

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/322131361>

მიგრაცია და მედია Migration and Media

Chapter · December 2017

CITATIONS

0

READS

266

2 authors, including:



Mariam Gersamia

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

14 PUBLICATIONS 6 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



employment of entry-level journalists (case of Georgia) [View project](#)



Intra-party Democracy in Georgia [View project](#)

მიზიასი სახელმძვანელი



ევროკავშირი
საქართველოსთვის

The European Union For Georgia

მიგრაციის სახელმძღვანელო

პირველი გამოცემა



ICMPD

International Centre for
Migration Policy Development

თბილისი
2017

სარედაქციო კოლეგია:

ვიოლეტა ვაგნერი	(ICMPD) - მთავარი რედაქტორი
რუსუდან ტუშური	(ICMPD/თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი) - ალმასრულებელი რედაქტორი
ბიაჯიო სპეჩიალე	(სორობონის უნივერსიტეტი)
თამარ ზურაბიშვილი	(სოციოლოგიის დოქტორი, კვლევისა და განვითარების ფონდი)
ირინა ბადურაშვილი	(მოსახლეობის კვლევის ეროვნული ცენტრი)
კატრინ ჰოსლერი	(ლუდვიგ ბოლტცმანის სახელობის ადამიანის უფლებების ინსტიტუტი)
მარტინ ჰოფმანი	(ICMPD)
მელისა სიგელი	(მაასტრიხტის უნივერსიტეტი)
მიქაელა ვიანორე	(მაასტრიხტის უნივერსიტეტი)
პიტერ ვან კრიკენი	(ლეიდენის უნივერსიტეტი)
რობერტ მაქნილი	(ოქსფორდის უნივერსიტეტი)
როლანდ ჰოსნერი	(ICMPD)
ქსენია ფილიპენკო	(ICMPD)

გამომცემი პასუხისმგებელი: ქსენია ფილიპენკო
პარტული ენის რედაქტორი: მანანა ტაბიძე

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, copied or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording, or any information storage and retrieval system, without permission of the copyright owners.

This publication has been produced by the project "Enhancing Georgia's Migration Management" (ENIGMMA), funded by the European Union and implemented by the International Centre for Migration Policy Development (ICMPD). The contents of this publication are the sole responsibility of the authors and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, International Centre for Migration Policy Development, the State Commission on Migration Issues or its member institutions.

ყველა უფლება დაცულია. არ შეიძლება ამ სახელმძღვანელოს ან მისი ნაწილის გამრავლება, ასლის გადაღება ან გადაცემა ელექტრონული ან ნებისმიერი სხვა ფორმით, მათ შორის ფოტოასლის გაკეთება, ჩანერა ან ინფორმაციის შენახვის სხვა საშუალებით, საავტორო უფლებების მქონე პირის თანხმობის გარეშე.

წინამდებარე სახელმძღვანელო მომზადებულია ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული და მიგრაციის პოლიტიკის განვითარების საერთაშორისო ცენტრის მიერ მართული პროექტის - „მიგრაციის მართვის გაძლიერება საქართველოში“ (ENIGMMA) ფარგლებში. დოკუმენტის შინაარსი გამოხატავს მხოლოდ ავტორ(ებ)ის შეხედულებებს და არ უნდა აღიქმებოდეს, როგორც ევროკავშირის, მიგრაციის პოლიტიკის განვითარების საერთაშორისო ცენტრის ან მიგრაციის საკითხთა სამთავრობო კომისიის და მისი წევრი უწყებების მოსაზრება.

International Centre for Migration
Policy Development (ICMPD)

Gonzagagasse 1
A-1010 Vienna
Austria
www.icmpd.org

მიგრაციის პოლიტიკის განვითარების
საერთაშორისო ცენტრი

Gonzagagasse 1
A-1010 ვენა
ავსტრია
www.icmpd.org

შინაარსი

წინასიტყვაობა	5
ლევან ალექსიძე, მარტინ კლაიმი	
1. შესავალი	10
ვიოლეტა ვაგნერი, ბიორგი ჯაუი	
2. მიგრაციის სწავლების ინტერდისციპლინური ხასიათი	16
პიტერ ვან კრიკენი, მარია ჟუმბურიკა, მარტინ კოფმანი	
3. მიგრაციის ფორმები	34
ირინა ბადურაშვილი	
4. მიგრაციის ძირითადი თეორიების მიმოხილვა	63
მარტინ კოფმანი, ვიოლეტა ვაგნერი	
5. მიგრაციის ისტორია	89
ბიორგი ჯაუი	
6. მიგრაციის სამართლებრივი ასპექტები	135
ლევან ალექსიძე, ქეთევან ხუციშვილი	
7. საზოგადოებრივი გაოგრაფია და მიგრაცია	190
ია იაშვილი	
8. საერთაშორისო მიგრაციის სტატისტიკა და დემოგრაფიის საფუძვლები	255
შორანა ნიქლაური, ბიორგი ნულაძე	
9. მიგრაციის ეკონომიკური ასპექტები	288
ალექსი გუგუშვილი	

10. მიგრაცია და სოციალური მესწიერებები.....	343
თამარ ზურაბიშვილი, მანია მესტიურიშვილი, ეკატერინე ფირსხალავა	
11. გენდარი და შრომითი მიგრაცია	402
თამარ ზურაბიშვილი, თინათინ ზურაბიშვილი	
12. მიგრაცია და მელის	428
მარიამ გარსამია, რობერტ მაქნილი	
13. მიგრაცია და საერთაშორისო ურთიერთობები	456
ნიკოლოზ სამხარაძე	
14. მიგრაცია და საჯარო მართვა	490
მარიამ ჭუმბურიძე, თამარ გოგიშვილი	
15. მიგრაციისა და უსაფრთხოების ურთიერთკავშირი მსოფლიოსა და საქართველოში	526
ნინო ლეინაძე, ნიკოლოზ სამხარაძე	
აბრევიატურები	560
დანართი: ტერმინების განმარტება.....	561

12. მიგრაცია და მედია

მარიამ ბარსამია,

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი

როზარტ მაქნილი,

ოქსფორდის უნივერსიტეტი

12.1. მედია და მიგრაცია: რამდენიმე მოსაზრება თემაზე

მასმედიის მნიშვნელობა მიგრაციული პროცესების შესწავლის ქრილში – გლობალურ თუ ეროვნულ დონეზე – უდავოა. იგი უმნიშვნელოვანესი წყაროა, რომლის საშუალებითაც ვიგებთ ახალ ამბებსა თუ გასართობ ინფორმაციას, და რომელიც უზრუნველყოფს ინფორმაციას კომერციულ, პოლიტიკურ, სოციალურ თუ კულტურულ საკითხებზე გადაწყვეტილებათა მისაღებად.

ლონდონში, თბილისში, ნიუ-იორკსა თუ მოსკოვში მასმედიის სხვადასხვა საშუალებით ვიღებთ ინფორმაციას მიგრაციის, საერთაშორისო კულტურისა და უცხო ქვეყნების შესახებ.

მისი მეშვეობით ვკითხულობთ საგაზეთო სტატიებს ეროვნული ბიზნესებისათვის შრომითი რესურსისა და უნარ-ჩვევების საჭიროებაზე; ვუყურებთ ფილმებს, რომლებიც ასახავს უცხო ქვეყნებში მცხოვრები ადამიანების ვარსკვლავურ ცხოვრებას; ტელეშოუებს, რომლებიც იძიებენ სხვა ქვეყნებში მომხდარ დანაშაულებს; და ვიყენებთ სოციალურ მედიას იმ ონლაინ-სტატიების გაზიარებისათვის, რომლებშიც საუბარია ყველაფერზე – უცხო ქვეყნების სამზარეულოთი დაწყებული, ჩვენს სოფლებსა და ქალაქებზე იმიგრაციის ზეგავლენით დამთავრებული.

თუმცა, მასმედია არ არის მარტივი ორგანიზმი, რომლის აღწერა და გაანალიზება მარტივად შეიძლება. ის ორგანიზაციებისა და ცალკეული პირების დიდი და კომპლექსური ნაკრებია, რომელიც მოიცავს კომერციულ, პოლიტიკურ და სოციალურ მოტივაციებს. მედია არ არის მხოლოდ ინსტრუმენტი, რომელსაც ვიყენებთ საკუთარი თავის ინფორმირებისათვის და გადაწყვეტილების მისაღებად; მას მოიხმარენ სხვებიც – ბიზნესის, არა-სამთავრობო ორგანიზაციების, პოლიტიკოსებისა და სხვათა ჩათვლით – რათა მოგვიწოდონ სასარგებლო მოქმედებისკენ.

1948 წელს ავსტრია-ამერიკის აკადემიამ, კერძოდ, თვითგამოცხადებულმა „საზოგადოებასთან ურთიერთობების მამამ“, ედვარდ ბერნეისმა, გამოაქვეყნა ფუძემდებლური ესე, „თანხმობის ჩამოყალიბება“, რომელიც განიხილავს მასმედიის როლს გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. ესეში საუბარია პოლიტიკოსების, ბიზნესისა და კონკრეტული სოციალური საკითხების წამოჭრის მსურველთა მიერ მედიის გამოყენებაზე. ის ამგვარად იწყება:

„სიტყვის თავისუფლებამ და მისმა დემოკრატიულმა შედეგმა, ისევე როგორც თავისუფალმა პრესამ, შეუძენველად გააფართოვა უფლებათა სამართალი, რომელიც, დარწმუნების უფლებასაც მოიცავს. ეს კი თავისუფალი სიტყვისა და დარწმუნების მედიის გაფართოებისა და ზრდის შედეგი იყო...“¹

ბერნეისის მიხედვით, საკუთარ მოსაზრებებსა თუ რწმენაში ხალხის „დარწმუნების“ უფლების არსებობა თავისუფალი საზოგადოების უმნიშვნელოვანესი თვისებაა და აუცილებელია დემოკრატიის მოქმედებისათვის. თუმცა მასმედიის სამყაროში – მაშინ, როდესაც ის უკავშირდება პოლიტიკურ თუ ეკონომიკურ ინტერესებს – უმნიშვნელოვანეს კითხვებსაც ბადებს ჩვენ მიერ მისაღები გადაწყვეტილებების დონეზე, ასევე იმაზეც, ხომ არ გვიბიძგებს იგი ისეთი გადაწყვეტილებისაკენ, რომელსაც სხვა ვითარებაში არ მივიღებდით. შესაბამისად, უაღრესად მნიშვნელოვანია იმის განხილვა, თუ როგორ იქმნება საზოგადოებრივი აზრი მიგრაციის შესახებ.

ნებისმიერმა, ვინც დაფიქრდება იმაზე, როგორ წარმოიშვა მიგრაციისადმი დამოკიდებულება საქართველოსა თუ სხვა ქვეყანაში, უნდა დასვას კითხვები:

რა აისახა მედიაში და რატომ? არის ყველა ეს მოსაზრება/ტექსტი დაკვირვებისა და ანალიზის უშუალო შედეგი? თუ ასეა, საიდან მოიპოვეს სათანადო მონაცემები და რამდენად სანდოა ისინი? ან პოლიტიკურ და კომერციულ ინტერესს ხომ არ ემსახურება მიგრაციის გარკვეული კუთხით წარმოჩენა?

ასევე, უნდა ვნახოთ, წამოჭრის თუ არა წამყვანი მედიაორგანიზაციების სოციალური დღის წესრიგი საკითხებს მიგრაციის შესახებ; დავაკვირდეთ, ასახავს თუ თვითონ აყალიბებს მედიასაშუალება საზოგადოებრივ აზრს; აგრეთვე გამოვავლინოთ, მედია უბრალოდ ინფორმაციას აწვდის პოლიტიკურ გადაწყვეტილებათა შესახებ თუ ზეგავლენას ახდენს მათზე?

მიგრაციის, მიგრანტებისა და უმცირესობების შესახებ მედიაკონტენტის გაანალიზებისას მეცნიერებს შეუძლიათ, ნათელი მოჰფინონ თვით საკითხსა და მის გადმოცემას, და ფართო საზოგადოებას დაეხმარონ იმის გარკვევაში, თუ როგორ ქმნის და აძლიერებს სახელმწიფო მიგრანტებში მათი იდენტურობისა და კულტურის მნიშვნელობას.

1 Edward L. Bernays, The Engineering of Consent, The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 1947, გვ. 113-120.

ის, თუ როგორ ასახავენ საქართველოს მედიასაშუალებები მიგრაციის საკითხებს, საშუალებას გვაძლევს, შევამოწმოთ თემები და განვსაზღვროთ, თანამედროვე საქართველოში ვინ ან რა განაპირობებს „ქართველობას“: მოქალაქეობა? საცხოვრებელი ადგილი? ენა? კულტურა? რელიგია? ეთნიკურობა? ოჯახი? არის თუ არა ინდოეთში დაბადებული ფერმერი, რომელიც საქართველოში ცხოვრობს და მინას ამუშავებს, რამით „ნაკლები“ ქართველი იმ ქართველ მომღერალზე, რომელსაც ბრიტანეთის მოქალაქეობა აქვს, ან საქართველოს ყოფილ პრეზიდენტზე, რომელმაც უკრაინის მოქალაქეობა მიიღო?

