

МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ

ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№20/524

ШУС, НУС

2019

НИЙГМИЙН СҮЛЖЭЭНД ЖЕНДЭРИЙН ТЭГШ БАЙДАЛ, ЭМЭГТЭЙЧҮҮДИЙН ХӨГЖЛИЙН АСУУДЛЫГ МЭДЭЭЛЖ БУЙ БАЙДАЛ

Л.Ариун*

*ХУИС-ийн Сэтгүүл зүй, медиа технологийн тэнхимийн багш, доктор (Ph.D)

Түлхүүр үг: Жендэр, эмэгтэйчүүдийн ялгаварлан гадуурхалт, нийгмийн мэдээллийн хэрэгсэл, түүний үр нөлөө

Монгол Улсад 2005 оноос хойш Жендэрийн тэгш байдлыг хангах эрх зүй, бодлогын орчин сайжирч, үндэсний тогтолцоо амжилттай хөгжиж ирсэн¹ хэмээн Жендэрийн Үндэсний хорооны тайлан бичигт дурдсан байна. 2011 онд Жендэрийн тэгш байдлыг хангах тухай хуультай болж уг хуулийн хэрэгжилтийг дэмжих зорилгоор Засгийн газрын дунд хугацааны стратеги (2013-2015) болон Жендэрийн тэгш байдлыг хангах үндэсний хөтөлбөрүүд (2002-2015), (2017-2021) хэрэгжүүлж ирсэн нь Монгол Улсын Засгийн газар, иргэний нийгмийн болон олон улсын түншлэгч байгууллагуудын хамтын хүчин чармайлт юм. Жендэрийн тэгш байдлыг хангах тухай хууль батлагдсаны үр дүнд УИХ-ын дэргэдэх Хүний эрхийн комисс, Төрийн албаны зөвлөл, Үндэсний статистикийн хороо үндсэн чиг үүргийнхээ хүрээнд жендэрийн асуудлыг тусган хэрэгжүүлж байгаа аж. Эдгээр байгууллагын ажлын үр дүнгээр жендэрийн сэдэвчилсэн тайлан судалгаанууд гарч, жендэрийн тэгш бус байдал, жендэрт суурилсан хүчирхийлэл, түүний дотор гэр бүлийн

хүчирхийллийн талаарх мэдээ, тоо баримт нийгэмд ил болж салбар бүр энэ чиглэлд анхаарал хандуулан ажиллах дэвшил гарсан. Хүний эрх, жендэрийн шударга байдлын төлөө тэмцэгч иргэний нийгмийн байгууллагууд, ялангуяа эмэгтэйчүүдийн хөдөлгөөн улам хүчирхэгжиж, эмэгтэйчүүдийн эсрэг аливаа хүчирхийлэл, тэр дундаа гэр бүлийн хүчирхийлэлтэй тэмцэх, хүн худалдаалах гэмт хэргийг таслан, зогсоох, улс төрийн шийдвэр гаргах түвшин дэх эмэгтэйчүүдийн оролцоог хангахын төлөө өрнөж буй үйл явцад манлайлах үүргийг гүйцэтгэж байна². Хэдийгээр бие даасан хууль батлагдаж, эрх зүйн бодлогын орчин сайжирч, тогтолцоо бий болсон ч жендэрийн тэгш байдлын талаарх ойлголт, мэдлэг бүх түвшинд дутмаг, жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг өөрчлөх, жендэрт суурилсан хүчирхийллийг таслан зогсооход чиглэсэн мэдээлэл, сурталчилгаа болон нөлөөллийн бусад ажил хийх шаардлага байсаар буй юм.

Нийгэм дэх мэдээллийн хүртээмж сайжирч, нийгэм, улс төрийн амьдралд иргэдийн оролцоо нэмэгдэж байгаа ч нөгөө талаас нийгмийн бодлогын хэрэгжилт, иргэдийн мэдлэг чадвар, эрч хүчийг залан чиглүүлэх хүчин зүйл болж чадахгүй байгаа нь үнэт зүйлийн

төөрөгдөл, ялгааг дэвэргэж, бухимдал, стресс, зөрчил, хүчирхийлэл нэмэгдэхэд нөлөөлж байна.

“Тэгш бус байдал хүнийг ядууралд хүргэж, нийгмийн эрүүл мэндийг доройтуулан, тогтвортой хөгжих боломжийг үгүй хийдэг” хэмээн ЮНЕСКО-гийн Ерөнхий захирал Ирина Бокова хэлсэн байдаг аж. Эмэгтэй, эрэгтэй хүмүүс эрх чөлөөтэй, нэр төртэй амьдрах тэгш боломжийг эдэлж чадсан тэр л цагт тогтвортой хөгжил, хүний эрх, энх тайван оршин тогтнох боломжтой. Эмэгтэй, эрэгтэй хүмүүс бүх түвшинд чанартай боловсрол эзэмших, боломж бололцоог эдлэх, ажил хөдөлмөр эрхлэх, өөрийн мэдлэг, чадвар, эрх мэдлийг тэгш хуваалцах боломжтой тэр л үед тэгш байдал оршдог³.

“Тэгш байдал” гэдэг нэр томъёо нь эмэгтэй, эрэгтэй хүмүүс, охид, хөвгүүд өөрийн авьяас чадварыг бүрэн дүүрэн ашиглах боломжийг тэгш бүрдүүлж, аливаа ялгаварлан гадуурхалгүйгээр, хүн бүр үнэ цэнэтэй болохыг хүлээн зөвшөөрөх гэсэн утга санааг илэрхийлнэ⁴. Жендэрийн тэгш байдалд дэлхий нийт улам ихээр анхаарлаа хандуулж байгаа бөгөөд энэ асуудлаар олон улсын хэд хэдэн конвенц, тунхаглал батлагджээ. Эдгээрийн дотроос “Эмэгтэйчүүдийг ялгаварлан гадуурхах бүх хэлбэрийг устгах тухай” конвенц, “Бээжингийн үйл ажиллагааны мөрийн хөтөлбөр” хэмээх хоёр баримт бичиг чухал ач холбогдолтой. 1995 онд зохион байгуулагдсан Дэлхийн эмэгтэйчүүдийн асуудлаарх НҮБ-ын 4 дүгээр Бага хурлаас баталсан дээрх мөрийн хөтөлбөр нь нийгмийн бүх салбарт жендэрийн тэгш байдлыг хангахад хэвлэл мэдээлэл нэн чухал үүрэгтэй болохыг онцолсон юм. Ялангуяа “Харилцаа, холбооны бүх салбарт, тэр дундаа хэвлэл мэдээллийн салбар дахь

эмэгтэйчүүдийн талаарх хэвшмэл ойлголтыг халах, тэдний оролцоо тэгш бус байгааг таслан зогсоох”-ын төлөө хүчээ нэгтгэхийг тус хөтөлбөр уриалсан⁵.

