



## გენდერული სტერეოტიპები ქართულ მედიაში

(განმეორებითი კვლევა)

კვლევის ავტორი: ქეთი მსხილაძე  
პერიოდი: 20 აპრილი-5 მაისი, 2012

### I. შესავალი

კვლევის მიზანი ქართულ მედიაში გენდერული საკითხების, კერძოდ კი, ქალთა და ქალებთან დაკავშირებული თემების გაშუქების მონიტორინგი იყო. ეს თემა შეირჩა იმიტომ, რომ ბოლო დროს ქალთა ტრადიციული როლის მნიშვნელოვანი ცვლილების მიუხედავად, ქალებისადმი სტერეოტიპულ დამოკიდებულებას ძალიან ხშირად ვაწყდებით და საქართველო მაინც პატრიარქალურ საზოგადოებად რჩება. ეს რეალობა ქართული მედიაშიც აისახება.

წინამდებარე ანგარიშში წარმოდგენილია კვლევის მეორე ეტაპის შედეგები. ეს კვლევა ქალთა და ქალებთან დაკავშირებული საკითხების გაშუქებისას სტერეოტიპების გამოყენების მონიტორინგს ითვალისწინებდა. ასევე, ყურადღება ექცეოდა მაუწყებლობის შესახებ კანონით და მაუწყებელთა ქცევის კოდექსით განსაზღვრული იმ მოთხოვნებისა და პროფესიული სტანდარტების დაცვას, რომლებიც გენდერული საკითხების გაშუქებას უკავშირდება.

მონიტორინგის მეორე ეტაპის მიზანი იყო დაგვედგინა, გაუმჯობესდა თუ არა მდგომარეობა მედიაში გენდერული საკითხების გაშუქების კუთხით. ამისათვის, ამ მონიტორინგის შედეგები შედარებული იქნა პირველი მონიტორინგით მიღებულ სურათთან, რომელიც 2011 წლის აპრილ-მაისში ჩატარდა. პირველმა მონიტორინგმა გენდერის გაშუქებაში შემდეგი ტენდენცია გამოავლინა:

გენდერული საკითხების გაშუქებისას ქართულ მედიაში სტერეოტიპული აზროვნება და მიდგომები ჭარბობს. ქალებსა და ქალთა საკითხებზე მომზადებული მასალების უმეტესობა გენდერულ სტერეოტიპებს არა თუ ამცირებს, არამედ პირიქით, აძლიერებს. ჟურნალისტები არ არიან გათვითცნობიერებული გენდერის საკითხებში და შესაბამისად, გენდერული სტერეოტიპებით აზროვნებენ. სტერეოტიპების გამყარებას ქართული მედია ხელს უწყობს როგორც სიტყვით (დაბეჭდილი თუ

ზეპირი ტექსტი) და გამოსახულებით (ვიდეო თუ ფოტომასალა), ასევე საკითხების არაგენდერმგრძობიარე გაშუქებით.

კვლევის პირველი ეტაპის მონიტორინგის შედეგების სრული ანგარიში ხელმისაწვდომია მედიის განვითარების ფონდის ვებ-გვერდზე. იმავე ანგარიშში წარმოდგენილია რამდენიმე გენდერული ტერმინის განმარტებები და გენდერის გაშუქებასთან დაკავშირებით არსებული კანონმდებლობის მიმოხილვა.

## II. მონიტორინგის ზოგადი მიმოხილვა

მონიტორინგი ჩატარდა 2012 წლის 20 აპრილიდან 5 მაისის ჩათვლით. დაკვირვების ობიექტები იყო 10 მედია-საშუალება: ხუთი ტელეარხი და ხუთი გაზეთი. კერძოდ:

ა) სამაუწყებლო მედია: 1-ლი არხი; რუსთავი 2; იმედი; მაესტრო; კავკასია. ამ ტელეარხებზე მონიტორინგის ობიექტები დღის მთავარ გამოშვებები იყო.

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

მონიტორინგი ფოკუსირებული იყო იმ ჟურნალისტურ მასალაზე, რომელშიც ქალები და ქალებთან დაკავშირებული საკითხები შუქდებოდა. მთავარი მიზანი იყო დაგვეჩვენა, შეიცვალა თუ არა ის ზოგადი ტენდენცია, რომელიც ერთი წლის წინ ჩატარებული პირველი მონიტორინგის დროს გამოვლინდა. ამის დასადგენად ყურადღება იმავე ასპექტებზე გამახვილდა, რაზეც პირველი მონიტორინგის დროს. კერძოდ, ეს ასპექტებია:

1. გენდერული ბალანსი - 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.