მასმედია დინამიკურია. ახალი ტექნოლოგიები, არხები და სიუჟეტები (ნარატივი) შეიძლება ძალზე სწრაფად გაჩნდნენ და დიდი ზეგავლენა იქონიონ საზოგადოებრივ განვითარებაზე. 2014 წლისათვის საქართველოს მოსახლეობის ნახევარზე მეტს ხელი მიუწვდებოდა ინტერნეტზე,² ახალ-გაზრდა თაობები სულ უფრო და უფრო დამოკიდებული არიან ონლაინ-წყაროებზე,³ რომლითაც ეცნობიან ახალ ამბებს და ნაკლებად იყენებენ ტრადიციულ ბეჭდურ ან სამაუწყებლო მედიას.

ონლაინკომუნიკაცია მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს მიგრაციასა და მიგრანტებზე. ათენში, თურქეთსა თუ ამერიკაში მცხოვრებ ქართველს თბილისის ამბების გაგება ისევე სწრაფად შეუძლია, როგორც მის ბიძაშვილს კახეთში; ასევე, საქართველოში მცხოვრებ მიგრანტებს ამერიკიდან, თურქეთიდან თუ საბერძნეთიდან წუთებში შეუძლიათ გაიგონ თავიანთი ქვეყნების ახალი ამბები.

ზოგი ცვალებად მედიალანდშაფტს მედიის დემოკრატიზაციად აღიქვამს - საშუალებად, რომელიც „ათავისუფლებს მოქალაქეებს - ნაწილობრივ მაინც - ახალი რედაქტორების იერარქიული ძალაუფლებისგან“⁴ და აძლევს მოქალაქეებს შესაძლებლობას, გახდნენ ნიუსებისა და ე.წ. ნარატივის წარმოების მონაწილენი. თუმცა, მიუხედავად იმისა, რომ ინტერნეტმა ახალი ამბების გავრცელების ხერხები უთუოდ მნიშვნელოვნად შეცვალა, ისტორიების (სიუჟეტების) შეგროვებისა და თხრობის ხერხები კვლავაც იგივე რჩება; ამას კი ტიუესბერი და რიტენბერგიც აღიარებენ.

ნაადრევია იმაზე საუბარი, რა ზეგავლენას იქონიებს ახალი თაობის ციფრული კომუნიკაციები მიგრაციისა და მიგრანტების ჩვენეულ აღქმაზე - საქართველოში ან მთლიანად მსოფლიოში - XXI საუკუნის მანძილზე. თუმცა, გონივრულია ვივარაუდოთ, რომ მასმედია ამა თუ იმ ფორმით კვლავაც მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს ჩვენს აზროვნებასა და მოქმედებებში:

2 Internet Users by Country, 2014, <http://www.internetlivestats.com/internet-users-by-country/>, ნანახია 12.11.2016 წ.

3 Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News Report, University of Oxford, 2015, ნანახია 12.11.2016 წ. <http://www.digitalnewsreport.org/>.

4 David Tewksbury and Jason Rittenberg, Online News Creation and Consumption: Implications for Modern Democracies, Routledge handbook of Internet politics, 2009, გვ. 186-200.

„რა ცვლილებებიც არ უნდა ხორციელდებოდეს, უდავოა მასმედიის დიდი მნიშვნელობა თანამედროვე საზოგადოებაში, პოლიტიკის, კულტურის, ყოველდღიური საზოგადოებრივი ცხოვრებისა და ეკონომიკის სფეროებში“.⁵

გამოიწვევს თუ არა ამ მედიაარხების საშუალებით გაზრდილი „კონტაქტი“ სხვა ერებსა და კულტურებთან „ნათესაობის“ განცდას? გამოვიყენებთ თუ არა მომხმარებლის არჩევანს იმ მედიის შესარჩევად, რომელიც ყურადღებას ამახვილებს ადგილობრივ და ე.წ. შინაურ პრობლემებზე? თუ ავირჩევთ მედიას, რომელიც აძლიერებს ჩვენს განსხვავებებსა და ცრუ შეხედულებებს? შესაძლებელია, ორივე დონეზე - გლობალურსა თუ ეროვნულზე - ჩვენი მედია კვლავაც დარჩეს ყველა ამ შესაძლებლობის რთულ ნაზავად.

მიგრაციის დებატებში მედიის როლის გააზრება და შესწავლა დაგვეხმარება ისეთი მნიშვნელოვანი ფაქტორების გამოვლენაში, რომლებიც ზეგავლენას ახდენენ მიგრაციის საკითხში ინდივიდების ქცევასა და მიგრაციის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავებაზე; ამას კი გარკვეული ჩარჩოები აქვს ორივესთან (სახელმწიფოსა და ინდივიდებთან) - დაკავშირებით.

12.2. მიგრაციულ პროცესებზე მედიის ზეგავლენის ანალიზი

ამ თავში განხილულია მედიის ზეგავლენა მიგრაციულ პროცესებსა და მიგრანტთა შესახებ საზოგადოების წარმოდგენის ჩამოყალიბებაზე. მკვლევრები თანხმდებიან, რომ „მიგრაციის ნარატივი“ განსაზღვრავს მიგრანტებისადმი დამოკიდებულებას, სტერეოტიპთა ფორმებს და ამყარებს მედიასტიგმებს. მიგრანტების, როგორც უმცირესობის მედიაში ასახვა ტიპურია არაერთი ქვეყნის მედიისათვის; საქართველოში ამ მიმართულებით კვლევები სიახლეა.

მედიაში მიგრაციის საკითხების განხილვა საყურადღებოა ეთიკისა და ჟურნალისტური სტანდარტების ჩრილში. საილუსტრაციოდ, ამ თავში შევიტანეთ საქართველოს არასამთავრობო ორგანიზაციების მიერ წარმოდგენილი მედიამონიტორინგის ანგარიშების რამდენიმე საგულისხმო შედეგი.

მიუხედავად იმისა, რომ სხვა ქვეყნების განხილვის მაგალითზე, რეპორტაჟები მიგრაციის შესახებ ნამდვილად გაიზარდა,⁶ მედიასა და მიგრაციას შორის არსებული კავშირის შესახებ კვლევები მაინც მწირია. თუმცა, თანამედროვე მკვლევრები თანხმდებიან, რომ მიგრაციასა და მედიას შორის კორელაცია უთუოდ იმსახურებს ყურადღებას. ასევე, საჭიროა სიღრმი-

5 Denis McQuail, Mass Communication Theory, მე-6 გამოცემა, Sage, 2010.

6 Gabriela Jacomella, Media and Migrations: Press Narrative and Country Politics in Three European Countries, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2010, გვ. 78.

სეული კვლევის ჩატარება, რათა დადგინდეს მედიის როლი მიგრაციის მართვასა და მიგრაციულ პროცესებში, საზოგადოებრივი აზრის შექმნასა და საზოგადოების მიერ მიგრანტების აღქმაზე; ამ მხრივ, აღსანიშნავია ევროპასა და სხვა ქვეყნებში ჩატარებული ის კვლევები, რომლებიც ადასტურებს მედიის ზეგავლენას მიგრაციაზე.

მეორე მხრივ, მედია (ტრადიციული თუ სოციალური), ხშირ შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი ინფორმაციის წყაროა მიგრანტებისათვის. იგი წარმოაჩენს ცხოვრების პირობებს მიმღებ ქვეყნებში, ასევე, აღწერს სოციალურ, ეკონომიკურ და კულტურულ ვითარებას ამ სახელმწიფოებში; მედიამ შეიძლება იმოქმედოს კონკრეტულ ქვეყანასა ან რეგიონში ადამიანის წასვლის გადანყვეტილებაზეც. ამდენად, ამ თავში ვიმსჯელებთ მედიის ზეგავლენის/ეფექტის ამ მხარეზეც.

ზემოხსენებულის გათვალისწინებით, ეს თავი მოიცავს შემდეგ საკითხებს:

- მედიის მიგრაციულ პროცესებზე ზემოქმედების ზოგადი ანალიზი;
- მედიისა და საზოგადოების მიერ შექმნილი იმიჯები – მიგრანტთა და სხვა ქვეყნებში მიგრაციის პროცესების შესახებ;
- მედია, როგორც ინფორმაციის წყარო მიგრანტთათვის;
- მედიისა და მიგრაციის კავშირი საქართველოში.

მიგრანტების საკითხებზე საქართველოში არ მოიპოვება მედიამონიტორინგის სპეციალური ანგარიშები. თუმცა, ქვემოთ განხილული კვლევები შეიცავს რამდენიმე ფაქტობრივ მონაცემს მიგრაციის შესახებაც. პოლიტიკურ დისკურსში სიძულვილისა და დისკრიმინაციის ენის ანალიზისას, ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაციების მედიამონიტორინგის ანგარიშებში გვხვდება შემდეგი თემები: ქსენოფობიური გამონათქვამები, რასისტული კონოტაცია კონკრეტულ ქვეყნებთან მიმართებით (თურქეთი, ჩინეთი, ერაყი, ირანი და ეგვიპტე) და ანტიდასავლური რიტორიკა (ანტი-ამერიკული გამონათქვამების ჩათვლით).⁷

მიგრაციასთან დაკავშირებული თემები დროდადრო, სხვადასხვა რაკურსით ჩნდება ტრადიციულ მედიაში, მაგალითად: სიუჟეტები იძულებით მიგრანტებისა და ოკუპირებული ტერიტორიებიდან დევნილების შესახებ; კრიმინალური ახალი ამბები საქართველოდან გასულ არალეგალურ მიგრანტებზე; ოფიციალური ცნობები მიგრანტთა თემაზე (ევროკავშირის წარმომადგენელთა ვიზიტების ჩათვლით) და სხვ. საერთაშორისო რეპორტაჟებს რაც შეეხება, 2015 წელს ნაციონალურმა მედიამ ყურადღება კვლავ გაამახვილა სირიელ ლტოლვილებზე და ზოგიერთმა სენსიტიურმა სიუჟეტმა იმთავითვე წარმოშვა „ციფრული ექო“ სოციალურ ქსელებში.

7 დამატებითი ინფორმაცია იხილეთ მედიის განვითარების ფონდის ოფიციალურ ვებ-გვერდზე: www.mdfgeorgia.ge.

შემდგომი მსჯელობისა და სიტუაციური ანალიზისათვის ამ თავის ბოლოს მოყვანილია ორი მაგალითი, რომლებმაც მიიპყრო მედიის ყურადღება და ფართოდ გაშუქდა საქართველოსა და საერთაშორისო მედიაში. ესენია:

- ეთნიკური ქართველების მასობრივი დეპორტაცია რუსეთიდან და
- ინდოელი ფერმერების იმიგრაცია საქართველოში.

12.3. მიგრაციის პროცესებზე მედიის ზეგავლენის ზოგადი მიმოხილვა

მედიათეორიები, რომლებიც სწავლობს მედიაეფექტსა და მედიაჩარჩოებს, ამტკიცებს მედიის დღის წესრიგის ზეგავლენას საზოგადოებრივ აზრზე. მედიის დღის წესრიგის თეორიის მიხედვით, საზოგადოებას აქვს მოთხოვნილება მიიღოს ინფორმაცია გარკვეულ საკითხებზე. რაც უფრო მაღალია კონკრეტულ საკითხებზე „ორიენტაციის“ მოთხოვნა, მით მეტი გავლენის მოხდება შეუძლია მედიას ამ „საორიენტაციო“ თემებზე.⁸

ამ თეორიის მიხედვით შეიძლება დავასკვნათ, რომ მიგრაციის თემების გაშუქებისას, მიგრანტების მიმღებ ქვეყანაში, საზოგადოება ითხოვს იმის გარკვევას, ვინ არიან მათ ქვეყანაში ჩასული ადამიანები და რატომ აირჩიეს სწორედ ეს ქვეყანა საკუთარი მიზნებისათვის, რამდენ ხანს დარჩებიან და როგორ იმოქმედებს ეს ამ ქვეყნის ცხოვრებასა და საზოგადოებაზე. ამდენად, მიგრანტების საკითხების გაშუქებისას მედიას შეუძლია მიგრაციის დადებითი იმიჯის შექმნაც და მიგრანტთა მიმართ შიშის გაღვივებისა და ქსენოფობიის ხელშეწყობაც.

მეორე მხრივ, თავად მიგრანტების მოთხოვნა ინფორმაციაზე (პოტენციური მიგრანტების ჩათვლით) შეიძლება განპირობებული იყოს კონკრეტული ქვეყნის, საცხოვრებელი და სამუშაო/დასაქმების პირობების, ცხოვრების სტანდარტების, თვითრეალიზაციისა და თვითდამკვიდრების შესახებ ცნობების მიღების სურვილით. ამ შემთხვევაში, მათთვის აქტიურდება როგორც საინფორმაციო ველი, რომელსაც ქმნის ახალი ამბები, ისე, საინფორმაციო ორიენტაციის საჭიროება მასობრივი კულტურის საკითხებზე: კინოინდუსტრია, ტელესერიალები, მუსიკალური ინდუსტრია, რეკლამა და სხვ. თვით ინფორმაცია კი საზოგადოების მხრიდან მუდმივი სელექციის პროცესშია. დენის მაკქუაილის მიხედვით: „(ჩვენ) გვინდა ვიცოდეთ მეტი იმ ქვეყნებზე, რომლებმაც შეიძლება, ზეგავლენა იქონიონ ჩვენზე“.⁹ შედეგად, ინფორმაციის მიღების სურვილი განსაზღვრავს მედიაზეგავლენის ხარისხს.

