

Ուսումնասիրություն

**ԿԱՆԱՆՑ ԵՎ ՏՂԱՄԱՐԴԿԱՆՑ
ՆԵՐԳՐԱՎՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ
ԴԵՐԱԿԱՏԱՐՈՒՄԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՅԱՆ
ԶԱՆԳՎԱԾԱՅԻՆ ԼՐԱՏՎԱՄԻՋՈՑՆԵՐՈՒՄ**



ԵՐԵՎԱՆ 2023



Kingdom of the Netherlands



Սույն ուսումնասիրությունն իրականացվել է Ֆակտոր տեղեկատվական կենտրոն հասարակական կազմակերպության կողմից «Անվտանգ և Գենդերային ընթացակարգերով առաջնորդվող մեդիա» ծրագրի շրջանակում, Հայաստանում նիդերլանդների Թագավորության դեսպանատան ֆինանսավորմամբ:

Հետազոտող՝ Արման Ղարիբյան



Բովանդակություն

Նախաբան.....	4
Մեթոդաբանություն.....	5
Կանանց և տղամարդկանց ներգրավվածությունը և դերակատարումը արտասահմանյան ՁԼՄ-ներում.....	7
Կանանց և տղամարդկանց ներգրավվածությունը և դերակատարումը հայաստանյան ՁԼՄ-ներում.....	11
Եզրակացություն.....	17
Օգտագործված գրականություն.....	18
Հավելված 1. Առցանց անանուն հարցման համար ընտրված ՁԼՄ-ների ցանկը.....	20
Հավելված 2. ՁԼՄ ղեկավարների շրջանում իրականացված անանուն առցանց հարցման հարցաշարը.....	22

Նախաբան

Գենդերային հավասարության հասնելու դժվարին ճանապարհին զանգվածային լրատվության միջոցներն (այսուհետ՝ ՁԼՄ) ու լրագրողները կարևոր դերակատարներ են: Անուրանալի է նրանց ներդրումը անհավասարության, խտրականության, գենդերային հիմքով բռնության խնդիրների մասին հանրային իրազեկվածությունը բարձրացնելու գործում: Հայաստանում մինչ այժմ իրականացվել են տարբեր հետազոտություններ, որոնց շրջանակում գնահատվել է գենդերային հիմնահարցերի, մասնավորապես՝ կանանց իրավունքների, կանանց նկատմամբ բռնության խնդրի լուսաբանումը ՁԼՄ-ներում: Մինևույն ժամանակ, տեղական մակարդակում հազվադեպ են մեդիա բովանդակություն ստեղծողների շրջանում գենդերային հավասարությանն անդրադարձող հետազոտությունները: Առկա չեն, օրինակ, ՁԼՄ-ներում որոշում կայացնողների շրջանում տղամարդկանց և կանանց մասնակցության և դերակատարման վերաբերյալ տվյալներ:

Տեղեկատվական այս բացը մասնակի լրացնելու նպատակով «Ֆակտոր» տեղեկատվական կենտրոն հասարակական կազմակերպությունը նախաձեռնել է ուսումնասիրություն հայաստանյան ՁԼՄ-ների շրջանում: Հարկ է նշել, որ «Կանանց և տղամարդկանց ներգրավվածությունը և դերակատարումը հայաստանյան զանգվածային լրատվամիջոցներում» խորագրով ուսումնասիրությունը չի հանդիսանում ընտրված խնդիրը համապարփակ և համակողմանի բացահայտող հետազոտություն: Այն առանձնացնում է մի շարք խնդիրներ, որոնք հետագա հետազոտության կարիք ունեն:

Մեթոդաբանություն

Սույն ուսումնասիրության նպատակն է հայաստանյան ՁԼՄ-ներում գենդերային հավասարության առկա իրավիճակի շուրջ հանրային և մասնագիտական շրջանակներում քննարկումներ խթանելն ու ու դրանց կարևորությունն ընգծելը:

Ուսումնասիրության խնդիրներն են՝

1. Բացահայտել և վերլուծել ընտրված ՁԼՄ-ներում կանանց և տղամարդկանց դերակատարման առանձնահատկությունները:
2. Բացահայտել և վերլուծել ընտրված ՁԼՄ-ներում կանանց և տղամարդկանց հավասար հնարավորությունների առկա իրավիճակը:

Ուսումնասիրությունն իրականացվել է որակական մեթոդաբանական մոտեցմամբ: Եզրակացությունները դուրս են բերվել առցանց անանուն հարցման միջոցով և փորձագետների հետ իրականացված հարցազրույցներից ստացված տվյալների և փաստաթղթերի վերլուծության արդյունքների համադրմամբ: Տվյալների հավաքագրման համար կիրառվել է նպատակաուղղված ընտրանքը (տե՛ս Հավելված 1-ում):

Առցանց անանուն հարցումներ են իրականացվել լրատվամիջոցների ղեկավարների շրջանում (տնօրեն, գլխավոր խմբագիր, կառավարման խորհուրդ): 2023 թվականի օգոստոսին հարցումն ուղարկվել է տեղական և համապետական սփռում ունեցող 37 ՁԼՄ-ների, որոնք ընտրվել են բովանդակային բազմազանության և արտադրական կայուն պարբերականության պահպանման սկզբունքով, ստացվել է 16 պատասխան (հարցաշարը տե՛ս Հավելված 2-ում): Հարցմանը պատասխանել է ընտրված ՁԼՄ-ների 43%-ը: Factor TV-ին չի ուղարկվել հարցումը՝ շահերի բախումից խուսափելու նպատակով:

Հարցման միջոցով դուրս են բերվել տվյալներ հարցմանը մասնակցած ՁԼՄ-ներում (այսուհետ՝ նաև մասնակից ՁԼՄ կամ մասնակից) աշխատակիցների, ղեկավար կազմի, բարձրագույն աշխատավարձ ստացողների, արտասահմանյան և տեղական գործուղումների մեկնողների, ընտանեկան պատճառներով աշխատանքից ժամանակավոր կամ մշտական հեռացողների գենդերային հարաբերակցության վերաբերյալ:

