფულს ციხის უფროსები“. ეს არის ინტერვიუ ანონიმ რესპონდენტთან, რომელიც საუბრობს ბოლო წლებში ციხეებში არსებულ მდგომარეობაზე. ჟურნალისტი რესპონდენტს ასეთ კითხვას უსვამს: „ანუ, ქალი მინისტრი უფრო ძლიერი აღმოჩნდა, ვიდრე ბაჩო ახალაია?“ ეს არის ტიპური სექსისტური შედარება და სტერეოტიპული აზროვნების ნიმუში, როგორ შეიძლება ქალი კაცზე ძლიერი იყოს, რაც აკნინებს ქალის შესაძლებლობებს და ქალებისათვის შეურაცხმყოფელია.

5) ჟურნალისტების გენდერმგრძობიარობა

მაგალითები იმისა, რომ ჟურნალისტები უმეტესწილად გენდერული სტერეოტიპებით აზროვნებენ, მონიტორინგის პერიოდში საკმაოდ ბევრი იყო. გენდერის საკითხებში გაუთვითცნობიერებლობის გამო ჟურნალისტები უნებლიედ აძლიერებენ გენდერულ სტერეოტიპებს, აკნინებენ ქალების როლს საზოგადოებაში.

მაგალითად, 27 აპრილს 1-ლმა არხმა მოამზადა სიუჟეტი - ინტერნეტ შოპინგი; კომფორტი და საფრთხეები. სიუჟეტის თემა იყო ონლაინ შოპინგის პოპულარობის ზრდა საქართველოში და საფრთხეები, რომლებიც ინტერნეტით სხვადასხვა პროდუქციის შეძენას ახლავს. სიუჟეტის გმირები, რა თქმა უნდა, მხოლოდ ქალები იყვნენ მიუხედავად იმისა, რომ დღეს საქართველოში მამაკაცები არა ნაკლებ (მეტს თუ არა) ყურადღებას აქცევენ თავიანთ ჩაცმულობას, ვიდრე ქალები. ერთადერთი კაცი კომენტატორი გადამზიდავი კომპანიის თანამშრომელი იყო. ეს სტერეოტიპული აზროვნების ნიმუშია - ქალს მარტო ჩაცმა-დახურვა აინტერესებს.

ტელეკომპანია იმედის 6 მაისის „ქრონიკაში“ გავიდა სიუჟეტი - „დღიჯს შოუ“ ახალი მონაწილისთვის ემზადება; კასტინგის კვირეული. გაშუქებული იყო იმედის ერთ-ერთი პროგრამის თანაწამყვანის შესარჩევი კონკურსი. სიუჟეტში ძირითადად ქალის გარეგნობაზე მახვილდებოდა ყურადღება. მაგალითად, მასალაში ნაჩვენები იყო, როგორ ეკითხებიან ერთ-ერთ პრეტენდენტს (მართალია, ხუმრობით) მის სიმაღლეს, წონასა და წელის გარშემოწერილობას. სიუჟეტის ავტორი ვერც კი მიხვდა, რომ ამით აძლიერებდა სტერეოტიპს, თითქოს ქალში მთავარი გარეგნობაა. ეს ჟურნალისტი გენდერულ საკითხებში გაუთვითცნობიერებული რომ ყოფილიყო, ისეთ სიუჟეტს მოამზადებდა, რომელშიც გარეგნობასთან ერთად, პრეტენდენტთა ინტელექტი თუ განათლება თანაბრად გამოჩნდებოდა.

სტერეოტიპული აზროვნების ძალიან საინტერესო, ქრესტომათიული მაგალითია, ორი ტელეკომპანიის მიერ გაშუქებული ერთი და იგივე ამბავი. ეს არის ორი მაგალითი იმისა, თუ როგორ უნდა მომზადდეს და როგორ არ უნდა მომზადდეს მასალა. შუქდებოდა მთავრობის გადაწყვეტილება, რომელიც ითვალისწინებს მართვის მოწმობის 18 წლის ნაცვლად 17 წლის ასაკიდან აღებას. ეს ამბავი ყველა არხმა გააშუქა, მაგრამ ამ მონიტორინგის მიზნებისათვის ყველაზე თვალსაჩინო და დამახასიათებელი 1-ლი არხისა და რუსთავი 2-ის მიერ გაშუქების შემთხვევებია (ეს სიუჟეტები ამ ტელეკომპანიების 28 აპრილის საინფორმაციო გამოშვებებში გავიდა):