8 დეტალურად იხ. Maxwell McCombs, Setting the Agenda, the Mass Media and Public Opinion, Cambridge, UK: Polity Press. 2004, გვ. 184.
9 McQuail, Mass Communication Theory, გვ. 262.

მედიის დღის წესრიგის თეორიის მიხედვით, საზოგადოებაში მასმედიით ორიენტაციის საჭიროება და ზემოქმედება ერთმანეთთან დადებით კორელაციაშია. ამდენად, „არსებობს სიტუაციები, სადაც მოქალაქეებს აქვთ ორიენტაციის საჭიროება.“¹⁰

მკვლევრები არ გვანდებიან ინფორმაციას ორიენტაციის საჭიროების შესახებ ახლად ემიგრირებული მოქალაქეების შემთხვევაში, ამიტომ მედიის ზეგავლენა მათზე ჯერ არ შეფასებულა. მიუხედავად ამისა, ემიგრანტთა ინტერესი კონკრეტული საკითხებისადმი ზრდის მასმედიის საშუალებით ორიენტაციის საჭიროებას და, შედეგად, მედიაზეგავლენის ამპლიტუდასაც.

სტერეოტიპებზე მსჯელობისას, მელვინ მენჩერი სამართლიანად ახსენებს უოლტერ ლიპმანის 1922 წელს გამოქვეყნებულ ნაშრომს, სადაც „ალეგორია გამოქვაბულზე“, რომელიც პლატონის „რესპუბლიკაშია“ აღწერილი, განსაზღვრულია, როგორც საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების ილუსტრაცია.¹¹ მენჩერი ცნება „ალეგორიას“ უკავშირებს მედიაზეგავლენას საზოგადოებაზე და განსაზღვრავს მედიის ეფექტს სტერეოტიპების ფორმირებაზე. ლიპმანი კი საუბრობს „ფსევდოგარემოს“ შექმნაზე ადამიანის მიერ, როდესაც „მსოფლიოს შინაგანი აღქმა განსაზღვრავს აზრს, გრძნობასა და ქმედების ელემენტებს“. ¹² ლიპმანის თანახმად, მნიშვნელოვანია იცოდეთ, როგორ ვიღებთ შედეგს, რომელზეც ვაფუძნებთ ჩვენს მოსაზრებას.¹³

სკოტ ბლაინდერის ნაშრომში წარმოსახვით იმიგრაციაზე,¹⁴ რომლის მიზანი იმის გარკვევაა, განსხვავდება თუ არა მიგრანტების საზოგადოებაში აღქმა რეალობისაგან, მათი სახეობებისა და რიცხვის გათვალისწინებით, კვლევით დადგენილი ფაქტები მიუთითებს „მნიშვნელოვან განსხვავებაზე საზოგადოების მიერ წარმოდგენილ იმიგრაციის მასშტაბებსა და იმიგრანტთა შესახებ ბრიტანეთის სახელმწიფოს ოფიციალურ სტატისტიკას შორის, რომელიც გამოიყენებოდა პოლიტიკის შესაქმნელად“¹⁵. მაგალითად, რესპონდენტებმა თავშესაფრის მაძიებლები ბრიტანეთში დაასახელეს იმიგრანტების უმსხვილეს ჯგუფად, ხოლო საერთაშორისო სტუდენტები ნაკლებად მნიშვნელოვნად მიიჩნიეს; თუმცა, სახელმწიფო სტატისტიკამ საპირისპირო ციფრები აჩვენა. ავტორის მტკიცებით, მსგავსი აღქმა შეიძლება აისახოს მთლიანობაში იმიგრანტებისადმი დამოკიდებულებაზე, რადგან არასწორი წარმოდგენა, მაგალითად, ქვეყანაში თავშესაფრის მაძიებელთა რაოდენობის შესახებ ქმნის მოსაზრებას, რომ ზოგადად იმიგრაცია უნდა შემცირდეს. დასკვნის სახით, ავტორი ასევე ამტკიცებს,

რომ „ვიდრე საზოგადოება და სახელმწიფოები სხვადასხვაგვარად აღიქვამენ იმიგრანტებს, პოლიტიკოსთა ნებისმიერი მცდელობა, გააკონტროლონ იმიგრაცია საზოგადოების უმეტესობის მოთხოვნათა შესასრულებლად, წინააღმდეგობას წააწყდება.“¹⁶

მედიაეფექტის როლი შესწავლილია სხვადასხვა თეორიის ქრილში. მაგალითად: „სოციალური კოგნიტიური თეორიის, კულტივირების, პრაიმიზისა და სხვა თეორიების მკვლევრები განსაზღვრავენ, რომ მედიაეფექტი ძირითადად შეეხება იმას, თუ რას და როგორ აღიქვამს მაყურებელი. შედეგად, ეს ეფექტი იცვლება მედიის სქემებისა და სიძლიერის მიხედვით. ის მნიშვნელოვანია ნებისმიერი აუდიტორიისათვის, თუმცა კონკრეტული აუდიტორიის მახასიათებლებმა შეიძლება გაზარდონ მედიაშეწყობინებებისგან დაუცველობა“.¹⁷

იმავე კვლევის თანახმად, მედიაში სტერეოტიპების დადებითი ან უარყოფითი ასახვა უდავოდ იწვევს სოციალურ ეფექტს¹⁸.

რასელ კინგი და ნენსი ვუდი ამბობენ, რომ მედიას შეუძლია მიგრაციის პროცესებში ჩარევა შემდეგი სამი ხერხით:

- მიგრანტების დანიშნულების ადგილებიდან/ქვეყნებიდან ან მიგრანტებისათვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მიმწოდებელი გლობალური მედიიდან მოპოვებული გამოსახულებების/იმიჯების საშუალებით; ასეთი ინფორმაცია – მიუხედავად იმისა, სწორია თუ მცდარი – შეიძლება გახდეს მიგრანტთა გადაადგილების ძლიერი მასტიმულირებელი ფაქტორი.¹⁹ კვლევაში განსაკუთრებით აქცენტირებულია ის ზეგავლენა, რომელიც ახლავს გლობალური მედიისა და მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების მიერ განვითარებად ქვეყნებში გავრცელებულ, კეთილდღეობის ამსახველ იმიჯებს.
- მიგრანტთა გამოსახულებების წარმოჩენა მიმღები ქვეყნის მიერ, რაც განსაზღვრავს ინკლუზიას ან გარიყვა/გაუცხოებას; ავტორები დარწმუნებულნი არიან, რომ გავლენიანი ჯგუფები მიგრანტებს წარმოაჩენენ, როგორც „სხვებს/უცხოებს“, მაგალითად, კრიმინალებს ან არასასურველ ადამიანებს. ამ მხრივ განსაკუთრებით საინტერესოა მიგრაციის ობსერვატორიის მიგრაციის, პოლიტიკასა და საზოგადოების ცენტრი (COMPAS) (ოქსფორდის უნივერსიტეტი) მიერ გამოქვეყნებული ანგარიშები.²⁰ მკვლევრებმა გააანალიზეს, რა სახის ინფორმაციას ავრცელებდა ბრიტანეთის პრესა ევროკავშირის ორ ახალ წევრ

10 McCombs, Setting the Agenda, the Mass Media and Public Opinion, გვ. 53.

11 მელვინ მენჩერი, ახალი ამბების გაშუქება და წერა, მეტორმეტე გამოცემა, კოლუმბიის უნივერსიტეტი, დიოგენე, 2013, გვ. 339.

12 Walter Lippmann, Public Opinion, 1921, გვ. 20. ნანხია: 12.11.2016 წ. <http://bit.ly/2w4iOq6>.

13 იქვე, გვ. 30.

14 Scott Blinder, Imagined Immigration: The Different Meaning of "Immigrants" in Public Opinion and Policy Debates in Britain, COSMOS Migration Observatory, University of Oxford, 2013.

15 იქვე, გვ. 18.

16 იქვე.

17 Jennings Bryant and Mary Beth Oliver, Media Effects, Routledge, 2009, გვ. 329.

18 იქვე, გვ. 336.

19 ed. Russell King and Nance Wood, Media and Migration, Constructions of Mobility and Difference, Routledge, 2001, გვ. 1.

20 Dora-Olivia Vicol and Allen William, Bulgarians and Romanians in the British National Press, Migration Observatory COMPAS, University of Oxford, 2014, ნანხია 12.11.2016 წ. <http://bit.ly/2vFEVlu>.

ქვეყანაზე – ბულგარეთსა და რუმინეთზე – გარდამავალ პერიოდში, როდესაც ისინი უკვე ევროკავშირის წევრები იყვნენ, მაგრამ არ ჰქონდათ თავისუფალი დაშვება შრომით ბაზარზე ევროკავშირის სხვა ქვეყნებში, ბრიტანეთის ჩათვლით. შედეგები აჩვენებს, რომ როდესაც ორივე ქვეყანა (ან მათი მოქალაქეები) ერთად მოიხსენიებოდა, უმეტეს შემთხვევაში მიმდინარეობდა მსჯელობა მიგრაციაზე; თუ რუმინელებს ცალკე ახსენებდნენ, ხშირად აკავშირებდნენ მათ დანაშაულსა და ბოშათა პრობლემებთან.

- მიგრაციის ქვეყნებში შექმნილი მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებით (არქივების, თანამგზავრული ტელევიზიისა და ინტერნეტის ჩათვლით), რომლებიც დინამიკურ როლს ასრულებს დიასპორის კულტურულ იდენტიფიკაციაში.²¹

მედიის მიგრაციულ პროცესებში ჩარევის ეს ხერხები ქვემოთ საკმაოდ დეტალურადაა აღწერილი.

12.4. სხვადასხვა ქვეყანაში მედიის მიერ მიგრანტებისა და საზოგადოების მიერ მიგრაციის პროცესების აღქმაზე შექმნილი გამოსახულებები

მედიაში „მიგრაციის ნარატივის“ შესწავლა საჭიროა ინტერდისციპლინური მიდგომით. როგორ საუბრობს მედია მიგრაციაზე? რამდენად კომპეტენტურია ჟურნალისტი, რომელიც ამ სფეროს აშუქებს? და ბოლოს, რა ზეგავლენას ახდენს მედიაში შექმნილი იმიჯები მიგრაციის აღქმაზე საზოგადოებაში და/ან პოლიტიკის შემუშავების კუთხით?

2014 წელს დიდი ბრიტანეთის სოციალური კვლევების ინსტიტუტმა Ipsos MORI-მ გამოაქვეყნა ანგარიში,²² სადაც მკვლევრები ადარებენ მიგრაციის აღქმასა და მიგრანტების შესახებ ევროკავშირის ზოგ წევრ ქვეყანაში არსებულ რეალურ სტატისტიკურ მონაცემებს, იმიგრაციის მიზნებს და ა.შ. მკვლევრების მიერ დასმული ერთ-ერთი კითხვა უკავშირდებოდა იმიგრანტების რაოდენობას ქვეყანაში. პასუხების ანალიზმა აჩვენა, რომ რესპონდენტებმა გადაჭარბებულად შეაფასეს ეს მონაცემი – შვედეთში 5%-ით მეტი დაასახელეს, ხოლო ამერიკაში 30%-ით. რესპონდენტებს ბრიტანეთში, სადაც, ზოგადად მიგრანტების გადაჭარბებით შეფასებული მონაცემი აღემატებოდა 20%-ს, რეალური მონაცემები მიაწოდეს და დაინტერესდნენ,

21 King and Wood, Media and Migration, Constructions of Mobility and Difference, გვ. 2.

22 Bobby Duffy and Tom Frere-Smith, Perception and Reality: Public Attitudes to Immigration, Social Research Institute Ipsos MORI, 2014, ნანახია 12.11.2016 წ. <http://bit.ly/1yHyhFn>.

რამ გამოიწვია ასეთი განსხვავება შეფასებებში. მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ, რომ რესპონდენტთა 19% ინფორმაციას იღებდა ტელევიზიით, ხოლო 16%-მა წყაროდ პრესა დაასახელა.²³ ავტორების დასკვნით, გადაჭარბებით შეფასების ძირითადი მიზეზი საიმეგრაციო სტატისტიკისადმი უნდობლობაა, თუმცა, „ეს არ ნიშნავს, რომ ხელი უნდა ჩავიქნოთ საზოგადოების ინფორმირებაზე“.²⁴

იმიგრაციის საკითხების განხილვისას, სხვადასხვა ქვეყნის მედიასა-შუალებები განსხვავებულ აქცენტებს აკეთებენ, რაც განპირობებულია კულტურის მრავალფეროვნებითა და ტრადიციებით, ვიზუალური/არა-ვერბალური და ვერბალური ნარატივით, სხვადასხვა გამოწვევითა და ისტორიული კონტექსტით. მიგრაციისა და ადგილობრივ მედიაკონტექსტს შორის კორელაციის გაანალიზებისას მნიშვნელოვანია გავითვალისწინოთ მედიისა და მკვლევრების დაკვირვებები. ამ კუთხით, საინტერესო კვლევები ჩატარდა ევროპული მედიის მიხედვით.²⁵

შესწავლილი მედიიდან ზოგიერთი აცნინებს მიგრანტთა სტატუსს (მაგალითად: მათ მხოლოდ სახელით მოიხსენიებენ, არ ასახელებენ გვარს, ასაკს, განათლებასა თუ სამართლებრივ სტატუსს). მიუხედავად ამისა, „წარმოშობა“ ჩვეულებრივ, ერთ-ერთი ის ელემენტია, რომელსაც ყოველთვის ასახელებენ – მიგრანტებს ანონიმურად მოიხსენიებენ და უბრალოდ წარმოშობის ქვეყანას ასახელებენ: „განადან“, „მამაკაცთა ჯგუფი სენეგალიდან“. იტალიაში ჩატარებული მედიაკვლევის საფუძველზე ავტორები დაასკვნian, რომ იმიგრანტთა წარმოშობას საკმაოდ ხშირად ასახელებენ.²⁶ გერმანიისა და ბრიტანეთის მედიაში მიგრანტებს პრაქტიკულად არ ახსენებენ.²⁷

განსხვავებათა მიუხედავად, მიგრაციის შესახებ გავრცელებულ ინფორმაციაში მსგავსებაც არსებობს.

