



საქართველოს  
შერეწმალისმური  
ეთიკის ქართია

unicef   
for every child



# მედია წიგნიერების სახელმძღვანელო



**მედია წიგნიერების**  
**სახელმძღვანელო**

თბილისი, 2018

მედია წიგნიერების სახელმძღვანელო მომზადდა გაეროს ბავშვთა ფონდის კოსოვოს ოფისის მიერ შედგენილი პროგრამის PONDER-ის ადაპტირების შედეგად. სახელმძღვანელოს ქართული ვერსია მომზადდა საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის მიერ გაეროს ბავშვთა ფონდის საქართველოს ოფისის მხარდაჭერით და მედია ექსპერტთა ჯგუფის მონაწილეობით.

პუბლიკაციაში გამოხატული მოსაზრებანი ეკუთვნის ავტორებს და სრულიად არაა აუცილებელი ასახავდეს გაეროს ბავშვთა ფონდის ოფიციალურ თვალსაზრისს.

© ქართული თარგმანი და ადაპტირებული გამოცემა, გაეროს ბავშვთა ფონდი. 2018 წელი

სახელმძღვანელოს ქართული ვარიანტის შემუშავებასა და ადაპტაციაში მონაწილეობდნენ:

**ნატა ძველიშვილი,**

საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტიის აღმასრულებელი დირექტორი

**ნინო ჯაფიაშვილი,**

„რადიო თავისუფლების“ თბილისის ბიუროს ხელმძღვანელი

**ნათია კუპრაშვილი,**

ივ.ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

**ნინო დანელია,**

ილიას უნივერსიტეტის პროფესორი

# სარჩევი

შესავალი.....	4
<b>მოდული I. კრიტიკული აზროვნება.....</b>	<b>5</b>
ასოციაციები.....	5
კატეგორიები.....	6
კრიტიკული კითხვა.....	8
<b>მოდული II. მედიის ტიპები .....</b>	<b>9</b>
როლები და აუდიტორია .....	12
კვლევა, შედარება, რეფლექსია.....	14
მონაცემთა წაკითხვა ( ანალიზი).....	16
<b>მოდული III. სურათების კითხვა.....</b>	<b>17</b>
აღქმა .....	17
ფოტო და კონტექსტი .....	18
მანიპულაცია .....	19
ფოტომანიპულაცია .....	20
როცა სრული სურათის ნახვა აუცილებელია .....	21
<b>მოდული IV. მედიაწიგნიერება გვაძლიერებს.....</b>	<b>23</b>
კატეგორიების შექმნა და მნიშვნელობების განსაზღვრა.....	24
კონცეპტუალური რუკები - დისკუსია და მაგალითები .....	25
სტატიის მონახაზი .....	29

## შესავალი

XXI საუკუნეში 14-18 წლის ახალგაზრდები ინფორმაციას იმ მოცულობითა და სიხშირით იღებენ, რაც წლების წინ წარმოუდგენელიც კი იყო. სწორედ ეს ინფორმაცია აყალიბებს მათ რწმენებს, მოსაზრებებს, ცოდნას და განსაზღვრავს ქცევას საზოგადოებაში. მნიშვნელოვანია, მოზარდებს შეეძლოთ მიღებული ინფორმაციის შეფასება და კრიტიკული გააზრება.

საზოგადოება ახალი გამონვევის წინაშე დგას - მოახერხოს ორიენტირება და სანდო ინფორმაციის ამორჩევა. განსაკუთრებით საქართველოში, სადაც როგორც სხვა პოსტსაბჭოთა ქვეყანაში, წლების მანძილზე აუდიტორია მხოლოდ ერთი ან რამდენიმე არხიდან იღებდა ინფორმაციას. ინტერნეტის განვითარებასთან ერთად კი ინფორმაცია მრავალი წყაროდან თავად მიდის მომხმარებელამდე, რაც ახალი გამონვევების წინაშე აყენებს მას - განივითაროს ინფორმაციის სელექციის უნარ-ჩვევა. ქვეყანაში სულ უფრო აქტუალური ხდება მედიაწიგნიერების საკითხი, რადგან სწორედ მედიაწიგნიერი და კრიტიკულად მოაზროვნე საზოგადოება ვერ გახდება დეზინფორმაციის მსხვერპლი.