Жендэрийн эрх тэгш байдал гэж эрэгтэй, эмэгтэй хүн улс төр, эрх зүй, эдийн засаг, нийгэм, соёлын ба гэр бүлийн харилцаанд тэгш эрхтэй оролцож, эдийн засаг, нийгэм, соёлын хөгжлийн үр шимээс тэгш хүртэж, хөгжилд эрх тэгш хувь нэмрээ оруулснаар жендэрийн ялгаварлан гадуурхлаас ангид байхыг хэлнэ⁶ хэмээн манай улс хуулиндаа тодорхой заасан. Жендэрийн хэвшмэл ойлголт: Эмэгтэй, эрэгтэй хүмүүсийн талаарх нийгэмд хэвшиж, тогтсон ойлголт, итгэл үнэмшил бөгөөд эдгээр нь үргэлж биш ч, ихэнх тохиолдолд сөрөг, ялгаварлан гадуурхсан байдлаар илэрдэг. Ийм хэвшмэл ойлголтууд нь нарийн учир шалтгаан, шинж байдлыг үл анзааран, онцгойрох болон хувь хүний сонголт зэргийг тооцож үздэггүй⁷.

Хэвлэл мэдээллийн бүх хэрэгсэл жендэрийн тэгш байдал болон жендэртэй холбоотой хэвшмэл ойлголтыг халах тухай нээлттэй бичиж, нийтлэх, үзүүлэх давхар үүрэг гүйцэтгэх ёстой. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл /сонин, радио, телевиз/ болон шинэ технологи нь аль ч нийгэм, соёлын салшгүй хэсэг юм. Хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл нь соёлыг түгээгч бөгөөд улам даяаршиж буй соёлын хөдөлгөх хүч гэдгийг нийтээр хүлээн зөвшөөрч байна. Хэвлэл мэдээллийн нягтаршил ихтэй улс орнуудад мэдээлэл ямар нэг хэмжээгээр нөлөөлөөгүй нийгмийн салбар байдаггүй бөгөөд хэвлэл мэдээллийнхэн өөрсдөө нийгмийг өөрчлөгчид төдийгүй, нийгмийн хөгжлийн хөдөлгөх хүч нь болдог.

Бидний өдөр тутмын амьдралд интернет янз бүрийн үр нөлөө үзүүлэх болжээ. Нийгмийн сүлжээний хэрэглээ хурдацтай тархаж, Монгол Улсын хэмжээнд л гэхэд Фэйсбүүк платформын хэрэглэгчийн тоо 2.1 сая даваад байгаа нь нэг талаар мэдээллийн урсгалыг урьд хожид байгаагүйгээр тэлж байна. Гэвч нөгөө талдаа хуулийн хүрээнд хамгаалагдсан аливаа хүний халдашгүй дархан байдалд шууд халдсан, эсхүл үндэсний аюулгүй байдал, нийгмийн дэг журмыг хохирол учруулахуйц мэдээлэлд хяналт тавих боломж улам хумигдах болов. Өнөөгийн технологийн хөгжлийн хурдыг дагаж, хэвлэл мэдээллийн байгууллагууд ч нийгмийн сүлжээг ашиглах арга барилаа сайжруулж, удирдамж, зарчмуудаа улам боловсронгуй болгох шаардлагатай байна⁸ хэмээн сэтгүүл зүйн мэргэжлийн байгууллагууд үзэж байна.

Цахим орчин, ялангуяа нийгмийн хэвлэл мэдээллийн зохицуулалтын тухай ярихдаа, нийгмийн сүлжээ (social network) ба нийгмийн хэвлэл мэдээлэл (social media) гэсэн хоёр ойлголтыг нарийвчлах нь чухал юм. Монгол Улсад нийгмийн сүлжээ гэсэн нэр томъёог түлхүү хэрэглэдэг. Нийгмийн хэвлэл мэдээлэл нь агуулгад төвлөрсөн бол нийгмийн сүлжээ нь харилцаанд илүүтэй тулгуурласан ойлголт гэж цахим орчны зарим мэргэжилтэн тайлбарлаж байна⁹. Өөрөөр хэлбэл, social media буюу нийгмийн хэвлэл мэдээллийг өргөн хүрээнд нэвтрүүлэх хэрэгсэл гэж хэлж болох бол social network буюу нийгмийн сүлжээ нь бусдыг хооронд нь холбоход ашиглагддаг хэрэгсэл юм. Энэ хоёр ойлголт нь утга зүйн талаас гадна хэрэглээний хувьд ч адилгүй. Нийгмийн хэвлэл мэдээлэл нь өргөн хүрээний уншигч, үзэгч, сонсогчдод мэдээлэл

түгээх, дамжуулахад голчлон төвлөрдөг. Харин нийгмийн сүлжээ нь ашиг сонирхол нэгтэй хүмүүсийг нэгтгэж, хүй олноор (community) дамжуулан харилцаа тогтооход үндэслэнэ. Нөгөөтэйгүүр, нийгмийн хэвлэл мэдээлэл нь харилцаа холбооны суваг бөгөөд домайн хаягаар дамжуулан зочилдог байршил биш юм. Харин эсрэгээрээ нийгмийн сүлжээ нь харилцан ярианд үндэслэн хөгждөг хоёр урсгалтай харилцаа билээ¹⁰.