შეიძლება ითქვას, რომ ხარისხიანი მედიაპროდუქტის შესაქმნელად, პროფესიული სტანდარტების დაცვის პირობებში, მიგრაციის საკითხების გაშუქება თანამედროვე ჟურნალისტიკისთვის ახალი გამოწვევაა. ამას ისიც ემატება, რომ „[მიგრაციის] ფაქტებისა და მასშტაბის გათვალისწინებით, [წარსულში] არცერთ ისტორიულ პერიოდში არ მომხდარა ადამიანების ამგვარი გადაადგილება“.²⁸

მედიას აინტერესებს მიგრაციის მიზეზების გაშუქება და შესაბამისი მონაცემების გამოყენება თემატურად დაკავშირებულ მასალაში. ეს შესაძლოა იყოს ადამიანთა ისტორიები (მიგრანტების მონაწილეობით), მასალა სოციალურ საკითხებზე (მაგალითად, ინტერვიუები იძულებით გადაადგილებულ პირებთან ან ლტოლვილებთან), რეპორტაჟები სენსიტიურ

23 იქვე, გვ. 25-26.

24 იქვე, გვ. 29.

25 King and Wood, Media and Migration, Constructions of Mobility and Difference, გვ. 2.

26 Jacomella, Media and Migrations, გვ. 58.

27 იქვე, გვ. 84.

28 იქვე, გვ. 3.

თემებზე (მათ შორის რელიგიური აქცენტებით), მიგრაციის პოლიტიკურ-ეკონომიკური ანალიზი, კრიმინოგენური სიტუაცია, ჯანდაცვის საკითხები და ა.შ. ამდენად, მიგრაციის საკითხები ხშირად შუქდება სხვა თემებთან ერთად. იტალიელი მკვლევარი და რეპორტიორი გაბრიელა ჯაკომელა თავის გამოცდილებას გვიზიარებს:

„როგორც ადამიანის უფლებებსა და სოციალურ საკითხებზე მომუშავე რეპორტიორი, თავმესაფრებში მუდმივად ვხვდებოდი მიგრანტებს, იძულებით გადაადგილებულ პირებს. მათ შორის იყვნენ კაცებიც, ქალებიც და ბავშვებიც, იმიგრანტთა პირველი და მეორე თაობები. მათი ცხოვრებისა და გამოცდილების შესახებ თხრობის ყოველი მცდელობა ნიშნავდა დაპირისპირებას იმ მედიასამყაროსთან, რომელმაც ჯერ კიდევ არ იცის (ან თითქოსდა არ იცის), რა მნიშვნელობას სძენს ამ ადამიანების არსებობა ჩვენს საზოგადოებებს. ამასთან, საჭიროა მედიამ გაიაზროს თავისი შესაძლებლობები და შეიმუშაოს ახალი მიდგომები მიგრაციის საკითხების გაშუქებისადმი. ეს განსაკუთრებულად ეხება გაზეთებს, სადაც მე ვიმუშავე და შევიძინე გამოცდილება.“²⁹

მნიშვნელოვანია ჟურნალისტთა კომპეტენცია მიგრაციის საკითხების გაშუქებისას. საჭიროა სხვადასხვა ქვეყნის პოლიტიკური, ეკონომიკური, ისტორიული და კულტურული კონტექსტის გათვალისწინებაც. იტალიელი მკვლევარი ნიკოლა მაი საინტერესო მოსაზრებას გვიზიარებს, როდესაც საუბრობს პოსტსაბჭოთა ქვეყნებიდან იტალიაში მიგრაციაზე. მნიშვნელოვანია, მკაცრად გავმიჯნოთ „პოლიტიკური დევნილი“ (ან „თავმესაფრის მაძიებელი“) და „ეკონომიკური მიგრანტი“. მკვლევარი ნიკოლა მაი დარწმუნებულია, რომ „მიგრაცია ცხოვრების პირობების გასაუმჯობესებლად წარმოიშვა პოლიტიკური ალტერნატივის ძიებასთან ერთად“.³⁰ პოსტსაბჭოთა ქვეყნებიდან მიგრირებულ ადამიანებზე რეპორტაჟების მომზადებისას უნდა გავითვალისწინოთ ანალიტიკური ტექსტის ელემენტები: კონტექსტი, ფონი (ე.წ. ბექგრაუნდი), განმარტებები და სხვ.

გაბრიელა ჯაკომელას მიხედვით, „ვინაიდან ყველა მოვლენა ეხება ადამიანთა დიდ რაოდენობას და განაპირობებს მათი ცხოვრების სტილს, ყოველდღიურობასა და განსაზღვრულ კულტურას, მიგრაცია ნებისმიერი მიზეზით – ნებაყოფლობითი თუ იძულებითი, ეკონომიკური, ინდივიდუალური, იდეოლოგიური, რელიგიური თუ პოლიტიკური დევნის გამო – დიდი ძალაა, რომელიც მონაწილეობს საზოგადოების ჩამოყალიბებაში და ქმნის საკუთარ ამბავს“.³¹

გასათვალისწინებელია, რომ ინტერნეტმა მნიშვნელოვნად შეცვალა ჟურნალისტიკის პროფესია და მუშაობის სტილი. XX-ე საუკუნეში მონაცემთა ანალიზი საგულისხმო როლს ასრულებს და ასეც გაგრძელდება, თუმცა,

29 იქვე, გვ. 5.

30 იქვე, გვ. 105.

31 Jacomella, Media and Migrations, გვ. 4.

ჟურნალისტი უნდა დაეყრდნოს კვლევას, გადაამოწმოს მონაცემები და გააანალიზოს ისინი. ამასთან, ინტერნეტმა შეცვალა ახალი ამბების გავრცელების ფორმებიც. ადამიანები ეცნობიან ინფორმაციას ინტერნეტით, სოციალური მედიით და იქვე ტოვებენ კომენტარს მიმდინარე საკითხებზე ე.წ. ელექტრონულ ფორმატში. შეიცვალა მედიაორგანიზაციების საფინანსო მოდელებიც – წარსულში მედიაკომპანიები ეყრდნობოდნენ ფასიან პროდუქციას ან რეკლამის შემოსავალს, ტირაჟს, ახლა კი მკითხველთა რიცხვი და საერთო აუდიტორიის მოცულობა გაურკვეველია და ეს ციფრები მოძველებულ მაჩვენებლად გვესახება. ჩნდება ახალი ამბების შეგროვების თანამედროვე ონლაინმოდელები, ასევე, ახალი ამბების წარმოება და დისტრიბუცია ხდება, როგორც საგამოძიებო ჟურნალისტიკით – Vice-News-ში, ასევე, ისეთი აგრეგირებული საიტით, როგორიცაა BuzzFeed ან სამეცნიერო წყაროების საფუძველზე ახალი ამბების მიმწოდებელი The Conversation. ეს და სხვა საიტებიც ეჯიბრებიან ისეთ ძლიერ ორგანიზაციებს, როგორიცაა მაგალითად, BBC, The New York Times, Russia Today. თუმცა, ამ ყველა ახალი მოდელის შემთხვევაშიც, შეიმჩნევა ერთგვაროვნება: ყველა იღებს ინფორმაციის შინაარსს ისეთი სააგენტოებიდან, როგორიცაა: AP, Reuters, AFP, The Press Association, Bloomberg და ასევე ერთმანეთისგანაც.

შესაძლოა, ჟურნალისტებს დასჭირდეთ ინფორმაცია მიგრაციაზე, როგორც ანალიტიკური ტექსტის დამატებითი ელემენტი, და ეს საჭირო გახდეს კონტექსტის გაძლიერების, არგუმენტების თუ კონტრარგუმენტის მოყვანისთვის. ასეთ შემთხვევაში, ჟურნალისტი იწყებს სათანადო ინფორმაციის მოძიებას და მის გადამოწმებას. მაგალითად, სასურველია ეროვნული სტატისტიკური ან საიმიგრაციო სამსახურების მიერ გავრცელებული მონაცემების გაცნობა, შეკითხვების დასმა ექსპერტებისათვის და ციტატების მოშველიება. ამასთანავე, მშრალი სტატისტიკური ინფორმაცია საჭიროებს განმარტებასა და დამატებით ანალიზს.

ევროპის ქვეყნების ზოგიერთი მედიის ანალიზმა აჩვენა,³² რომ თუ მედია წამოიწყებს უარყოფით მსჯელობას მიგრანტებსა და ეთნიკურ უმცირესობებზე, ასეთი მოსაზრება დომინანტური რჩება³³. უფრო კონკრეტულად რომ ვთქვათ, მედია ქმნის ადამიანთა პორტრეტებს, აღწერს მათ საცხოვრებელ პირობებს, რაც არსებითია ესოდენ მგრძნობიარე საკითხებზე რეპორტაჟების მომზადებისას. ამ შემთხვევაში, მედიას შეუძლია ხელი შეუწყოს სტიგმატიზაციას ან/და მიგრანტების კრიმინალურ კონტექსტში აღქმას.³⁴ ამდენად, აუცილებელია ნეგატიური მესიჯების მონიტორინგი და თვითრეგულირების მექანიზმების გაძლიერება. მიგრაციის საკითხების გაშუქების გასაანალიზებლად შესაძლებელია რაოდენობრივი, თვისებრივი და ტექსტუალური მეთოდების გამოყენება; ასევე შეიძლება

32 იქვე.

33 იქვე, გვ. 15.

34 იქვე, გვ. 8-10.

შევისწავლოთ მათი ბექედურ მედიაში გაშუქების თავისებურებები, გამოყენებული ლინგვისტური ტექნიკა.

მაგალითისთვის გამოდგება ანგარიში „ბულგარელების და რუმინელების ბრიტანეთის ეროვნულ პრესაში ასახვა“. იგი „მოიცავს სტატიებისა და სხვა საგაზეთო მასალების ნაკრებს, რომელსაც „კორპუსი“ ეწოდება“, და 4,000-ზე მეტ მასალას, ჯამურად 2.8 მილიონი სიტყვით. სტატიები აღებულია ბრიტანეთის 10 წამყვანი გამოცემიდან, მათ შორის საკვირაო გამოცემებიდან და მოიცავს პერიოდს 2012 წლის 1 დეკემბრიდან 2013 წლის 1 დეკემბრამდე“.³⁵

COMPAS-ის პროექტის მსგავსად, მედიამკვლევრები იყენებენ რაოდენობრივ და თვისებრივ მეთოდებს, ტექსტუალურ ანალიზთან ერთად. ამ შემთხვევაში, მედიაში გაჟღერებული სიმბოლოებისა და მახასიათებლების ანალიზი, სემიოტიკური თვალსაზრისით, მეტად მნიშვნელოვანია, ისევე, როგორც ტექსტის რიტორიკული, ისტორიული და იდეოლოგიური შესწავლა. კონტენტანალიზისთვის, მნიშვნელოვანია დავაკვირდეთ, რომელ გვერდებზეა გამოქვეყნებული მასალა მიგრანტებზე. კონკრეტული მედიაკონტენტის გაანალიზებისას შესაძლებელია განისაზღვროს, რა სიხშირითა და ტერმინებით წარმოაჩენს მედია მიგრაციის საკითხებსა და მიგრანტებს, ხოლო მეორე მხრივ, შესაძლებელია იმის განხილვაც, იქონია თუ არა ინფორმაციამ რაიმე სახის ზეგავლენა საზოგადოებრივ აზრზე, რომელიც მოითხოვს შემდგომ კვლევას (მაგალითად, რა წყაროებიდან იღებს მოსახლეობა ინფორმაციას მიგრაციისა და მიგრანტების შესახებ).

ასევე, უნდა აღინიშნოს, რომ მიგრანტების შემთხვევაში კონტენტანალიზი გამოავლენს „ძირითად აქცენტებს და არა სიჩუმეს“,³⁶ ანუ იმას, რაზეც მიგრანტები არ და ვერ საუბრობენ. მნიშვნელოვანია, რომ კვლევის პროცესში არ დაიკარგოს მათი ხმა.

