

ნაშრომი თემაზე:

მედია, როგორც სტერეოტიპების დამკვიდრების მძლავრი იარაღი

კავკასიის უნივერსიტეტი

ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციების ფაკულტეტის

ღურსის სტუდენტი:

სოფიო შარაძე

თბილისი, საქართველო

მობ:557218825

2020

მედია, როგორც სტერეოტიპების დამკვიდრების მძლავრი იარაღი

მედიას გაჩენისთანავე განსაკუთრებული ადგილი ეთმობა ადამიანის მსოფლმხედველობის ჩამოყალიბება-განვითარებაში. მისი ყველაზე გავრცელებული ფორმა კი ტელევიზიაა. რამდენი ადამიანი იცით თქვენ გარშემო ისეთი, რომელთა ოჯახში, სულ ცოტა, ერთი ტელევიზორი მაინც არ მოიპოვება? დამეთანხმებით, მათი რიცხვი საკმაოდ მცირეა, ინფორმირებულად ყოფნა ხომ ადამიანის ყველაზე ძლიერი მოთხოვნაა?! თუმცა, საინტერესოა, რამდენად ობიექტურია ტელევიზია, რადგანაც ხშირად სწორედ მისი მაუწყებლობით ხდება ხალხის სტერეოტიპიზაცია, რაც თავისთავად გარკვეულ ჩარჩოებში აქცევს მაყურებელს. არც ქართული ტელევიზორცა გამონაკლისი. აქედან გამომდინარე, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ქართულ ტელევიზიაში ჟურნალისტების ტენდენციური განცხადებები საზოგადოებაში სტერეოტიპების დამკვიდრების მძლავრი იარაღია.

მიუხედავად ერთი შეხედვით მარტივი განსაზღვრებისა, არსებობს აზრთა სხვადასხვაობა სტერეოტიპის არსის გაგებასთან დაკავშირებით, რეალურად კი ტერმინი “სტერეოტიპი” ბერძნული წარმომავლობისაა¹ და მყარ ანაბეჭდს ნიშნავს. ეს ტერმინი პირველად ჟურნალისტმა უოლტერ ლიპმანმა² გამოიყენა იმის აღსაწერად, თუ როგორ იქმნიან ადამიანები გონებაში ფიქსირებულ წარმოდგენებს სხვა ჯგუფებზე, რომლის მეშვეობითაც ხდება მოცემული ჯგუფის წევრის აღქმა. მოკლედ რომ ვთქვათ, “სტერეოტიპი გაქვავებული, მყარი შეხედულებაა.”³

ყველა საზოგადოებაში მკვიდრდება წინასწარ განზოგადოებული შეხედულებები, სტერეოტიპები, თუმცა საინტერესოა, მაინც რა უწყობს ხელს სტერეოტიპიზაციას? იმისათვის, რომ ფართო მასებში შეხედულებები დაამკვიდრო, ან უკვე დამკვიდრებული შეხედულებები შეცვალო, აუცილებელია გქონდეს სათანადო მასშტაბზე წვდომა აუდიტორიასთან, შესაბამისად, ასპარეზზე

¹ საქართველოს ეროვნული ბიბლიოთეკა
<http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=5&t=17144>

² „მესიჯი“
<http://message.ge/2019/04/20/%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%94%E1%83%A0%E1%83%94%E1%83%9D%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%9E%E1%83%98-%E1%83%99%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%A2%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%A4%E1%83%94/>

³ „მესიჯი“
<http://message.ge/2019/04/20/%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%94%E1%83%A0%E1%83%94%E1%83%9D%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%9E%E1%83%98-%E1%83%99%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%A2%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%A4%E1%83%94/>

გამოდიან ისეთი მძლავრი იარაღები, როგორც მასობრივი მედიასაშუალებები: სოციალური ქსელები, ტელევიზია, ჟურნალები... არიან.

ბევრს მიაჩნია, რომ მედია უმეტესად სტერეოტიპების არა დამნერგავი არამედ დამანგრეველი საშუალებაა, რადგან სწორედ მედიის საშუალებით დაიწყეს ხმამაღლა საუბარი განსხვავებული გენდერის, რელიგიისა თუ სექსუალური ორიენტაციის მქონე პირებმა.

ამ დებულების საწინააღმდეგოდ, მინდა განვიხილო რამდენიმე, კონკრეტული შემთხვევა ტელევიზორცეში, რომელიც ნათლად წარმოაჩენს მედიას, როგორც სტერეოტიპიზაციის მძლავრ იარაღს, ვინაიდან სწორედ მედიაში დაწერილი, წარმოთქმული ერთი შეხედვით უწყინარი, ფრთიანი ფრაზები, რომლებსაც თითქმის ყოველდღიურად მოკრავთ ყურს, ღრმად რომ ჩავუკვირდეთ ხელს უწყობს სიძულვილის ენის ჩამოყალიბებას, გაძლიერებას ან იმგვარ სტერეოტიპიზაციას, რომელიც ადვილად გადადის ქსენოფობიასა თუ გენდერულ ბალანსთან წინააღმდეგობაში.