მედიაწიგნიერება აუცილებელია არა მხოლოდ ადამიანთა კეთილდღეობისთვის (მაგ. განასხვავოს საჭირო და საზიანო რჩევები ჯანმრთელობისთვის), არამედ მშვიდობის მშენებლობისთვის, საზოგადოებრივი უსაფრთხოებისთვის, დემოკრატიისთვის. მედიაწიგნიერება აძლიერებს ახალგაზრდებს, რომ საზოგადოებაში შეიტანონ პოზიტიური წვლილი, უპასუხონ ისეთ გამონვევებს, როგორცაა ინდოქტრინაცია, ანტისოციალური გზავნილები და ხელი შეუწყონ საზოგადოებრივ ცვლილებებს.

პროგრამის მიზანია დაეხმაროს ახალგაზრდებს გახდნენ მედიაწიგნიერები, კრიტიკულად მოაზროვნენ, რათა შეძლონ იმის ინტერპრეტაცია და გააზრება, რასაც ხედავენ, კითხულობენ და ისმენენ. წინამდებარე მედიაწიგნიერების სახელმძღვანელო არაფორმალური განათლების გზით დაეხმარება ახალგაზრდებს აიმაღლონ ცოდნის დონე მასობრივი კომუნიკაციის და ახალი ტექნოლოგიების შესახებ, გააძლიერებს მათ უნარს კრიტიკულად გაანალიზონ, თუ რა კავშირი არსებობს მედიას, აუდიტორიასა და ინფორმაციას შორის. მედიის პრობლემა ისაა, რომ მას შეუძლია წაახალისოს სექსიზმი, რადიკალიზმი, ეთნოცენტრიზმი, ჰომოფობია და სხვა ტიპის ცრურწმენები, ხელი შეუწყოს დეზინფორმაციას, პრობლემურ იდეოლოგიებს და საკამათო ღირებულებებს.

მედიაზე ბრმად დამოკიდებულება კლავს ახალგაზრდების აქტიურ მონაწილეობას და სამოქალაქო ვალდებულებას, რომ დასვან კითხვები, იკამათონ. ამიტომაც უკიდურესად მნიშვნელოვანია, მოზარდებმა კრიტიკულად გაიზრონ მიღებული ინფორმაცია, იმსჯელონ მის ნამდვილობაზე, ამოიციონ და გაანალიზონ მიკერძოებული გაშუქება.

# მოდული I. კრიტიკული აზროვნება

კრიტიკული აზროვნება არის ფიქრის გზა, რომელიც მოითხოვს სტერეოტიპების, ცრურწმენების, სიმართლისა თუ რწმენის იდენტიფიცირებას. კრიტიკული აზროვნება არის პროცესი და მოიცავს ვარაუდების გადააზრებას, აყალიბებს ახალ პერსპექტივებს და განსაზღვრებებს.

კრიტიკული აზროვნება არის ინტელექტუალური პროცესი, რომელიც მოიცავს კონცეპტუალიზაციას, გამოყენებას, სინთეზირებას ანდა შეფასებას თუ საიდან და ვის მიერ გროვდება ინფორმაცია, დაკვირვებას, გამოცდილებას, რეფლექსიას, მსჯელობას ან კომუნიკაციას, როგორც რწმენებისა და მოქმედების სახელმძღვანელოს. მაგალითად მოყვანილი ფორმა ეფუძნება უნივერსალურ ინტელექტუალურ ღირებულებებს, რომელიც სცდება შინაარსობრივ დაყოფას:

სიცხადე

სიზუსტე

სისწორე

თანმიმდევრულობა

რელევანტურობა

ხმის მტკიცებულება

კარგი მიზეზები

სიღრმე

სიფართოვე და

სამართლიანობა

მაიკლ სკრივენის და რიჩარდ პაულის -  
კრიტიკული აზროვნების და განათლების რეფორმების მე-8 საერთაშორისო კონფერენცია, 1987

კრიტიკული აზროვნების მეშვეობით ვაცნობიერებთ, რომ სხვადასხვა მოვლენას, საკითხს, მონაცემს თუ ინფორმაციას სხვადასხვა მნიშვნელობა შეიძლება ჰქონდეს.

