

**მია თეზებე
ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი**

**ნინო სანაია
სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი**

ენობრივი სტერეოტიპები და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები

ადამიანთა წარმოდგენები სამყაროს შესახებ ყოველთვის პირობითი და მრავალფეროვანია და დამოკიდებულია იმაზე, თუ რომელ კულტურაში დაიბადა და ფორმირდებოდა მისი აზროვნება.

დღეს არსებულ სახელმწიფოებსა და ერებს, ყველას აქვს თავისი ენობრივი და კულტურული თავისებურებები, საკუთარი ცხოვრების წესი, ზნე-ჩვეულებები, ტრადიციები. სწორედ მათზე დაყრდნობით ფორმირდება ერის გარკვეული სახე, ჩვენი წარმოდგენები ამა თუ იმ ეროვნებაზე.

სხვადასხვა დარგის მეცნიერები თანხმდებიან, რომ სტერეოტიპი ეს არის სქემატური, სტანდარტიზებული ხატი ან წარმოდგენა სოციალური მოვლენისა თუ ობიექტის შესახებ, ჩვეულებრივ ემოციურად შეფერილი და ძლიერი მდგრადობის. სტერეოტიპები საშუალებას აძლევს ადამიანს რომ შეიქმნას წარმოდგენა სამყაროზე, გავიდეს თავისი ვიწრო სოციალური, გეოგრაფიული თუ პოლიტიკური გარემოცვის ფარგლებს გარეთ.

მიუხედავად იმისა, საფუძვლიანია თუ უსაფუძვლო, ჭეშმარიტებას შეიცავს თუ მცდარია, სტერეოტიპები ყოველი კულტურის განუყოფელ ელემენტს წარმოადგენს და თავად მათი არსებობის ფაქტითაც უზარმაზარ გავლენას ახდენს ადამიანთა ფსიქოლოგიასა თუ ქცევაზე, მათ ცნობიერებასა თუ ეროვნებათაშორის კონტაქტებზე.

ადამიანის მიერ სტერეოტიპების ფორმირება და ათვისება სხვადასხვა გზით შეიძლება მოხდეს. უპირველეს ყოვლისა, სტერეოტიპების ათვისება ხდება სოციალიზაციისა და ინკულტურაციის პროცესში. ჩვევას იმისა, რომ სხვებზე, ე. წ. გარე ჯგუფებზე, გვქონდეს გარკვეული წარმოდგენა, ჩვენ ვიღებთ სულ პატარაობიდან, შემდგომ ფიქსირდება და ძალიან ძნელად იცვლება. ეს ეხება არა მარტო გარე ჯგუფის შესახებ ჩვენს წარმოდგენებს, არამედ წარმოდგენას იმის შესახებ, თუ როგორ გამოიყურება თავად ჩვენი ჯგუფი სხვების თვალში.

განსაკუთრებული ადგილი სტერეოტიპების ფორმირებაში უკავია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს. მათი შესაძლებლობები სტერეოტიპების ფორმირების საკითხში უმრავლეს შემთხვევაში როგორც მასშტაბებით, ასევე ძალით. ადამიანთა უმრავლესობისათვის პრესა, რადიო, ტელევიზია ინფორმაციის ფრიად ავტორიტეტულ წყაროს წარმოადგენს, მათი შეხედულება სწრაფად იქცევა მაყურებელთა, მკითხველთა შეხედულებად. აქედან გამომდინარე, თავად პირადი კონტაქტის არქონის დროსაც კი ადამიანები უცხოებს მიაწერენ როგორც ფიზიკურ, ასევე ხასიათის მკვეთრად ფიქსირებულ ნიშან-თვისებებს.

შეგვიძლია გამოვყოთ ის ძირითადი მიზეზები, რომლებიც განაპირობებს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ამდენად დიდ გავლენას სტერეოტიპების ფორმირებაში.

ბევრისათვის მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები წარმოადგენს ავტორიტეტული აზრის წყაროს, რომელიც არ ექვემდებარება კრიტიკულ შეფასებას. ეს ხდება, როგორც წესი, მაშინ, როდესაც ინდივიდი არ ფლობს საკმარის ცოდნას იმისათვის, რათა ჰქონდეს საკუთარი აზრი, შეხედულება და განწყობა გარკვეული მოვლენების მიმართ.