2. გაშუქების სიხშირე - რამდენად ხშირად შუქდება ქალები და ქალებთან დაკავშირებული თემები.

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

4. სექსისტური ენა - ხომ არ გამოიყენება ჟურნალისტურ მასალაში სექსისტური ენა, ანუ, ისეთი გამონათქვამები თუ შედარებები, რომლებიც აკნინებს ან შეურაცხყოფს ქალებს ანდა ლახავს მათ ღირსებას.

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

6. პროფესიული გაშუქება - შუქდება თუ არა ზემოაღნიშნული საკითხები პროფესიული სტანდარტების დაცვით.

### III. მონიტორინგის შედეგები

#### ზოგადი სურათი

კვლევის მეორე ეტაპის მონიტორინგმა აჩვენა, რომ გენდერული საკითხების გაშუქებისადმი მედიის მიდგომა თვისობრივად არ გაუმჯობესებულა. მართალია, მონიტორინგის პერიოდში იყო ორიოდე მაგალითი, რომლებიც უმნიშვნელო გაუმჯობესებად შეიძლება ჩაითვალოს, მაგრამ ისინი ზოგად ტენდენციას ვერ ცვლის. დადებითი გაშუქების ეს მაგალითები ჯერჯერობით იმ გამონაკლისებად (ან შემთხვევითობად) შეიძლება მივიჩნიოთ, რომლებიც წესს არ განსაზღვრავს.

#### გენდერული ბალანსი

გენდერული ბალანსის მხრივ ქართულ მედიაში მდგომარეობა არ შეცვლილა. როგორც სატელევიზიო, ისე ბეჭდვით მედიაში დისბალანსი კვლავ მამაკაცების სასარგებლოდ იხრება.

ახალი ამბების სუბიექტებს, როგორც წესი, მამაკაცები წარმოადგენენ, რაც იმაზე მეტყველებს, რომ მედია „ვერ ამჩნევს“ ან არ ინტერესდება ქალთა თემებით თუ ქალების მიღწევებით.

მცირეა ქალების წილი რესპონდენტებსა და კომენტატორებს შორისაც. ქალი რესპონდენტები/კომენტატორები უფრო მეტად განათლების, მედიის, ფსიქოლოგიის საკითხების გაშუქების დროს გვხვდება იმ უბრალო მიზეზით, რომ ამ სფეროებში მეტი ქალი მოღვაწეობს, ვიდრე მამაკაცი და არა იმიტომ, რომ ჟურნალისტი გენდერული ბალანსის დაცვას ცდილობს. ამ სფეროებში გენდერული ბალანსი, როგორც წესი, ქალების სასარგებლოდ ირღვევა და ის ფაქტი, რომ ასეთ საკითხებს, უმეტესად, ქალები განიხილავენ, ამლიერებს სტერეოტიპს, რომ ისინი ქალური საკითხებია და შესაბამისად, ნაკლებად მნიშვნელოვანი.

იშვიათად ისმის ქალთა მოსაზრებები „სერიოზულ თემებზე“ - პოლიტიკა, ეკონომიკა, მთავრობის საქმიანობა, ბიზნესი, თავდაცვა, რომლებიც არსებული სტერეოტიპის მიხედვით, კაცების კომპეტენციად ითვლება. ქალები უფრო ეგრეთ წოდებულ „მსუბუქ თემებზე“ (მაგალითად, ხელოვნება, მოდა) მომზადებულ მასალებში გვხვდებიან და იშვიათად ჩანან ეკონომისტების, მენეჯერების, ბიზნესლიდერებისა თუ სხვა როლში.

ქალები, უმთავრესად, ისეთი საკითხების გაშუქებისას ჩანან, რომლებიც, გავრცელებული სტერეოტიპის თანახმად, მხოლოდ ქალებს ეხება, მაგალითად, სოციალურ პრობლემებზე მომზადებულ მასალებში. ამის საპირისპიროდ, ცოტა ქალი რესპონდენტია პოლიტიკის, მთავრობის საქმიანობის, საკანონმდებლო ცვლილებების, ეკონომიკის საკითხების შესახებ მომზადებულ მასალებში. მაგალითად, რომელიმე სამინისტროს შესახებ მომზადებულ სიუჟეტში იშვიათად ისმის ქალი რესპონდენტის მოსაზრება ამ სამინისტროს საქმიანობის შესახებ.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ქალი რესპონდენტები, როგორც წესი, ტიტულოვანი ქალები არიან – თანამდებობის პირები, კულტურის თუ საზოგადო მოღვაწეები. მედია რიგითი ქალი მოქალაქეების მოსაზრებებით, როგორც წესი, არ ინტერესდება. კიდევ უფრო ნაკლები ყურადღება ეთმობა ზოგი კატეგორიის ქალებს, მაგალითად, მოხუცებს, ეთნიკური თუ რელიგიური უმცირესობების წარმომადგენლებს.