## ასოციაციები

### თამაში 1

**ინსტრუქცია:** თუ ჯგუფის წევრების რაოდენობა აღემატება 8-ს, უმჯობესია ორ ჯგუფად გაყოფა. შესაძლებელია, პირველ ვორქშოფზე გამოყენებული იყოს პირველი სიტყვა, მეორე ვორქშოფზე კი - მეორე ანდა მხოლოდ ერთი შეარჩიოს ტრენერმა.

**მედია** - „მედიას“ დაამატეთ მასთან ასოცირებული სიტყვა. მაგალითად, პირველი მონაწილე ამბობს „ტელევიზია“, შემდეგი იმეორებს ამ სიტყვას და ამბობს სხვა მასთან დაკავშირებული რომელიმე სიტყვას - „სიუჟეტი“, „ინტერვიუ“ და აშ. თითოეულს მოსაფიქრებლად მიეცით 5 წამი. შეხედეთ რამდენი სიტყვის მოფიქრება შეუძლიათ ჯგუფის წევრებს და ჩამოწერეთ თითოეული მათგანი.

**ფიქრი** - „ფიქრს“ დაამატეთ მასთან ასოცირებული სიტყვა, მაგალითად, პირველი მონაწილე ამბობს „გონება“. შემდეგი იმეორებს პირველ სიტყვას და ამატებს სხვა მასთან დაკავშირებულ სიტყვას - „ტვინი“, „აზროვნება“ და ა.შ. თითოეულს მოსაფიქრებლად მიეცით 5 წამი. შეხედეთ რამდენი სიტყვის მოფიქრება შეუძლიათ ჯგუფის წევრებს და ჩამოწერეთ თითოეული მათგანი.

საბოლოოდ ჩამოწერილი სიტყვები მეშვეობით თითოეულმა ჯგუფმა უნდა შეიმუშავოს მედიის და ფიქრის დეფინიცია. შემდეგ ჯგუფმა უნდა იმსჯელოს განსხვავდება თუ არა ის იმ განსაზღვრებისგან, რაც აქამდე ეგონათ.

დისკუსიის დასახმარებლად შეგიძლიათ გამოიყენოთ ცხრილში მოცემული დეფინიციები.

**მედია**

მედია ემსახურება ინფორმირებას, ყვება ახალი ამბებისა და მოვლენების შესახებ.	მედია ემსახურება გართობას და შექმნილია დასვენებისთვის	მედია აუდიტორიას აძლევს საშუალებას, იყვნენ აქტიურები და მონაწილეობა მიიღონ საზოგადოებრივ ცხოვრებაში
--	---	---

**ფიქრი**

ფიქრი ადამიანის განუყოფელი ნაწილია	ფიქრის მეშვეობით განვსაზღვრავთ ჩვენს ქცევას სკოლაში, ოჯახში და ა.შ.	ფიქრი ავითარებს წარმოსახვის უნარს
------------------------------------	---	-----------------------------------

სიტყვების დაკავშირების სავარჯიშო შესაძლებლობას აძლევს მონაწილეებს, შექმნან განსაზღვრებები არსებულ მოსაზრებებზე დაყრდნობით. მაგალითად, სიტყვა „ძლიერი“ შესაძლებელია ასოცირდებოდეს ვაცთან, ან როდესაც ვამბობთ “სიმართლე” ახსენდებოდეთ “მეცნიერება”.

**კატეგორიები**

ამ ნაწილში სავარჯიშოები მიზნად ისახავს იმის განსაზღვრას, თუ საიდან მოდის სხვადასხვა ცნების, სიტყვის განსაზღვრება, მნიშვნელობის მინიჭება. როგორ გავლენას ახდენს სტერეოტიპები ამ განსაზღვრებების და კონცეპტების ჩამოყალიბებაზე, რაც საშუალებას მისცემს მონაწილეებს, გადაიაზრონ შემდეგი კატეგორიების მნიშვნელობა:

- გენდერი
- მეცნიერება, რწმენა, სიმართლე

**გენდერი**

სავარჯიშო შეიძლება შესრულდეს მთლიან ჯგუფთან. თუ მონაწილეთა რაოდენობა აჭარბებს 6-ს, მაშინ სჯობს მცირე ჯგუფებად დაყოფა და დავალების გადანაწილება.

