



**გენდერული სტერეოტიპები ქართულ ტელემედიაში დღის გასართობ და სოციოკულტურულ
გადაცემათა მაგალითზე**

მარიამ ხარძიანი

ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის საბაკალავრო პროგრამა
სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

E-mail: Makaxardziani6@gmail.com

აბსტრაქტი:

საქართველოს კონსტიტუციის მიხედვით, გენდერი სქესთა შორის ურთიერთობის სოციალურ ასპექტს წარმოადგენს. ტერმინი ბიოლოგიურ სქესს, სოციალურისგან მიჯნავს და შემოაქვს ფასეულობათა და ფართო საზოგადოებრივ ურთიერთობათა სისტემა. გენდერის მნიშვნელობის მიუხედავად, ხშირია შემთხვევები, როდესაც ადამიანთა დაყოფა მათი ქალურობისა თუ მამაკაცურობის ნიშნით ხდება, რასაც ემატება სტერეოტიპული ხედვის ჩამოყალიბება თუ ინდივიდთა სტიგმატიზაცია. მსგავს დარღვევას ადგილი აქვს, როგორც მედიაში, ისე საზოგადოებაში. მედია, როგორც საზოგადოებისთვის ინფორმაციის მიწოდების გავლენიანი საშუალება, ვალდებულია ეთიკურ ნორმათა დაცვით გააშუქოს გენდერულ საკითხებთან დაკავშირებული მასალა და ხელი შეუშალოს საზოგადოებაში მცდარი აზრის ფორმირებას. გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველოში გენდერისა და მასთან დაკავშირებული პრობლემები მწვავედ დგას, ქვეყანაში კი სტერეოტიპული ხედვა მრავალ საკითხთან დაკავშირებით არსებობს, მედიას მეტი სიფრთხილე მართებს ამ თემებზე საუბრისას.

კვლევის მიზანია დადგინდეს, აშუქებენ თუ არა ქართული მედიაარხები გენდერულ საკითხებს ეთიკური სტანდარტების დაცვით. ამასთანავე, მნიშვნელოვანია გაირკვეს: ხდება თუ არა პიროვნებათა გენდერული ნიშნით დისკრიმინაცია და მათი სტერეოტიპიზაცია. რა სიხშირით ვლინდება აღნიშნული დარღვევები საკვლევ ობიექტებად გამოყენებული მედიასაშუალებების მიერ და რა ძირითადი ტენდენციები იკვეთება ამ კუთხით. კვლევის შედეგები ადასტურებს, რომ მედიასაშუალებები ერთსა და იმავე შეცდომებს უშვებენ გენდერული საკითხების გაშუქებისას. უერთნალისტთა უმეტესობა სტერეოტიპული მიდგომით გამოირჩევა და საკითხშიც ნაკლებადაა გათვითცნობიერებული.

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ მედიასაშუალებათა ნაწილი სრულიად უგულებელყოფს გენდერული საკითხების სწორად გაშუქების სტანდარტს, ნაწილი კი საერთოდ არ ინტერესდება თემითა და მისი მნიშვნელობით.

საკვანძო სიტყვები: გენდერული სტერეოტიპები, დარღვევები ტელემედიაში, არაგენდერმგრძობიარე გაშუქება, გენდერული ბალანსი

შესავალი:

საქართველოში, საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ, სახელმწიფოებრივი განვითარების თვალსაზრისით, მრავალი ცვლილება მოხდა. მიუხედავად ამისა, საზოგადოებრივი ჯგუფებისთვის თანაბარი უფლებების მისაღწევად ქმედითი ნაბიჯების გადადგმა საჭირო, რაც ხანგრძლივი და დაბრკოლებებით სავსე პროცესია. ზემოხსენებულის მიღწევა გენდერისა და მასთან დაკავშირებული საკითხების მოგვარებისა თუ გათვითცნობიერების გარეშე შეუძლებელია. მოსახლეობისთვის სწორი ინფორმაციის მიწოდება გახლავთ ერთ-ერთი წინაპირობა სტერეოტიპებით სავსე საზოგადოებაში

სწორი ხედვის ჩამოსაყალიბებლად. მასებზე მუშაობისა და ზეგავლენის მოხდენის საუკეთესო საშუალება მედიაა. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია ქართულ ტელემედიაში გენდერული საკითხების მონიტორინგი. ასევე, საჭიროა გაირკვეს, რა მდგომარეობაა ქალებისადმი პოზიტიური დისკრიმინაციის, სტერეოტიპიზაციის საკითხისა და მადისკრიმინირებელი კონტენტის თვალსაზრისით.

პროფესიული და ეთიკური სტანდარტები უერთნალისტს ავალდებულებს საზოგადოებას მიანდლოს ეთიკური ნორმების დაცვით გათვალისწინებული ზუსტი, სოციუმისთვის არასაზიანო, ამომწურავი და რელევანტური ინფორმაცია. მედიის პასუხისმგებლობას მნიშვნელოვნად ზრდის ისეთ საკითხებზე მუშაობა, რომელთა მიმართ საზოგადოებაში უკვე არსებობს წარსული უარყოფითი და სტერეოტიპული შეხედულებები. გენდერის საკითხებზე დაკვირვებისას, განსაკუთრებით საყურადღებოა ქალებთან დაკავშირებული თემების გაშუქების მონიტორინგი, რადგან, ქალთა ტრადიციული როლის ცვლილების მიუხედავად, საქართველოში კვლავ შემორჩა მათდამი სტერეოტიპული დამოკიდებულება. მძიმე მდგომარეობის ფონზე მედიის ვალდებულება მნიშვნელოვნად იზრდება. უერთნალისტები არ უნდა მოექცნენ იმ შეხედულებათა ზეგავლენის ქვეშ, რომლებიც მასებს აქვთ. არამედ, უნდა ეყადონ გენდერულ საკითხებს მეტი დრო დაუთმონ და ისაუბრონ ექსპერტებთან ერთად პრობლემებზე, რომელთა აღმოფხვრაც მნიშვნელოვანი და აუცილებელია.

ქართულ მედიაში ხშირია უერთნალისტური ეთიკის ნორმების დარღვევის შემთხვევები. საკითხში გაუთვითცნობიერებლობის მაგალითები და მედიის წარმომადგენელთა მხრიდან მადისკრიმინირებელი თუ სტერეოტიპული მოსაზრებების გამოთქმის შემთხვევები. არაგენდერმგრძობიარე გაშუქება, სიტყვიერი თუ გამოსახულებითი დისკრიმინაცია (იქნება ეს ვიდეო თუ ფოტომასალა), გახლავთ საკითხები, რომლებიც ქართულ მედიაში სტერეოტიპების გამყარებას უწყობს ხელს. ზემოხსენებული, გარკვეულწილად, საზოგადოებაშიც აყალიბებს მსგავსი სახის არასწორ ხედვას.

სტერეოტიპული გარემოსა და გენდერული საკითხების არასწორად წარმოჩენა ყოველთვის წარმოადგენდა პრობლემას ქართულ მედიაში. სწორედ ამან განაპირობა ისიც, რომ ამ საკითხთან დაკავშირებით რამდენიმე კვლევაა ჩატარებული. მათ შორის, განმეორებითი მონიტორინგიც. 2011, 2012, 2015 წლებში ჩატარებული კვლევების შედეგად გაკეთებული დასკვნები მედიაგარემოს არაგენდერმგრძობიარობისა და საკითხში გაუთვითცნობიერებლობის თვალსაზრისით დღესაც არ შეცვლილა. უერთნალისტები ისევ სტერეოტიპულად აზროვნებენ და საკითხს, არა სიღრმისეულად, არამედ მათი ისტორიებისა და ამის ფონზე დასკვნათა გამოტანის მეშვეობით აკეთებენ. ამის ნათელ მაგალითს წარმოადგენს დაკვირვების პერიოდში აღმოჩენილი შემთხვევები. გთავაზობთ ერთ-ერთ მაგალითს:- „იმედის დღეში“, 7 ნოემბერს, რუბრიკაში- „რა სურთ ქალებს?“ გავიდა სიუჟეტი სახელწოდებით - „მამაკაცი ძიძა“. სტერეოტიპული მიდგომა რუბრიკის სათაურშივე იკვეთება. ამას მოწმობს უერთნალისტური ეთიკის ქარტიის მიერ შექმნილი სახელმძღვანელო- „გენდერული საკითხების გაშუქება“, სადაც წერია, რომ არ უნდა მოხდეს პროფესიათა გამიჯვნა „ქალურისა“ თუ

„მამაკაცურის“ ნიშნით. ასევე, ტერმინთა გამოყენების რეკომენდაციებში ნახსენებია, რომ გენდერული საკითხების გაშუქებისას უერთნალისტმა უნდა გამოიყენოს სიტყვა „ქალი“, „კაცი“ და არა „ქალბატონი“, „ბატონი“, „მამაკაცი“ და სხვა. ამავ რუბრიკაში, უერთნალისტები ჰყვებიან თუ რატომ არ აიყვანეს მათ „მამაკაცი ძიძა“ და როგორ განაპირობა ბავშვის სქესმა ძიძის აყვანის საკითხი.