Մասնակիցների տրամադրած տվյալների վերաբերյալ մեկնաբանություններ են ստացվել «Կանանց տեղեկատվական-վերլուծական ցանց» հասարակական կազմակերպության նախագահ Թամարա Հովնաթանյանից և «Երևանի մամուլի ակումբ»-ի պատվավոր նախագահ Բորիս Նավասարդյանից: Նրանց հետ փորձագիտական հարցազրույցներն իրականացվել են գրավոր հարցուպատասխանի միջոցով: Հարցազրույցների միջոցով դուրս են բերվել մասնակիցներից ստացված տվյալների շուրջ վերլուծական դատողություններ, ինչպես նաև ընդհանուր համատեքստի վերաբերյալ փորձագիտական գնահատականներ:

Փաստաթղթերի վերլուծության շրջանակում դիտարկվել են նույնաբովանդակ խնդիրների շուրջ տվյալները՝ ստացված այլ երկրների ՁԼՄ-ներից: Առանձնակի ուշադրություն է դարձվել Արևելյան Եվրոպայի երկրների վերաբերյալ տեղեկատվությանը:

Հարցման արդյունքները նաև համադրվել են ՀՀ կառավարության էլեկտրոնային ռեգիստրում հրապարակված իրավաբանական անձանց իրական շահառուների (սեփականատերերի) վերաբերյալ հայտարարված առկա տեղեկատվության հետ:

Կանանց և տղամարդկանց ներգրավվածությունը և դերակատարումը արտասահմանյան ՁԼՄ-ներում

2020 թվականին հրապարակված «Կանանց բացակայող հեռանկարները նորություններում» գեկույցի հեղինակն արձանագրում է¹, որ համաշխարհային մակարդակով լուրերը մեծամասամբ պատկերում են տղամարդկանց, դրանք նաև թողարկվում և սպառվում են մեծամասամբ տղամարդկանց կողմից: Այն, որ աշխատաշուկայում տղամարդիկ ավելի մեծ տոկոս են կազմում, քան կանայք, փաստվում են համաշխարհային հետազոտությունների ցուցանիշներով, մասնավորապես Աշխատանքի միջազգային կազմակերպության տվյալներով², աշխարհում կանայք ավելի քիչ են ներգրավված աշխատաշուկայում, քան տղամարդիկ, որոշ երկրներում տղամարդիկ աշխատաշուկայում 50%-ով ավելի են ներգրավված, քան կանայք:

Սակայն ՁԼՄ ոլորտի տվյալները տարբերվում են ընդհանուր աշխատաշուկայի տվյալներից: Մասնավորապես, Reuters Institute for the Study of Journalism-ի հրապարակած տվյալների³ համաձայն (մարտ 2023)՝ տարբեր մայրցամաքների 12 երկրների⁴ 240 մեդիա կազմակերպությունների ընդհանուր աշխատակիցների 40%-ը կանայք են: Ուսումնասիրված ընկերություններում գլխավոր խմբագիրների ընդամենը 22%-ն են կանայք: Անգամ այն ՁԼՄ-ներում, որտեղ աշխատակիցների մեծ մասը կանայք են, գլխավոր խմբագիրների մեծամասնությունը տղամարդիկ են: Վերջին տարիներին դրական միտում նկատվում է, սակայն դա էլ հեռու է հավասարությունից. 38 նորանշանակ գլխավոր խմբագիրների միայն 26%-ն են կանայք⁵:

Սրանք համեմատաբար թարմ տվյալներ են, սակայն արտացոլում են խիստ սահմանափակ թվով երկրների պատկերը: Խմբագրություններում գենդերային անհավասարության խնդիրը լիարժեքորեն ուսումնասիրված չէ համաշխարհային մակարդակում,

¹ The Missing Perspectives of Women in News, Luba Kassova, 2020, էջ 36:

² Gender gap in labour force participation rates, International Labour Organization, <https://www.ilo.org/infostories/en-GB/Stories/Employment/barriers-women#global-gap/gap-labour-force>:

³ Women and Leadership in the News Media 2023: Evidence from 12 Markets, Factsheet March 2023 Reuters Institute for the Study of Journalism, Kirsten Eddy, Amy Ross Arguedas, Mitali Mukherjee, and Rasmus Kleis Nielsen, էջ 1:

⁴ Քենյա, Հարավաֆրիկյան Հանրապետություն (Աֆրիկա), Հոնգ Կոնգ, Ճապոնիա, Հարավային Կորեա (Ասիա), Ֆինլանդիա, Գերմանիա, Իսպանիա, Միացյալ Թագավորություն (Եվրոպա), Մեքսիկա, Միացյալ Նահանգներ (Հյուսիսային Ամերիկա), Բրազիլիա (Հարավային Ամերիկա):

⁵ Women and Leadership in the News Media 2023: Evidence from 12 Markets, Factsheet March 2023 Reuters Institute for the Study of Journalism, Kirsten Eddy, Amy Ross Arguedas, Mitali Mukherjee, and Rasmus Kleis Nielsen, էջ 1:

այնուամենայնիվ, առկա են ոչ վաղ անցյալի որոշ հետազոտություններ, որոնք հստակ պատկերացում են տալիս ավելի մեծ թվով երկրների ՁԼՄ-ներում կանանց և տղամարդկանց հնարավորությունների հավասարության վերաբերյալ: Մասնավորապես, «International Center for Journalists» կազմակերպության 2019 թվականի «State of Technology in Global Newsrooms» հետազոտությունը թեև նպատակ չի դրել բացահայտելու գենդերային հավասարության հիմնահարցերը, այնուամենայնիվ, արտացոլում է աշխարհի 149 երկրների 1000-ից ավելի խմբագրություններում կանանց և տղամարդկանց թվային համամասնությունը:

Տվյալները ներկայացված են ըստ տարածաշրջանների, համաձայն որի, խմբագրություններում կանանց և տղամարդկանց հավասար ներկայացվածության առումով ամենահավասարակշռվածը Եվրոպան և Լատինական Ամերիկան են, իսկ ամենամեծ խզվածքն արձանագրվել է Հարավային Ասիայում⁶:

Տարածաշրջան	Խմբագրություններում կանանց տոկոսը	Խմբագրություններում տղամարդկանց տոկոսը
Հյուսիսային Ամերիկա	56%	44%
Եվրոպա	51%	49%
Լատինական Ամերիկա/ Կարիբյաններ	49%	51%
Եվրասիա/նախկին ԽՍՀՄ	38%	62%
Ենթասահարյան Աֆրիկա	34%	66%
Արևելյան/Հարավարևելյան Ասիա	34%	66%
Միջին Արևելք/Հյուսիսային Աֆրիկա	29%	71%
Հարավային Ասիա	26%	74%