ХМХ бол агуулгыг түгээгч маш хүчтэй хэрэгсэл юм. Хүмүүс бусад эх сурвалжаас илүүтэйгээр ХМХ-ийн сувгаас хамгийн их мэдээллийг авдаг болсон. Тиймээс өнөөдөр ХМХ тэр тусмаа нийгмийн мэдээллийн хэрэгслийн агуулгыг судлах зайлшгүй хэрэгтэй юм. ХМХ болон технологи нь нийгэмд түгээж буй бүхий л агуулгыг бүтээж байна. Хүмүүсийн үг яриа, улс төрийн ойлголтоос эхлээд хүүхдүүдийн тархи, оюун санаанд амьдрал ямар байх вэ, хэн болох вэ зэргийг зааж зааварлаж байгаа нь тийм ч таатай биш зүйл юм. Өсвөр насны хүүхдүүд 7 хоногт 31 цагийг ТВ үзэж, 17 цагийг хөгжим сонсож, 3 цагийг кино үзэж, 4 цагийг сэтгүүл уншиж, 10 цагийг цахим ертөнцөд өнгөрөөж байна. Өдөр бүр 10 цаг 45 минутыг ямар нэгэн медиа сувагт зарцуулж байна¹¹. Залуу үе нийгмийн мэдээллийн хэрэгсэл, гар утсаар амьдарч, амьсгалж байгаа нь олон судалгаагаар нотлогдсон. Урьд өмнө байгаагүй ийм их мэдээллийн урсгалаас иргэд, залуу үе ямар ч хяналтгүй, цагийн хийгээд орон зайн хязгааргүй мэдээлэл авч байгаа.

Охид, эмэгтэйчүүд гоо сайхан, үзэмж бол эмэгтэй хүний хамгийн чухал зүйл юм гэсэн ойлголтыг мэдээллийн хэрэгслээс авч тэдний бүхий л үнэлэмж, үнэ цэнэ гагцхүү гадаад хэлбэр, гоо сайхан, үзэмж хэлбэр дээр тогтох

хандлагатай болсон. Үүнтэй адил ойлголтыг хөвгүүд ч авч эмэгтэй хүний үнэлэмжийг зөвхөн гоо үзэмжээр л дүгнэж, төлөвшиж байна. Эмэгтэйчүүдийн хувьд хэчнээн амжилт гаргаж, хэчнээн ажил хийж, нэр алдарт хүрсэн ч олон нийтийн дунд тэднийг шүүмжлэх тал нь давамгайл байдаг. “Реклам сурталчилгаа нь бүгд төгс гоо сайхан эмэгтэйчүүдийг харуулдаг. Ихэнх гоо төрхүүд бодит байдлаас өөр байдаг /Фотошоп гэх мэт технологиор сайжруулаад/. Өсвөр насныхан энэ хийсвэр гоо сайхныг бодит гэж хүлээн авдагаас тийм болохын төлөө хамаг цаг, зав, хүч хөдөлмөрөө зардаг нь харамсалтай. Охид 10 настайгаасаа эхлээд таргалах вий гэдэг айдастай болдог аж. ХМХ-ээр тулгаж байгаа энэхүү төгс эмэгтэйн төрх нь охид бүсгүйчүүдийн сэтгэл зүйд нөлөөлж, өөрийгөө дутуу үнэлэх, өөртөө сэтгэл дундуур явах, өөртөө итгэлгүй болох зэрэг байдлаар сэтгэл зүйн дарамт болдог. Мөн ХМХ-ээр эмэгтэйчүүдийг идэвхгүй, эмзэгхэн, сул, дорой гэсэн байдлаар харуулдаг тул охид “Би сул дорой юм байна”, “Би чадахгүй юм байна”, “Ерөнхийлөгч болж чадахгүй нь” гэх мэтээр ойлгож охид эмэгтэйчүүд өөртөө итгэлгүй, сул дорой болж төлөвших сөрөг талтай”¹² хэмээн жендэрийн тэгш эрхийн төлөө ажилладаг Б.Золзаяа “Торгоны зам” цуврал лекцэнд тавьсан “Медиа бидэнд хэрхэн нөлөөлдөг вэ?” илтгэлдээ дурджээ.

Харилцаа холбоо, мэдээллийн технологийн гаргасан хамгийн сүүлийн мэдээгээр Монгол Улсад нийгмийн сүлжээ идэвхтэй хэрэглэгчийн тоо 2,2 сая гээд түүн дотроо фэйсбүүкийн хэрэглэгч 2,2 сая, 44 мянган жиргээч, 400 мянган Инстаграммын хэрэглэгч, линкедины хэрэглэгч 170 мянга¹³ байна

гэжээ. Жиргээчдийн 79, ЛинкедИн 57 хувь нь эрэгтэй байгаа бол Фэйсбүүкийн 52, инстаграммын 61 хувь нь эмэгтэйчүүд байгаа аж.

Нийгмийн хэвлэл мэдээллийн үр нөлөө өндөр байгаа энэ цаг үед нийгмийн мэдээллийн хэрэгслээр жендэрийн тэгш эрх, тэр дундаа эмэгтэйчүүдийн талаар хэрхэн мэдээлж байгааг судлах зорилгоор твиттэр болон фэйсбүүкээр хайлт хийх, олон дагагчтай нийгмийн сүлжээний идэвхтнүүдийн жиргээ, постыг шинжилж үзлээ. Нийгмийн сүлжээний хэрэглээ асар хурдацтай нэмэгдсэн сүүлийн жилүүдэд популист улс төр нь нийгмийн сүлжээгээр дамжин цахим популизм болж хувирч байгаа нийтлэг дүр зураг харагдаж байна¹⁴ гэж улс төр судлаачид дүгнэжээ. Үнэхээр ч нийгмийн сүлжээгээр дамжуулан илэрхийлж байгаа үзэл бодол, байр суурь тэр тусмаа олон дагагчтай нийгмийн идэвхтэн хүмүүсийн үг яриа, байр суурь нийтийн үзэл бодол, итгэл үнэмшил болон тогтох хандлага байгаа нь олон судалгаагаар тогтоогдсон зүйл билээ.