გამომდინარე იქიდან, რომ ქართულ მედიაში გენდერულ სტერეოტიპებზე კვლევა დიდი ხანია არ გაკეთებულა და ამ კუთხით ისევ ვანყლებით უერთნალისტთა მხრიდან მრავალ შეცდომას, საკვლევ თემად გენდერული სტერეოტიპები შეირჩა. ამჯერად, მონიტორინგი დღის განმავლობაში მიმდინარე გასართობ-შემეცნებით თუ სოციოკულტურულ პროგრამათა მაგალითზე გაკეთდა. საკვლევით თემის ინტენსიური გაშუქებით 2022 წლის ნოემბერი გამოირჩეოდა, რამაც განაპირობა აღნიშნული დროის საკვლევ პერიოდად არჩევა. ხოლო, საკითხის აქტუალობამ - მისი საკვლევ თემად განსაზღვრა. აღსანიშნავია ისიც, რომ თითოეული გადაცემა ყოველდღე გადის ეთერში, რუბრიკები კი ყოველკვირეულად მეორდება. ერთი თვის დაკვირვებამ საერთო სურათი მოგვცა, რომლის მეშვეობითაც კვლევა რელევანტური გახდა. სატელევიზიო რეიტინგის მთვლელი კომპანიის „თი-ვი-ემ-არ საქართველოს“ მონაცემებზე დაყრდნობით კი განისაზღვრა ტელეარხების რეიტინგულობა, რომლის საფუძველზეც კვლევის ობიექტებად შეირჩა შემდეგი სამი არხი: „იმედი“, „მთავარი არხი“ და „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“. აღსანიშნავია ერთი გამონაკლისი, რომელიც „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ რეიტინგულობას ეხება. ის სამეულში ზემოხსენებული კრიტერიუმის მიხედვით ნამდვილად არ შედიოდა, თუმცა მისი, როგორც ქვეყნის პირველი ტელევიზიის გამორიცხვა ასეთ მნიშვნელოვან თემაზე დაკვირვებისას არამართებული იქნებოდა. დაინტერესებულ პირებს, ზემოხსენებული მონაცემების ნახვა სატელევიზიო რეიტინგების მთვლელი კომპანიის ვებგვერდზე (www.tvmr.ge) შეუძლიათ. კვლევა ნათლად წარმოაჩინს რა ტენდენციებია დამკვიდრებული გენდერული საკითხების გაშუქების თვალსაზრისით ქართულ მედიაში. აქცენტი გაკეთებულია ისეთ ასპექტებზე, რომლებიც ეხება: გენდერულ ბალანსს, გაშუქების სიხშირეს, სექსისტურ ენას, პროფესიულ გაშუქებას, პოზიტიურ დისკრიმინაციასა თუ უერთნალისტების გენდერმგრძობიარობას.

საკვლევ ერთეულებად შერჩეული გადაცემები საერთო ნიშნით ხასიათდებიან შემდეგი კრიტერიუმების მიხედვით: მაუწყებლობენ სამუშაო დღეებში (ორშაბათი-პარასკევი), ყველა მათგანი დღის განმავლობაში 08:00 საათიდან 15:00 საათამდე პერიოდს შორის მოცემულ შუალედში და თითოეული არაპოლიტიკური, საზოგადოებრივი ან გასართობ-შემეცნებითი პროგრამაა. ამავდროულად, საკვლევ პერიოდად არჩეულ მონაკვეთში, ხშირი იყო შემთხვევები, როდესაც დაკვირვების ქვეშ მყოფი გადაცემების მიერ გენდერულ საკითხებზე გაკეთებული სიუჟეტები საზოგადოებაში დიდი კამათის საგანი გახდა. აღნიშნულმა, საკვლევით თემისადმი ინტერესი გაზარდა.

ნაშრომის შემდგომ ნაწილებში განხილული იქნება საკვლევ ობიექტებზე დაკვირვებით ჩატარებული სიღრმისეული ანალიზი, რასაც გაამყარებს, როგორც თეორიული მასალა, ასევე კვლევის საფუძველზე მოპოვებული ფაქტობრივი მონაცემები.

ლიტერატურის მიმოხილვა:

ადამიანები ჩართულნი არიან საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში, სადაც თითოეულ მათგანს განსხვავებული როლები აქვთ. დაშვებამ, რომ ინდივიდი შესაძლოა განსხვავდებოდეს პოლიტიკური, კულტურული ან სოციო-ეკონომიკური კონტექსტის მიხედვით საჭირო გახადა გენდერის, როგორც ტერმინის ჩამოყალიბების საკითხი, რათა ერთმანეთისგან გამიჯნულიყო ბიოლოგიური სქესი, რომელიც ადამიანს დაბადებიდანვე მიეწერება და სოციალური, რომელიც სხვადასხვა ფაქტორების ზემოქმედების ფონზე განიცდის ცვლილებას და არ წარმოადგენს კანონზომიერებას. აღნიშნული ტერმინის შემოტანასთან ერთად, აქტიურად დაიწყო მასთან დაკავშირებული საკითხების განხილვა და ამ კუთხით არსებული პრობლემების მოგვარება. ქმედითი ნაბიჯები გადაიდგა ისეთი საერთაშორისო ორგანიზაციის მხრიდან, როგორცაა გაერო. 1970-80-იან წლებში, სწორედ, გაერომ მოსთხოვა წევრ ქვეყნებს მონაცემთა შეგროვების მეთოდები ისე დაეხვეწათ, რომ სქესის მიხედვით დასარეგულირებელი მასალა თვალსაჩინო ყოფილიყო. ამ გეგმამ მხოლოდ განვითარებულ სახელმწიფოებზე იმუშავა, განვითარებადი ქვეყნები კი კვლავ გამონკვევის წინაშე დატოვა. ამ კუთხით, საქართველოში 1990-იანი წლებიდან დაიწყო მუშაობა. ეს ის პერიოდია, როდესაც საბჭოთა კავშირის მიერ გენდერის საკითხებზე თავსმოხვეული რიტორიკა კომუნიზმთან ერთად დასრულდა. საქართველომ, შვედეთის განვითარების სააგენტოს მხარდაჭერით გენდერული სტატისტიკის პარამეტრები შეიმუშავა. მიუხედავად ამისა, ახლად აღმოცენებული დემოკრატიული სახელმწიფო ვერ გაუმკლავდა საკანონმდებლო ბაზით გათვალისწინებულ ვალდებულებებსა თუ მათი საზოგადოებმადე მიტანისა და ცნობიერების ამაღლების საკითხს. აღნიშნული კი მოსახლეობის დაბალმა უფლებრივმა ცნობიერებამ და სქესობრივი დისკრიმინაციის დანაშაულად აღქმის ნაკლებობამ განაპირობა. ზემოხსენებულ საკითხებსა და წარსულ გამოცდილებაზე დამატებითი ინფორმაცია მოცემულია თამარ საბედაშვილის, 2006 წელს გამოცემულ, სახელმძღვანელოში „ქალთა უფლებების ისტორიული ასპექტები“.