Պատկերը մի փոքր փոխվում է, երբ դիտարկվում է ՁԼՄ-ներում ղեկավար պաշտոններում կանանց և տղամարդկանց համամասնությունը, մասնավորապես՝ այստեղ կանանց մասնակցության բարձր տոկոսով առաջատարը հետխորհրդային երկրներն են: Եվրասիա/նախկին ԽՍՀՄ երկրներում (Հայաստան, Ադրբեջան, Վրաստան, Ռուսաստան, Ուկրաինա, Ղազախստան, Բելառուս, Մոլդովա, Էստոնիա, Լատվիա, Լիտվա, Ղրղզստան, Տաջիկստան) ղեկավարների թվում կանայք գերազանցում են տղամարդկանց, թեև ՁԼՄ-ների աշխատակիցների թվում տղամարդիկ ավելի շատ են⁷:

⁶ State of Technology in Global Newsrooms, International Center for Journalists, Diana Owen, 2019, էջ 15:

⁷ Նույն տեղում, էջ 16:

Տարածաշրջան	Կանանց տոկոսը ԶԼՄ ղեկավարների շրջանում	Տղամարդկանց տոկոսը ԶԼՄ ղեկավարների շրջանում
Եվրասիա/նախկին ԽՍՀՄ	62%	38%
Հյուսիսային Ամերիկա	56%	44%
Եվրոպա	51%	49%
Լատինական Ամերիկա/ Կարիբյաններ	49%	51%
Արևելյան/Հարավարևելյան Ասիա	34%	66%
Ենթասահարյան Աֆրիկա	33%	67%
Միջին Արևելք/Հյուսիսային Աֆրիկա	29%	71%
Հարավային Ասիա	25%	75%

Ավելի վաղ՝ 2011 թվականին հրապարակված «International Women’s Media Foundation»-ի համաշխարհային զեկույցը ևս արձանագրում է, որ Արևելյան Եվրոպայի երկրների ՁԼՄ-ների խմբագրություններում կանանց իրավունքների առումով վիճակն առավել բարվոք է՝ այլ տարածաշրջանների համեմատությամբ: Ձեկույցում ներկայացված են տվյալներ 59 պետություններում գործող 500 ՁԼՄ-ների վերաբերյալ: Հետազոտությունը ցույց է տվել, որ ՁԼՄ-ներում բարձրագույն ղեկավարների պաշտոնների 73%-ը զբաղեցնում են տղամարդիկ, լուրեր հաղորդողների (reporters) 64%-ն են տղամարդիկ, իսկ տեղեկություններ հավաքող, գրող և խմբագրողների՝ 59%-ը⁸: Տղամարդիկ զգալի մեծամասնություն են կազմում հատկապես առավել տեսանելի և բարձր վարձատրվող պաշտոններում:

Ձեկույցն արձանագրել է, որ համաշխարհային ցուցանիշների համեմատությամբ՝ ՁԼՄ-ներում ներգրավվածությամբ կանայք ավելի լավ կարգավիճակում են Արևելյան Եվրոպայի երկրներում (ՌԴ, Ուկրաինա, Լիտվա, Էստոնիա, Լեհաստան, Հունգարիա, Ռումինիա, Բուլղարիա), որտեղ նույն պաշտոնը զբաղեցնող տղամարդկանց և կանանց աշխատավարձերը համադրելի են⁹:

Հետխորհրդային երկրների ՁԼՄ-ներում կանանց ակտիվ դերակատարումը «Երևանի մամուլի ակումբ»-ի պատվավոր նախագահ Բորիս Նավասարդյանը գենդերային խտրականության առանձնահատուկ դրսևորում է համարում:

⁸ Global Report on the Status of Women in the News Media, International Women’s Media Foundation, Carolyn M. Byerly, 2011, էջ 9:

⁹ Նույն տեղում, էջ 12:



«Չեփոխորհրդային պետություններում պահպանվում են նախկինից եկող որոշ ավանդական պատկերացումներ, ըստ որոնց՝ կային սահմանափակ թվով բնագավառներ, որտեղ կանայք հնարավորություն ունեին սոցիալապես կայանալ, և լրատվամիջոցներն այդպիսիներից էին: Այդ երկրներում մեդիան այս կամ այն աստիճան շարունակում է ընկալվել որպես ոչ ինքնուրույն՝ պետական, քաղաքական, տնտեսական համակարգերից կախված ոլորտ: Չետեաբար, տղամարդիկ, որոնք իրենց համարում են ավելի բարձր սոցիալական կարգավիճակ ունեցող քաղաքացիներ, ձգտում են կայանալ այլ՝ «ավելի կարելոր» և ավելի մեծ եկամուտ ապահովող բնագավառներում՝ լրատվամիջոցները մասամբ «զիջելով» կանանց»:



Իսկ «Կանանց տեղեկատվական-վերլուծական ցանց» հասարակական կազմակերպության նախագահ Թամարա Հովնաթանյանը հեփոխորհրդային տարածքում ՁԼՄ-ների կտրուկ ֆեմինիզացումը կապում է պետական ֆինանսավորման նվազեցման հետ:



«Դա տեղի ունեցավ 1990-ականներին, երբ տպագիր մամուլը տպաքանակների կտրուկ անկման և պետական դոտացիաների բացակայության պայմաններում կանգնեց գոյատևման խնդրի առջև, և տղամարդիկ ցածր վարձատրության պատճառով դուրս եկան ոլորտից, իսկ նրանց տեղը զբաղեցրեցին կանայք, որոնք, համակերպվելով ցածր վարձատրության հետ, փորձեցին աշխատել նոր անկախ մամուլի կայացման պայմաններում: Չայաստան, այս առումով, բացառություն չէր»:



Կանանց և տղամարդկանց ներգրավվածությունը և դերակատարումը հայաստանյան ՁԼՄ-ներում

Հայաստանյան ՁԼՄ-ներում աշխատող կանանց տոկոսային հարաբերակցությունը կտրուկ տարբերվում է երկրի աշխատաշուկայում կանանց ներգրավվածության միջինացված ցուցանիշից: Տարբերությունը հատկապես զգալի է կանանց կողմից ղեկավարվող բիզնեսների միջինացված ցուցանիշների համեմատության մեջ: Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի Գենդերային խզման գլոբալ զեկույցի¹⁰ (Global Gender Index Gap 2023) համաձայն՝ Հայաստանում կանանց կողմից ղեկավարվում են բիզնեսների ընդամենը 19.1%-ը, իսկ կանանց սեփականությունը հանդիսացող բիզնեսները ընդհանուր թվի ընդամենը 18.1%-ն են: Ի հակադրություն սրա՝ մեր հարցմանը մասնակցած ՁԼՄ-ների կեսից ավելին համաղեկավարվում է կանանց կողմից:

Հարցմանը մասնակցած 16 ՁԼՄ-ներից 11-ը համապետական նշանակության են, 5-ը՝ տեղական՝ մարզային և մայրաքաղաքային:

Հարցմանը մասնակցած ՁԼՄ-ների ավտոլիստությունը/նշանակությունը



Մասնակից ՁԼՄ-ներն ունեն 6-78 աշխատակիցներ: ՁԼՄ-ներից 13-ում աշխատակիցների մեծամասնությունը կանայք են, 2-ում՝ տղամարդիկ և միայն մեկում հավասար թվով կանայք և տղամարդիկ են աշխատում: Ընդհանուր առմամբ, հարցմանը մասնակցած 16 ՁԼՄ-ների ընդհանուր աշխատակիցների մոտ 70%-ը կանայք են: Այս ցուցանիշը չի զարմացնում ոլորտի փորձագետներին: Նախ բուհերում լրագրողի մասնագիտություն ստացողների մոտ 90 տոկոսը կանայք են, բացի այդ ոլորտը համարվում է ոչ բարձր վարձատրվող, ինչի պատճառով էլ շատ տղամարդիկ խուսափում են ՁԼՄ-ներում աշխատանքի անցնելուց:

¹⁰ Global Gender Index Gap 2023, World Economic Forum, էջ 92:



«Ոլորտի ֆեմինիզացումը նորություն չէ, ինչի մասին փաստում են հանրապետությունում անցկացված ՁԼՄ-ների բոլոր գեներային մշտադիտարկումների արդյունքները առնվազն 25 տարվա կտրվածքով: Պատճառները նույնն են, ինչ բոլոր այլ ֆեմինիզացված ոլորտներում, և առաջին հերթին այն, որ ոլորտը բարձր վարձատրվող չի համարվում»,- ասում է «Կանանց տեղեկատվական-վերլուծական ցանց» հասարակական կազմակերպության նախագահ Թամարա Յովնաթանյանը:



Հարցման որևէ մասնակից չի նշել, որ իրենց լրատվամիջոցը միանձնյա է ղեկավարվում: Մեծամասնությունը նշել է, որ որոշումները կայացվում են խորհրդատվական մարմնի կամ ամբողջ թիմի կողմից: Մասնակիցներից 3-ը նշել են, որ որոշումների կայացման այլ մեխանիզմ է գործում՝ առանց հստակեցնելու, թե ինչպիսի:

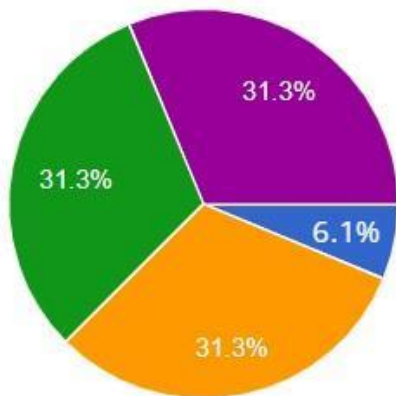
ՁԼՄ-ներում որոշում կայացնող մարմնի կառուցվածքը



Հետաքրքրական պատկեր է ստացվել որոշում կայացնողների գեներային բաշխվածության մասով: Ընդամենը մեկ մասնակից է նշել, որ որոշում կայացնողները միայն կանայք են, մնացած 15 պատասխաններն այսպիսին են.

5 ՁԼՄ-ում որոշում կայացնողների մեծամասնությունը կանայք են, 5-ում՝ տղամարդիկ, և 5-ում՝ կանայք և տղամարդիկ հավասարապես են ներկայացված որոշում կայացնող մարմնում/խորհրդում: Մտացվում է, որ մասնակից ՁԼՄ-ներում որոշումները կայացվում են երկու սեռերի կողմից՝ գրեթե հավասարապես:

Ում կադմից են կայացվում որոշումները



- Կնոջ/կանանց
- Տղամարդու/տղամարդկանց
- Խորհրդատվական մարմնի, որտեղ ավելի շատ կանայք են
- Խորհրդատվական մարմնի, որտեղ ավելի շատ տղամարդիկ են
- Խորհրդատվական մարմնի, որտեղ հավասար թվով կանայք և տղամարդիկ են



«ԶԼՄ-ների ղեկավար կազմում կանանց թվի աճը վերջին տարիների միտում է, ընդ որում այդ միտումը ողջ աշխարհում է նկատվում: Հիմնական բացատրությունը առցանց մեդիայի զարգացման հետ է կապված, որտեղ ավանդական «ապակե առաստաղ»^[11] շատ ավելի բարձր է, քան դասական տպագիր լրատվամիջոցներում: Միաժամանակ, կանանց թիվը շարունակում է ցածր մնալ հանրային ավելի մեծ ազդեցություն և լսարան ունեցող հեռուստատեսային մեդիայի ղեկավարների պաշտոններում: Կանայք գրեթե ներկայացված չեն ԶԼՄ-ների քաղաքականությունը կարգավորող մարմիններում, ինչպես օրինակ Հեռուստատեսության և ռադիոյի հանձնաժողովում»,- նշում է Թամարա Հովնաթանյանը:



ԶԼՄ-ների հնարավոր սովորաբար կառավարման, դրա վրա քաղաքական ուժերի ազդեցության վերաբերյալ մշտապես տեղեկատվություն է շրջանառվում, որը, սակայն, փաստագրված ու լիարժեք բացահայտված չէ, ինչն էլ դժվարացնում է ԶԼՄ-ների իրական ղեկավար կազմի գենդերային բաշխվածության ուսումնասիրությունը:



«Խմբագրության ամենօրյա գործունեության վերաբերյալ որոշումներ կայացնողները մեծամասամբ խմբագիրները/տնօրեններն են: Սակայն լրատվամիջոցի ուղղվածության հարցում շատ դեպքերում վճռորոշ դեր ունեն այլ անձինք կամ կառույցներ (կուսակցություններ, բիզնես շրջանակներ), որոնցից կախված է տվյալ ԶԼՄ-ի ֆինանսավորումը»,- ասում է «Երևանի մամուլի ակումբ»-ի պատվավոր նախագահ Բորիս Նավասարդյանը:



¹¹ «Ապակե առաստաղ» (glass ceiling), արտահայտությունը գործածվում է ներկայացնելու համար այն անտեսանելի պատնեշը, որը թույլ չի տալիս հասարակության որևէ հատվածին (սովորաբար կանանց) որոշակի դիրքից վերև բարձրանալ հատկապես աշխատաշուկայում:

Նավասարդյանի կարծիքով՝ անկախության ավելի բարձր մակարդակ ունեցող հայաստանյան լրատվամիջոցներում կանանց դերակատարումն ավելի մեծ է: Իսկ Հովնաթանյանն էլ նշում է, որ գլխավոր խմբագրի պաշտոնում աշխատող անձը միշտ չէ, որ տվյալ ՁԼՄ-ի սեփականատերն է.