მედიის ანალიზი შესაძლებელია ჩატარდეს ისტორიული კონტექსტის გათვალისწინებით, ანუ საკითხის განვითარების შესწავლით. მაგალითად, მკვლევრებმა გააანალიზეს ათწლეულების მანძილზე უმცირესობათა აღწერა ამერიკის მედიაში და გამოკვეთეს ხუთი ფაზა: „შემზღუდველი“, „სამშრობის შემცველი“, „შედარება/დაპირისპირება“, „სტერეოტიპული შერჩევა“ და „მულტიკულტურული გაშუქება“.³⁷ სამაუწყებლო მედიაში ახალი ამბების პოლიტიკის გატარებისას სწორედ ეს ეტაპები გამოიკვეთა. უმცირესობათა პრობლემების გაშუქების გარდამავალი ფაზები, განვითარება და „მეხუთე“ (სასურველ) ფაზაზე გადასვლა გაანალიზებულია მსგავსი მიდგომების გამოყენებით.³⁸

35 Dora-Olivia Nicol and Allen William, Bulgarians and Romanians in the British National Press, Migration Observatory COMPAS, University of Oxford, 2014, გვ. 3, ნანახია 12.11.2016 წ.

36 Michelle Jackson, Content Analysis 14, იხ. კრებულში Research Methods for Health and Social Care, ed. Joanne Neale, Palgrave MacMillan 2009, გვ. 83.

37 Clint C. Wilson II and Félix Gutiérrez, Race, Multiculturalism, and the Media. From Mass to Class Communication, Sage 1995, გვ. 26.

38 იქვე, გვ. 27.

და ბოლოს, საჭიროა ვახსენოთ კიდევ ერთი საკითხი: იმიჯის ეფექტი, ფოტოსურათების ჩათვლით, მნიშვნელოვანია სტერეოტიპებისა და საზოგადოებრივი დღის წესრიგის ჩამოყალიბებისათვის.

მიგრაციასა და ფოტოგრაფიაზე საუბრისას მკვლევრები აღნიშნავენ, რომ ფოტოგრაფირების ტექნიკაზე დაკვირვება არაღელვარებულ მიგრანტებზე მონიტორინგის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ხერხია.³⁹

ეს ქვეთავი კი გაბრიელა ჯაკომელას სიტყვებით დავასრულოთ:

„იმის მიუხედავად, პირველ თაობას განეკუთვნებიან მიგრანტები თუ მეორეს, ისინი ჩვენი საზოგადოების მზარდ ნაწილს წარმოადგენენ; ასევე, მედიის სფეროში დასაქმებული პროფესიონალებისთვის, მიგრანტები პოტენციური მკითხველები არიან. ასეთ კრიზისულ პერიოდში, ნამდვილად ღირს ამ ბაზრის გამოკვლევა და ინვესტირება. შესაძლოა ეს ცოტა იდეალისტურადაც ჟღერდეს, მაგრამ მიგრანტები ამავდროულად, მომავლის მოქალაქეები არიან, იმისდა მიუხედავად. გვსურს თუ არა ამის აღიარება. მათი არსებობის უარყოფა, დამალვა ან იგნორირება მხოლოდ გაწელავს და უაზროდ გააჭიანურებს მოქალაქეობის ახალი კონცეფციის ჩამოყალიბებას. როგორც მედიაპროფესიონალებმა, უნდა ვიცოდეთ, რა ფსონებს ჩამოვდივართ, როგორია რისკები და, მაშასადამე, მზად ვიყოთ ამ თამაშში მონაწილეობისათვის“.⁴⁰

12.5. მედია, როგორც ინფორმაციის წყარო მიგრანტებისათვის

ზემოთ ნაწილობრივ შევხებით იმას, რომ მედია ინფორმაციის წყაროა თვით მიგრანტებისთვისაც, მაგრამ წინა ქვეთავში ვიმსჯელებთ იმაზეც, როგორ ხედავენ მიგრანტები საკუთარ თავს მიმღები ქვეყნების მედიაში. ამ ქვეთავში კი ვისაუბრებთ იმაზე, თუ რა ზეგავლენა შეიძლება მოახდინოს მიგრანტთა წარმოდგენებზე დანიშნულების ქვეყნის წარმოჩენამ ადგილობრივ მედიაში?

მედიამედიის როლი ამ პროცესში უმნიშვნელოვანესია. პოტენციური მიგრანტები მომავალი საცხოვრებლის შესახებ ინფორმაციას სხვადასხვა საშუალებით იღებენ და სამომავლო გეგმებს ადგენენ ამგვარი „ფსევდორეალობების“ საფუძველზე. მიგრაციის თხრობის ქარგა და დღის წესრიგი შეიძლება განსაზღვროს როგორც მაღალტირაჟიანმა, ისე რეგიონულმა, დაბალტირაჟიანმა გამოცემამ. აღნიშვნის ღირსია ტელევიზიის, ფილმების, ბექედური მედიის, ინტერნეტის, სოციალური ქსელების და რეკლამის

39 King and Wood, Media and Migration, Constructions of Mobility and Difference, გვ. 10.

40 Jacomella, Media and Migrations, გვ. 96.

ზეგავლენა იმ ცოდნაზე, რასაც მიგრანტები და პოტენციური მიგრანტები იღებენ ამა თუ იმ ქვეყნის და კულტურის შესახებ. სწორედ ამ ეფექტებზე დაყრდნობით ხდება იმ ე.წ. ფსევდორეალობის კონსტრუირება, რომლის შესახებაც მიგრანტის პირადი გამოცდილება ძალიან მწირია.

გაბრიელა ჯაკომელა აღნიშნავს, რომ სასურველია არა მხოლოდ არსებული პრობლემების გაშუქება, არამედ მიგრანტთა წარმატებულ ისტორიებზე ფოკუსირება.⁴¹ თუმცა, მედიის მიერ ამ ისტორიების წარმოჩენამ შეიძლება ხელი შეუწყოს პოტენციური მიგრანტის აზროვნებაში მიგრაციის შესახებ მითების დამკვიდრებას. საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებასთან ერთად, ამან შეიძლება ხელი შეუწყოს „ფსევდორეალობების“ შექმნასაც. გარდა მედიისა, მნიშვნელოვანია, გამოვიყენოთ სხვა არსებული კომუნიკაციის ეფექტები, რათა პოტენციურმა მიგრანტებმა ადეკვატური ინფორმაცია მიიღონ მიგრაციის ქვეყანაში ცხოვრების შესახებ.

კიდევ ერთი მაგალითი, რომელიც, ერთი შეხედვით, არ უკავშირდება მიგრაციას, არის საავტორო სვეტები მეგაპოლისების თემაზე. ხშირად ისინი სხვადასხვა ნიშას იკავებენ გლობალურ მედიაში. აქვე, ჩანს სხვადასხვა კულტურის კონტექსტი. მაგალითად, გასულ საუკუნეში, „The New York Times“-ის სვეტები მკითხველს მოუთხრობდა ქალაქში ან მის გარეუბანში მცხოვრებ ადამიანებზე და ეძღვნებოდა ყველას, ვისაც აინტერესებდა, რა ხდებოდა მეოცე საუკუნის ნიუ-იორკში⁴². 2014 წელს გაჩნდა ახალი ბლოგი სახელწოდებით „ნიუ-იორკის ადამიანები“.⁴³ ბლოგი პოპულარული გახდა სწორედ ნიუ-იორკელებზე გამოქვეყნებული უნიკალური და ცოცხალი ისტორიების, ფოტოების წყალობით. გლობალური მედიის, ინტერნეტისა და სოციალური მედიის წყალობით, ეს ისტორიები სწრაფად გავრცელდა და შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ გარკვეულ როლს ასრულებს საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებაში მეგაპოლისში ცხოვრების შესახებ (მათ შორის, პოტენციური მიგრანტებისთვისაც). შესაძლოა, ასეთმა ისტორიებმა, ბლოგებმა გარკვეული სტერეოტიპებიც შექმნან საცხოვრებელ პირობებზე და გაზარდონ ან შეამცირონ დანიშნულების ადგილის მიზიდულობა.

პოტენციური მიგრანტები, მოსახლეობის მსგავსად, მიგრაციულ პროცესებსა და პროცედურებზე დამატებით ინფორმაციას იღებენ სოციალური ქსელების ინტერაქტიური ინდუსტრიის საშუალებით, იქნება ეს Facebook-ის გვერდები მიგრაციის საკითხებზე – მათ შორის ქართულ ენაზე – თუ სხვა ვებგვერდები. ცხადია, არსებობს დეზინფორმაციის ან დამახინჯებული რეალობის ინტერნეტით გავრცელების საშიშროებაც (სოციალური ქსელების ჩათვლით).

მედიათეორეტიკოსები და იურისტები სწავლობდნენ მედიიდან აღებული გამოსახულებებისა და ისტორიების როლს ემიგრირებულ საზოგადოებათა

41 იქვე, გვ. 79.

42 Richard F. Shepard, Paper's Papers, A Reporter's Journey Through the Archives of The New York Times, Times Books, Random House, 1996, გვ. 236.

43 დამატებითი ინფორმაციისთვის იხ: <http://www.humansofnewyork.com>.

„იდენტობის პოლიტიკის“ განსაზღვრაში.⁴⁴ მნიშვნელოვანია დავაკვირდეთ, როგორ აღწერენ მიგრანტებსა და დიასპორებს სხვა ქვეყნების მედიაში, თუმცა სხვადასხვა ქვეყანაში დიასპორული მედიის მიერ შექმნილი ნიშაც მეტად საგულისხმოა.

მედია ნამდვილად არის ინფორმაციის მოპოვების უმთავრესი წყარო ემიგრანტებისათვის. ამასთან, ინფორმაციის შეფუთვა იცვლება საზღვრის გადაკვეთასთან ერთად და იძენს სხვადასხვა კულტურულ კონტექსტს. ამ თვალსაზრისით, მოკლედ მიმოვიხილავთ ქართული დიასპორის მედიას იმის საილუსტრაციოდ, როგორ აისახება დიასპორის საქმიანობა და ემიგრანტთა ცხოვრება მედიაში.

ნინო ყულოშვილი განიხილავს ქართული დიასპორული მედიის თავისებურებებს და აღნიშნავს, რომ ე.წ. კონცეპტუალური მარკერი დიასპორის გამოცემებში ერთია – ეთნიკური იდენტობისათვის ბრძოლა, კულტურული თვითმყოფადობის შენარჩუნებისათვის ზრუნვა, ადგილსამყოფელ ქვეყნებში საკუთარი უფლებების დაცვა.⁴⁵ სხვადასხვა ქვეყნის სპეციფიკის მიხედვით, მკვლევარი გამოკვეთავს მედიის ინტერესსა და ეროვნული იდენტოფიკაციის ატრიბუტებს. მაგალითად, ირანის ისლამურ რესპუბლიკასა ან თურქეთში მცხოვრები ქართველები ეროვნულ იდენტობას ინარჩუნებენ მშობლიური ენის შემონახვით; ესტონეთში მცხოვრები ქართველები – ეროვნული სამზარეულოს საშუალებით;⁴⁶ ხშირად, ქართული სამზარეულო აღწერილია არა მარტო ემიგრანტულ მედიაში, არამედ ისეთ ცნობილ ამერიკულ გამოშვებაში, როგორიცაა „Washington Post“ და სხვ.

ქართველები სხვადასხვაგვარად არიან აღწერილნი მსოფლიოს თანამედროვე ნამყვან მედიაში. ეს შეიძლება უკავშირდებოდეს ქართველების, როგორც ლეგალური და არალეგალი მიგრანტების წარმოჩენასაც; ამდენად, დიასპორული ჟურნალისტიკა შეიძლება გახდეს წყარო მედიარეპორტაჟებისათვის, რომლებიც მიმღებ ქვეყანაში კონკრეტულ მიგრანტთა ჯგუფებზე იქმნება. ეს თემა ფართოდაა განხილული მე-2 ქვეთავში.

აღნიშნული საკითხი შესწავლილია ქართველ მკვლევართა მიერ.⁴⁷ ნინო ყულოშვილის უკვე ხსენებული კვლევიდან ვგებულობთ, რომ გაზეთი „Shelale“ (ჩანჩქერი) 1931 წლიდან გამოიცემა კახის რეგიონში, აზერბაიჯანში. მეტიც, ავტორი ამბობს, რომ ამჟამად მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში არსებობს ქართული დიასპორის პერიოდული გამოცემები: გაზეთი „Elada“ საბერძნეთში, „Iveria“ სომხეთში, „Mamuli“ აშშ-ში; ჟურნალი „Georgian“ გერმანიაში, „Georgia“ უკრაინაში და ა.შ. დიასპორული საქმიანობა ჩნდება ელექტრონულ

44 ed. King and Wood, Media and Migration, გვ. 4.

45 ნინო ყულოშვილი, საზღვარგარეთ მცხოვრები ქართველების პერიოდული პუბლიკაცია, მათი პრობლემები პრესაში, ესტონეთი, ინგლისი, გერმანია, დისერტაცია, გვ. 4.

46 იქვე, გვ. 22.

47 გურამ შარაძე, ქართული ემიგრანტული ჟურნალისტიკის ისტორია, რვატომეული, თბილისი: 2001-2005.