გენდერულ საკითხებზე მუშაობისას მედიას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება. მას, როგორც საზოგადოების ინფორმირების საუკეთესო საშუალებას, მასალის მომზადებისას, მეტი სიფრთხილე და ეთიკის ნორმათა დაცვა მართებს. აღნიშნულ თემაზე საუბარი, ქართულ მედიაში, დაახლოებით, 90-იანი წლებიდან დაიწყო. წარსული გამოცდილების მიუხედავად, გენდერული საკითხების გაშუქებისას კვლავ მრავალი პრობლემა იკვეთება. აღსანიშნავია, რომ ზემოხსენებული თემის გაშუქებასთან დაკავშირებით არსებობს გარკვეული საკანონმდებლო ნორმები. კერძოდ, კომუნიკაციის ეროვნულმა კომისიამ 2009 წლის 8 აპრილს მიიღო „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“, რომელიც გენდერული საკითხების გაშუქების ნორმებს განსაზღვრავს. კოდექსი კანონმდებლობის საფუძველზეა შექმნილი, მისი შესრულება კი თვითრეგულირების სფეროს ეხება. „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსის“ მე-9 თავში: „მრავალფეროვნება, თანასწორობა და შემწყნარებლობა“, 31-ე მუხლი შემდეგი შინაარსისაა: „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“ („საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის დადგენილება „მაუნწყებელთა ქცევის კოდექსის“ დამტკიცების თაობაზე“, 2009). ასევე, 32-ე მუხლში საუბარია მედიის ვალდებულებაზე, გაავრცელოს დაბალანსებული, პროპორციული, თანასწორი და შემწყნარებლური ინფორმაცია.

გასათვალისწინებელია, რომ „მაუნწყებელთა ქცევის კოდექსში“ გენდერული საკითხებისადმი ყურადღება მაინც არასაკმარისადაა გამახვილებული. თითოეულ მუხლში მოცემული მითითებები ძალიან ზოგადია, საკითხი კი ზედაპირულად არის განხილული. ეს გარკვეულწილად ქმნის შთაბეჭდილებას, თითქოს მედიას თვითნებურად გაშუქებისა და ყველაფრის თქმის უფლება ეძლევა. ბუნებრივია, კოდექსში ზედმინევით ვერ იქნება განვიხილავთ გენდერული საკითხების გაშუქებასთან დაკავშირებული მითითებები, მაგრამ კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის შემუშავებულ „მაუნწყებელთა ქცევის კოდექსში“ ზოგადი, ყველაზე მორგებული მუხლების შეტანა ნამდვილად არ არის საკმარისი პრობლემის მოსაგვარებლად. „მაუნწყებელთა ქცევის კოდექსის“ მხოლოდ არსებობა ვერ შეცვლის მედიამდგომარეობას გენდერული სტერეოტიპების აღმოფხვრის თვალსაზრისით, თუკი კანონმდებლობით გათვალისწინებული ვალდებულებები არ შესრულდება.

პროფესიული თუ ეთიკური სტანდარტების კუთხით გასათვალისწინებელია ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია, რომელიც 2009 წლის 4 დეკემბერს დაფუძნდა. ის 11 პრინციპისგან შედგება, აქედან კი კვლევის საკითხს მხოლოდ ერთი მათგანი პასუხობს. კერძოდ, მეშვიდე პრინციპი, რომელიც ჟურნალისტებს მოუწოდებს თავი აარიდონ დისკრიმინაციის წახალისებას, რასის, სქესისა თუ სექსუალური ორიენტაციის ნიშნით. ქარტია, ქცევის კოდექსისგან განსხვავებით, არასავალდებულო ხასიათისაა და არ მოიცავს დაზუსტებულ მითითებებსა თუ რეკომენდაციებს.

ამერიკელი სოციოლოგის, მაიკლ კიმელის წიგნში „გენდერული საზოგადოება“, რომელიც 2011 წლის მეოთხე გამოცემას წარმოადგენს, განხილულია „ჩაგვრის ხუთი სახე“ და საზოგადოებაში ძალადობის განმსაზღვრელი სტერეოტიპული ხედვები, რომელთაც მიეკუთვნება: იდეალური კაცისთვის სიძლიერის, ლიდერობისა და მეომრის სულისკვეთების მიწერა. ქალების წარმოჩენა ისე, თითქოს ისინი უუნაროები არიან და წახალისების გარეშე მიზნის მიღწევა არ შეუძლიათ, გოგონებისა და ბიჭების სისტემური სეგრეგაციის საკითხი მათი სტერეოტიპებით „მონამვლის“ მეშვეობით და მამაკაცების სექსუალობის გამოხატვის წახალისება მამაკაცურისა და ვაჟკაცურობის ხაზგასმით. ის ასევე აღნიშნავს, რომ მოცემული ფაქტორები ძალადობის მიზეზებს ზრდის და სავალალო შედეგებს იძლევა. კვლევის მიმდინარეობისას გამოვლინდა ისეთი შემთხვევები, რომლებიც მაიკლ კიმელის წიგნში მოცემულ სტერეოტიპულ მაგალითებს პასუხობს, კერძოდ: ტელეკომპანია „იმედზე“, 9 ნოემბრის გადაცემაში „იმედის დღის“ რუბრიკის თემა გახლდათ „იდეალური მამაკაცის სტანდარტი“. ჟურნალისტმა, 13:05 საათიდან 13:11 საათამდე, მიმოიხილა სხვადასხვა თაობის წარმომადგენელი მსახიობები მათი ფემინურობისა და მასკულინური შეხედულებების მაგალითზე. 13:11 საათიდან 13:25 საათამდე, რუბრიკის ავტორი და მისი კოლეგები გამოირჩეოდნენ სტერეოტიპული აზროვნებით და მადისკრიმინირებელი ლექსიკით. განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილეს ჰარი სტაილსსა და

ტიმოთი შალამეს ჩაცმულობაზე. ჰარი სტაილსის ფოტოს დანახვისას, რომელშიც მას კაბა აცვია, უერთნალისტები შეშფოთდნენ. აღნიშნეს რომ კაბა კაცმა არ უნდა ჩაიცვას, ეს ზედმეტად ფემინურია, მათ ის მამაკაცური სტილი უფრო მოსწონთ, რომელიც წლების წინ დამკვიდრდა და სხვა. უერთნალისტმა, 9 ნოემბერს გასულ გადაცემაში, ჰარი სტაილსის სექსუალურ ორიენტაციაზე საუბრისას ისიც კი აღნიშნა, რომ ის ჰომოსექსუალი კი არა ჩვეულებრივი ჰეტეროსექსუალი მამაკაცია. სიტყვა „ჩვეულებრივის“ გამოყენება ჰეტეროსექსუალების მიმართ, იმ მიზნით რომ ისინი გამოყო განსხვავებული სექსუალური ორიენტაციის მქონე პირებისგან დისკრიმინაციაა და ეწინააღმდეგება პროფესიული ეთიკის ნორმებს. ამავდროულად, გადაცემა სრულად მოიცვა სტერეოტიპულმა და არაგენდერმგრძობიარე შეხედულებებმა. წინადადებები, რომელთა მეშეობითაც უერთნალისტები აზრის დაფიქსირებას ცდილობდნენ შემდეგია: „ჰარი სტაილსს რომ კაბა ეცვა გაოგნებული დავრჩი და ცოტა არ იყოს გავბრაზდი“, „ჩნდება კითხვა, მათი სტილიდან გამომდინარე, ჰომოსექსუალები ხომ არ არიან“, „ხომ არ მკვიდრდება მამაკაცური მასკულიზაციის გაქრობა და ფემინურის წინ წამოწევა“, „ქალი უნდა დარჩეს ქალად და მამაკაცი მამაკაცად“ და სხვა. ბუნებრივია, მსგავსი სახის მიდგომა ისეთ სტერეოტიპულ გარემოში, როგორიც საქართველოშია ერთი-ორად გაზრდის უარყოფითი და არასწორი ხედვის ჩამოყალიბების რისკს. თუკი გავითვალისწინებთ მაიკლ კიმელის ნაშრომს, ნათლად დავინახავთ, რომ უერთნალისტები მის მიერ ჩამოთვლილ ყველა სტერეოტიპულ მიდგომას იზიარებენ და ხელს უწყობენ საზოგადოებაში სტერეოტიპების გამყარებას.