პირველი, რაც სტერეოტიპებზე საუბრისას ამოგვიტივტივდება, არის გენდერული სტერეოტიპიზაცია, რომელიც საკმაოდ ხშირად გვხვდება ამა თუ იმ მედიასივრცეში. განვიხილოთ “E klass” მანქანის რეკლამა,⁴ სადაც “ქერა” გოგონა შედის ბიბლიოთეკაში და ბურგერს უკვეთავს, მას შემდეგ რაც გაიგებს, რომ ბიბლიოთეკაში იმყოფება შეკვეთას ჩუმად გაიმეორებს, რათა სხვებს ხელი არ შეუშალოს. ეს რეკლამა ცალსახად ამყარებს სტერეოტიპს, რომ “ქერები შტერები არიან”. სექსისტური ენის გამოყენება აღინიშნება “მაესტროს” გადაცემაში “ოთხი ელემენტი”⁵, სადაც ჟურნალისტის ფრაზები: “მშვენიერია-ქალი კუხნაში”; “ბავშვს თუ კარგად ვერ მოუარა, კაი შენიშვნაა მისაცემი” “ასეთ ქალზე უნდა იძალადო, აბა რა უნდა ქნა”-ამყარებენ სტერეოტიპულ შეხედულებას საზოგადოებაში, რომ ქალის ადგილი სამზარეულოშია და რომ ის სუსტი სქესის წარმომადგენელია, რომელზე ძალადობაც ჩვეულებრივი მოვლენაა.

საინტერესოა, როგორ ამკვიდრებს ქართული მედია რელიგიურ სტერეოტიპებს. გიორგი ანდრიაძის სიტყვებს თუ გავიხსენებთ: “თქვენ თუ გგონიათ, რომ მართმადიდებელი ეკლესია არის ერთ-ერთი რაღაც რელიგიური გადმონაშთი, როგორც აფრიკაში არის სხვადასხვა რელიგიური კულტები და კიდევ სხვაგან...”⁶ მივხვდებით, რომ გიორგი პირდაპირი ეთერის მეშვეობით ამყარებს გაქვავებულ, სტერეოტიპულ შეხედულებას საზოგადოებაში, რომ ქრისტიანობის,

⁴ youtube.com

<https://www.youtube.com/watch?v=bgxbx9HoGUw>

⁵ youtube.com

<https://www.youtube.com/watch?v=Eurauo8jJ48>

⁶ “ბათუმელები”

<https://batumelebi.netgazeti.ge/weekly1/12406/>.

კერძოდ მართმადიდებლობის, გარდა ყველა სხვა რელიგია “გადმონაშთია” და რომ მათი მართმადიდებლობის გვერდით მოხსენიება არ შეიძლება.

მედიას ხშირად უჭირს ზღვარი გაავლოს კონკრეტულ ადამიანსა და რომელიმე ჯგუფს შორის, რის გამოც ხშირია ეთნიკური სტერეოტიპიზაცია. მაგალითად, როცა რაიმე დანაშაული ხდება და აღმოჩნდება, რომ დამნაშავე არ არის ეთნიკურად ქართველი ან მართმადიდებელი, ჟურნალისტები სწორედ ამაზე ამახვილებენ ყურადღებას და ამბობენ, რომ “ერაყელმა ქალმა ორი ქართველი დაჭრა” და ამ წინადადებას რამდენჯერმე, ხაზგასმით იმეორებენ ეთერში და ამით გვაჩვენებენ, რომ თითქოს ეთნიკურად არაქართველის მიერ ჩადენილი დანაშაული მკვლელობას უფრო ამძიმებს.⁷

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე მინდა ვთქვა, რომ მედია საზოგადოების სტერეოტიპიზაციის მიუხედავად მაინც დარჩება საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების ერთ-ერთ ძირითად საშუალებად. ამ პროცესში კი ჩვენი მთავარი მოვალეობაა, ამოვიცნოთ რას ემსახურება ამა თუ იმ მედიასაშუალების მიერ მოწოდებული გზავნილი და რა არის მისი, როგორც პირდაპირი, ასევე არაპირდაპირი მიზანი. ამისათვის საჭიროა გამოვიმუშავოთ გადამოწმების უნარი- ინფორმაციის მიღების პარალელურად, ვეწვიოთ სხვადასხვა ვებგვერდს, რომელიც უშუალოდ მუშაობს მედიაში არსებული სტანდარტების დარღვევის აღმოფხვრაზე⁸ და დავრწმუნდეთ, რომ მოწოდებული ინფორმაცია არ შეიცავს სტერეოტიპულ გზავნილებს. მხოლოდ ამ ფაქტორების გათვალისწინებით შეგვიძლია მედიასთან მუტუალისტური⁹ ურთიერთობის დამყარება: გამოვიგზავნილი “მესიჯებს” “გაფილტვრა” სტერეოტიპებისგან და ჩვენთვის საინტერესო ინფორმაციით ხელმძღვანელობა.

⁷ youtube.com

<https://www.youtube.com/watch?v=ryAwNFcJINo>

⁸ mediachecker.ge, qartia.ge