ერთი ჯგუფი ჩამოწერს სიტყვებს, რაც მათი აზრით, ასოცირდება „ვაცთან“, მეორე ჯგუფი კი შეაგროვებს იმ სიტყვებს, რაც „ქალთან“ ასოცირდება. თითოეული მათგანის მიერ დასახელებული სიტყვები ჩაინერება ცხრილში.



ქალი	კაცი

ასოციაციების ჩამოწერის შემდეგ იმართება დისკუსია

- რატომ გახსენდებათ ეს სიტყვები ქალებთან ან კაცებთან დაკავშირებით?
- შეგიძლიათ მოიყვანოთ კონკრეტული მაგალითები?
- რომელი სიტყვებია ისეთი, რომელიც შეიძლება მიესადაგებოდეს როგორც ქალებს, ისე კაცებს?

**მეცნიერება, რწმენა, სიმართლე**

სავარჯიშო შეიძლება შესრულდეს მთლიან ჯგუფთან. თუ მონაწილეთა რაოდენობა აჭარბებს 6-ს მაშინ სჯობს მცირე ჯგუფებად დაყოფა და დავალების გადანაწილება.

მოდერატორმა უნდა ჩამოწეროს ყველა სიტყვა რომელიც მონაწილეებს ახსენდებათ სიტყვებზე „სიმართლე“, „რწმენა“, „მეცნიერება“.

რწმენა	მეცნიერება	სიმართლე

შემდეგ უნდა იმსჯელონ:

- რა აქვთ საერთო აქვთ ამ სიტყვებს და რატომ?
- რა განასხვავებთ და რატომ?

განმარტება შესაძლებელია ასეთი იყოს:

**მეცნიერება:** გარემომცველი სამყაროს შესწავლა დაკვირვებით და ექსპერიმენტებით

**რწმენა:** თვითდარწმუნება, ნდობა, მიღება იმის, რომ რაღაც არის ნამდვილი, რეალური

**სიმართლე:** ფაქტი, რომელიც დადასტურებულია

## კრიტიკული კითხვა

მონაწილეები კითხულობენ სტატიებს, რასაც მოჰყვება მსჯელობა და ანალიზი.

სტატიების და თემების სავარაუდო ჩამონათვალი:

### კანონთან კონფლიქტში მყოფი არასრულწლოვნები

✦ ბავშვი, დანაშაული და სასჯელი - რადიო თავისუფლება, ნინო თარხნიშვილი

✦ ბავშვების მასობრივი ქურდობა - მაღაზიის მეპატრონეები დახმარებას ითხოვენ - რეზონანსი, ელზა პაპოშვილი

თითოეული ჯგუფი აანალიზებს სტატიას შემდეგი მიმართულებით:

- ჩამოთვალეთ ძირითადი ფაქტები, რაც სტატიიდან ხდება ცნობილი
- ჩამოთვალეთ მოვლენის აღწერისას გამოყენებული შეფასებები, ფრაზები, ეპითეტები
- ვინ არიან ინფორმაციის წყაროები?
- არის თუ არა აცდენა ფაქტებსა და შეფასებებს შორის?
- შეაჯამეთ ერთი წინადადებით მესიჯი, რომელიც სტატიის შემდეგ რჩება.

15 წუთიანი მსჯელობის შემდეგ ორივე ჯგუფი აჯამებს საკუთარი ანალიზის შედეგებს:

- წყაროები
- ფაქტები
- შეფასებები
- რა ითქვა სტატიით

შემდეგ ორივე ჯგუფი განიხილავს:

- რა ინფორმაცია აკლია სტატიას?
- რა უნდა იყოს ამ თემის გაგრძელება? (follow up)

### დამატებითი სავარჯიშო:

თითოეული ჯგუფი თითოეული სტატიის პოზიციას იცავს და მეორე უსვამს კრიტიკულ კითხვებს.

# მოდული II. მედიის ტიპები

## შესავალი

ამ მოდულის მიზანია, წარმოაჩინოს განსხვავებები სხვადასხვა ტიპის (ტრადიციული და ახალი) მედიებს შორის. სავარჯიშოების შესრულების შემდეგ გამოიკვეთება, თუ როგორ იცვლება ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად მედია და მისი ურთიერთკავშირი აუდიტორიასთან.