ქართულ ტელემედიებში გენდერული სტერეოტიპების გაშუქებასთან დაკავშირებით რამდენიმე კვლევაა ჩატარებული. ამ კუთხით ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პუბლიკაცია „გენდერმედიატორია“, რომელიც მედიის განვითარების ფონდს ეკუთვნის და 2013 წლით თარიღდება. მისი მიზანი, მედიის ინსტიტუციურ და პროფესიულ განვითარებას ისახავს მიზნად. 2013 წელს ჩატარებული კვლევა აჩვენებს იმდროინდელი მედიაგარემოს მდგომარეობას. უერთნალისტები ქალის იდეალიზებით ცდილობენ მისი ნიშან-თვისებების აღწერას, რაც მისი ქალურობის, სინაზისა და სილამაზის ხაზგასმით ხდება. მონიტორინგის დასკვნით ნაწილში საუბარია პრობლემებზე, რომლებშიც მთავარ გამოწვევად უერთნალისტების სტერეოტიპული აზროვნება რჩება. „ქართული მედიის ერთ-ერთ პრობლემად გენდერული სტერეოტიპებით აზროვნება რჩება. ნაცვლად იმისა, რომ აზროვნების ლიბერალიზებას შეუწყოს ხელი, მედია ხშირად, თავად ქმნის და ამყარებს სტერეოტიპებს“ („გენდერმედიატორია“, 2013, გვ.40). ზემოხსენებულ პუბლიკაციაში გაკეთებული დასკვნა დღესაც პრობლემას წარმოადგენს. ამას მოწმობს, ჩემ მიერ ჩატარებული კვლევის მაგალითები, კერძოდ: ტელეკომპანია „იმედი“, პირველ ნოემბერს, გავიდა გადაცემა რუბრიკით- „ჩვენ ქალები“ სადაც საუბარი იყო გენდერულ თანასწორობაზე. დაახლოებით, 15 წუთის განმავლობაში უერთნალისტები საკუთარი მაგალითებისა და მოსაზრებების მეშვეობით შემდეგნაირად განიხილავდნენ საკითხს: „მე, როგორც ქალს მსურს კაცმა გამიღოს კარი, ან გამომართვას მძიმე ტვირთი, რადგან სუსტი ვარ და ეს ჩემთვის მძიმეა“, „ქალი მაინც ნაზია და ეს სინაზე უხდება“ და სხვა. რუბრიკის მეორე ნაწილში კი მონწვეული ჰყავდათ უფლებადამცველი, იდა ბახტურიძე, რომელსაც უერთნალისტმა მიმტერებისა და სექსუალური შევიწროების საკითხზე უთხრა: „ეს თემა იმ დონეზე უკვე დაყვანილი, რომ ქალებს

კომპლიმენტებზე უარყოფითი დამოკიდებულება აქვთ და ჩივილსაც არ ერიდებიან“. სახალხო დამცველმა უერთნალისტს უპასუხა, რომ ეს არასწორი, სტერეოტიპული მიდგომაა და მოსთხოვა დაესახელებინა კონკრეტული მაგალითი, რომელიც მის მოსაზრებას გაამყარებდა. მედიის წარმომადგენლებმა საპასუხო არგუმენტად „მრავლადაა მაგალითები“ მოიყვანეს.

მედიის განვითარების ფონდის სახელმძღვანელო, კვლევისთვის რელევანტურია, რადგან შესაძლებლობას იძლევა გავარკვიოთ უკეთესობისკენ შეიცვალა თუ არა მედიაგარემოს მდგომარეობა, გენდერული სტერეოტიპების თვალსაზრისით. „გენდერმედიატორის“ პირველი თავი ადგილობრივ რეგულაციებს მოიცავს, მეორე თავში საერთაშორისო სტანდარტებზე საუბარი, მესამე ნაწილი მედიამონიტორინგის შედეგებს ეხება, ბოლო თავი კი თვითრეგულირების მექანიზმებს ასახავს. აღნიშნულმა პუბლიკაციამ გენდერული სტერეოტიპების კვლევის სწორად წარმართვაში დიდი წვლილი შეიტანა.

უერთნალისტურმა ეთიკის ქარტიამ, 2017 წლის 25 ივლისს, გენდერული საკითხების გაშუქების სახელმძღვანელო წესები მიიღო. ტექსტი ემყარება შემდეგ პრინციპებს: ფესვგადგმული გენდერული სტერეოტიპებისა და გენდერული როლების აღმოფხვრა მედიაში, სექსისტური ენის გამოყენებაზე რეაგირება და გენდერული ბალანსის უზრუნველყოფა. ზემოხსენებული პრინციპების გათვალისწინებით სახელმძღვანელოში უერთნალისტებისთვის რეკომენდაციებია მოცემული. მაგალითად: მასალაში გენდერული ბალანსის დასაცავად მნიშვნელოვანია რესპონდენტებს შორის ქალი და კაცი მედიის წარმომადგენელმა ერთნაირად წარმოაჩინოს, უერთნალისტმა არ უნდა გამიჯნოს პროფესიები სქესის მიხედვით, მედიამ საზოგადოებას უნდა აჩვენოს, რომ რომელიმე ჯგუფს მხოლოდ ერთი სქესის ადამიანები არ წარმოადგენენ, ამიტომ ეთნიკური თუ რელიგიური უმცირესობები, ან შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები არ უნდა გაიმიჯნონ სქესის მიხედვით. იმ შემთხვევაში, თუკი უერთნალისტს უჭირს რესპონდენტთა მოძიება, ბალანსის დაცვის მიზნით, ქარტია სთავაზობს დაუკავშირდნენ ამ თემებზე მომუშავე ორგანიზაციებს, რომლებიც რელევანტური რესპონდენტების მოძიებასა და გენდერულად დაბალანსებული მასალის შექმნაში დაეხმარებიან. ამავე სახელმძღვანელოში საუბარია გენდერულად ნეიტრალურ ტერმინებზე. კერძოდ, მიუღებელია ისეთი ტერმინების გამოყენება, როგორებიცაა: „ქალური“, „კაცური“, „ქალბატონი“, „ბატონი“ „ძლიერი ან სუსტი სქესი“, „გათხოვილი“. ასევე, უმართებულოა სიტყვათა აღმატებით ხარისხში გამოყენება ქალისა თუ კაცის დახასიათების მიზნით. სახელმძღვანელოში მოცემული რეკომენდაციები მნიშვნელოვანი და გასათვალისწინებელია. მოცემული მითითებების მიხედვით გაშუქებული ამბები, უერთნალისტებს შესაძლებლობას მისცემს თავი აირიდონ გენდერული საკითხების გაშუქებასთან დაკავშირებული შეცდომებისგან. ამავე საკითხს ეხება უერთნალისტთა საერთაშორისო ფედერაციის მიერ შექმნილი სახელმძღვანელო „გენდერული თანასწორობა უერთნალისტიკაში“. აქ მოცემული მასალა საერთაშორისო სტანდარტებზე დაფუძნებულ მითითებებსა და მაგალითებს მოიცავს. დაინტერესებულ პირებსა და მედიის წარმომადგენლებს ამ სახელმძღვანელოს გაცნობა უერთნალისტთა საერთაშორისო ფედერაციის ვებგვერდზე (www.ifj.org) შეუძლიათ.