«Ստվերային կառավարման գործոնը նույնպես առկա է: Հայաստանում ՁԼՄ-ները հիմնականում կայացած չեն որպես շահութաբեր բիզնես, հետևաբար գործունեությունն ապահովելու ճանապարհին ստիպված են համակերպվել իրենց ֆինանսական կայունությունն ապահովող կառույցների և անհատների ստվերային կառավարման հետ: Խոսքը կարող է գնալ խոշոր բիզնեսի, քաղաքական խոշոր ուժերի և այլոց մասին, որոնք բոլորն էլ ներկայացված են տղամարդկանց դեմքով»:

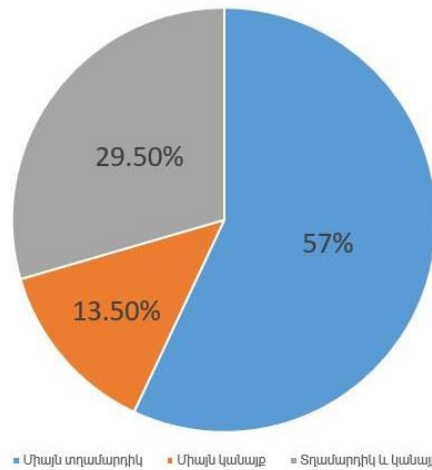


Փորձագետների կարծիքը հաստատվում է նաև ՁԼՄ-ների սեփականատերերի/իրական շահառուների վերաբերյալ հայտարարագրերում արձանագրված պաշտոնական տեղեկատվությամբ: ՀՀ կառավարության էլեկտրոնային ռեգիստրում առկա իրավաբանական անձանց սեփականատերերի վերաբերյալ տեղեկատվության մեր վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ սույն հետազոտության նպատակով ընտրված ՁԼՄ-ների մեծ մասը պատկանում են տղամարդկանց կամ ղեկավարվում են տղամարդկանց կողմից: Կանանց մասնակցությունը որպես սեփականատեր ցածր է հատկապես հեռուստաընկերություններ ղեկավարող իրավաբանական անձանց մասնաբաժնում: Ուսումնասիրված 15 հեռուստաընկերություններից 11-ի սեփականատերերը/ղեկավարները 100%-ով տղամարդիկ են, իսկ մնացած 4-ի դեպքում կանայք և տղամարդիկ տարբեր մասնաբաժիններ ունեն:

Ընդհանուր 37 ՁԼՄ-ների¹² իրական սեփականատերերի մասին առկա տեղեկատվությունը փաստում է, որ դրանցից ընդամենը 5-ն է պատկանում միայն կանանց, 21-ը պատկանում է միայն տղամարդկանց, իսկ մնացած 11-ը՝ կանանց և տղամարդկանց տարբեր մասնաբաժիններով:

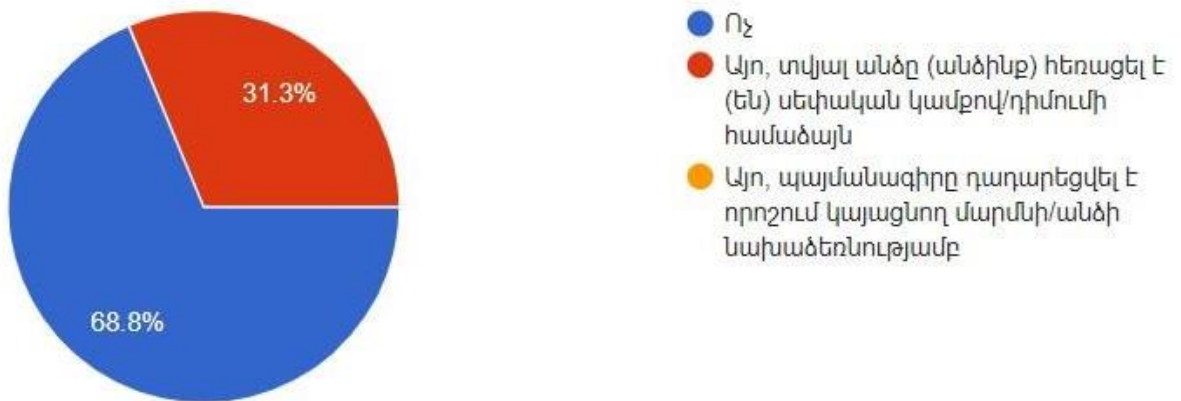
¹² Հանրային հեռուստաընկերությունը, Հանրային ռադիոն և Արմենպրես գործակալությունը մասնավոր սեփականություններ չեն: Առաջին երկուսը ղեկավարվում են տղամարդկանց կողմից, իսկ Արմենպրես գործակալությունը կին ղեկավար ունի: «Հայաստանի հանրային հեռուստաընկերություն», «Հայաստանի հանրային ռադիոընկերություն» փակ բաժնետիրական ընկերությունների կառավարումն ապահովող և հսկողություն իրականացնող մարմինը Հանրային հեռարձակողի խորհուրդն է, որի 7 անդամներից միայն 1-ն է կին:

Ընտրված 3 ՁԼՄ-ների սեփականատերերը



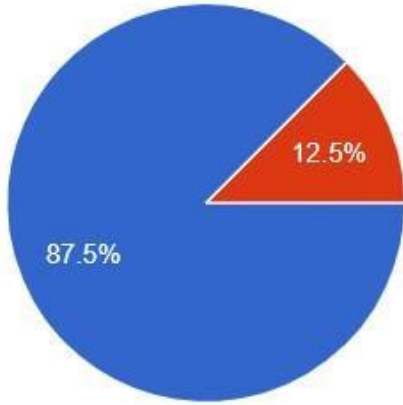
Տղամարդկանց ու կանանց հնարավորությունների տարբերությունը զգալի է դառնում ընտանեկան պատճառներով աշխատանքից հեռանալու կամ դադար վերցնելու դրվագներում, որը, սակայն, հատուկ է ոչ միայն մեղիա ոլորտին, այլև ամբողջ աշխատաշուկային: Մասնավորապես 16 ՁԼՄ-ներից 5-ը նշել է, որ նախորդ 3 տարիների ընթացքում կին աշխատակիցները հեռացել են աշխատանքից ընտանիք կազմելու, երեխա ունենալու և ընտանեկան դրությամբ պայմանավորված այլ հարցերի պատճառով: Լրատվամիջոցներից մեկը նշել է, որ 3 կին է հեռացել աշխատանքից ընտանեկան պատճառով, որոնցից 2-ը որոշ ժամանակ անց վերադարձել է աշխատանքի:

Հարցմանը նախորդող 3 տարիների ընթացքում կին աշխատակիցները հեռացել են աշխատանքից ընտանիք կազմելու, երեխա ունենալու և ընտանեկան դրությամբ պայմանավորված այլ հարցերի պատճառով



Նույն պատճառներով տղամարդ աշխատակցի կորուստ են ունեցել մասնակիցներից ընդամենը երկուսը: Ընդ որում՝ մեկ ՁԼՄ-ից ընտանեկան պատճառներով հեռացած տղամարդկանց թիվը ևս 3 է եղել, նրանցից որևէ մեկը չի վերադարձել:

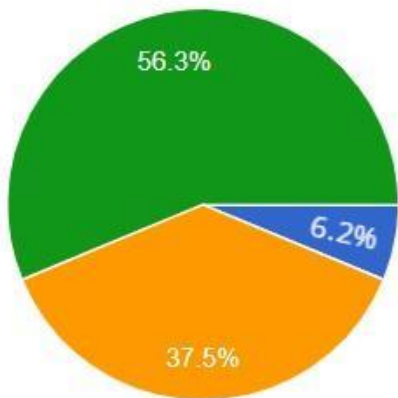
Հարցմանը նախարդող 3 տարիների ընթացքում աղյուսադ աշխատակիցները հեռացել են աշխատանքից ընտանիք կազմելու, երեխա ունենալու և ընտանեկան դրությամբ պայմանավորված այլ հարցերի պատճառով



- Ոչ
- Այո, տվյալ անձը (անձինք) հեռացել է (են) սեփական կամքով/դիմումի համաձայն
- Այո, պայմանագիրը դադարեցվել է տվյալ աշխատակցի հետ որոշում կայացնող մարմնի/անձի Նախաձեռնությամբ

Աշխատավարձերի տարբերության վերաբերյալ հարցին մասնակիցներից միայն մեկն է նշել, որ իրենց ՁԼՄ-ում երեք ամենաբարձր աշխատավարձերը ստանում են կանայք: 9-ի դեպքում 3 ամենաբարձր աշխատավարձ ստացողներից 2-ը կանայք են, 6-ի դեպքում՝ 2-ը տղամարդ են:

Լրատվամիջոցում երեք ամենաբարձր աշխատավարձ ստացող աշխատակիցների սեռային բաշխվածությունը



- Երեքն էլ կին են
- Երեքն էլ տղամարդ են
- Մեկ կին, երկու տղամարդ
- Երկու կին, մեկ տղամարդ

Ինչ վերաբերում է նույն մասնագիտությունն ունեցող և նույն ծավալի աշխատանք կատարող կին և տղամարդ աշխատակիցների աշխատավարձերի տարբերության մասին հարցին, ապա բոլոր մասնակիցները նշել են, որ այդպիսի տարբերություն առկա չէ կամ որ նույն աշխատանք կատարողները բոլորը նույն սեռի են (օրինակ, բոլոր լրագրողները կանայք են): Ի հակադրություն, 2020 թվականին ՀՀ աշխատաշուկայի լայնամասշտաբ վերլուծության արդյունքում երկրում արձանագրվել էր կանանց և տղամարդկանց ժամային

վարձատրության զգալի տարբերություն, մասնավորապես՝ ժամային վարձատրության գենդերային ճշգրտված խզվածքը գնահատվել է 28.4%¹³: Այնինչ մեր հարցման մասնակիցներից որևէ մեկը չի նշել, որ իրենց կողմից ղեկավարվող ՁԼՄ-ում կա վարձատրության գենդերային խզվածք:



«Ողջ աշխարհում ոլորտում առկա է աշխատավարձերի գենդերային տարբերություն, Հայաստանում էլ այդ խնդիրը կա, և անկախ նրանից՝ ինչ են ասում դրա մասին ՁԼՄ-ների ղեկավարները, պաշտոնական վիճակագրության տվյալները աշխատավարձերի գենդերային խզումը բացահայտում են»,- ասում է փորձագետ Թամարա Հովնաթանյանը:



Մասնակիցներից մեկը նշել է, որ կա տարբերություն լրագրողի և օպերատորի աշխատավարձերի միջև: Օպերատորները, որ մեծամասամբ տղամարդիկ են, ավելի քիչ են վարձատրվում, քան լրագրողները: Սակայն տվյալ տարբերությունը ոչ թե սեռով է պայմանավորված, այլ մասնագիտությունով:

Հարցմանը նախորդած 3 տարիների ընթացքում իրենց աշխատակիցներին արտասահմանյան գործուղումների են ուղարկել մասնակիցներից 11-ը, նրանցից միայն մեկի դեպքում է ավելի շատ տղամարդ աշխատակից գործուղվել, մնացած 10-ի դեպքում կանայք ավելի շատ են հնարավորություն ունեցել արտերկրյա գործուղումների: Հարցմանը նախորդած 6 ամիսների ընթացքում ՀՀ տարածքում գործուղումների, տարատեսակ դասընթացների և կոնֆերանսների են մասնակցել 16 ՁԼՄ-ներից 15-ի աշխատակիցները: Այս դեպքում սեռերի բաշխվածությունը գրեթե մոտ է հավասարությանը, սակայն մասնակից երկու ՁԼՄ-ների դեպքում միայն կանայք գործուղվել իրենց աշխատավայրից հեռու գտնվող բնակավայրեր:

Հարցմանը նախորդած մեկ տարվա ընթացքում Ձեր ՁԼՄ աշխատակիցներից որևէ մեկը պաշտոնի առաջխաղացում, աշխատավարձի բարձրացում ունեցել է կամ ֆինանսական խրախուսանք ստացել է. այս հարցին մասնակիցներից 11-ը դրական են պատասխանել: Նրանցից միայն մեկն է նշել, որ հավասարապես խրախուսվել են բոլոր աշխատակիցները, մեկ այլ մասնակից չի կարողացել տվյալներ փոխանցել՝ վիճակագրության բացակայության պատճառով: Մասնակից ՁԼՄ-ներից մեկում միայն կանայք են պաշտոնի առաջխաղացում կամ աշխատավարձի բարձրացում ունեցել, մնացած 8-ում՝ ավելի շատ կանայք, քան տղամարդիկ:

¹³ Հայաստանի աշխատաշուկայում վարձատրության գենդերային խզվածքի և գենդերային անհավասարության վերլուծություն, ՄԱԿ Կանայք (UN Women), ՀՀ Վիճակագրական կոմիտե, 2020, էջ 6:

Եզրակացություն

Սույն ուսումնասիրության արդյունքները մի կողմից հաստատեցին տարածաշրջանային մակարդակում առկա տվյալները՝ հատկապես ոլորտի ֆեմինիզացման, կանանց դերակատարության ավելացման վերաբերյալ, մյուս կողմից ընդգծեցին բոլոր այն խնդիրները, որոնց բացահայտումն առավել խորքային հետազոտություն է պահանջում:

Տվյալ ուսումնասիրության շրջանակներում իրականացված անանուն առցանց հարցման միջոցով ստացված տվյալներում առկա են միտումներ ՁԼՄ-ներում կանանց ու տղամարդկանց հավասար հնարավորությունների ապահովման տեսանկյունից: Սակայն ՁԼՄ ոլորտում կանանց ներգրավվածության բարձր տոկոսի առկայությունը մեր երկրում և տարածաշրջանում ոչ այնքան խորհրդանշում են հանուն գենդերային հավասարության պայքարում արձանագրված հաջողությունները, որքան ցուցիչ են ոլորտային առանձնահատկություններով պայմանավորված գենդերային տարանջատման: Լրագրության ֆակուլտետներում և խմբագրություններում կանանց թվի գերակշռությունը, այնուամենայնիվ, չի նշանակում, թե ոլորտում որոշումների կայացման և քաղաքականությունների վարման մեջ կանայք նույնպիսի գերակշռություն ունեն: Սա առավել ընդգծված է ավելի մեծ լսարան և ռեսուրսներ ունեցող հեռուստաընկերությունների պարագայում:

ՁԼՄ-ների իրական սեփականատերերի, ազդեցություն ունեցող շրջանակների վերաբերյալ տվյալներ ստանալու համար ոչ միայն ավելի խորքային հետազոտություններ են անհրաժեշտ, այլև հետաքննություններ: Ոլորտի վարձատրելիության վերաբերյալ ևս հետաքննությունների անհրաժեշտություն կա՝ բացահայտելու համար գրանցված աշխատավարձերից դուրս գործող ֆինանսական սխեմաները, կոռուպցիոն գործարքները, և դրանցում կանանց և տղամարդկանց ներգրավվածության առանձնահատկությունները:

Մինևույն ժամանակ, անհրաժեշտ է իրականացնել ՁԼՄ-ների տարանջատված հետազոտություն (հեռուստատեսություն, ռադիո, տպագիր ու առցանց մամուլ)՝ պարզելու առավել մեծ ռեսուրսներ և լսարան ու ազդեցություն ունեցող ՁԼՄ-ների դեկավար կազմում կանանց մասնակցությունը, ինչպես նաև իրական սեփականատերերի գենդերային բաշխվածությունը:

Օգտագործված գրականություն

1. Women and Leadership in the News Media 2023: Evidence from 12 Markets, Factsheet March 2023, Reuters Institute for the Study of Journalism, Kirsten Eddy, Amy Ross Arguedas, Mitali Mukherjee, and Rasmus Kleis Nielsen:
2. The Missing Perspectives of Women in News, Luba Kasso, 2020
3. Who Makes the News?, 6th Global Media Monitoring Project, 2020
4. State of Technology in Global Newsrooms, International Center for Journalists, Diana Owen, 2019
5. Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media — Advancing gender equality in decision-making in media organisations, Europe Institute for Gender Equality, 2013
6. Global Report on the Status of Women in the News Media, International Women’s Media Foundation, Carolyn M. Byerly, 2011
7. Gender gap in labour force participation rates, International Labour Organization
8. World Economic Forum, Global Gender Index Gap 2023
9. Հայաստանի աշխատաշուկայում վարձատրության գենդերային խզվածքի և գենդերային անհավասարության վերլուծություն, ՄԱԿ Կանայք (UN Women), ՀՀ Վիճակագրական կոմիտե. 2020

Հավելված 1. Առցանց անանուն հարցման համար ընտրված ՋԼՄ-ների ցանկը

1. Հանրային հեռուստաընկերություն
2. «Արմենիա» հեռուստաընկերություն
3. «Շանթ» հեռուստաընկերություն
4. «Կենտրոն» հեռուստաընկերություն
5. 5-րդ ալիք
6. «Բուն TV» հեռուստաընկերություն
7. «Գալա» հեռուստաընկերություն
8. «Ցայգ» հեռուստաընկերություն
9. «Շանթ Գյումրի» հեռուստաընկերություն
10. «Ֆրի Նյուզ» հեռուստաընկերություն
11. «ԱԼՏ» հեռուստաընկերություն
12. «Տավուշ» հեռուստաընկերություն
13. «Լոռի» հեռուստաընկերություն
14. «Անկյուն +3» հեռուստաընկերություն
15. «Կոտայք» հեռուստաընկերություն
16. Հանրային ռադիո
17. Ազատություն ռադիոկայան
18. «Առավոտ» օրաթերթ
19. «Ժողովուրդ» օրաթերթ
20. «Հրապարակ» օրաթերթ
21. «Հայկական ժամանակ» օրաթերթ
22. A1plus.am
23. 1in.am
24. News.am
25. Tert.am
26. Panorama.am
27. Hetq.am
28. Civilnet.am

29. Civic.am
30. 168.am
31. Lragir.am
32. Epress.am
33. Medialab.am
34. Infocom.am
35. Aliqmedia.am
36. Mediamax.am
37. Armenpress.am