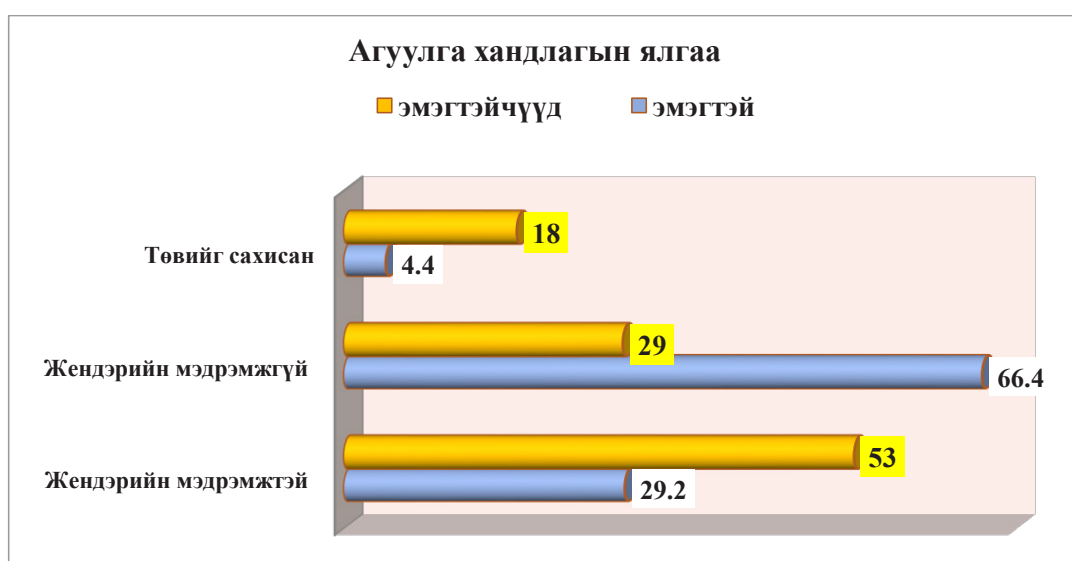
Үзэл бодлоо илэрхийлдэг, асуудлын олон талыг хэлэлцдэг гэсэн утгаар нь твиттэрт “эмэгтэй”, “эмэгтэйчүүд” гэсэн түлхүүр үгээр хайлт хийж тодорхой хугацааны туршид твиттэр хэрэглэгчдийн дээрх үгнүүд орсон жиргээг ажиглалаа. “Эмэгтэй”, “Эмэгтэйчүүд” гэсэн хоёр өөр үгээр хийсэн хайлтын үр дүнд гарч ирсэн жиргээнүүд өнгө аясын болон агуулга хандлагын хувьд ялгаатай байгаа нь юуны өмнө ажиглагдлаа. Мөн “эмэгтэй” гэсэн үгээс “эмэгтэйчүүд” гэдэг үгийг хамаагүй бага хэрэглэдэг болохыг хайлтын үр дүнгийн тоон үзүүлэлтээс харж болно.

Түлхүүр үг	Судалгааны хамрах хугацаа	Жиргээний тоон үзүүлэлт
Эмэгтэй	6 сар	432
Эмэгтэйчүүд	27 сар	370

Агуулгын ялгааны хувьд “эмэгтэйчүүд” гэсэн үгийг голдуу албан мэдээ, тэр тусмаа эмэгтэйчүүдийн тэгш эрхийн төлөөх хурал, зөвлөгөөн, мэргэжилтний тайлбар зэрэгт түлхүү ашигладаг юм байна. Үгийн хувьд авч үзвэл “эмэгтэй” гэдэг нь ганц тоо, хувь хүний хэв шинжийг илэрхийлж байгаа бол “эмэгтэйчүүд” нь олон тоо, нийтлэг хэв шинж рүү ордог ялгаатай нь харагдлаа.

“Эмэгтэй” гэсэн үгээр хайлт хийхэд гарч ирсэн жиргээнүүдийн 66,4 хувь

нь жендэрийн мэдрэмжгүй, эмэгтэйчүүдийг гадаад дотоод шинжээр нь шүүмжилсэн, ялгаварласан, эсвэл хэвшмэл ойлголтоор илэрхийлсэн байсан. Харин “эмэгтэйчүүд” гэдэг үгээр хайлт хийхэд илэрсэн жиргээний 53 хувь жендэрийн мэдрэмжтэй байдлаар буюу эмэгтэйчүүдийн тэгш эрх, хөгжил, манлайллын ойлголтыг нийгэмд зөвөөр таниулж, сурталчлах өнгө аястай байсныг онцолмоор байна.



Жиргээнээс хайлтын хэлбэрээр түүсэн агуулгуудыг ангилбал дараах байдлаар авч үзэж болохоор байна.

"Эмэгтэй" гэсэн хайлтаар Твиттэрт /2019-04-20 ноос 2019-10-20 хүртэл 6 сарын хугацаанд /			
ер/ ангилал	Ангилал	тоо	хувь
Жендэрийн мэдрэмжтэй	Жендэрийн тэгш эрх, эмэгтэйчүүдийн хөгжил	35	10,9
	Эмэгтэйчүүдийн манлайлал /Улс төрч, цэрэг цагдаа, нисгэгч, биенесмэн/	26	8,1
	Урлаг соёл, спортын манлайлал	24	7,4
	Эмэгтэйчүүдийн дүрх төрх, биеэ авч яваа байдлыг магтах	9	2,8