რუსთავი 2-ის სიუჟეტი დაიწყო სკოლის დერეფნის კადრების ჩვენებით, რომლებშიც მხოლოდ სკოლის მოსწავლე ბიჭები ჩანდნენ. ამ საკითხთან დაკავშირებით აზრიც ბიჭებმა გამოთქვეს. მდებრობითი სქესის რესპონდენტები ამ სიუჟეტში მხოლოდ მშობლები იყვნენ. ეს სიუჟეტი არის დისკრიმინაციული და სტერეოტიპული - მანქანის მართვა მამაკაცების პრეროგატივაა. აქვე ჩანს მეორე სტერეოტიპის გავლენა - შვილზე პასუხისმგებლობა მხოლოდ დედას ეკისრება (და არა მამას) და შესაბამისად, ჟურნალისტმა კომენტარებიც დედაებს სთხოვა. მოკლედ, ქალმა მანქანა კი არ უნდა მართოს, შვილებს უნდა მიხედოს. საგულისხმოა, რომ სიუჟეტის ავტორი კაცი იყო.

1-ლი არხის მიერ ამ ამბავზე მომზადებული სიუჟეტი (ავტორი ქალი ჟურნალისტი იყო) სასიამოვნო სიურპრიზი (და გამონაკლისი) აღმოჩნდა: სიუჟეტი დაიწყო საკლასო ოთახის კადრებით, რომლებშიც მსხვილი ხელით ჯერ გოგონები

გამოჩნდნენ და შემდეგ, როდესაც კადრი გაიშალა, ბიჭებიც გამოჩნდნენ. კომენტარები როგორც გოგონებმა, ისე ბიჭებმაც გააკეთეს, მაგრამ ხაზგასასმელია, რომ სიუჟეტის პირველი და ბოლო კომენტარი მოსწავლე გოგონებისა იყო. ეს სიუჟეტი ხელს უწყობს არსებული სტერეოტიპის აღმოფხვრას.

გენდერული აზროვნების მაგალითია ფოტოები გაზეთ კვირის პალიტრაში. კვირის პალიტრას აქვს მუდმივი რუბრიკა მედიცინის საკითხებზე, რომელშიც ქვეყნდება რჩევები სხვადასხვა სახის დაავადების პროფილაქტიკასა თუ მკურნალობაზე. ამ რუბრიკაში, როგორც წესი, ქალის ფოტოებია, რომლებზეც გამოსახულია ქალი, რომელსაც სტკივა თავი ან წელი, ან ტკივილით გატანჯული ქალის სახე და ა.შ. შესაძლოა ამას ჰქონდეს ის ახსნა, რომ რუბრიკა ძირითადად ქალი მკითხველებისთვისაა გამიზნული. თუმცა, ცხადია, რომ თავი მხოლოდ ქალებს არ ტკივათ და ასე შემდეგ. ფოტოების მსგავსი შერჩევაც სტერეოტიპების დამკვიდრებას ემსახურება.

სტერეოტიპული აზროვნება საკმაოდ მკაფიოდ ჩანს ისეთი საკითხების გაშუქებისას, რომლებიც დასაქმებას ეხება. მაგალითად, რუსთავი 2-მა 25 აპრილს მოამზადა სიუჟეტი – ქართული თხილი ევროპაში - რომელშიც მოთხრობილია სამეგრელოში ერთ-ერთი ინვესტორის თხილის პლანტაციების, თხილის საწარმოსა და ამ პროდუქტის ექსპორტირების შესახებ. სიუჟეტში ითქვა, რომ ამ საწარმოში ბევრი ადგილობრივი დასაქმდა, თუმცა დასაქმებულებს შორის მხოლოდ კაცები ჩანდნენ და კომენტარებსაც მხოლოდ ისინი აკეთებდნენ. არც ერთი ქალი არ ყოფილა ნაჩვენები. ესეც ამყარებს სტერეოტიპს, რომ დასაქმება მამაკაცებისთვის არის მნიშვნელოვანი – მამაკაცები სამსახურში უნდა იყვნენ, ქალები კი სამზარეულოში.