შეზღუდულია ქალებთან დაკავშირებული თემების სპექტრიც. ყველაზე ხშირად ქალები ძალადობის - ოჯახში ძალადობის ან სექსუალური ძალადობის კონტექსტში შუქდება, სადაც ისინი მსხვერპლის როლში წარმოგვიდგებიან, რაც ამყარებს სტერეოტიპს ქალების უსუსურობის შესახებ.

ეს არის ტიპური სურათი როგორც სატელევიზიო, ასევე ბეჭდვით მედიაში.

### ***ქალთა გაშუქების სიხშირე***

მონიტორინგის პერიოდში ქალებსა და ქალთა საკითხებზე მომზადებული სამაუწყებლო და საგაზეთო მასალების რაოდენობა ძალზე მცირე იყო. იმ ხუთი გაზეთიდან, რომელზეც მონიტორინგი ხორციელდებოდა, ორ გაზეთს, „ასავალ-დასავალსა“ და „ქრონიკას“, ამ თემაზე არაფერი დაუბეჭდავს.

უნდა აღინიშნოს, რომ პირველი მონიტორინგის პერიოდში ყოველკვირეულ გაზეთ „ქრონიკას“ ჰქონდა მუდმივი რუბრიკა „ოჯახური ძალადობა“, რომელზეც პირველი მონიტორინგის ანგარიშში ვწერდით. ამ რუბრიკაში მოთხრობილი იყო მამაკაცების მიერ მიტოვებული, მოტყუებული ქალების ისტორიები, რაც აძლიერებდა არსებულ სტერეოტიპს ქალის უსუსურობის შესახებ. ამ გაზეთში ეს რუბრიკა მეორე მონიტორინგის პერიოდში აღარ შეგვხვედრია. სამაგიეროდ, მსგავსი რუბრიკა ყოველკვირეულ გაზეთ „კვირის პალიტრაში“ გაჩნდა.

„კვირის პალიტრის“ ამ მუდმივ რუბრიკას „თქვენთვის ქალბატონებო“ ჰქვია. „ქრონიკისგან“ განსხვავებით, აქ თემატიკა უფრო მრავალფეროვანია და მიტოვებული ქალის პრობლემის გარდა სხვა საკითხებსაც ეხება, მაგალითად, დედებსა და შვილებს შორის ურთიერთობებს.

შეიძლება ითქვას, რომ რუბრიკას „თქვენთვის ქალბატონებო“ არანაირი საინფორმაციო ან საგანმანათლებლო ღირებულება არ გააჩნია. ის მხოლოდ და მხოლოდ სტერეოტიპების გაძლიერებას უწყობს ხელს. მაგალითად, გაზეთის 23 აპრილის ნომერში გამოქვეყნებულია სტატია - „ბავშვობის საიდუმლო და „მოღალატე“ დედის წერილი“, სადაც მოთხრობილია დედასა და შვილს შორის

დაძაბული ურთიერთობის ისტორია. ეს სტატია, სათაურიდან დაწყებული მასში გადმოცემული ამბით დასრულებული, სტერეოტიპული აზროვნების ნიმუშია: ამყარებს სტერეოტიპს, რომ ბავშვის აღზრდა მხოლოდ დედის საქმეა და შესაბამისად, ბავშვთან დაკავშირებულ ნებისმიერ პრობლემაში დედაა დამნაშავე, რადგან მამას უფრო დიდი მისია აკისრია - მან უნდა იმუშაოს.