НИЙТ		94	29,2
Жендэрийн мэдрэмжгүй	Эмэгтэйчүүд ийм, тийм байдаг гэсэн хэвшмэл ойлголт /хов ярьдаг, атаархдаг, магтаалд дуртай, мэдрэмжгүй, ааш муутай, бүдүүлэг гэх мэт/	30	9,3
	Эмэгтэй хүн ийм байх ёстой гэсэн хэвшмэл ойлголтыг өөртөө шингээсэн /хайрлагдах, инээмсэглэх, эрхлэх, ухаантай байх, нууцлаг байх, тэвчээртэй байх ёстой, хатан ухаантай байх, уян зөөлөн гэх мэт/	26	8,1
	Секс объект	23	7,1
	Хүчирхийлэл, гэмт хэрэг	21	6,5
	Ухаан муутай, зөрүүд, бүдүүлэг	20	6,2
	Царай зүс, бие бялдраар шүүмжилсэн	19	5,9
	Улс төрч эмэгтэйчүүдийн шүүмжлэл	17	5,3
	Эмэгтэйчүүд болон архи, тамхитай	9	2,8
	Эмэгтэй хүнийг, хүндэл, хайрла, эмэгтэйчүүд эрэгтэйчүүдээс дээр гэсэн хандлага	16	5,0
	Эр, эм хүний ялгаа, бүх талаараа өөр	10	3,1
	Эмэгтэй жолооч ур чадвар муутай, ёс зүйгүй	13	4,5
	Гэрийн ажил хийх, халамжлах үүрэгтэй	5	1,5
	Сул дорой, идэвхгүй	4	1,2
	НИЙТ	213	66,4
Төвийг сахисан	Хүйсийн харьцаа /тоон үзүүлэлт/	8	2,5
	Эрүүл мэнд, гоо сайхантай холбоотой	6	1,8
НИЙТ	14	4,4	
	НИЙТ	321	100
	Бусад	102	24,2
	Жендэрийн асуудлыг хөндсөн жиргээ	321	75,8
	НИЙТ ЖИРГЭЭНИЙ ТОО	423	100

"Эмэгтэйчүүд" гэсэн хайлтаар Твиттэрт /2017-07-20 ноос 2019-10-28 хүртэл 2 жил 3 сар/			
ер/ ангилал	Сэдвийн ангилал	тоо	хувь
Жендэрийн мэдрэмжтэй	Жендэрийн тэгш эрх, эмэгтэйчүүдийн хөгжил	39	12,7
	Улс төрч эмэгтэйчүүдийн манлайлал	31	10,1
	Эмэгтэйчүүдийн оролцоо, дуу хоолой нийгмийн идэвх	22	7,2
	Биенес эмэгтэйчүүдийн манлайлал	21	6,9
	Эмэгтэйчүүдийн манлайлал /цэрэг, цагдаа, нисгэгч/	17	5,6
	Зүс царай, зан ааш сайн сайхан	15	4,9
	Үлгэр дуурайлал болсон эмэгтэйчүүд /халамжтай, ажилсаг/	9	3
	Эмэгтэйчүүдийн спортын манлайлал	8	2,6

		НИЙТ	162	53,0
Жендэрийн мэдрэмжгүй	Эмэгтэйчүүд ийм, тийм байдаг гэсэн хэвшмэл ойлголт /хов ярьдаг, атаархдаг, магтаалд дуртай, мэдрэмжгүй, ааш муутай, бүдүүлэг гэх мэт/		19	6,2
	Царай зүс, бие бялдар шүүмжилсэн		16	5,2
	Эмэгтэй хүнийг, хүндэл, хайрла, эмэгтэйчүүд эрэгтэйчүүдээс дээр гэсэн хандлага		15	4,9
	Хүчирхийлэл, гэмт хэрэг		13	4,2
	Эмэгтэй хүн ийм байх ёстой гэсэн хэвшмэл ойлголтыг өөртөө шингээсэн /хайрлагдах, инээмсэглэх, эрхлэх, ухаантай байх, нууцлаг байх, тэвчээртэй байх ёстой, хатан ухаантай байх, уян зөөлөн гэх мэт/		8	2,6
	Секс объект		8	2,6
	Эмэгтэй жолооч ур чадваргүй, ёс зүйгүй		5	1,6
	Эмэгтэй хүн, архи, тамхи		5	1,6
		НИЙТ		89
Төвийг сахисан	Эр, эм хүмүүсийн сэтгэл зүйн ялгаа		26	8,6
	Эмэгтэйчүүдийн нийгмийн асуудал /гэр бүл, жагсаал цуглаан, тэггэвэр, тэтгэмж/		11	3,6
	Эр, эм хүмүүсийн тоо харьцаа		10	3,3
	Эрүүл мэнд		8	2,6
	НИЙТ		55	18,0
	Нийт		306	100
	Бусад		64	17,3
	Жендэрийн асуудлыг хөндсөн жиргээ		306	82,7
	НИЙТ ЖИРГЭЭНИЙ ТОО		370	100

Жендэрийн тэгш эрх эмэгтэйчүүдийн хөгжлийн асуудлаар хүний эрхийн мэргэжилтнүүд, хуульчид, сэтгүүлчид, улс төрчид гэх зэрэг олон дагагчтай нийгэмд нэр нөлөө бүхий жиргээчид ойлголт өгч, зөв хандлага илэрхийлэхүйц жиргээнүүд багагүй постолж байгааг доорх үзүүлэлтээс харж болно. Жишээлбэл: **Battuul Bat-Erdene**: “Улс төр дэх жендэрийн харилцааг тэнцвэржүүлэх нь зөвхөн эмэгтэйчүүдийн асуудал биш бөгөөд, том зургаар нь харвал алс хэтдээ үр өгөөжөө өгөх бодлого билээ. Энэ талаар зоригтой алхам хийгдэж эхэлж байгаа нь сайшаалтай, цаашид улам өргөжөөсэй. Браво”, **Enkhjargal**: “Нийгмийн хэвшмэл хандлага нь сонголт, шийдвэр гаргалт, зан үйлд