მედიამიც;⁴⁸ თურქეთში ქართველები აქვეყნებენ ჟურნალს „Chveneburi“ არსებობს ონლაინ რადიო „Chveneburebi“⁴⁹ (<http://chveneburi.net>), ვებგვერდი www.fereidani.ge,⁵⁰ ორენოვანი თურქულ-ქართული ჟურნალიც „Pirosmani“ (გამოიცა 2007 წელს)⁵¹ და ა.შ. ქართული დიასპორა ირანშიც აქვეყნებს ორენოვან გამოცემებს, რომლებიც ხელმისაწვდომია ადგილობრივი მოსახლეობისთვის; ირანში ასევე არსებობს ქართული რადიო და ტელევიზია.

ავტორი დაასკვნის, რომ დიასპორული მედიის აუდიტორია ხშირად შემოიფარგლება მიმღები ქვეყნით.⁵² მაშასადამე, ითვალისწინებს კონკრეტული მედიასეგმენტის მოთხოვნებს და ცდილობს შეავსოს ნიშა, რომელიც მიგრანტებსა და ადგილობრივ დიასპორას არ გააჩნია ეროვნული მაუწყებლობის ფარგლებში.

12.6. მედიისა და მიგრაციის კავშირი საქართველოში

ქართული მედია მიგრაციის საკითხებით ჯერ კიდევ XIX საუკუნეში დაინტერესდა. გაზეთები „დროება“ და „ივერია“ აქვეყნებდნენ მასალებს აჭარის მუსლიმ მიგრანტებზე. ქართული ჟურნალისტიკის მკვლევარი თამაზ ჯოლოგუა განიხილავს XIX საუკუნის „ოსმალეთის საქართველოს“ წერილებს, რომლებიც გამოაქვეყნა სერგეი მესხმა გაზეთში „დროება“. მკვლევარი აღნიშნავს, რომ

„ს. მესხი ხელისუფლებას დაბეჯითებით ურჩევდა, ყურადღებით მოკიდებოდა გამაჰმადიანებული ქართული მოსახლეობის ცხოვრების წესს; განსაკუთრებულ მნიშვნელობას კი სარწმუნოებრივ საკითხს ანიჭებდა და ასაბუთებდა აჭარის გამაჰმადიანებული მოსახლეობის რწმენისადმი ტოლერანტული დამოკიდებულების აუცილებლობას“.⁵³ ამ თემატიკას ილია ჭავჭავაძე გაზეთ „ივერიიდან“ ეხმიანება, ოღონდ როგორც ჯოლოგუა აღწერს, „ილიასთან საკითხი განზოგადებული და გაღრმავებულია და უკავშირდება ისეთ ფუნდამენტურ პრობლემას, როგორიცაა საერთო ისტორიის (ისტორიული ერთობის) განმსაზღვრელი მნიშვნელობა ეროვნული თვითშეგნების (იდენტობის) ჩამოყალიბებაში“.⁵⁴

48 ყულოშვილი, საზღვარგარეთ მცხოვრები ქართველების პერიოდული პუბლიკაცია, გვ. 2-3.

49 იქვე, გვ. 8-11.

50 იქვე, გვ. 15.

51 იქვე, გვ. 9.

52 იქვე, გვ. 33.

53 თამაზ ჯოლოგუა, ქართული ჟურნალისტიკის ისტორია, XIX საუკუნე, „არტანუჯი“, თბილისი: 2013, გვ. 261.

54 იქვე, გვ. 262.

აქვე, მკვლევრის მიერ მოძიებულია საგაზეთო პუბლიკაციაში გამაჰმადიანებული მოსახლეობის მშობლიური ადგილებიდან აყრის აღწერა. წერილში „დროების“ რედაქტორი სერგეი მესხი თავისი წყაროს მონათხრობს უზიარებს მკითხველს: „საშინელ სურათს წარმოადგენს თურმე ეს ხალხის გადასახლება... ესენი დედა-მიწას ჰკოცნიან, ხეებს, სახლებს, ყველაფერს სულიერსა და უსულოს, რასაც კი სტოვებენ, ცხარე ცრემლის ღვრით, გულ-დამწვავ ტირილით ეთხოვებიან და ისე მიდიანო“.⁵⁵

როგორც ტექსტიდან ვასკვნით, ისტორიული თვალსაზრისით, ქართველი ჟურნალისტები და რედაქტორები, ერთი მხრივ, იმიგრაციითა და ტოლერანტობის საკითხებით იყვნენ დაინტერესებულნი, ხოლო მეორე მხრივ - კულტურული იდენტობით. იძულებით გადაადგილება ქართული გაზეთების რედაქტორებს და, საერთოდ, საზოგადო მოღვაწეებს აქტუალურ თემად მიაჩნდათ.

სამწუხაროდ, მიგრაციის საკითხების გაშუქების საკითხები საქართველოში სათანადოდ ჯერ კიდევ არ შესწავლილა. თუმცა, შემდეგ ქვეთავში ჩვენ შევეცდებით გამოვიკვლიოთ მიგრაციასთან პირდაპირ თუ ირიბად დაკავშირებული ისეთი თემების გაშუქების სპეციფიკა, როგორიცაა ეროვნული და ეთნიკური უმცირესობები, შემწყნარებლობა და ქსენოფობია.

თავდაპირველად შევხებით საქართველოში ჟურნალისტიკის ეთიკასთან დაკავშირებულ რამდენიმე მნიშვნელოვან საკითხს.

12.6.1. მედიაკანონმდებლობა და ეთიკა საქართველოში

საქართველოს კანონით მაუწყებლობის შესახებ დადგენილია, რომ სათემო მაუწყებლობის ლიცენზიის მფლობელი უნდა „უზრუნველყოფდეს შესაბამისი მომსახურების ზონაში მცხოვრები უმცირესობების მოსაზრების გაშუქებას“;⁵⁶ ამავე კანონის მუხლი 54.2 ამბობს, რომ „მაუწყებლები ვალდებული არიან ახალი ამბების პროგრამებში უზრუნველყონ ფაქტებთან და მოვლენებთან დაკავშირებული ყველა საგულისხმო განსხვავებული აზრის სათანადოდ წარმოჩენა რომელიმე ჯგუფისა თუ აზრის დისკრიმინაციის გარეშე“.

კანონით დაწესებულია პროგრამული შეზღუდვებიც, მაგალითად, „იკრძალება ისეთი პროგრამების გადაცემა, რომლებიც რაიმე ფორმით რასობრივი, ეთნიკური, რელიგიური ან სხვაგვარი შუღლის გაღვივების, რომელიმე ჯგუფის დისკრიმინაციის ან ძალადობისკენ წაქეზების აშკარა და პირდაპირ საფრთხეს ქმნის“;⁵⁷ ასევე „იკრძალება ისეთი პროგრამების გადაცემა, რომლებიც მიმართულია პირის ან ჯგუფის ფიზიკური შესაძლებლობის,

55 იქვე, გვ. 263.

56 საქართველოს კანონი მაუწყებლობის შესახებ, მუხლი 46.1. გ.

57 იქვე, მუხლი 46.2.

ეთნიკური კუთვნილების, რელიგიის, მსოფლმხედველობის, სქესის, სექსუალური ორიენტაციის ან სხვა თვისებისა თუ სტატუსის გამო შეურაცხყოფისაკენ, დისკრიმინაციისაკენ ან ამ თვისებისა თუ სტატუსის განსაკუთრებული ხაზგასმისაკენ, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ეს აუცილებელია პროგრამის შინაარსიდან გამომდინარე და მიზნად ისახავს არსებული შუღლის ილუსტრირებას.⁵⁸

მედიას ეკრძალება ისეთი ქსენოფობური და რასისტული დამოკიდებულების პროვოცირება ნეგატიური მითების გამოყენებით, რაც ხელს უწყობს სიძულვილისა და აგრესიის გავლევას. სამწუხაროდ, საქართველოს მედიაში ნაწილობრივ არასასურველი სიტუაციაა ამ მხრივ. ქვემოთ მოყვანილია რამდენიმე მაგალითი.⁵⁹

საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის მე-7 პრინციპის თანახმად, „ჟურნალისტს უნდა ესმოდეს მედიის მიერ დისკრიმინაციის წახალისების საფრთხე; ამიტომ ყველაფერი უნდა იღონოს ნებისმიერი პირის დისკრიმინაციის თავიდან ასაცილებლად რასის, სქესის, სექსუალური ორიენტაციის, ენის, რელიგიის, პოლიტიკური და სხვა შეხედულებების, ეროვნული ან სოციალური წარმოშობის საფუძველზე ან რაიმე სხვა ნიშნით“.⁶⁰

სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მედიას შეუძლია ზოგიერთი თემისა და ფაქტებზე დაფუძნებული დისკუსიის ადვოკატირება და, ამავე დროს, მზადყოფნის გამოვლენა მიგრაციის საკითხების გასაშუქებლად. მან, პირველ რიგში, ადვოკატირება უნდა გაუწიოს თანასწორობას, გარკვეული ჯგუფების მარგინალიზაციის ან სტიგმატიზაციის თავიდან ასარიდებლად.

ჟურნალისტიკის ეთიკის ქარტიის მოთხოვნებიდან და წინა თავებში წარმოჩენილი ანალიზიდან გამომდინარე, მომავალი ჟურნალისტებისთვის შეიძლება შემდეგი რჩევების ჩამოყალიბება:

- იყავი მკითხველზე ორიენტირებული. გახსოვდეს აუდიტორია და არ გამოაქვეყნო არაფერი, რაც მხარს უჭერს ნებისმიერი სახის დისკრიმინაციას ან სტიგმატიზაციას; მაგალითად, თუ მოცემული სტატიის მიზნებისათვის აუცილებელი არ არის, ხაზს ნუ გაუსვამ პირის მოქალაქეობას და ნუ დაასახელებ მის ეთნიკურ კუთვნილებას, რადგან ეს სტერეოტიპების ჩამოყალიბების მცდელობაა;⁶¹
- ჟურნალისტს უნდა ჰქონდეს კომპეტენტური პირებისა და მიგრაციის ექსპერტების საკონტაქტო ინფორმაციის საკუთარი არქივი. ხშირად ასეთი კომპეტენტური რესპონდენტების მოძიება შეიძლება საერთაშორისო და არასამთავრობო ორგანიზაციების ანგარიშებში;

58 იქვე, მუხლი 56.3.

59 იქვე, მუხლი 5.3.

60 ჟურნალისტთა ეთიკის ქარტია, 2011-2014 წლებში განხილული საქმეები, თბილისი, 2014, გვ. 101.

61 Jacomella, Media and Migrations, გვ. 59.

ამიტომ, დაადგინე წყარო და დაწესებულება, რომელსაც უნდა მიმართო, თუკი მიგრაციასთან დაკავშირებული საკითხების გაშუქებას აპირებ;

- მიუთითე ინფორმაციისა და გამოყენებული სტატისტიკის წყარო;
- გაცანი მიგრაციასთან დაკავშირებულ საკანონმდებლო აქტებს. ამ საკითხებზე მომუშავე ჟურნალისტმა უნდა გაიაროს კონსულტაცია იურისტთან/ექსპერტთან;
- დედლაინზე მუშაობის შემთხვევაში, მნიშვნელოვანია, ჟურნალისტმა არ დაკარგოს დრო საბაზისო ინფორმაციის მოპოვებაზე. ამგვარი ინფორმაციის არქივი მან წინასწარ უნდა შექმნას. მიგრაციის შემთხვევაში, ეს შეიძლება იყოს ზოგადი სტატისტიკა, კვლევები და ანგარიშები;
- გადაამოწმე მასალაში გამოყენებული ტექნიკური ტერმინები, მათ შორის დაიცავი სიზუსტე მიგრაციის ტერმინოლოგიის გამოყენებისას. დააზუსტე მიგრანტთა სახეობები (დევნილი, ლტოლვილი, ემიგრანტი, იმიგრანტი, ნებაყოფლობით/იძულებითი მიგრაცია, ა.შ.). ეს შეიძლება ძალზე მნიშვნელოვანი აღმოჩნდეს მასალის გამოქვეყნებისას
- მოერიდე ისეთ მედიაგანცხადებას, რომელიც ხელს უწყობს საზოგადოებაში სტერეოტიპების გაძლიერებას, განსაკუთრებით სათაურებში, ვინაიდან „სათაურები მიგრაციის ნარატივის ერთ-ერთი, შესაბამისი ინდიკატორია (განსაკუთრებით, საგანგებო სიტუაციების გაშუქებისას). იგი შეიცავს საკვანძო ემოციური დატვირთვის ფრაზებს“⁶²;
- მედიის მიერ სხვადასხვა საკითხის გაშუქება დამოკიდებულია მაღალ პროფესიულ სტანდარტებსა და ეთიკაზე; თანასწორობის გამოხატვა ობიექტური გაშუქების წინაპირობაა;
- გახსოვდეს, რომ კულტურული კონტექსტი განსაზღვრავს მედიაენის თავისებურებებს.

11.6.2. საქართველოში მცხოვრები ეროვნული და ეთნიკური უმცირესობების საკითხი და მათთვის ინფორმაციის მიწოდების რამდენიმე მაგალითი

საინტერესოა, რა სახის ინფორმაციას იღებენ საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში მცხოვრები ეროვნული და ეთნიკური უმცირესობები. 2010 წელს თბილისში, ახალციხესა და მარნეულში ჩატარდა სამი ფოკუს-ჯგუფის კვლევა. რესპონდენტთა ნაწილის აზრით, იმ შემთხვევებში, როდესაც მედია ეთნიკური თემის გაშუქებისას არაკორექტულობას ან არაობიექტურობას იჩენს, ეს ხდება არა თემის სპეციფიკის გამო, არამედ მხოლოდ იმიტომ,

62 იქვე, გვ. 49.