გენდერული საკითხების სიღრმისეულად შესწავლისა და პოლიტიკურ თუ მორალურ ჭრილში საკითხის განხილვაში მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა ინგლისელი მწერლის, ესეისტისა და ფილოსოფოსის, მერი უოლსტონკრაფტის ნაშრომმა „ქალის უფლებების დაცვა“. მან, ჯერ კიდევ, მე-18 საუკუნეში გაამახვილა ყურადღება სქესთა თანასწორობის პრობლემებზე. 2002 წლის გამოცემაში ნათლად ჩამოყალიბებული ის საკითხები, რომელთაც თანამედროვეობაში სქესსა და გენდერს შორის განსხვავების თვალსაზრისით ვაწყდებით. მერი უოლსტონკრაფტი ყურადღებას ამახვილებდა ქალებისა და მამაკაცების გონებრივ და ზნეობრივ თანასწორობაზე. „ქალის უფლებების დაცვა“ უგულებელყოფს გენდერული ნიშნით ქალური თვისებების ხაზგასმას და მას ჩვეულებრივ, ადამიანურ ნორმად მიიჩნევს. „ქალური ხასიათი ქალის ბუნებრივი, ბიოლოგიური თავისებურებებით კი არ არის განპირობებული, არამედ ყალიბდება სოციალური ურთიერთობებისა და იმ სპეციფიკური აღზრდის შედეგად, რომელსაც ქალები ადრეული ასაკიდანვე იღებენ“ (უოლსტონკრაფტი, მ. 2002, გვ. 16). მიუხედავად იმისა, რომ უოლსტონკრაფტის შეხედულებები ზედმეტად ემოციური და რიგ შემთხვევებში პათეტიკურიც კია, ის წარმოადგენს მნიშვნელოვან და ერთ-ერთ გავლენიან ტექსტს ადამიანთა თანასწორობის შესახებ. ამავდროულად, მწერლის ზოგიერთი იდეა დღემდე მნიშვნელოვანი რესურსია სხვადასხვა საზოგადოებაში არსებული გენდერული იერარქიის შეფასების თვალსაზრისით.

გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ჩემ მიერ ჩატარებულ კვლევაში განხილული და გამოყენებული სახელმძღვანელოები რელევანტურია არა მხოლოდ კვლევისთვის. იგი სასარგებლოა თავად მედიის წარმომადგენელთათვის, რათა საზოგადოებას ზუსტი და ამომწურავი ინფორმაცია მიანდონ, ხელი შეუწყონ სწორი ხედვის ჩამოყალიბებასა და სტერეოტიპების აღმოფხვრას. გენდერული საკითხების გაშუქებისას კი თავი დაიზღვიონ თითოეული ინდივიდის უფლებათა უნებლიე დარღვევისგან.

კვლევის მეთოდოლოგია:

საკვლევი პოპულაცია- ტელეარხები: „საზოგადოებრივი მაუწყებელი“, ტელეკომპანია „იმედი“, „მთავარი არხი“.

კვლევის სუბიექტები:

- „იმედის დღე“ („იმედი“)
- „შენი შუადღე“ („მთავარი არხი“)
- „ახალი დღე“ (საზოგადოებრივი მაუწყებელი)

საკვლევი პერიოდი: 2022 წლის 1-ელი ნოემბრიდან 30 ნოემბრის ჩათვლით.

ქართულ ტელემედიაში გენდერული სტერეოტიპების საკითხებზე კვლევის მიზნის მისაღწევად სოციალურ მეცნიერებათა რაოდენობრივი და თვისობრივი კონტენტ-ანალიზი შეირჩა.

რაოდენობრივი კვლევის მეთოდებით განისაზღვრა, როგორც გენდერულ საკითხთა გაშუქების რაოდენობა, ისე დაკვირვების ქვეშ მყოფ მედიასაშუალებათა მიერ ეთიკური ნორმების დარღვევის შემთხვევათა რიცხვი. თვისობრივი მეთოდით კი შესაძლებელი გახდა გენდერული საკითხების გაშუქებისას დარღვეული ეთიკური სტანდარტების კვლევა. კერძოდ: რა სახის დარღვევები გვხვდება მოცემულ თემაზე, იქნება ეს სიტყვიერი თუ ვიზუალური მხარე, გენდერული ნიშნით დისკრიმინაცია, სტერეოტიპული გაშუქება და სტერეოტიპიზაცია. ასევე, კვლევისას გაირკვა, რა კონტექსტში აშუქებენ მედიასაშუალებები გენდერულ საკითხებს, რომელი მხარის წარმოჩენას ცდილობენ ამა თუ იმ თემის წამოჭრისას და რა ტენდენციები იკვეთება ამ კუთხით. საკვლევ პოპულაციებზე დაკვირვებისას შეირჩა მხოლოდ და მხოლოდ დღის პირველ ნახევარში მიმდინარე პროგრამები. კვლევის მეთოდებით თვალსაჩინო გახდა, რა სახის დარღვევები იჩენს თავს აღნიშნულ თემაზე და რა თავისებურებებით ხასიათდებიან ისინი. ასევე, ნაშრომში გამოყენებულია სხვადასხვა კვლევა, თუ სახელმძღვანელო, რომლებიც ეყრდნობა შურნალისტურ ნორმებსა და სტანდარტებს.

შედეგები/დისკუსია:

კვლევის პერიოდის მიმდინარეობისას, გენდერული საკითხების გაშუქების დროს, 3 ტელემედიამზე დაკვირვებამ 60 საძიებო შემთხვევა და 110 საათი შეადგინა. აქედან, ტელეკომპანია „იმედი“ 20 გადაცემიდან 12 საკითხი საკვლევ თემას დაეთმო და 10 დარღვევა გამოვლინდა. საზოგადოებრივ მაუწყებელზე, 20 გადაცემიდან 4 დაეთმო საკვლევ საკითხს დარღვეულ შემთხვევათა რაოდენობა კი იყო 1. „მთავარ არხზე“ 20 გადაცემიდან 8 აღნიშნულ საკითხს ეხებოდა, აქედან 5 დარღვევა. დაკვირვებამ შემდეგი ტენდენცია გამოკვეთა: თითოეული შურნალისტი საკუთარი მაგალითების მეშვეობით განიხილავს საკითხს, გაშუქებისას მეტი ყურადღება მახვილდებოდა ქალებზე პოზიტიური დისკრიმინაციისა თუ ქალთა ქალურობაზე ხაზგასმით, იკვეთება პროფესიათა დაყოფის სქესის მიხედვით, გენდერული დისბალანსი და სტერეოტიპული ხედვა კი ყველაზე თვალშისაცემი იყო კვლევის მიმდინარეობისას.