იმედის 6 მაისის ქრონიკაში გავიდა სიუჟეტი - 10 ყველაზე სტრესული პროფესია. ყველაზე სტრესული პროფესია პილოტის პროფესიაა. მეორე ადგილზეა საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური, სხვადასხვა კომპანიის ხელმძღვანელები, შემდეგია ჟურნალისტები (რესპონდენტები ქალებიც იყვნენ და მამაკაცებიც). ჟურნალისტმა აუდიტორიას ქალი მენეჯერის კომენტარი შესთავაზა, რომელიც ყვებოდა, როგორ წაუვიდა გული მუშაობის დროს და ექიმებთან სიარულის შემდეგ აღმოჩნდა, რომ ეს სტრესით იყო გამოწვეული. ამ კომენტარს მოსდევდა კაცი მენეჯერის კომენტარი, რომელიც ამბობს, ჩვენთვის სტრესი, დეპრესია და ა.შ. დაუშვებელიაო. ესეც სტერეოტიპს ამყარებს, რომ ქალი სუსტია, ვერ უძლებს სტრესს, ამიტომ მუშაობა ქალის საქმე არაა. მამაკაცი კი ძლიერია, ყველაფერს უძლებს.

ამრიგად, მონიტორინგის პერიოდში დაფიქსირდა მხოლოდ ერთი მაგალითი – 1-ლი არხის მიერ მომზადებული მასალა მართვის მოწმობის აღების ასაკის შემცირებაზე, რომელიც გენდერული სტანდარტების დაცვით იყო მომზადებული. უნდა აღინიშნოს, რომ მონიტორინგის პერიოდში ქალთან დაკავშირებული საკითხების ნეიტრალური გაშუქების მაგალითებიც შეგვხვდა. თუმცა, ისეთი მასალები, რომლებიც ამყარებს არსებულ სტერეოტიპებს უფრო მეტი იყო. ბუნებრივია, ჟურნალისტები ამას განზრახ არ აკეთებენ. ამის მიზეზი ის არის, რომ თავად ისინი არიან ამ სტერეოტიპების მსხვერპლნი, ხშირად იზიარებენ და უნებლიედ ავრცელებენ საზოგადოებაში ქალის

შესახებ არსებულ სტერეოტიპებს. ვფიქრობთ, ამ დროს ძალიან მნიშვნელოვანია ჟურნალისტიკა გენდერული განათლების გაზრდა.

V. რეკომენდაციები

მედიასაშუალებებმა და მედია-პრაქტიკოსებმა:

ა) მეტი დრო დაუთმონ გენდერული საკითხების გაშუქებას. მეტ ქალს სთხოვონ აზრის გამოთქმა ყველა საკითხზე. ქალებთან დაკავშირებულ საკითხებზე მასალის მომზადებისას, კონსულტაცია გაიარონ და რჩევა ჰკითხონ გენდერის სპეციალისტებს, რათა ხელი შეუწყოს გენდერული სტერეოტიპების შემცირებას.

ბ) არ გამოიყენონ პროგრამებში, სიუჟეტებსა თუ სტატიებში სექსისტური ენა და გენდერის ნიშნით დისკრიმინაციული ან შეურაცხმყოფელი შედარებები, მოსაზრებები, მიმართვები. გამოიყენონ ნეიტრალური და გენდერ-მგრძობიარე ენა, რომელიც არ გაამყარებს სტერეოტიპებს.

გ) არ გამოიყენონ ისეთი ფოტოები, ვიდეომასალა, რომლებიც გენდერულ სტერეოტიპებს ამყარებს, წარმოადგენს ქალს უსუსურ არსებად, შეურაცხყოფილი სახით ან ძალადობისა მსხვერპლის როლში.

გ) ქალის მიმართ ოჯახური ან სხვა ტიპის ძალადობის გაშუქებისას, გაითვალისწინონ ასეთი მასალის გამოქვეყნების სავარაუდო შედეგი, რათა მაქსიმალურად შემცირდეს შესაძლო ზიანი; არ გაამჟღავნონ ისეთი დეტალები, რომლებითაც შესაძლებელია ტრეფიკინგის ან სექსუალური ძალადობის მსხვერპლი ქალების იდენტიფიცირება. მსხვერპლის ვინაობა დაასახელონ მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მსხვერპლი თავად არის თანახმა და ჟურნალისტი დარწმუნებულია, რომ ამით ქალს რაიმე საფრთხე არ დაემუქრება.



მედიის განვითარების ფონდი