რომ კონკრეტულ სიტუაციაში სწორედ ეთნიკური საკითხი აღმოჩნდა ის, რის გარშემოც შესაძლებელი იყო ყურადღების კონცენტრირება.⁶³

ზემოხსენებული კვლევიდან აგრეთვე ჩანს, რომ მედია ზედაპირულად აშუქებს ეროვნულ და ეთნიკურ უმცირესობებთან დაკავშირებულ საკითხებს. სატელევიზიო პროგრამებზე საუბრისას ფოკუსჯგუფის მონაწილე აცხადებს:

„თვითონ გადაცემა ისე წარმოდგენილი, რომ ამ ხალხზე (არა ჩემი ეროვნების წარმომადგენლებზე, არამედ სხვებზე მაქვს ნანახი ეს გადაცემა) მე უკვე თავისთავად მეკარგება ყოველგვარი წარმოდგენა, ისევე როგორც ამ ერის წარმომადგენლებზე. ხანდახან ვგრძნობ, რომ ვბრაზდები და ცუდი შეგრძნება მიჩნდება ამ ხალხის მიმართ და წარმომიდგენია, თვითონ ქართველებს როგორი ცუდი შთაბეჭდილება დარჩებათ მათზე. საერთოდ გადაცემა ძალიან აკურატულად უნდა იყოს გადაღებული. ინფორმაციას როგორ მიაწვდი მაყურებელს, ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს“.⁶⁴

BCG-ის მიერ ჩატარებული ზემოხსენებული კვლევის მიხედვით, ახალციხის რესპონდენტებმა ცალსახად აღნიშნეს, რომ „რუსეთთან გამწვავებული პოლიტიკური ურთიერთობის მიუხედავად, მედიაში რუსების, როგორც ეთნიკური ჯგუფის თემა არააქტუალურია, მედია არასოდეს გამოხატავს აგრესიას მათ მიმართ. ეს კარგად ასახავს მოსახლეობის განწყობასაც ამ ეთნიკური ჯგუფის მიმართ“.⁶⁵

მეორე მხრივ, ამ კვლევაში რესპონდენტები ახალციხიდან აცხადებენ, რომ მედია დიდ როლს ასრულებს დეპორტირებულ მესხთა (ე.წ. თურქი-მესხების) ინტერესთა ლობირების საკითხში:

„თურქი-მესხების მიმართ მედიის აშკარა კეთილგანწყობა აღიზიანებს რეგიონის სომეხ მოსახლეობას, რადგან ისინი ანალოგიურ განწყობას მედიაში მათი ეთნიკური ჯგუფის მიმართ ვერ ხედავენ. მედია არასოდეს აშუქებს კონსტრუქციულ, მეგობრულ ურთიერთობას სომხებსა და ქართველებს შორის. ამის გამო ადგილობრივი სომხები შიშობენ, რომ მათ თურქი-მესხებით ჩანაცვლებას უპირებენ, მედია კი საამისოდ ნიადაგს ამზადებს“.⁶⁶

საზოგადოებაზე მედიის მიერ გავრცელებული ინფორმაციის ზეგავლენა უზარმაზარია. მიგრანტების და/ან ეროვნული და ეთნიკური ჯგუფების შესახებ ინფორმაციის მიკერძოებულმა გაშუქებამ შეიძლება გამოიწვიოს ე.წ. მორალური პანიკა. მკვლევრები დარწმუნებულები არიან, რომ „მორალურ პანიკაში მოიაზრება უმცირესობების ან მარგინალური ინდივიდებისა და ჯგუფების შესახებ საზოგადო და პოლიტიკური რეაქციები, რომლებიც ამ

63 BCG, მედიის მიერ ეთნიკურ უმცირესობათა საკითხების გაშუქება, 2010, გვ. 6-7, ნანახია 12.11.2016 წ. http://eurocommunicator.ge/mdf/uploads/BCG_kvleva.pdf.

64 იქვე, გვ. 8.

65 იქვე, გვ. 10.

66 იქვე.

უკანასკნელთა მოსაზრებით, საფრთხეს უქმნის საყოველთაოდ აღიარებულ წესებსა და ინტერესებს“.⁶⁷

მაშასადამე, მნიშვნელოვანია მიგრაციის შესახებ გავრცელებული ინფორმაციის დახვეწა. ამისთვის, საჭიროა მედიის წარმომადგენელთა განათლება და ცნობიერების ამაღლება მიგრაციის საკითხებზე.

12.6.3. ქართული მედია ზემოხსენებულისა და ქსენოფობიის შესახებ: რამდენიმე მაგალითი

საქართველოს სხვადასხვა კვლევითი ორგანიზაციის მიერ ჩატარებული მედია მონიტორინგის საფუძველზე, შეგვიძლია მოვიყვანოთ მიგრაციის საკითხებთან დაკავშირებული რამდენიმე საინტერესო მაგალითი.

არასამთავრობო ორგანიზაცია „მედიის განვითარების ფონდი“ სისტემატურად აქვეყნებს მედიამონიტორინგის საინფორმაციო ბიულეტენს, სადაც მოცემულია ინფორმაცია ჰომოფობიური და ქსენოფობიური რეპორტაჟების შესახებ, ასევე, ყოველკვირეულად გამოსცემს ბიულეტენს „არა ფობიას“ და მედიამონიტორინგის შედეგებს. ამ საკითხებს შორისაა: სიძულვილის ენა და დისკრიმინაცია, ეთნიკური და რელიგიური უმცირესობები.

„მედიის განვითარების ფონდის“ ანგარიშები ყურადღებას ამახვილებს პოლიტიკოსებისა და ჟურნალისტების იმ განცხადებებზე მედიაში, რომლებიც ხელს უწყობს გარკვეული ჯგუფების წინააღმდეგ სტერეოტიპების ჩამოყალიბებასა და ამოქმედებას.⁶⁸ წარმოდგენილი კვლევებში ვხვდებით განცხადებებს სხვადასხვა ქვეყნის ეთნიკური ჯგუფების და ერების წინააღმდეგ, ქსენოფობიურ გამოხატულებებს.⁶⁹

აი, რამდენიმე მაგალითი „მედიის განვითარების ფონდის“ მიერ ჩატარებული კვლევებიდან:

- პოლიტიკოსი საუბრობს მათზე, „ვინც ჩამოვიდა აფრიკიდან“ და დაასკვნის: „ზედმეტი მუქთახორები ნამდვილად არ გვჭირდება“;⁷⁰
- პოლიტიკურმა ლიდერმა თქვა: „სადაც ქართულად ლოცულობენ და წერენ, ეგ არის საქართველო, თუ ჩვენ დავუშვით, რომ პლენანოვზე

67 სერგი ჯორბენაძე, უმანგი ბახტაძე და ზურაბ მაჭარაძე, მედიაკანონი, დავით ბატონიშვილის სამართლის ინსტიტუტი, 2014, გვ. 24.

68 მედიის განვითარების ფონდი, სიძულვილის ენა და დისკრიმინაციული გამოხატულებები პოლიტიკურ დისკურსში, მედიამონიტორინგის შედეგები, 17 თებერვალი-17 მაისი, 2014, ნანახია 12.11.2016 წ. <http://bit.ly/2gPobjq>.

69 დამატებითი ინფორმაციისთვის იხ: MDF და GDI ყოველკვირეული ბიულეტენი „არა ფობიას“ # 5 (45), 2015 წელი, 2-8 თებერვალი, ნანახია 12.11.2016 წ. <http://bit.ly/2iMfLOe>.

70 გაზეთი „ალია“, 12 მარტი, 2015 წ.

თურქული და არაბული და მონგოლური წარწერები გაჩნდა, ჩვენ მივიღეთ პატარა თურქეთს ან მონგოლეთს შუაგულ თბილისში“;⁷¹

- ერთ-ერთმა პოლიტიკოსმა განაცხადა, რომ „საფრთხე გველის როგორც რუსეთისგან, სომხეთისგან, ასევე თურქეთისგან და აზერბაიჯანისგან“;⁷²
- „უკრაინელების აბსოლუტურ უმრავლესობას არ სურს გარყვნილ და გადაგვარებულ ევროპულ ოჯახში“ ყოფნა;⁷³
- „...როცა შიდა ოკუპანტი გაგიყიდის იურიდიულად მინას პაკისტანელზე, ირანელზე, თუ სამხრეთ აფრიკელზე, ამ შედეგებს ვერაფერი ვერ ასწორებს, ეს ოკუპაცია არის სამუდამო“;⁷⁴
- „აჭარაში პრაქტიკულად იქამდეა საქმე მისული, რომ დღეს სხვა ტომის ადამიანი უფრო კომფორტულად გრძნობს თავს, ვიდრე საქართველოს მოქალაქე“;⁷⁵
- „ისტორიაში არცერთი სახელმწიფო არ წარმოადგენდა მთელი მსოფლიო თანამეგობრობისათვის ისეთ საფრთხეს, როგორსაც აშშ!“.⁷⁶

მედია მონიტორინგის „სოციალური თემატიკა საინფორმაციო პროგრამებში“⁷⁷ ანგარიშის ავტორი ქეთი მსხილაძე ყურადღებას ამახვილებს იძულებით გადაადგილებული პირების შესახებ გაშუქებაზე. ანგარიშში ნათქვამია: „თემატიკის მრავალფეროვნებას რაც შეეხება, თვალშისაცემი იყო ზოგი მწვავე თემის გაშუქების ნაკლებობა, როგორიც, მაგალითად, დევნილების საკითხია“.⁷⁸ მონიტორინგის ანგარიშის მიხედვით, მედია ამ თემას ან ინფრასტრუქტურასთან მიმართებით აშუქებს, ან მხოლოდ პოლიტიკური კონტექსტით შემოიფარგლება (მაგალითად, როდესაც მთავრობის წარმომადგენლები ენვევნიან ლტოლვილთა დასახლებებს).

BCG-ის კვლევის მიხედვით, ეროვნული და ეთნიკური უმცირესობების საკითხთა გაშუქებისას მედია ძირითად ყურადღებას ამახვილებს კონფლიქტურ რეგიონებზე. არის შემთხვევები, როცა მედია განაზოგადებს ამა თუ იმ პრობლემას და აერთიანებს რამდენიმე ეთნიკურ ჯგუფს, რითაც საკითხი უფრო გლობალური ხდება.⁷⁹

დასასრულს, თუ მედიას სურს რეალურად ასახოს კონკრეტული ჯგუფისა და საზოგადოების პრობლემები და მათი ხმა მიანდონოს აუდიტორიას,

71 „კავკასია დღეს“, 14 აპრილი, 2015 წ.

72 „რეზონანსი“, 4 აპრილი, 2015 წ.

73 „ასავალ-დასავალი“, 24 თებერვალი - 2 მარტი, 2015 წ.

74 საზოგადოებრივი მაუწყებელი, პირველი სტუდია, 6 თებერვალი, 2015 წ.

75 „რეზონანსი“, 7 თებერვალი, 2015 წ.

76 #4 (44), 26 იანვარი - 1 თებერვალი, საქინფორმი, 30 იანვარი, 2015 წ.

77 ქეთი მსხილაძე, სოციალური თემატიკა საინფორმაციო პროგრამებში, მედიის განვითარების ფონდი, გვ. 9, ნანახია 12.11.2016 წ. <http://bit.ly/2wi53n6>.

78 იქვე, გვ. 8

79 BCG, მედიის მიერ ეთნიკურ უმცირესობათა საკითხების გაშუქება, გვ. 8-9.

მიგრანტების შესახებ მასალების გავრცელებისას წინდახედულობა უნდა გამოიჩინოს. მნიშვნელოვანია, რომ თავიდან ავიცილოთ ნებისმიერი ჯგუფის მარგინალიზაცია და დისკრიმინაცია, ყურადღება გავამახვილოთ მათ რეალურ პრობლემებზე. შეიძლება ითქვას, რომ ეს ვიწრო ბილიკია, ვინაიდან მიგრანტების მედიაში პოზიციონირება შესაძლოა თავად ამ ადამიანებისთვის აღმოჩნდეს მიუღებელი, და მათი წარმოჩენა მოხდეს არათემატურ კონტექსტში, მხოლოდ ცალკეული პრობლემის საილუსტრაციოდ.