აღსანიშნავია, რომ თავად რუბრიკის სათაური უკვე გენდერმგრძობიარობის ნაკლებობის მაჩვენებელია. ძნელად თუ ვინმე წარმოიდგენს რუბრიკას „თქვენთვის მამაკაცებო“. ქალებისადმი მიძღვნილი რუბრიკები უფრო გენდერული უთანასწორობის მაჩვენებელია. მედიასაშუალებას, შესაძლოა, ჰგონია, რომ ქალებისა და ქალთა თემატიკის გამოყოფით გენდერულ ბალანსს იცავს, მაგრამ ეს გენდერული ბალანსის არასწორი გაგებაა. თავად ფაქტი, რომ ქალთა საკითხები ცალკე არის გამოყოფილი, გენდერული თანასწორობის დარღვევაა. ქალების მოსაზრებები უნდა ისმოდეს მამაკაცების მოსაზრებების პარალელურად, ქალთა თემები ისევე უნდა შუქდებოდეს, როგორც ნებისმიერი სხვა თემა. გამორჩევა არ ნიშნავს თანასწორობას, პირიქით, გამორჩევა აძლიერებს სტერეოტიპს, რომ ქალი მამაკაცზე დაბალი რანგის არსებაა და ამის საკომპენსაციოდ ქალს რაიმე შეღავათი უნდა გაუკეთდეს, მაგალითად, გაზეთში ცალკე რუბრიკა. სწორი მიდგომა იქნებოდა, რუბრიკა რომ გენდერული თანასწორობის საკითხებს ეხებოდეს და თანაბრად აშუქებდეს ქალისა და კაცის პრობლემებს.

გარდა ამისა, დიდი მნიშვნელობა აქვს ქალისა და ქალთა თემების გაშუქების მანერას - არის თუ არა გამოკვეთილი პრობლემა, რა კუთხით არის გაშუქებული ამბავი, რა ტიპის ანალიზი ახლავს და ა.შ. რუბრიკაში „თქვენთვის ქალბატონებო“ გამოქვეყნებულ მასალებში მხოლოდ ვიდეების ისტორიებია მოთხრობილი (რომელთა ნამდვილობა საეჭვოა) ყოველგვარი პრობლემის დასმისა და გაანალიზების, გაშუქების კუთხის შერჩევის თუ სპეციალისტების კომენტარების გარეშე. ქალი და ქალთა თემები მხოლოდ საგაზეთო გვერდის შესავსებ მასალად არ უნდა გამოიყენებოდეს. „კვირის პალიტრის“ ზემოაღნიშნული რუბრიკა კი სწორედ ასეთის შთაბეჭდილებას ტოვებს.

თუმცა, „კვირის პალიტრაში“ გაშუქების დადებითი მაგალითიც შეგვხვდა. ასეთი, იყო 30 აპრილის ნომერი. გაზეთის რუბრიკა „კვირის თემა,“ სათაურიდან გამომდინარე, კვირის ყველაზე მნიშვნელოვან საკითხს თუ საკითხებს ეხება. ჩვეულებრივ, ამ რუბრიკით გამოქვეყნებულ მასალას ინტერვიუს ფორმა აქვს და რესპონდენტი თემის შესაბამისი სფეროს ექსპერტია. ვინაიდან საქართველოში კვირის მთავარი თემა უმეტესად პოლიტიკური საკითხებია (იშვიათად ეკონომიკის თუ სხვა სფეროს საკითხები), რესპონდენტებიც პოლიტიკის ექსპერტები - და როგორც წესი, კაცი ექსპერტები არიან. თუმცა, გაზეთის 30 აპრილის ნომერში „კვირის თემის“ რესპონდენტი პოლიტოლოგი ხათუნა ლაზაგიძე იყო.

თუ ასეთ მაგალითებს გამონაკლისის სახე არ ექნება, ისინი ხელს შეუწყობს იმ სტერეოტიპის დაძაბვას, რომლის მიხედვითაც „სერიოზული თემები“ მხოლოდ მამაკაცებს ხელეწიფებათ და პოლიტიკაზე ქალებს მოსაზრების გამოთქმა არ შეუძლიათ. ასეთი მაგალითების სიმრავლე, ასევე, შეცვლის გენდერულ დისბალანსს მედიაში. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ გენდერული ბალანსი არ ნიშნავს აუცილებლად

მათემატიკური სიზუსტის დაცვას - რამდენი კაცი იქნება იმდენივე ქალის გაშუქებას. გენდერული ბალანსი ობიექტური რეალობიდან გამომდინარე სათანადო პროპორციის დაცვას გულისხმობს. მაგალითად, ავიღოთ პოლიტიკის სფერო და დავუშვათ, რომ „კვირის თემაში“ მხოლოდ პოლიტიკის საკითხები შუქდება. იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოში რეალურად გაცილებით მეტი კაცი პოლიტოლოგია ვიდრე ქალი, „კვირის თემის“ შემთხვევაში გენდერული ბალანსი დაცული იქნება თუ ყოველ მეოთხე ნომერში ამ რუბრიკის რესპონდენტი ქალი ექსპერტი იქნება.