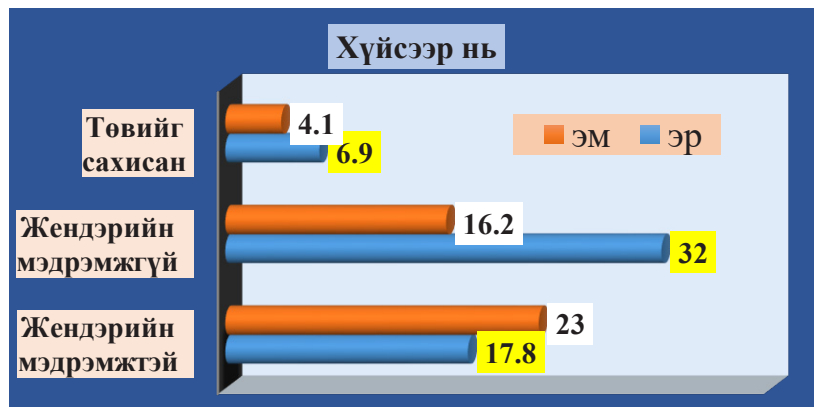
хүчтэй нөлөөтэй. Улс төрийн талбар, шийдвэр гаргах эрх мэдлийг эмэгтэйчүүдийнх биш гэж үздэг. Тиймээс эмэгтэйчүүд энд юугаа хийж байгаа юм гэж хардаг.” **Khulan Jugder**: “Өнөөдөр тохиож буй охидын өдөр медиа салбарт илүү хандаж буй. Охид, залуу эмэгтэйчүүдийг ТВ, ном, сэтгүүл, сурталчилгаанд дүрслэхдээ хэвшмэл ойлголтоос зайлсхийх учиртайг уриалжээ. Энэ тухай @Zola_fem-ийн сонирхолтой илтгэл байдгийг үзээрэй” гэх мэтээр үзэл бодлоо илэрхийлжээ. Мөн эмэгтэйчүүдийн нийгмийн оролцоо, улс төрөөс гадна бизнес, цэрэг, цагдаа, спортын салбарт амжилт гаргасан охид, эмэгтэйчүүдийг онцолсон жиргээнүүд дунджаар 10-аад хувийг эзэлж байгаа нь

чамлахааргүй үзүүлэлт юм. Ийнхүү таамаглаж байснаас арай өөр дүр зураг буюу жендэрийн тэгш байдал, эмэгтэйчүүдийн эрх, жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг засах агуулга бүхий жиргээ постууд тийм ч бага биш байлаа гэж судлаачийн хувьд үзэж байна.

Манай улсын хувьд жендэрийн хэвшмэл ойлголт олон нийтийн дунд бат бөх тогтсон, эмэгтэйчүүдийг ямар нэгэн зүйлд хүйсээр ялгаварлан гадуурхах хандлага ихтэй орон гэдэг нь холбогдох байгууллагуудын судалгаагаар их гардаг. Энэ хандлага ч нийгмийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэлд их ажиглагддаг. Нийт дүнгээрээ эмэгтэйчүүдийг ямар нэгэн байдлаар шүүмжилсэн, хүйсээр нь ялгаварласан жиргээ, постууд хамгийн их хувийг эзэлж байгаа нь харагдаж байна. Тэр дундаа жендэрийн хэвшмэл ойлголтыг шингээсэн үг хэллэг ашиглан эмэгтэй хүн тийм байна, эмэгтэй хүн ийм байх ёстой гэсэн агуулга бүхий жиргээ хамгийн өндөр байна. Тухайлбал: “Эмэгтэй хүн ялдам байх тусмаа...”, “Эмэгтэй хүн “халамж” гэдэг зүйлд уусдаг юм”, “Юм ер нь арчилгаандаа л байдаг, эмэгтэй хүн ч гэсэн”, “Эр хүнээр хайрлуулахын тулд эмэгтэй хүн өөрөө тэмцэх хэрэгтэй”, “Эмэгтэй хүний гоо сайхныг магтах тусам эмэгтэйлэг болж хувирдаг”, “Эмэгтэй хүнд л бүх учир байна. Хүчирхийллийг ихэнх эмэгтэйчүүд хийдэг. Үгийн хүчирхийлэл, бодлын хүчирхийлэл”, “Эмэгтэй хүн яг

Чебарушка шиг гэнэ, хөөрхөн бас насаараа нэг матартай амьдардаг”, “Эмэгтэй хүн хэзээ ухааны суудаг юм бол? Минийхээр 35-аас наашгүй бололтой”, “Хүүхнүүдийнхээ харьцаа хандлагад бөөнөөрөө анхаарах цаг болчихжээ. Хүүхдүүдийхээ хажууд элдэв хараалын үг урсгаж, нус шүлсээ хаях бас л”. Мөн архи тамхины хэрэглээтэй эмэгтэйчүүдийг шүүмжилсэн жиргээ багагүй харагдаж их олон лайк, коммент, шэйр авах юм. “Архи уудаг хүүхнүүд бүүр хамгийн заваан муухай! Та нар ууж болно үгүйсгэхгүй, Гэхдээ л эмэгтэй хүнд архи хамгийн муухай” энэ нь цаагуураа хүйсээр ялгаварлаж байгаа тод жишээ. Эндээс үүдээд эмэгтэй хүн ингэж болно, болохгүй, ийм байх ёстой гэсэн хэвшмэл ойлголтууд бүр л их дэлгэрэх хандлага тогтоно.

Судалгаагаа хийхдээ хүйсийн болон цаг үеийн хувьд ямар онцлог ялгаа байгааг харьцуулж харлаа. Цаг үеийн хувьд эмэгтэйчүүдийн тухай сэдэв мартын 8 буюу эмэгтэйчүүдийн эрхийг хамгаалах цаг үеэр багахан өсдөг, энэ үеэр жиргээ постын агуулга хандагын хувьд дийлэнхдээ эерэг агуулгатай байгаа нь харагдсан. Өөр цаг үеийн шинжтэй өөрчлөлт байхгүй байсан ба ямар нэгэн үйл явдал сэдэв даган эмэгтэйчүүдийн тэгш эрхийн болон эмэгтэйчүүдийн асуудлаар хэлэлцэх нь олонтаа.