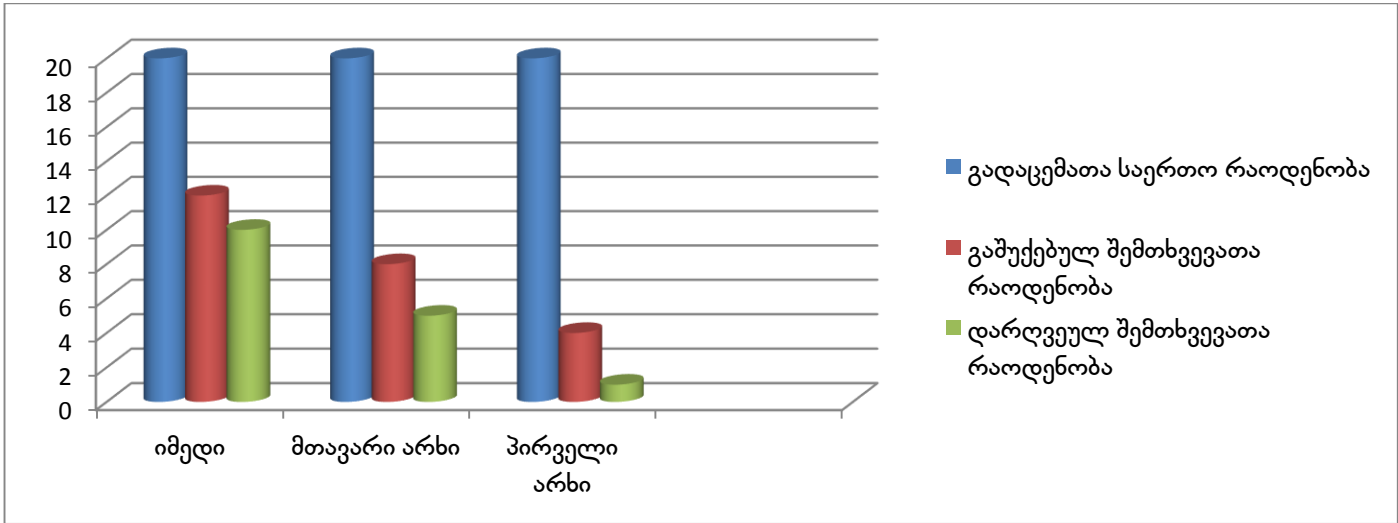
კვლევის მიზნისა და ზემოხსენებული მოსაზრებების თვალსაჩინოებისთვის გთავაზობთ თითოეული დარღვევის მაგალითებს: კითხვაზე, აშუქებენ თუ არა ქართული მედიაარხები გენდერულ საკითხებს ეთიკური სტანდარტების დაცვით, პასუხი უარყოფითია. შურნალისტური ეთიკის ქარტიის მიერ შემუშავებულ სახელმძღვანელოში - „გენდერული საკითხების გაშუქება“, ერთ-ერთი რეკომენდაცია გენდერულად ნეიტრალური ტერმინების გამოყენებაა. მიუხედავად ამისა, მედიის წარმომადგენლები იყენებენ ისეთ ტერმინებს როგორებიცაა: „მამაკაცი ძიძა“ (ტელეკომპანია „იმედი“, 7 ნოემბრის გადაცემა), „პლასტიკურ ქირურგიას არა მხოლოდ ქალბატონები, არამედ მამაკაცებიც მიმართავენ“ („მთავარი არხი“, 23 ნოემბრის გადაცემა), „ბევრი ქალბატონისთვის პრობლემას წარმოადგენს ნუდებით შანტაჟი ურთიერთობის დასრულების შემდეგ“ („იმედი“ 4 ნოემბრის გადაცემა). ამავე სახელმძღვანელოს მიხედვით, უმართებულოა შემდეგი ტერმინების გამოყენება: - „გათხოვილი“,

„ქალური ბედნიერება“, „სუსტი თუ მშვენიერი სქესი“ ან „მანდილოსანი“. დარღვევა ამ საკითხშიც ვლინდება, კერძოდ: 8 ნოემბერს, ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერში გავიდა რუბრიკა სახელწოდებით- „ჩვენ ქალები“, სადაც საუბარია მემკვიდრეობასა და მისი გოგო თუ ბიჭი შვილისთვის განაწილებაზე. მიუხედავად იმისა, რომ რუბრიკის მიზანი ამ კუთხით არსებულ პრობლემებზე ყურადღების გამახვილებაა, უერთნალისტი ხშირად იყენებს ისეთ ტერმინებს, რომლებიც ეთიკურ სტანდარტებს უგულებელყოფს. მაგალითად: „ქალი თუ გათხოვდა და „პატრონს ჩაბარდა“ განქორწინების შემდეგ, ფაქტობრივად რჩება ქონების გარეშე“, „ქალბატონები ძალიან დაჩაგრულები არიან მემკვიდრეობის თვალსაზრისით“. ამავე გადაცემაში სტუმრად იწვევს საფარის დირექტორს და ულოცავს ადვოკატების დღეს, შემდეგ კი ამბობს- „განსაკუთრებით ქალ ადვოკატებს გილოცავთ“. ქარტიის სახელმძღვანელო ეწინააღმდეგება გენდერული როლებისა და რომელიმე პროფესიისთვის ქალისა თუ მამაკაცის იარლიყის მინიჭებას. ეს შემთხვევა სტერეოტიპული გაშუქების მაგალითსაც წარმოადგენს. კვლევის მიზანს, ასევე, წარმოადგენდა პოზიტიური დისკრიმინაციისა და სტერეოტიპული მიდგომის საკითხი, რაც დარღვეულია. კერძოდ: „მთავარი არხის“ ეთერში პირველ ნოემბერს გასული გადაცემის თემა- „შიდა ქართლში დაწყებული ბიზნესი“, სადაც მონვეული ჰყავთ მევენახეობა-მელვინეობის ექსპერტი, ნინო ლოთიშვილი. სტუმრის წარდგენის შემდეგ უერთნალისტი ამბობს: „მევენახეობა-მელვინეობაში ქალები რომ არიან ჩართულები, ძალიან მიხარია. ნამდვილად არ არის მარტივი ქალისთვის ამ პროფესიას წაუძღვს“. გენდერული საკითხების გაშუქების სახელმძღვანელოში წერია, რომ უერთნალისტი უნდა მოერიდოს ისეთი სტერეოტიპების გამყარებას, რაც ქალს ისე წარმოაჩენს თითქოს მას მხოლოდ „მსუბუქ“ თემებზე შეუძლია საუბარი და მუშაობა.

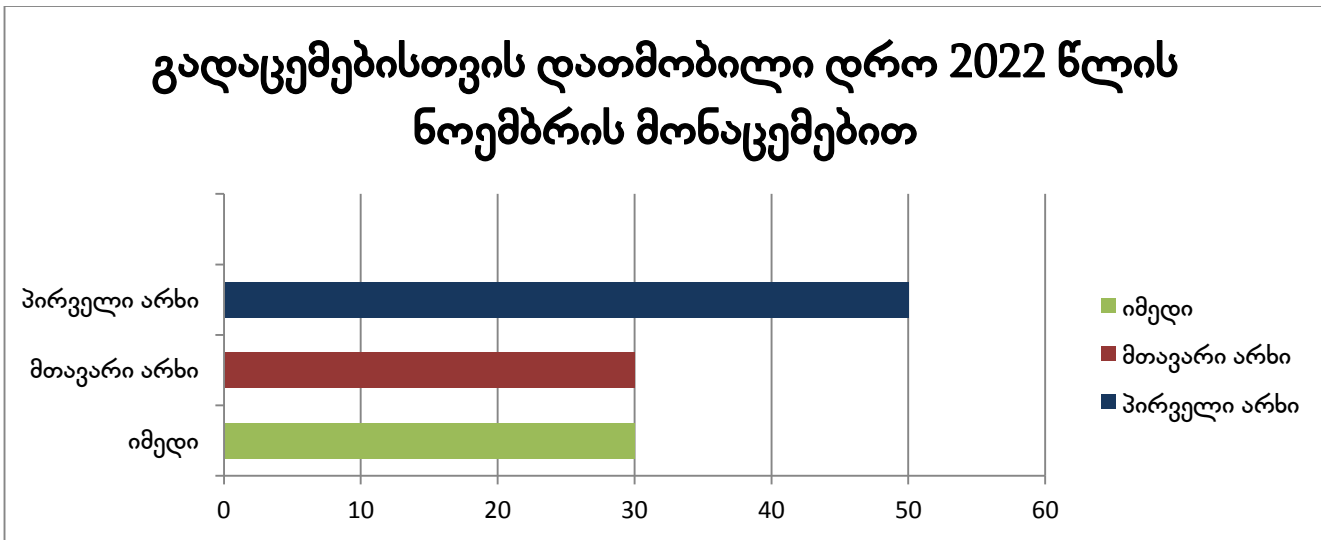
კვლევამ ასევე აჩვენა, რომ გარკვეულმა უერთნალისტურმა მასალამ ხელი შეუწყო უარყოფითი დამოკიდებულების შექმნასა და საზოგადოებაში ქალებისადმი მადისკრიმინირებელი ხედვის გამძაფრებას. კერძოდ, ტელეკომპანია „იმედის“ ეთერში, 4 ნოემბერს გავიდა სიუჟეტი სახელწოდებით- „ნუღებით შანტაჟი“. უერთნალისტის მიზანი, ინტიმური ფოტოებით შანტაჟით გამოწვეული პრობლემების წარმოჩენას წარმოადგენდა. თუმცა, ნებისთ თუ უნებლიედ გახდა ქალების დისკრიმინაციის მიზეზი. მოგეხსენებათ, თითოეული გადაცემის ნახვა, მაყურებელს არა მხოლოდ ტელევიზორის, არამედ სოციალური ქსელის საშუალებითაც შეუძლია. 4 ნოემბერს გასულ სიუჟეტს მოჰყვა უარყოფითი კომენტარები, გახდა სიძულვილის ენისა და ქალთა დისკრიმინაციის მიზეზი. ეს ყველაფერი კი გამოიწვია იმან, რომ ინტიმური ფოტოების გადაღება მხოლოდ ქალების მაგალითზე იყო განხილული. უერთნალისტის თქმით, „ძირითადად ქალები და გოგონები უგზავნიან ბიჭებს გარკვეული სახის ინტიმურ ფოტოებს, რის გამოც ხდებიან „ნუღებით შანტაჟის“ მსხვერპლნი“. თემა ისე იყო წარმოდგენილი, თითქოს მსგავსი სახის ფოტოებს მხოლოდ ქალები იღებენ და აგზავნიან პარტნიორის ყურადღების მისაპყრობად. საკითხის მხოლოდ ქალების მაგალითზე განხილვამ საზოგადოება სტერეოტიპულად განაწყო, რასაც მოჰყვა ქალთა დისკრიმინაცია. საზოგადოების ნაწილმა, ინტიმური ფოტოების გარდა დაიწყო იმის განხილვა თუ როგორი გამომწვევი ჩაცმულობითა და ქცევებით გამოირჩევიან ისინი. მათი ნაწილი იმასაც კი აცხადებდა, რომ „ასეთი ქალები უარესის ღირსები არიან“. აღსანიშნავია მედიის დუმილი, რომელმაც მცდარი