თუმცა, ზემოაღნიშნული დადებითი მაგალითი არ მიაწინებს „კვირის პალიტრის“ ჟურნალისტების გენდერმგრძობიარობის გაუმჯობესებასა თუ მათ მცდელობაზე, დაიცვან გენდერული ბალანსი. ამ ვარაუდს ამავე გაზეთის ზემოთ აღნიშნული ქალთა რუბრიკა გვიმყარებს.

### ***ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქება***

ქალთა მიმართ ძალადობა მონიტორინგის პერიოდში საკანონმდებლო ცვლილებათა იმ პაკეტის კონტექსტში გაშუქდა, რომელიც პარლამენტს წარედგინა „ოჯახში ძალადობის აღკვეთის, ოჯახში ძალადობის მსხვერპლთა დაცვისა და დახმარების შესახებ“ კანონში შესატანად. ამ ცვლილებით, ოჯახში ძალადობა სისხლის სამართლებრივ დანაშაულად ითვლება.

ეს საკითხი გაზეთებში „ალიასა“ და „რეზონანსში“ გაშუქდა. „ალიაში“ გამოქვეყნებული მასალა მოკლე საინფორმაციო ხასიათის სტატია იყო (საგაზეთო გვერდის მეოთხედი) იყო, რომელშიც საკანონმდებლო ცვლილების მოკლე შინაარსი და ოჯახში ძალადობის სფეროს სპეციალისტის, ნატალია შავლაყაძის, კომენტარი იყო შემოთავაზებული. აღნიშნულ კომენტარში რესპონდენტმა ამ ცვლილების გამომწვევი ისეთი სერიოზული მიზეზები დაასახელა, რომ წესით, გაზეთი უნდა დაინტერესებულიყო და სულ ცოტა, ერთი ვრცელი სტატია მოემზადებინა ამ თემაზე. თუმცა, გაზეთი მხოლოდ ამ საინფორმაციო ცნობით შემოიფარგლა. ეს მიუთითებს ამ გაზეთის რედაქციის დამოკიდებულებაზე გენდერული საკითხების მიმართ.

ოჯახში ძალადობის თემისადმი მეტი ინტერესი გამოიჩინა გაზეთმა „რეზონანსმა“. გაზეთმა ჯერ ნახევარგვერდიანი საინფორმაციო სტატია მოამზადა, რომელშიც ოჯახში ძალადობის კანონში შესატანი ცვლილების შინაარსისა და ამ კანონის მიღების ისტორიის მიმოხილვასთან ერთად, ამ საკანონმდებლო ცვლილების ინიციატორის, ასევე ამ სფეროს სპეციალისტების კომენტარები იყო მოცემული. 10 დღის შემდეგ კი „რეზონანსმა“ ამ თემაზე ვრცელი, გვერდნახევრიანი სტატია გამოქვეყნა, სადაც ეს საკითხი ფართო კონტექსტში იყო განხილული - ოჯახში ძალადობის შემთხვევები, ჩატარებული კვლევების შედეგები, ოჯახში ძალადობის სტატისტიკა საქართველოში, საკანონმდებლო ცვლილების მიმოხილვა და სპეციალისტების კომენტარები. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ორივე სტატიაში რესპონდენტები მხოლოდ ქალები იყვნენ, რაც სტერეოტიპული აზროვნებით აიხსნება - ოჯახში ძალადობა მხოლოდ ქალებს ეხებათ, რადგან ოჯახში ძალადობის მსხვერპლი, ანუ დაჩაგრული არსება, მხოლოდ ქალია. გარდა ამისა, მხოლოდ ქალი

რესპონდენტების გამოყენება აძლიერებს იმ სტერეოტიპსაც, რომ ოჯახში ძალადობა ქალური თემაა და შესაბამისად, ნაკლებად მნიშვნელოვანი.