კითხვები მსჯელობისათვის:

1. მიგრაციის საკითხებზე რეპორტაჟების მომზადებისას ქართული მედია აშუქებს თუ ქმნის საზოგადოებრივ აზრს? ქართული გაზეთები, ტელევიზია და სოციალური ქსელი უბრალოდ გვანვდიან ინფორმაციას მიგრაციის პოლიტიკაზე თუ ზეგავლენას ახდენენ გადანყვებილების მიღებაზე?
2. რა ზეგავლენა იქონია ცვალებადმა მედია ლანდშაფტმა (მაგ: ინტერნეტის გამოყენება, სოციალური მედია, ბლოგები) ახალი ამბების გავრცელებაზე საქართველოში?
3. თქვენი აზრით, უნდა მოემზადონ თუ არა ქართველი თუ სხვა ქვეყნის ჟურნალისტები მიგრაციის შესახებ რეპორტაჟების გაკეთებისათვის? თუ ფიქრობთ, რომ „დიახ“, მაშინ – როგორ?
4. მიგაჩნიათ თუ არა, რომ ქართული მედიის რეპორტაჟები მიგრაციის საკითხებზე ზეგავლენას ახდენენ ქართველი მოქალაქეების გადანყვებილებზე მიგრაციის შესახებ? თუ ფიქრობთ, რომ „დიახ“, მაშინ აღწერეთ როგორ?
5. თქვენი აზრით, შეიძლება თუ არა ერთი და იგივე საკითხი მიგრაციის შესახებ განსხვავებულად წარმოაჩინონ:
 - 5.1. სხვადასხვა ქვეყნის ჟურნალისტებმა?
 - 5.2. იმავე ქვეყნის სხვადასხვა მედიასაშუალებამ (მაგალითად, საქართველოში)? იმსჯელოთ სხვადასხვა გაზეთისა და ტელეარხის მაგალითზე)
6. რა ზეგავლენა შეიძლება იქონიოს სხვადასხვა ორგანიზაციის (კომერციული, პოლიტიკური, სოციალური, და ა.შ.) დღის წესრიგმა მიგრაციის გაშუქებაზე მედიაში?

■ **კაზუსები და საშინაო დავალება:**

კაპუსი 1: რუსეთიდან ქართველების მასობრივი დეპორტაცია 2006 წელს

აღმადიანის უფლებათა ევროპულ სასამართლოში ერთ-ერთი გახმაურებული საქმეა საქართველო რუსეთის ფედერაციის წინააღმდეგ.⁸⁰ საქმე შეეხება 2006 წელს რუსეთის ფედერაციის ტერიტორიაზე მცხოვრები ეთნიკური ქართველების შივიწილობასა და მათ მასობრივ დეპორტაციას.

2014 წელს მიღებული გადაწყვეტილების მიხედვით, სასამართლომ დაადგინა, რომ რუსეთმა დაარღვია ადამიანის უფლებათა და ძირითად თავისუფლებათა ევროპული კონვენცია, კერძოდ:

- მე-4 ოქმის მე-4 მუხლი (უცხოელების კოლექტიური გაძევების აკრძალვა);

კონვენციის მუხლები:

- 5.1. (თავისუფლებისა და ხელშეუხებლობის უფლება);
- 5.4 (დაკავების სასამართლო განხილვის უფლება);
- 3 (არაადამიანური ან ღირსების შემლახველი მოპყრობის აკრძალვა);
- 13 (სამართლიანი დაცვის ეფექტიანი ღონისძიების უფლება), 5.1 და 3 მუხლებთან ერთობლიობაში;
- 38 (ეფექტიანი გამოძიებისათვის საჭირო მასალების მიწოდება).

კითხვაში სტუდენტებს:

იპოვეთ ქართულ, რუსულ ან საერთაშორისო მედიაში გასული რეპორტაჟები მოვლენასა და/ან სასამართლო გადაწყვეტილებაზე და შეადარეთ გამოყენებული მედიაენა და ფაქტების ინტერპრეტაცია. რა შეიძლება იყოს ფაქტების განსხვავებული ინტერპრეტაციის, ქართველი მიგრანტების რუსეთში განსხვავებულად ასახვის მიზეზები?

კატუსი 2: ინდოელი ფერმერების იმიგრაცია საქართველოში

2013 წლის იანვარში, BBC-მ გამოაქვეყნა სტატია „საქართველოს „ღია კარის“ პოლიტიკა მკაცრდება“, რომელიც შეეხება საქართველოს საზიზო

80 სასამართლოს რეგისტრატორის პრესრელიზი, ECHR 196 (2014), 03.07.2014, ნანახია 12.11.2016 წ. <http://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22:%5B%22003-4811514-5865358%22%5D%7D>.

პოლიტიკას.⁸¹ სხვა ფაქტებთან ერთად, სტატია მკითხველს ამცნობს, რომ დაახლოებით

„2000 ინდოელი ფერმერი დამკვიდრდა საქართველოში ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში. ისინი გამოხატავენ იმ ადამიანების ამბიციას, რომლებმაც გამოიარეს დიდი გზა, ნულიდან დაიწყეს საქმიანობა და შეუძლიათ საქართველოს დახმარება. მათ იყიდეს საკუთარი სასოფლო-სამეურნეო მანქანა-დანადგარები და პიკუპ სეზონში ქირაობდნენ 20-25 მუშას“.

„ჩვენ ჩამოვედით აქ იმიტომ, რომ ინდოეთთან შედარებით მიწა ძალიან იაფია, ხოლო ნიადაგის ხარისხი ძალიან კარგია. კლიმატი კარგია, ხალხი კი - მეგობრულად განწყობილი“, – თქვა ბ-ნმა სინქსმა და დასძინა: „გვინდა უფრო მეტი ჰექტარი მიწის ყიდვა და აქ დარჩენა“.

„მაგრამ, ყველას არ უხარია ის, რომ ინდოელი ფერმერები მიწას ყიდულობენ“.

შემდეგ სტატიაში მოყვანილია ქართველი ექსპერტის ციტატა, რომელმაც არ ეთანხმება უცხოელებზე მიწის გაყიდვას: „ქართული მიწა ქართველებისთვისა“, სხვა ექსპერტი აღნიშნავს, რომ „ღია კარის პოლიტიკამ ხელი შეუწყო ულტრანაციონალიზმის გაღვივებას საქართველოში“ და ზოგიერთის აზრია, რომ „მთავრობამ ძალიან ბევრი უცხოელი ჩამოიყვანა“.

კითხვები სტუდენტებს:

იპოვეთ ინტერნეტი სხეებული სტატია და მსგავსი მასალები ქართულ მედიაში. წარმოდგენილი ფაქტების გაანალიზებით, ეცადეთ დაასკვნათ, მედიის მიერ აღწერილი ვითარება რეალურია თუ მან წვლილი შეიტანა „წარმოსახვითი იმიგრაციის“ სურათის შექმნაში?

81 BBC, Georgia's „Open Doors“ Policy Begins to Tighten, 6066666 12.11.2016 5.
http://bbc.in/2v3M8se,

1. Edward L. Bernays, The Engineering of Consent The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 1947. <http://bit.ly/2IR7Ejp>;
2. Scott Blinder, Imagined Immigration: The Different Meaning of “Immigrants”, იბ. კრებულში Public Opinion and Policy Debates in Britain. COSMOS Migration Observatory, University of Oxford, 2013;
3. Bobby Duffy and Tom Frere-Smith, Perception and Reality: Public Attitudes to Immigration. Social Research Institute Ipsos MORI, 2014, <https://goo.gl/dxZ7tW>;
4. Michelle Jackson, Content Analysis, იბ. კრებულში Research Methods for Health and Social Care, edited by Neale, Joanne. Palgrave MacMillan, 2009;
5. Gabriela Jacomella, Media and Migrations: Press Narrative and Country Politics in Three European Countries. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 2010;
6. Bryant Jennings and Mary Beth Oliver, Media Effects, Routledge, 2009;
7. Russell King and Nance Wood, Media and Migration, Constructions of Mobility and Difference, Routledge, 2001;
8. Walter Lippmann, „Public Opinion. 1921;
9. Maxwell McCombs, Setting the Agenda, the Mass Media and Public Opinion. Polity Press, 2004;
10. Denis McQuail, Mass Communication Theory, 6th Edition. Sage, 2010;
11. Richard F. Shepard and Paper’s Papers, A Reporter’s Journey Through th Archives of The New York times. Times Books, Random House, 1996;
12. Dora-Olivia Vicol and William Allen, Bulgarians and Romanians in the British National Press. COMPAS Migration Observatory, University of Oxford, 2014. <https://goo.gl/EBS2Rc>;
13. Clint C. II Wilson and Félix Gutiérrez, Race, Multiculturalism, and the Media. From Mass to Class Communication. Sage 1995;
14. ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლოს ოფიციალური ვებ-გვერდი: <http://hudoc.echr.coe.int>;
15. BBC-ის ოფიციალური ვებგვერდი: <http://www.bbc.com/news/world-europe>;
16. ვებგვერდი „ადამიანები ნიუ-იორკიდან“: <http://www.humansofnewyork.com/>;
17. მენჩერი, მელვინ. ახალი ამბების გაშუქება და წერა, მეთორმეტე გამოცემა. კოლუმბიის უნივერსიტეტი. დიოგენე, 2013;

18. მედიის განვითარების ფონდი, ბიულეტენი „არა ფობიას“; 5(45-46), 2015. <http://notophobia.org/>;
19. მედიის განვითარების ფონდის პორტალი „ევროკომუნიკატორი“. სიძულვილის ენა და დისკრიმინაციული გამონათქვამები პოლიტიკურ დისკურსში, მედიამონიტორინგის შედეგები, 17 თებერვალი – 17 მაისი. 2014. <http://eurocommunicator.ge>;
20. მედიის განვითარების ფონდის ოფიციალური ვებგვერდი: www.mdfgeorgia.ge.
21. ჟურნალისტთა ეთიკის ქარტიის ოფიციალური ვებგვერდი. „2011-2014 წლებში განხილული საქმეები“. <http://qartia.org.ge/wp-content/uploads>;
22. ნინო ყულოშვილი, საზღვარგარეთ მცხოვრები ქართველების პერიოდული პუბლიკაცია, მათი პრობლემები პრესაში (ესტონეთი, ინგლისი, გერმანია). დისერტაცია;
23. გურამ შარაძე, ქათული ემიგრანტული ჟურნალისტიკის ისტორია, რვატომეული. თბილისი: 2001-2005;
24. თამაზ ჯოლოგუა, ქართული ჟურნალისტიკის ისტორია (XIX საუკუნე). თბილისი: არტანუჯი, 2013;
25. სერგი ჯორბენაძე, უმანგი ბახტაძე, და ზურაბ მაჭარაძე, მედიაკანონი. თბილისი: დავით ბატონიშვილის სამართლის ინსტიტუტი, 2014;
26. BCG. მედიის მიერ ეთნიკურ უმცირესობათა საკითხების გაშუქება. 2010. http://eurocommunicator.ge/mdf/uploads/BCG_kvleva.pdf;
27. საკანონმდებლო მაცნეს ოფიციალური ვებგვერდი: <https://matsne.gov.ge>;
28. საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთიკის კოდექსი;
29. საქართველოს პარლამენტი, 2004, საქართველოს კანონი „მაუწყებლობის შესახებ“- 780-რს;
30. ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის ვებგვერდი: <http://qartia.org.ge>;
31. მედიის განვითარების ფონდის ოფიციალური ვებგვერდი: www.mdfgeorgia.ge;
32. მედიის განვითარების ფონდი, ბიულეტენი „არა ფობიას“: <http://notophobia.org/>;
33. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ვებგვერდი: www.geostat.ge.

ISBN 978-3-903120-07-5



9 783903 1120075

მიგრაციის სახელმძღვანელო შეიქმნა ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული პროექტის ENIGMMA (მიგრაციის მართვის გაძლიერება საქართველოში) ფარგლებში, რომელიც 2013 წლის დეკემბრიდან 2017 წლის ივლისამდე მიმდინარეობდა საქართველოში. ეს სახელმძღვანელო რეკოლუციური მნიშვნელობის მეთოდოლოგიური წიგნია მათთვის, ვინც ესწრაფვის მეტი ინფორმაციის მიღებას საქართველოსთან დაკავშირებული მიგრაციული პროცესების შესახებ, ან ვინც ამ საკითხის საფუძვლიანად შესწავლას ისახავს მიზნად. ესოდენ კომპლექსური და აკადემიური ნაშრომი მიგრაციის თაობაზე ქართულ ენაზე ჯერ არ გამოცემულა. ამასთან, აღნიშნული სახელმძღვანელო დაფუძნებულია მიგრაციის სწავლების ინტერდისციპლინურ მიდგომაზე, და მასში საერთაშორისო მიგრაცია, როგორც გლობალური ფენომენი, განხილულია განსხვავებული მეცნიერული პერსპექტივის გათვალისწინებით.

წიგნის მიზანია მკითხველს მიაწოდოს საერთაშორისო მიგრაციის შესახებ უახლესი და ყოვლისმომცველი ანალიზი. სახელმძღვანელო შექმნეს ქართველმა და საერთაშორისო ექსპერტებმა, მიგრაციის პოლიტიკის განვითარების საერთაშორისო ცენტრის მხარდაჭერით. ეს წიგნი ხელს შეუწყობს საქართველოს აკადემიკური საზოგადოების შესაძლებლობათა გამოვლენასა და გაძლიერებას, რაც გააუმჯობესებს სწავლებასა და კვლევებს მიგრაციის დარგში და გააღრმავებს საქართველოსთვის დამახასიათებელი მიგრაციის პოლიტიკის რეგულაციების ცოდნას. სახელმძღვანელო მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ სტუდენტების, ადგილობრივი და საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაციების, საჯარო უწყებებისა და პოლიტიკოსებისათვის, რომლებიც მიგრაციის მართვის კონკრეტულ საკითხებზე მუშაობენ, არამედ მთლიანად საზოგადოებისთვის.