Хүйсийн хувьд дээрх ялгаатай байдал ажиглагдаж байна. Хэдийгээр нийгмийн мэдээллийн хэрэгсэлд эмэгтэйчүүдийг шүүмжилж буруутгадаг нь эмэгтэйчүүд байдаг гэсэн жиргээ постнууд олон байсан ч түүвэр судалгаа хийгээд харахад эмэгтэйчүүдийг буруутгах, ийм тийм байх ёстой гэсэн хэвшмэл ойлголт түгээх, гадаад дотоод шинж чанараар нь шүүмжлэх, секс объект байдлаар дүрслэх зэргээр эрэгтэйчүүд их бичдэг нь харагдлаа. Үүний эсрэгээр эмэгтэйчүүдийн тэгш эрх, нийгэм улс төрийн оролцоо, жендэрийн тэнцвэртэй байдал зэргийг тухай эмэгтэйчүүд арай илүү бичдэг аж.

Энэ судалгааг хийж байх явцад Үндсэн хуулийн цэцийн дарга Д.Одбаяр онгоцны үйлчлэгчийн биед хүрч, бэлгийн дарамт учруулсан гэх мэдээ Солонгосын эх сурвалжуудаар гарч энэ асуудлаар нийгмийн хэвлэл мэдээлэлд янз бүрийн санал, хэлэлцүүлгүүд өрнөлөө. Энэ үйл явдлын үнэн худлаас илүү энэ сэдэв дээр хүмүүс хэрхэн хандаж байгаа нь их сонирхолтой байлаа. Эндээс олон нийт жендэрийн мэдрэмжгүй, эмэгтэй хүнийг дорд үзэх, эд бараа мэт хандах хандлагууд их гарч байсан нь ажиглагдсан. Тухайлбал “Монгол хүүхнийхээ бөгс базах байсан бол асуудалгүй байсан” эсвэл “онгоцны үйлчлэгч нар бөгсгүй байвал таарах

байсан” гэсэн нөгөө л хохирогчийг буруутгадаг хандлагаараа, бүр нөгөө хэсэг нь онгоцны үйлчлэгч эмэгтэйн араас авсан зураг оруулж байгаад “ийм бөгс базаад байхдаа яахав дэ” гэхчилэн эмэгтэй хүний бие галбирыг доромжсон жиргээ постууд хөвөрлөө. Энэ тухай Bolushka гэдэг цахим хаягтай нийтлэлч Б.Болор-эрдэнэ фэйсбүүк, твиттэрээр хүний эрхийнх мэдрэмж, жендэр, эмэгтэйчүүдийн асуудалд нилээд ул суурьтай шүүмжлэл нийтэлсэнтэй санал нийлж байгаа юм. Нийтлэлч Б.Болор-Эрдэнэ хэлэхдээ “...хүний адгуус, амьтны инстинкт, эсвэл амин хувийн эрх ашгийг нийгмийн шинжтэй харилцаанаас ялгаж, салгах явц. Манайхан хамаг юманд сексуал буюу үржих, эвцэлдэх инстинктээ заавал хутгадгийг ажиглаж болно. ...Эрэгтэйчүүд ийм байхаар эмэгтэй амьтны хувьд хүйсээр татсан гортиг дотор биш оюун ухаант хүний бүрэн бүтэн амьдрах боломж болдог. Нөгөө талаар эмэгтэйчүүд бид нар ч өөрсдийгөө болоод эсрэг хүйтснээ хүндлэх ёстой. Гол нь ийм соёл бүх нийтийн болж хөгжихийн тулд дээр дурдсан сэтгэлгээг хаямаар байна. Дахин хэлэхэд юун дээр инээж байгаагаа л сайн шинж. Амьтан уу, хүн үү?, Адгуусны сүрэг үү, хүний нийгэм үү?” хэмээсэн нь Монголын нийгэм, олон нийтийн хандлага, хэвшмэл ойлголтыг бас юуг юу гэж

ойлгох ёстой вэ гэдгийг маш тодорхой, ойлгомжтой хэлж өгсөн байна. Нийгмийн сүлжээнд энэ талаар тайлбарлаж дуугардаг цөөхөн хүний нэг нь дээрх жишээ татсан эмэгтэй байсныг тэмдэглэх нь зүйтэй. Дээр дурьдсан нийгэмд нэр нөлөө бүхий, олон дагагчтай идэвхтнүүдийн зөв ойлголт, хандлага тогтоох жиргээ постууд байхын зэрэгцээ жендэрийн мэдрэмжгүй, эмэгтэйчүүдийг хүйсээр ялгаварласан жиргээ постууд ч байсныг дурдах нь зүйтэй. Тэр дундаа олны танил сэтгүүлч, нийтлэлчдийн жиргээ постууд олон нийтэд үзүүлэх үр нөлөөний хувьд хавьгүй өндөр, цаанаа ХМХ-ийн нийтлэлийн бодлогод нөлөөлөх, олон түмэнд хүрэх нийтлэл нэвтрүүлэгт шингэнэ гэдгийг тооцвол сэтгүүлчдийн жендэрийн болон хүний эрхийн мэдрэмж, мэдлэгийг дээшлүүлэх шаардлагатай нь харагдаж байна.