მონიტორინგის პერიოდში საზოგადოებრივი მაუწყებლის პირველმა არხმა გააშუქა ოჯახში ძალადობის შემთხვევა. 26 აპრილის „მოამბეში“ გავიდა სიუჟეტი, რომელშიც 30 წლის მამაკაცს თავის 13 წლის გოგონას ცემაში ადანაშაულებენ. სიუჟეტის ძირითადი დრო (სიუჟეტის ხანგრძლივობა 06:22 წუთს შეადგენდა) ამბის თხრობას დაეთმო. პრობლემის განზოგადების მცდელობა კვლევების რამდენიმე შედეგის აღნიშვნითა და სოციალური აგენტის კომენტარით შემოიფარგლა (სიუჟეტის შესავალში ითქვა, რომ სტატისტიკურად ყოველი მესამე ძალადობის მსხვერპლია და ყველაზე მეტი შემთხვევა კახეთის რეგიონშია აღნიშნული). თავად სიუჟეტში არაერთი პროფესიული სტანდარტი დაირღვა.

„მოამბის“ წამყვანმაც და სიუჟეტის ავტორმაც აღნიშნეს, რომ არასრულწლოვანის დაცვის მიზნით, შეგნებულად არ ასახელებენ მშობლისა და დაზარალებული არასრულწლოვანის ვინაობას და არც იმ სოფლის სახელს, სადაც ეს ფაქტი მოხდა. თუმცა სიუჟეტში ჩანს არასრულწლოვანის მამა, ბებია, მეზობლები, უბნის რწმუნებული - ასე რომ კონფიდენციალობა არ არის დაცული და არასრულწლოვანის იდენტიფიცირება ადვილია.

ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქებისას, ჟურნალისტები, ჩვეულებრივ, ძირითად აქცენტს ამ ამბის აღწერაზე აკეთებენ. ჟურნალისტებს არ ესმით, რომ საზოგადოებრივი ინტერესის საგანი ერთი კონკრეტული შემთხვევა კი არ არის, არამედ ოჯახში ძალადობის პრობლემა. ამიტომ, სიუჟეტის უმეტესი დრო უნდა დაეთმოს პრობლემის დასმას, მის განზოგადებასა და ანალიზს, შესაბამისი სფეროების სპეციალისტების კვალიფიციურ მოსაზრებებს პრობლემის გადაჭრის გზების შესახებ და არა ამბის აღწერას. ასეთი გაშუქების შემთხვევაში ზემოხსენებული მაუწყებელი თავიდან აიცილებდა სტანდარტების დარღვევას და არ გაამჟღავნებდა არასრულწლოვანის ვინაობას.

გარდა ამისა, ქალის მიმართ ოჯახში ან სხვა ტიპის ძალადობაზე მასალის მომზადებისას, ჟურნალისტმა უნდა გაითვალისწინოს ასეთი მასალის გამოქვეყნების სავარაუდო შედეგი და მაქსიმალურად შეამციროს ის ზიანი, რომელიც შეიძლება მსხვერპლს ამ მასალამ მიაყენოს. ის აგრესია, რომელიც ამ სიუჟეტის მომზადებისას „მოამბის“ ჟურნალისტის მიმართ გოგონას მამამ გამოიჩინა, დიდი ალბათობით იმის მაჩვენებელი იყო, რომ ამ მასალის გადაცემის შედეგად გოგონას მეტი საფრთხე დაემუქრებოდა მამის მხრიდან.

აღსანიშნავია კიდევ ერთი დეტალი - სიუჟეტის წინ „მოამბის“ წამყვანმა აღნიშნა, რომ ინფორმაცია ამ ძალადობის შესახებ ტელევიზიას „ოჯახის ახლობელმა ქალბატონმა“ მიაწოდა. ესეც იმ სტერეოტიპის შედეგია, რომ ოჯახში ძალადობა მხოლოდ ქალებს აწუხებთ და ამ სტერეოტიპის გავლენაა, რომ ის ადამიანი, რომელმაც ტელევიზიას ეს ამბავი შეატყობინა, სქესის მიხედვით იქნა იდენტიფიცირებული. „მოამბისთვის“ ეს ამბავი კაცს რომ ეცნობებინა, ნაკლებ სავარაუდოა, წამყვანს ეთქვა, „ოჯახის ახლობელმა ბატონმა“ გვაცნობაო.

იმის დადგენა, სწორია თუ არა ქალის სქესის აღნიშვნა, მარტივ კითხვაზე პასუხის გაცემით შეიძლება: ქალის ნაცვლად კაცი რომ იყოს, აღვნიშნავდი თუ არა მის სქესს?

### **გენდერმგრძობიარობა და სექსიზმი**

ჟურნალისტების გენდერმგრძობიარობა სერიოზული პრობლემაა ქართულ მედიაში. გარდა საზოგადოებაში მყარად ფეხმოკიდებული სტერეოტიპებისა და ჟურნალისტების, როგორც ამ საზოგადოების ნაწილის, სტერეოტიპული აზროვნებისა, ამის მიზეზი გენდერის გაშუქების საკითხებში ჟურნალისტების გაუთვითცნობიერებლობა.