მნიშვნელოვანი გავლენა ჰქონდა აუდიტორიის და მედიის როლზე, ასევე ინფორმაციის ფორმასა და შინაარსზე იმას, თუ როგორ მოიპოვებდნენ, ამუშავებდნენ და ავრცელებდნენ ინფორმაციას, იქნებოდა ეს პაპირუსის, საბეჭდი დაბგის, ტელევიზიის, თუ ინტერნეტის ხანა.

**სწრაფი სავარჯიშო/კითხვა დისკუსიისთვის:** თუ ჩავთვლით, რომ ეს არის დღევანდელი მედიის სიმბოლური იმიჯი, რას გამოარჩევთ როგორც მის ცალკეულ კომპონენტებს, რა არის ასახული აქ?



*დღევანდელი მედიის სიმბოლური იმიჯი, რომელიც მოიცავს არამხოლოდ ვიდეოს, ხმას და ტექსტს, არამედ ბლოგებს, მესიჯებს, კომენტარებს, სხვადასხვა ტიპის ელექტრონულ შეტყობინებებს, თამაშებს, ვირტუალურ რეალობას, საგანმანათლებლო ფორუმებს, სასარგებლო აპლიკაციებს და ა.შ.*

## მედიის და აუდიტორიის ურთიერთდამოკიდებულების ცვლილებები ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად

**სავარჯიშო 1:** დარიგდება ჯგუფებში სხვადასხვა ეპოქის ამსახველი ფოტოები, რომლებზეც უნდა იმსჯელონ ჯგუფებში და უპასუხონ შემდეგ შეკითხვებს:

კითხვარი:

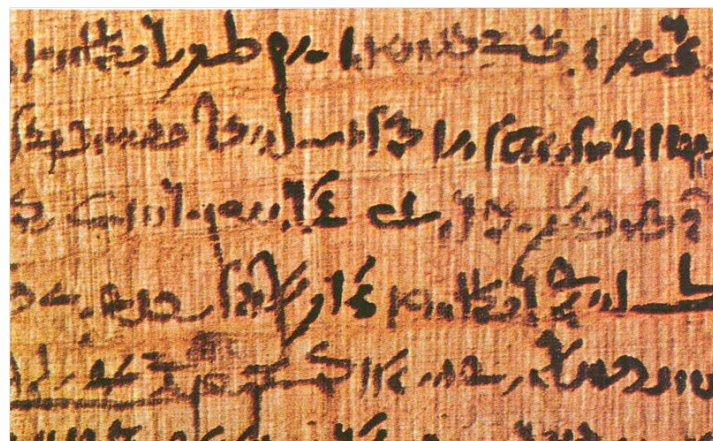
- რამდენი ადამიანისთვისაა ამ მედიით ინფორმაცია ხელმისაწვდომი?
- რამდენად სწრაფად ვრცელდება ინფორმაცია?
- რა ღირს ამ გზით ინფორმაციის მოპოვება?
- ვინ ქმნის ინფორმაციას?
- რა როლი აქვს მომხმარებელს ინფორმაციის მოხმარებისას, პასიურია თუ აქტიური?
- რა მიმართულებით ვრცელდება ინფორმაცია?

### #1 პალეოლითის ხანის მხატვრობა



XVIII—XV ათასწლეული ჩვენ წელთაღრიცხვამდე, ლასკოს მღვიმე, საფრანგეთი.

### #2 პაპირუსის ხანა



### #3 წიგნების ხანა



ფოტო: ეროვნული არქივი

**#4** საბეჭდი დაზგის გამოგონება



ფოტო: Paul Ward, 2012

**#5** ტელევიზია



**#6** ინტერნეტის ეპოქა



დისკუსია გამოკვეთს მედიაში იმ მომხდარ ფუნდამენტურ ცვლილებებს, რაც თავის მხრივ ტექნოლოგიური განვითარების შედეგია.