დიდი მნიშვნელობა აქვს ინფორმაციის წყაროს სტატუსს. აშკარაა ადამიანებზე ცნობილი პოლიტიკოსის ან საზოგადო მოღვაწის ინფორმაციული ზემოქმედების ძალა და შედეგი. რაც უფრო მაღალია ინფორმაციის წყაროს ავტორიტეტი, უფრო დიდია მის მიმართ აუდიტორიის ნდობა. იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც მსმენელები ან მკითხველები მიწოდებულ ინფორმაციას კრიტიკულად აღიქვამენ, ის მათ ცნობიერებაში მაინც ილექება.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ავტორიტეტი განპირობებულია ასევე მათი უნარით, რომ ადამიანი გაათავისუფლოს პასუხისმგებლობისაგან მიღებულ გადაწყვეტილებაზე. ყოველთვის, როდესაც ადამიანი ყოყმანობს გადაწყვეტილების მიღების პროცესში, მისი საბოლოო არჩევანი განპირობებულია ხოლმე ავტორიტეტის მიერ გადა-

აწყვეტილებიწ ერთ-ერთი ვარიანტიწ მოწონებით. ამ შემთხვევებში ადამიანი არ განიცდის შინაგან კონფლიქტს თავიწი გადაწყვეტილებიწ შედეგებიწ გამო და ითავიწსუფლებს თავს ყოველგვარი პაწსუხიწმგებლობიწსაგან. მიღებული გადაწყვეტილებიწ შედეგად ინდივიდს უქრება როგორც თავიწი მომღვეწო ქცევიწსადმი კრიტიკული დამოკიდებულება, აწვეე შფოთვითი მოლოდინი შესაძლებელი შედეგებიწ გამო. მას ყველაფერი წარმოუღგება როგორც წწორი და სამართლიანი, ვინაიდან, მიწი აზრით, იგი მოქმედებს „ავტორიტეტიწს სანქციით“. აწეთ შემთხვევაში მასობრივი ინფორმაციიწს საშუალებებიწ გაგლენას ხშირად ადარებენ ხოლმე მასობრივ ჰიპნოზს.

ამ მხრივ საინტერესოა მასობრივი ინფორმაციიწს საშუალებებიწ როლი სტერეოტიპებიწ ერთ-ერთი ტიპიწ, გენდერული სტერეოტიპიწ გავრცელებაში.

გენდერულ სტერეოტიპებს იღებს საზოგადოებიწ ყველა წვერი, ვინაიდან, მიუხედავად იმიწსა, რომ ჩვენ შეგნებულად ვცდილობთ მათზე ვთქვათ უარი, მაინც ხშირად მათ შესაბამიწსად ვიქცევით და ვხედავთ, რომ სხვებიც აწალოგიურად იქცევიან ყოველდღიურ ყოფაში, სადაც მამაკაცებსა და ქალებს მიკუთვნებული აქვთ სრულიად უთანაწწწორო როლები და სტატუსი. აწვეე ხდება გენდერული სტერეოტიპებიწ ტირაჟირება მასობრივი ინფორმაციიწს საშუალებებში, საიდანაც ხშირად მცდარი წარმოდგენები მაინც იჭრება ჩვენს მსჯელობებსა და შეხედულებებში, თუმცა ჩვენ ამას ნაკლებად ვაცნობიერებთ.

მასობრივი ინფორმაციიწს საშუალებებში მოცემული გენდერული სტერეოტიპები განუყოფელია ქალიწ შესახებ არსებული ხატიწსაგან, მიწი დანიწწწულებიწ იღვიწსაგან, რომელიც ბატონობს გარკვეულ საზოგადოებაში ამა თუ იმ პერიოდში.

სტერეოტიპები ჟურნალიწტიკაში შეიძლება გავიგოთ როგორც მდგრადი განზოგადებული და გამარტივებული წარმოდგენები სინამდვილიწ მოვლენებიწ შესახებ, რომლებიც მყარად არიწ გამჯდარი აუდიტორიიწ ცნობიერებაში. აწვეე იწინი წარმოდგენს მედიაში ჟურნალიწტიწ მიერ გარესამყაროწ აღქმიწსა და ასახვიწ ერთ-ერთ საშუალებას.