29 აპრილს რუსთავი 2-ის „კურიერი P.S.“-ში გავიდა სიუჟეტი, რომელიც ეხებოდა რუსეთის შიდა პოლიტიკას - ოპოზიცია, პუტინის წინააღმდეგ პროტესტი, ეკლესიისა და ხელისუფლების ურთიერთობა. სიუჟეტი დაიწყო ქალთა მუსიკალური ჯგუფის „ფუსი რაიოტის“ მიერ ჩატარებული საპროტესტო აქციების და ამ ჯგუფის წევრების დაკავების შესახებ ამბის თხრობით.

სიუჟეტს წამყვანმა ასეთი ანონსი გაუკეთა: „არ მთხოვოთ ამ მუსიკალური ჯგუფის დასახელების ქართულად თარგმნა, თუმცა ფაქტია მათ მიერ ჩატარებულმა აქციამ უზარმაზარი რუსეთი აალაპარაკა ისეთ თემებზე, რომლებიც ადრე, თითქოსდა „ტაბუდადებული იყო.“ ამის შემდეგ სიუჟეტი ჟურნალისტის ასეთი ტექსტით დაიწყო:

„ცალკე ბოდიში ამ გოგონების ჯგუფის სახელის წარმოთქმისთვისაც გეკუთვნით მიუხედავად იმისა, რომ ინგლისურად ვიტყვი - „ფუსი რაიოტ“. მარტივი სათარგმნით დავიწყებ, „რაიოტ“ ქართულად „ჯანყს“ ნიშნავს „ფუსი“ კი უფრო რთული გადმოსაქართულებელია - ლიტერატურულ ინგლისურში ნიშნავს „ფისუნია კატას“, სლენგზე კი „საშოს“. კიდევ ერთხელ დიდი ბოდიში მომითხოვია. ბოდიში მომითხოვია ამ კადრებისთვისაც [კადრებში სექსუალური აქტი ჩანს, მაგრამ ისტორიას გვერდს ვერ ავუვლით. ფუსი რაიოტის გოგონებმა პოლიტიკური პროტესტის გამოხატვა 4 წლის წინ დაიწყეს. 2008 წლის 23 თებერვალს, წითელი არმიის დღეს მოსკოვის უნივერსიტეტის ფილოსოფოსმა სტუდენტებმა თავისივე სასწავლებლის ნატურალისტურ აუდიტორიაში ზედმეტად ნატურალისტური აქცია ჩაატარეს ისეთი სახელწოდებით, რომელსაც ვერ ვთარგმნი. სჯობს თავად ნახოთ და წაიკითხოთ. პოლიტსექსუალური აქციის სამიზნე პრეზიდენტობის იმდროინდელი კანდიდატი დიმიტრი მედვედევი იყო“.

ეს არის არაგენდერმგრძობიარე, სექსისტური და სტერეოტიპული გაშუქების მაგალითი. მუსიკალური ჯგუფის სახელწოდებას სიუჟეტის თემასთან არანაირი კავშირი არ ჰქონდა, მაგრამ ჟურნალისტმა ვერ აარიდა თავი სტერეოტიპებს და ამ ჯგუფის წევრი გოგონები ბიოლოგიური თავისებურებებით დაახასიათა. ავტორმა „ფუსი რაიოტის“ წევრები სექსუალურ, გრძობას აყოლილი ხორციელ არსებებად წარმოადგინა, რითიც დააკნინა მათი საქმიანობა და უგულვებელყო მათი შემოქმედებითი პოტენციალი. ამ შთაბეჭდილებას ტექსტთან ერთად, ვიზუალური მასალა ამლიერებდა.