ხედვის შესაცვლელად და დაშვებული შეცდომის გამოსასწორებლად ერთი კომენტარიც კი არ გააკეთა.

კვლევის ფარგლებში გამოვლინდა გაშუქებულ და დარღვეულ შემთხვევათა რიცხვი. მეტი თვალსაჩინოებისთვის, თუ რა სიხშირით ვლინდება დარღვევები, 2022 წლის ნოემბრის კვლევის შედეგებს დიაგრამის საშუალებით წარმოგიდგინთ:



დიაგრამა 1.



დიაგრამა 2.

ქართულ ტელევიზიაში გენდერული საკითხების კვლევამ აჩვენა, რომ დაკვირვების ქვეშ მყოფი, სამი მედიაარხიდან, ტელეკომპანია „იმედი“ ყველაზე მეტ დროს უთმობს საკვლევ თემას და ამავდროულად, არასწორი გაშუქებითაც გამოირჩევა. „იმედის“ უუნარულისტები იყენებენ, როგორც სექსისტურ ენას, ისე სტერეოტიპულ მიდგომებს. ასევე, ხშირია პოზიტიური დისკრიმინაციის

მაგალითები. რუბრიკები ქალებზე, რომელთა სახელწოდებებია - „რა სურთ ქალებს“, „ჩვენ ქალები“, პროფესიათა დაყოფა სქესის მიხედვით- „მამაკაცი ძიძა“, „ქალები არაქალურ სპორტში“. ამის ნათელი მაგალითია. ამავდროულად, ადგილი აქვს ჭარბი წონის, შუა ხნის ასაკისა და კრიზისის მხოლოდ ქალების მაგალითზე განხილვას ისე, თითქოს მსგავსი პრობლემები ადამიანური არ არის და მხოლოდ მდებარეობითი სქესის წარმომადგენელთათვისაა დამახასიათებელი. რიგითობის სკალაზე მეორე ადგილს „მთავარი არხი იკავებს“, სადაც გენდერული ბალანსი დაცულია, თუმცა უერთნალისტები პოზიტიურ დისკრიმინაციას განზრახ თუ გაუთვითცნობიერებლად მიმართავენ. ამის მაგალითს წარმოადგენენ მონვეული ბიზნესმენი ქალები, რომლებიც დაკავებულნი არიან მეღვინეობით, მაღალმთიან რეგიონებში ტურიზმითა და სამენარმეო საქმიანობით. ამ საკითხების მიმოხილვისას, უერთნალისტები შემდეგნაირად ცდილობენ მათი დამოკიდებულების ჩვენებას: „მევენახეობაში ქალები რომ არიან ჩართულები, ძალიან მიხარია, რადგან ნამდვილად არ არის ეს ქალისთვის მარტივი საქმე“, ან „განსაკუთრებით მინდა მიმართოთ ქალებს, რომელთაც რაღაც მიზეზების გამო ეშინიათ საკუთარი ბიზნესის წამოწყება“ („მთავარი არხი“, „შენი შუადღე“, პირველი ნომბრის გადაცემა). „გენდერული საკითხების გაშუქების“ სახელმძღვანელოს მიხედვით, ქალის წარმოჩენა, როგორც სუსტისა და რაღაც საქმისთვის შეუფერებლის, ცალსახად არასწორია და სტერეოტიპული მიდგომითაა ნასაზრდოები. რაც შეეხება „საზოგადოებრივ მაუწყებელს“, ისეთი შთაბეჭდილება იქმნება, თითქოს მედიასაშუალება ყველანაირად ცდილობს აღნიშნულ საკითხზე საუბარს თავი აარიდოს. რომ არა ქალთა მიმართ ძალადობის აღკვეთის დღე, „ახალ დღეში“ 5 ნუთზე მეტი არც დაეთმობოდა გენდერულ, მათ შორის, ქალებთან დაკავშირებულ საკითხებს. ერთადერთი დარღვევა, რაც გაშუქებულ საკითხთა სიმცირისას გამოიკვეთა, გახლდათ დედა, რომელიც ჩვილ ბავშვთან ერთად იყო სამსახურში მისული. თემაზე ყურადღების გამახვილება, როგორც უერთნალისტი განმარტავს, ინტერნეტსივრცეში გამოქვეყნებულმა ფოტომასალამ განაპირობა. აღნიშნული სიუჟეტის პირველ ნაწილში დედობა განხილული იყო როგორც ქალის იდენტობის შემადგენელი ნაწილი. მხოლოდ რესპონდენტის საუბრისას დაიწყო იმის განხილვა, რომ დედობა არ არის „განაჩენი“ და სამსახურებრივ მოვალეობათა შესრულებას დედებიც უმკლავდებიან. „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ მხრიდან საკვლევ თემას მხოლოდ 4 გადაცემის მცირე მონაკვეთი დაეთმო, რაც აღნიშნული კვლევის დაწყებამდე არსებულ მოლოდინს არ შეესაბამება, რადგან ქვეყნის პირველ ტელევიზიას მოეთხოვება მსგავსი სახის მნიშვნელოვან საკითხებზე ყურადღების გამახვილება. ნაცვლად იმისა, რომ ორსაათ-ნახევრიანი ეთერიდან საათზე მეტი, თუნდაც სპორტის ამბებს დაეთმოს, უმჯობესია ამ დროში გენდერული საკითხები და ჩვენ ქვეყანაში არსებული პრობლემები იყოს გაშუქებული.