გენდერული სტერეოტიპები ფორმირდება პირადი ცხოვრებიწსეული გამოცდილებიწსა და გარეშე წყაროებიწსაგან მიღებული ინფორმაციიწს საფუძველზე. იწინი აგრეთვე შეიძლება განხილულ იქნეს როგორც ქალიწსა და მამაკაციწ ურთიერთდამოკიდებულებიწ შეცნობიწსა და ასახვიწ ერთ-ერთი საშუალება, რაც ხორციელდება იმ ხატებიწსა და დიწკურსებიწ დახმარებით, რომლებიც გვხვდება მედია სივრცეში.

გენდერული სტერეოტიპები მედია სივრცეში ხასიათდება დინამიურობით, ვინაიდან წარმოდგენს შემოქმედებითი აქტიწსა და გააზრებიწ შედეგს.

სტერეოტიპული გენდერული ხატები პრესაში, როგორც წესი, ასახავს მასებიწ მდგრად წარმოდგენებს ქალებიწსა და მამაკაციწს დანიწწწულებიწსა და სოციალური ფუნქციებიწ შესახებ.

თანამედროვე მასობრივი ინფორმაციიწს საშუალებებიწ, ჟურნალიწტიებიწ ამოცანა მდგომარეობს იმაში, რომ თავიდან აიცილონ გენდერული სტერეოტიპებიწ ხმარება, დაამსხვრიონ მოძველებული სტერეოტიპები, გაიზარონ თუ რა არიწ მათი წყარო, შეიმუწწაონ მათი შინაარსიწ შეფასებიწსა და ჟურნალიწტიურ პრაქტიკაში გამოყენებიწს ჩვეები, აწვეე აღიქვან და ასახონ ის ხატი, რომელიც არიწ დროიწსა და ეპოქიწსათვიწ დამახასიათებელი, ვინაიდან მასობრივი ინფორმაციიწს საშუალებებიწ ძირითადი ფუნქცია მდგომარეობს არსებული ნორმებიწსა და ფასეულობებიწს, მათ შორიწს ახალი, კორექტიული, მასკულიწობიწსა და ფემინურობიწს შესახებ სინამდვილიწ შესაბამიწ წარმოდგენებიწ გავრცელებაწსა და სოციალურ ათვისებაში.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Basow S. A. Gender Stereotypes and Roles. Pacific Grove, 1992,
2. Schneider D. J. The Psychology of Stereotyping. N. Y. L., 2004.
3. Горощко, Е. И. Языковое сознание: гендерная парадигма /Е.И. Горощко// Методология современной психолингвистики: сб. научн. тр.М., 2003.
4. Смирнова О. В. Гендерная проблематика //Проблематика СМИ. М., 2008.

**მაია თევზაძე, ნინო სანაია
ენობრივი სტერეოტიპები და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები
რეზიუმე**

სტერეოტიპები ყოველი კულტურის განუყოფელ ელემენტს წარმოადგენს და უზარმაზარ გავლენას ახდენს ადამიანთა ცნობიერებაზე, ფსიქოლოგიასა თუ ქცევაზე. განსაკუთრებული ადგილი სტერეოტიპების ფორმირებაში უკავია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს. ამ მხრივ საინტერესოა მათი როლი სტერეოტიპების ერთ-ერთი ტიპის, გენდერული სტერეოტიპის ფორმირებასა და გავრცელებაში.

**Maya Tevzadze, Nino Sanaia
Language Stereotypes and Mass Media
Summary**

Stereotypes are an integral part of every culture and they have an enormous influence on peoples consciousness, psychology and behavior. Mass media has a particular role in forming stereotypes. In this respect, the role of mass media in forming gender stereotypes is a matter of interest.

**Майя Тевзадзе, Нино Саная
Языковые стереотипы и средства массовой информации
Резюме**

Стереотипы представляют неразделимый элемент каждой культуры и оказывают огромное влияние на человеческое сознание, психологию и поведение. Особое место в формировании стереотипов занимают СМИ. В этом отношении интересна их роль в формировании и распространении гендерных стереотипов.