ვიზუალური მასალა, ზოგადად, გენდერული სტერეოტიპების გამლიერებას უწყობს ხელს. არაგენდერმგრძობიარე გაშუქების მაგალითები იყო გაზეთებში გამოქვეყნებული ფოტოები. „კვირის პალიტრას“ აქვს მუდმივი რუბრიკა მედიცინის საკითხებზე, რომელშიც ქვეყნდება რჩევები სხვადასხვა სახის დაავადების პროფილაქტიკასა თუ მკურნალობაზე. ამ რუბრიკაში, როგორც წესი, ქალის ფოტოებია გამოყენებული. ამ ფოტოებით ძლიერდება სტერეოტიპი, თითქოს ქალები სუსტები არიან და შესაბამისად, ავადაც ისინი ხდებიან. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მონიტორინგის პერიოდში ამ რუბრიკაში მამაკაცის ფოტოც შეგვხვდა. კერძოდ, 23 აპრილის ნომერში სტატია „მეხსიერება გლალატობთ“ ხანდაზმული მამაკაცის ფოტოთია ილუსტრირებული. თუმცა, მომდევნო ნომერში სტატია სათაურით „გავააქტიუროთ ზარმაცი კუჭი“ ახალგაზრდა ქალის სურათით არის გაფორმებული. „რეზონანსის“ 4 მაისის ნომერში გამოქვეყნებული სტატია ალერგიით დაავადებულ ადამიანებზე ახალგაზრდა, ასევე, ქალის ფოტოთი იყო ილუსტრირებული.

ამრიგად, მონიტორინგის პერიოდში დაფიქსირდა მხოლოდ ორი მაგალითი – კვირის პალიტრის სტატია და ფოტო, რომლებიც ხელს უწყობს გენდერული სტერეოტიპის აღმოფხვრას. თუმცა, ისეთი მასალები, რომლებიც სტერეოტიპებს ამყარებს მეტი იყო.

#### IV. დასკვნა

ქართული მედიის ერთ-ერთ პრობლემად გენდერული სტერეოტიპებით აზროვნება რჩება. ნაცვლად იმისა, რომ აზროვნების ლიბერალიზებას შეუწყოს ხელი, მედია ხშირად, თავად ქმნის და ამყარებს სტერეოტიპებს.

უნდა ვივარაუდოთ, რომ ჟურნალისტები ამას განზრახ არ აკეთებენ. ამის მიზეზი ის არის, რომ თავად მედიის წარმომადგენლები არიან ამ სტერეოტიპების ტყვეობაში, ხშირად იზიარებენ და უნებლიედ ავრცელებენ საზოგადოებაში ქალის შესახებ არსებულ სტერეოტიპებს. ამ სტერეოტიპებს კი თავს ვერ აღწევენ გენდერულ საკითხების არცოდნის გამო.

პოტენციურად მედიას მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლია გენდერული თანასწორობის დამკვიდრებაში. ამისათვის, მედიამ რეგულარულად უნდა გააშუქოს ქალები და ქალებთან დაკავშირებული თემები, ხელი შეუწყოს დისკუსიას გენდერული სტერეოტიპების შესახებ საზოგადოების უკეთ ინფორმირებისათვის. თუმცა, მედია სცოდავს, როგორც ამ თემებისადმი უყურადღებობით, ასევე მათი გაშუქების მანერით.

სასურველია, რომ ჟურნალისტებმა, რედაქტორებმა და პროდიუსერებმა ტრენინგი გაიარონ გენდერის გაშუქების საკითხებში, მედიაორგანიზაციებმა კი შეიმუშაონ სახელმძღვანელო პრინციპები, ხელი რომ შეუწყონ მედიაში ქალების სამართლიანად და სწორად ასახვას.

#### 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.

დ) 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.

გენდერის საკითხებზე მასალის მომზადების დროს, ჟურნალისტებმა შემდეგი კითხვები უნდა დაუსვან საკუთარ თავს:

1. თანაბრად შუქდება თუ არა კაცის და ქალის თემები?
2. ასახავს თუ არა მომზადებული მასალა ქალების მოსაზრებებს?
3. თანაბარი დროს/სივრცე ეთმობა თუ არა ქალებისა და მამაკაცების მოსაზრებებს?
4. საკმარისი ძალისხმევაა გაწეული თუ არა ქალი რესპონდენტის მოსაძებნად?
5. ხომ არ აძლიერებს მომზადებული მასალა არსებულ სტერეოტიპებს?
6. ხომ არ ხდება ქალთა საკითხების ტრივიალიზება?
7. სექსისტური გამოთქმა ხომ არ არის გამოყენებული?
8. სტატიის სათაური ხომ არ არის სტერეოტიპით განპირობებული?
9. ფიზიკურ ასპექტებს ხომ არ უსვამს ხაზს ფოტოები/ვიზუალური მასალა?
10. მასალისთვის ქალის ფოტო უფრო შესაფერისი იქნებოდა თუ მამაკაცის?
11. ხომ არ ლახავს ფოტო/ვიზუალური მასალა ქალის ღირსებას?