### მატრიცა

- ელიტური → სახალხო
- ნელი → სწრაფი
- ძვირი → იაფი, ხელმისაწვდომი
- აუდიტორია პასიური → აუდიტორია აქტიური
- ცალმხრივი ნაკადი → ორმხრივი ნაკადი

### ძირითადი ტერმინების განმარტებები

**ტრადიციული მედია:** წიგნები, გაზეთები, ჟურნალები, რადიო, ტელევიზია, კინო - ფორმალიზებული მედიაა

**ახალი მედია:** გულისხმობს ციფრული ტექნოლოგიებით, ინტერნეტით კომუნიკაციასა და თვითგამოხატვას - ვებგვერდები, ბლოგები, ვიკი, ონლაინ გაზეთები და ჟურნალები, ვიდეო თამაშები, ვირტუალური რეალობა, სოციალური მედია - **ინტერაქტიული ბუნება აქვს.**

**სოციალური მედია:** კომუნიკაცია ინტერაქციით, ინფორმაციის გაზიარებით, კოლაბორაციით - **კონტენტს ქმნის მომხმარებელი.**

**სავარჯიშო 2:** მოძებნეთ ინტერნეტში და წარმოადგინეთ ახლი მედიის 3 მაგალითი.

### როლები და აუდიტორია

ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ცვლილება ეხება აუდიტორიის როლს, რომელსაც ის ასრულებს ინფორმაციის მოპოვების, დამუშავებისა და გავრცელების პროცესში. მომდევნო სავარჯიშო მიზნად ისახავს სწორედ ამ ცვლილების წარმოჩენას.

**სავარჯიშო 3:** ამ სავარჯიშოსთვის დგება მონაწილეების სამი ჯგუფი ( ერთ ჯგუფში სულ მცირე 2 ადამიანია). სამი წარმოდგენილი კითხვარიდან (ჯგუფი 1- მედია; ჯგუფი 2- გმირები; ჯგუფი 3 - როლები) თითოეული ჯგუფი პასუხობს ერთ კითხვარს და საკუთარი დაკვირვებები შეაქვს ქვემოთ მოცემულ ცხრილში. კითხვების განხილვასა და პასუხების შევსებას ეთმობა 25 წუთი. მას შემდეგ, რაც კითხვარები შევსებულია, ჯგუფები ერთად განიხილავენ პასუხებს და მსჯელობენ შემდეგ საკითებზე:

- ეთანხმები თუ არა მოსაზრებებს?
- რას დაამატებდი?
- სხვანაირად ხომ არ ჩამოაყალიბებდი მოსაზრებას?
- თუ კი, როგორ და რატომ?

### მედია:

1. რით ჰგავს და განსხვავდება ერთმანეთისგან ახალი და ძველი მედია? - მოიყვანე მაგალითი.

2. როგორია ძველი და ახალი მედიის როლები?

- ინფორმაციის მიწოდების ხერხებში
- ინფორმაციის კრიტიკულ აღქმაში
- ინფორმაციის გავრცელებაში/გაზიარებაში
- ინტერესთა ჯგუფების (community) შექმნის პროცესში
- რეკლამირებაში
- ლობირებაში
- ცნობიერების ამაღლებაში
- განათლებაში და ა.შ.?

მონაწილეებმა უნდა მოიყვანონ სულ მცირე სამი მაგალითი საკუთარი მოსაზრებების და დაკვირვებების დასასაბუთებლად.

**გმირები:**

1. ვინ არიან ის ადამიანები (პოლიტიკოსები, ცნობილი ადამიანები, თვითმხილველები და ა.შ.) ვისზეც ლაპარაკობს მედია?
2. მოიყვანე მაგალითები და აღწერე დეტალურად თუ ვის და როგორ წარმოაჩინეს მედია.
  - რას საქმიანობენ?
  - როგორ გამოიყურებიან?
  - საიდან არიან?
  - რა ეროვნების არიან?
  - როგორია მათი ორიენტაცია?
  - ქალები არიან თუ კაცები?
  - რომელ სოციალურ-ეკონომიკურ ჯგუფს მიეკუთვნებიან?
  - როგორია მათი პოლიტიკური შეხედულებები?
  - რა როლს თამაშობენ საზოგადოებაში? და ა.შ.

**როლები:**

1. რა როლს თამაშობს აუდიტორია
  - ინფორმაციის მოპოვების პროცესში
  - ინფორმაციის შექმნის პროცესში
  - ინფორმაციის კრიტიკულად აღქმის პროცესში
  - ინფორმაციის გაზიარების პროცესში
  - რეკლამირებაში
  - ლობირებაში
  - ცნობიერების ამაღლებაში
  - განათლებაში და ა.შ. ?