Հավելված 2. ՁԼՄ դեկավարների շրջանում իրականացված անանուն առցանց հարցման հարցաշարը

1. Ձեր ՁԼՄ-ն գործում է

- Երևանում, համապետական սփռման/նշանակության է
- Երևանում, մայրաքաղաքային սփռման/նշանակության է
- Մարզում, տեղական սփռման/նշանակության է
- Մարզում, համապետական սփռման/նշանակության է

2. Քանի աշխատակից կա Ձեր լրատվամիջոցում: Եթե ընդհանուր աշխատակիցների քանակը գերազանցում է 30-ը, այս և հաջորդող հարցերին պատասխանել միայն լրատվական ծառայությունում ներգրավված աշխատակիցների վերաբերյալ:

3. Աշխատակիցներից քանի՞սն են կին, քանի՞սը՝ տղամարդ:

4. Ինչպիսի՞ կառուցվածք ունի որոշում կայացնող մարմինը:

- Որոշումները կայացվում են միանձնյա
- Որոշումները կայացվում են խորհրդի/խորհրդատվական մարմնի կողմից
- Որոշումների կայացմանը մասնակցում է ամբողջ թիմը
- Այլ

5. Ո՞ւմ կողմից են կայացվում որոշումները

- Կնոջ/կանանց
- Տղամարդու/տղամարդկանց
- Խորհրդատվական մարմնի, որտեղ ավելի շատ կանայք են
- Խորհրդատվական մարմնի, որտեղ ավելի շատ տղամարդիկ են
- Խորհրդատվական մարմնի, որտեղ հավասար թվով կանայք և տղամարդիկ են

6. Հարցմանը նախորդող 3 տարիների ընթացքում կին աշխատակիցները հեռացել են աշխատանքից ընտանիք կազմելու, երեխա ունենալու և ընտանեկան դրությամբ պայմանավորված այլ հարցերի պատճառով:

- Ոչ

- Այո, տվյալ անձը (անձինք) հեռացել է (են) սեփական կամքով/դիմումի համաձայն
- Այո, պայմանագիրը դադարեցվել է որոշում կայացնող մարմնի/անձի նախաձեռնությամբ

7. Եթե նախորդ հարցին դրական էք պատասխանել, ապա նշեք այդիսի աշխատակիցների քանակը:

8. Եթե 6-րդ հարցին դրական էք պատասխանել, ապա նշեք, թե հարցմանը նախորդող 3 տարիների ընթացքում երեխա ունենալու կամ ընտանեկան այլ հարցերի պատճառով աշխատանքից հեռացած քանի՞ կին աշխատակից է որոշ ժամանակ անց վերադարձել աշխատանքի:

9. Հարցմանը նախորդող 3 տարիների ընթացքում տղամարդ աշխատակիցները հեռացել են աշխատանքից ընտանիք կազմելու, երեխա ունենալու և ընտանեկան դրությամբ պայմանավորված այլ հարցերի պատճառով:

- Ոչ
- Այո, տվյալ անձը (անձինք) հեռացել է (են) սեփական կամքով/դիմումի համաձայն
- Այո, պայմանագիրը դադարեցվել է տվյալ աշխատակցի հետ որոշում կայացնող մարմնի/անձի նախաձեռնությամբ

10. Եթե նախորդ հարցին դրական էք պատասխանել, ապա նշեք այդիսի աշխատակիցների քանակը:

11. Եթե 9-րդ հարցին դրական էք պատասխանել, ապա նշեք, թե հարցմանը նախորդող 3 տարիների ընթացքում երեխա ունենալու կամ ընտանեկան այլ հարցերի պատճառով աշխատանքից հեռացած քանի՞ տղամարդ աշխատակից է որոշ ժամանակ անց վերադարձել աշխատանքի:

12. Նշեք Ձեր լրատվամիջոցում երեք ամենաբարձր աշխատավարձ ստացող աշխատակիցների սեռային բաշխվածությունը:

- Երեքն էլ կին են
- Երեքն էլ տղամարդ են
- Մեկ կին, երկու տղամարդ
- Երկու կին, մեկ տղամարդ

13. Նշեք նույն մասնագիտությունն ունեցող և նույն ծավալի աշխատանք կատարող կին և տղամարդ աշխատակիցների աշխատավարձերի տարբերությունը: (օրինակ, կին լրագրողը տղամարդ լրագրողից 15% ավելի է վարձատրվում, կամ տղամարդ օպերատորը կին օպերատորից 20% ավելի է վարձատրվում:

14. Հարցմանը նախորդող երեք տարիներին Ձեր ՁԼՄ աշխատակիցներից որևէ մեկը մեկնե՞լ է արտասահմանյան գործուղման՝ որևէ իրադարձության լուսաբանման կամ վերապատրաստման նպատակով:

- Այո
- Ոչ

15. Եթե նախորդ հարցին դրական էք պատասխանել, ապա նշեք գործուղված աշխատակիցների սեռը/սեռային բաշխվածությունը (օրինակ՝ մեկ կին, երկու տղամարդ):

16. Հարցմանը նախորդած 6 ամիսների ընթացքում Ձեր ՁԼՄ աշխատակիցներից որևէ մեկը մեկնե՞լ է ՁԼՄ-ի տեղակայման վայրից այլ քաղաք/մարզ/համայնք գործուղման՝ որևէ իրադարձության լուսաբանման կամ վերապատրաստման նպատակով:

- Այո
- Ոչ

17. Եթե նախորդ հարցին դրական էք պատասխանել, ապա նշեք գործուղված աշխատակիցների սեռը/սեռային բաշխվածությունը (օրինակ՝ երկու կին, մեկ տղամարդ):

18. Հարցմանը նախորդած մեկ տարվա ընթացքում Ձեր ՁԼՄ աշխատակիցներից որևէ մեկը պաշտոնի առաջխաղացում, աշխատավարձի բարձրացում ունեցե՞լ է կամ ֆինանսական խրախուսանք ստացե՞լ է:

- Այո
- Ոչ

19. Եթե նախորդ հարցին դրական էք պատասխանել, ապա նշեք պաշտոնի առաջխաղացում, աշխատավարձի բարձրացում ունեցած կամ ֆինանսական խրախուսանք ստացած աշխատակցի/աշխատակիցների սեռը/սեռային բաշխվածությունը (օրինակ՝ մեկ կին կամ երկու տղամարդ, մեկ կին):