Эмэгтэйчүүдийг чадавхжуулах хөдөлгөөний хоёр, гурав дахь давалгааны үед хэвлэл мэдээлэл чухал үүрэгтэй байлаа. Дэлхийн өнцөг булан бүрт хэвлэл мэдээллийн хэрэгслүүд өргөнөөр нэвтэрч, шинэ технологи, тэр дундаа олон нийтийн сүлжээ хүчтэй нэвтэрснээр жендэрийн талаарх мэдлэг, мэдээлэл бүхий олон эх сурвалж нээлттэй болсон. Ялангуяа, мэдээ мэдээлэл нь технологийн хэрэглээг үл харгалзан, дэлхийн хүн амын санал сэтгэгдэл, үзэл бодол илэрхийлэх үндсэн эх сурвалж хэвээр байсаар байна¹⁵. Өнөөдөр тэгш бус байдал, жендэрийн хэвшмэл ойлголт нь нийгмийн тогтолцоо, хүмүүсийн бодол санаанд бат оршсон хэвээр байгаа болохоор үүнийг хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл улам бүр дэврээх аюултай, мөн засч залруулах хүчтэй. Зарим тохиолдолд хэвлэл мэдээлэлд санаатай болон санамсаргүйгээр жендэрийн

хувьд нэг талыг барьсан, тэнцвэргүй, эрэгтэй давамгайлсан хандлага гардаг нь, нэг талаас тэдэнд эмэгтэйчүүд болон жендэрийн талаар мэдээлэх мэдлэг, ур чадвар дутмаг байдагтай холбоотой.

Өдгөө хэвлэл мэдээллийн үр нөлөөг нийгмийн харилцаанд тэргүүн зэргийн ач холбогдолтой хэмээн нийтээр хүлээн зөвшөөрч зөв ойлголт хандлагыг олон түмэнд хүргэх гарц юм хэмээн үзэх болсон. Сүүлийн үед нийгмийн хэвлэл мэдээллийн хэрэгсэл буюу фэйсбүүк, твиттер, инстаграм зэрэг нь хэвлэл мэдээллийн хэрэгслээс дутуугүй нөлөөтэй болохыг судлаачид, салбарын мэргэжилтнүүд хэлэлцсээр байна. Тиймээс нийгмийн соёл, харилцааны чухал асуудал болох хүний эрх, тэр тусмаа эмэгтэйчүүдийн эрхийн асуудлаар нийгмийн мэдээллийн хэрэгсэлд хэрхэн мэдээлж түгээж байгааг, олон нийтэд нэр алдартай, тэдний итгэлийг хүлээсэн олон дагагчтай нийгмийн сүлжээний идэвхтнүүд ямар үзэл бодол түгээж дэлгэрүүлж байгааг өөрсдөө хийгээд судлаачид анхаарах цаг болсон нь харагдаж байна.

Ишлэл

1. Монгол Улсын жендэрийн нөхцөл байдлын дүн шинжилгээ, /2005 оноос өнөөг хүртэлх ололт амжилт ба сорилт, сургамж/ УБ., 2019.
2. Монгол Улсын жендэрийн нөхцөл байдлын дүн шинжилгээ /2005 оноос өнөөг хүртэлх ололт, амжилт ба сорилт, сургамж/ УБ., 2019.
3. Монгол Улсын жендэрийн нөхцөл байдлын дүн шинжилгээ /2005 оноос өнөөг хүртэлх ололт, амжилт ба сорилт, сургамж/ УБ., 2019.
4. <http://portal.merit.mn>
5. Хэвлэл мэдээлэл дэх жендэрийн мэдрэмжтэй байдлын шалгуур үзүүлэлт UNESCO-Нэгдсэн үндэстний боловсрол, шинжлэх ухаан, соёлын

- байгууллага, Глоб интернэшнл ТББ, УБ., 2014.
6. Монгол Улсын Жендэрийн эрх тэгш байдлыг хангах тухай хууль, 4.1.1
 7. <http://www.gender.gov.mn>
 8. Нийгмийн хэвлэл мэдээллийн зохицуулалт /судалгаа/ Глоб Интернэшнл төв, УБ., 2019.
 9. Huffington Post-ийн “Social Media vs. Social Networking” нийтлэл <https://www.huffpost.com/entry/social-media-vs-social-networking>
 10. The history of social media and its impact on business https://www.researchgate.net/profile/Simeon-Edosomwan/publication/303216233_The_history_of_social_media_and_its_impact_on_business
 11. <https://www.youtube.com/watch?v=o2wJhxx1Ufo>
 12. <https://www.youtube.com/watch?v=o2wJhxx1Ufo>
 13. <http://cita.gov.mn/>
 14. Clara Hendrickson and William A. Galston. Why are populists winning online? Social media reinforces their anti-establishment message. April 28, 2017 www.brookings.edu/blog/techtank/2017/04/28/why-are-populists-winning-online-social-media-reinforces-their-anti-establishment-message/
 15. Хэвлэл мэдээлэл дэх жендэрийн мэдрэмжтэй байдлын шалгуур үзүүлэлт UNESCO-Нэгдсэн үндэстний боловсрол, шинжлэх ухааны соёлын байгууллага, Глоб интернэшнл ТББ, УБ 2014
1. Нийгмийн хэвлэл мэдээллийн зохицуулалт /судалгаа/ Глоб Интернэшнл төв, УБ., 2019.
 2. Нийгмийн хэвлэл мэдээллийн зохицуулалт /судалгаа/ Глоб Интернэшнл төв, УБ., 2019.
 3. Хэвлэл мэдээлэл дэх жендэрийн мэдрэмжтэй байдлын шалгуур үзүүлэлт UNESCO-Нэгдсэн үндэстний боловсрол, шинжлэх ухаан, соёлын байгууллага, Глоб интернэшнл ТББ, УБ., 2014.
 4. Монгол Улсын Жендэрийн эрх тэгш байдлыг хангах тухай хууль, 2011.
 5. www.portal.merit.mn
 6. www.gender.gov.mn
 7. www.huffpost.com
 8. www.researchgate.net
 9. www.youtube.com
 10. www.cita.gov.mn
 11. www.brookings.edu

Summary

In order to study social media coverage on gender equality, especially on women, a study was made on facebook and twitter search as well as social pages with many followers. Media impacts are proven to be highly efficient and are being considered as one of the main gates to reach the public mass. Recent study suggestions show that facebook, twitter and instagram have become equally important as the traditional media outlet itself. For that reason, coverages on human right issues, which are one of the main pillars of social culture and communication, especially issues concerning women rights on social media should be paid attention to on so many levels.

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. Монгол Улсын жендэрийн нөхцөл байдлын дүн шинжилгээ, /2005 оноос