კვლევის შედეგად, ასევე, ნათელი გახდა, რომ ქართულ ტელემედიაში დღის გასართობ და სოციოკულტურულ გადაცემებში დარღვეულია ყველა პრინციპი, რომლებზეც ნაშრომის შესავალშია საუბარი, კერძოდ: დარღვეულია გენდერული ბალანსი, რაც ყველაზე საგრძნობი „იმედის“ შემთხვევაშია, ყველაზე დაბალანსებული კი „მთავარი არხის“ მაგალითზეა. პოზიტიური დისკრიმინაცია, რაშიც მონიშნავს ადგილს „მთავარი არხი“ იკავებს, შედარებით ნორმალური მდგომარეობა კი „საზოგადოებრივ მაუწყებელზეა“. სექსისტური ენისა და სტერეოტიპიზაციის

ასპექტში კვლავ ტელეკომპანია „იმედი“ ლიდერობს. ბოლოს კი, რაც შეეხება, უერთნალისტურ გენდერმგრძობიარობასა და პროფესიულ გაშუქებას, მდგომარეობა ყველა შემთხვევაში მძიმეა. აღსანიშნავია ისიც, რომ საკითხის გაშუქება ხდება, არა პრევენციისა და შემდგომ ქმედითი ნაბიჯების გადადგმის მოტივით, არამედ რეიტინგისა და თითოეულ გადაცემაში სასაუბრო თემის არსებობისთვის. უერთნალისტები მონვეულ ექსპერტებთან დისკუსიისას ხშირად უშვებენ შეცდომებს, რაზეც რესპონდენტები ხშირად აძლევენ შენიშვნებს და მათ საუბარს სტერეოტიპულს უწოდებენ. აქედან კი იკვეთება მათი საკითხში გაუთვითცნობიერებლობაც. ზემოხსენებულს ცხადყოფს სტატიაში, ჩემ მიერ, განხილული მაგალითები. დაკვირვებამ აჩვენა, რომ 2012-2015 წლებში ჩატარებული კვლევების შემდეგ გენდერული საკითხების გაშუქების თვალსაზრისით მდგომარეობა არ შეცვლილა. უერთნალისტები აგრძელებენ გენდერული სტერეოტიპებით აზროვნებას და მათ გამყარებასაც უწყობენ ხელს.

კვლევამ აჩვენა, რომ მედიაში არ შეინიშნება გამოსახულებითი დისკრიმინაციის მაგალითები (იქნება ეს ფოტო თუ ვიდეომასალა) და უერთნალისტები არ ცდილობენ საზოგადოებაზე არარელევანტური კადრების მეშვეობით გავლენის მოხდენასა და ემოციური ფონის შექმნას.

კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე, საბოლოოდ შეიძლება ითქვას, რომ ქართული მედიაარხების გარკვეული ნაწილი, კერძოდ, საკვლევ პოპულაციად არჩეული სამი მაუწყებელი დღის გასართობ-შემეცნებითი გადაცემებითურთ („ახალი დღე“-„საზოგადოებრივი მაუწყებელი“, „შენი შუადღე“-„მთავარი არხი“ და „იმედის დღე“- „იმედი“) გენდერული საკითხების გაშუქებისას არღვევენ გენდერმგრძობიარობის საკითხებს, გამოირჩევიან სტერეოტიპული აზროვნებით, არიან საკითხში გაუთვითცნობიერებლები და ზედაპირულად ეკიდებიან მის მნიშვნელობას.

მედია საზოგადოების ინფორმირების მძლავრი საშუალებაა, რომლის მეშვეობითაც ადამიანთა უმეტესობა ეცნობა დღის მთავარ ამბებს. ფაქტობრივად,, მედია მთელ რიგ შემთხვევებში თავად ქმნის „დღის წესრიგს“. უერთნალისტების, როგორც საზოგადოების სამსახურში მყოფი პასუხისმგებლობის მქონე პირებისთვის უმთავრესია მოსახლეობისთვის ზუსტი, ეთიკური და სწორი ინფორმაციის მიწოდება, რომელიც მათ ცნობიერებას აამაღლებს და სტერეოტიპულ დამოკიდებულებებს შეამცირებს. იმისათვის, რომ უერთნალისტმა საზოგადოების წინაშე მოვალეობა პირნათლად შეასრულოს და პროფესიული საქმიანობაც შეძლოს საჭიროა მედიის, როგორც ერთიანი სისტემის, გამართულად მუშაობა. აქედან გამომდინარე, მედია ვალდებულია დაიცვას პროფესიული სტანდარტები და ყველა საკითხის გაშუქებისას გამოიჩინოს ყურადღება, მითუმეტეს თუ ის გენდერულ სტერეოტიპებს ეხება. მნიშვნელოვანია, რომ მედიასაშუალებებმა მეტი დრო დაუთმონ გენდერული საკითხების გაშუქებას, ქალთა საკითხებზე მასალის მოძიებისა და მომზადებისას კონსულტაცია გაიარონ გენდერის სპეციალისტებთან, რათა თავიდან აიცილონ გენდერული სტერეოტიპების საზოგადოებაში რომანტიზება. ყურადღება მიაქციონ ანონსებსა თუ სიუჟეტებს და არ გამოიყენონ გენდერის ნიშნით მადისკრიმინირებელი ან შეურაცხმყოფელი შედარებები. თავი შეიკავონ აღნიშნულ თემაზე საუბრისას საკუთარი მოსაზრებებისა და მაგალითების მოხმობისგან, რომლებიც რიგ შემთხვევებში სტერეოტიპული აზროვნებითაა ნასაზრდოები, არამედ შეინარჩუნონ

ნეიტრალური პოზიცია. უერთნალისტი მათი ხმა უნდა იყოს ვის შესახებაც უნდა იცოდეს საზოგადოებამ და არა პირი, რომელიც საკუთარ თავზე ჰყვება. მნიშვნელოვანია, უერთნალისტებმა გაითვალისწინონ ყველა სტანდარტი ვიდრე ისეთ პრობლემურ თემებზე მუშაობას დაიწყებენ, რომელთა გადაჭრის საკითხიც მწვავედ დგას ქვეყანაში. ეს შემდგომში დადებითად აისახება სტერეოტიპული ხედვის შემცირებისა და ნეგატიური დამოკიდებულების აღმოფხვრის თვალსაზრისით.

ბიბლიოგრაფია:

- აღდგომელაშვილი, ე. (2016). წინასწარგანწყობიდან თანასწორობამდე. თბილისი. ქალთა ინიციატივის მხარდამჭერი ჯგუფი (WISG).
- აღდგომელაშვილი, ე. (2011). თბილისი. სექსუალურ ორიენტაციასთან/გენდერულ იდენტობასთან დაკავშირებული საკითხების გაშუქება მედიაში. http://mdfgeorgia.ge/uploads//Seqsualur_orientaciastan_da_genderul_identobastan_dakavshirebuli_sakitxeb_is_gashugeba_mediashi.pdf
- გენდერმედიატორი. (2013). თბილისი. მედიის განვითარების ფონდი. <http://www.mdfgeorgia.ge/uploads/library/9/file/GENDERMEDIATORI.pdf>
- გენდერული საკითხების გაშუქება-სახელმძღვანელო წესები. (2017). თბილისი. საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია. <https://www.qartia.ge/ka/sakhelmdzghvanelo-tsesebi1/article/34573-genderuli-sakithkhebis-gashugeba>
- ვილკინსონი, ს. კიტცინგერი, ს. ჰეტეროსექსუალობის დეკონსტრუქცია. ფემინისტური ბიბლიოთეკა. https://lesbi.org.ge/wp-content/uploads/2010/07/heteroseqsalobis_dekonstrucia_RBhKovexYQ.pdf
- იანგი, ა. მ. (1990). ჩაგვრის ხუთი სახე. <https://www.scribd.com/document/562342714/iangi-chagvris-xutisaxe>
- მუწყებელთა ქცევის კოდექსი.(2009). თბილისი. საქართველოს კომუნიკაციების ეროვნული კომისია. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/82792>
- საბედაშვილი, თ. (2006). ქალთა უფლებების ისტორიული ასპექტები. თბილისი. სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრი.
- საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის პრინციპები. (2009). თბილისი. ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია. <https://www.qartia.ge/ka/mthavari-gverdis-aikonebi/article/30513-preambula>
- ფარარი, ს. ჰომოფობია როგორც სექსიზმის იარაღი. ფემინისტური ბიბლიოთეკა. https://lesbi.org.ge/wp-content/uploads/2010/07/homofobia_rogorc_seqsizmis_iaraRi_1PWvjsDh_i.pdf
- ხორბალაძე, თ. (2015). ჰომოფობია და გენდერული იდენტობა. თბილისი. მედიის განვითარების ფონდი. [http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/Homophobia-GEO-web%20\(1\).pdf](http://mdfgeorgia.ge/uploads/library/Homophobia-GEO-web%20(1).pdf)
- Kimmel, M. (2011). The gendered society. (Pourth Edition). Oxford University Press.
- Wollstonecraft, M. (2002). A vindication of the rights of woman with strictures on political and moral subjects. USA.