მონაწილეებმა უნდა მოიყვანონ სულ მცირე სამი მაგალითი საკუთარი მოსაზრებების და დაკვირვებების დასასაბუთებლად.

<b>მედია 1:</b>	
<b>მედია 2:</b>	
<b>მედია 3:</b>	
<b>გმირი 1:</b>	<b>როლი 1:</b>
<b>გმირი 2:</b>	<b>როლი 2:</b>
<b>გმირის 3:</b>	<b>როლი 3:</b>

**ვკლევა, შედარება, რეფლექსია**

**არასრულწლოვანთა ქორწინება საქართველოში**

ეს ნაწილი ეთმობა საკითხს, თუ როგორ მზადდება მხატვრული/ანალიტიკური სტატიები, რეპორტაჟები, ვიდეო-ისტორიები და სხვა მედია მასალები, რომლებიც ამა თუ იმ საკითხზე საზოგადოებრივ ცნობიერებას ამაღლებს. ეს თავი მოიცავს სავარჯიშოს, რომელიც წარმოაჩინს, თუ როგორ შეიძლება სხვადასხვა წყაროების გამოყენებით ცნობიერების ამაღლება. ამ მოდულის მიზანია, ცხადად წარმოაჩინოს თუ როგორ შეიძლება გავხდეთ მეტად ინფორმირებული და ასევე წამოჭრას ეთიკური გაშუქების საკითხებს მედიაში.

**შერჩეული თემის მნიშვნელობა:**

„ადრეული ქორწინება“, „ბავშვთა ქორწინება“, „იძულებით ქორწინება“ მიჩნეულია ზოგადად ადამიანის და კერძოდ - ბავშვთა უფლებების დარღვევად. ეს პრობლემა აქტუალურია საქართველოში და კომპლექსურ პრობლემას წარმოადგენს, რომელიც გენდერულ, რელიგიურ, ეთნიკურ და რეგიონალურ ფაქტორებს უკავშირდება. ადრეული ქორწინება განსხვავებულ ზეგავლენას ახდენს გოგონებსა და ბიჭებზე, ამიტომ შესაძლებელია მისი გენდერული თვალსაზრისით განხილვაც.

მიუხედავად იმისა, რომ ადრეულ ასაკში ბავშვთა ქორწინების საკანონმდებლო რეგულირება საქართველოში შეესაბამება საერთაშორისო მიდგომებს, განსხვავებული მდგომარეობაა პრაქტიკული თვალსაზრისით.

**სავარჯიშო 4: კრიტიკული კითხვა / ყურება**

ამ ნაწილში მონაწილეები ნაიკითხავენ/ნახავენ მასალებს და ინტერპრეტაციას გაუკეთებენ მიღებულ ინფორმაციას, რომელიც არასრულწლოვანთა ქორწინების პრობლემებს ეხება.

მონაწილეები იყოფიან ჯგუფებად და თითოეულ ჯგუფს ერთსა და იმავე თემაზე სხვადასხვა ფორმატის მასალის წაკითხვა/ნახვა და მისი ანალიზი ევალებათ.

**განსახილველი მასალების სავარაუდო ჩამონათვალი:**

- ☛ მოკლე საინფორმაციო სტატია: [ადრეული ქორწინების მიზეზები და შედეგები](#), რადიო თავისუფლება



- ✦ რეპორტაჟი: [გოგონები სხვისი ცხოვრებით](#), თათია ხალიანი, ლიბერალი
- ✦ ვრცელი, მხატვრული სტატია: [მთის გოგონები](#), ნინო ლომაძე, ინდიგო
- ✦ ანალიტიკური სტატია: [დედობა 15 წლის ასაკში, პრობლემები ჯანმრთელობასა და განათლებაში - ადრეული ქორწინების შედეგები](#), ხატია ლოლობერიძე, ტაბულა
- ✦ მულტიმედია პროექტი: [დაკარგული სიყმაწვილე \(Deprived of Adolescence\)](#), დარო სულაკაური
- ▶ ტელებლოგი: [დედობა ბავშვობაში](#), ვიკა ბუკია

მას შემდეგ, რაც ტრენინგის მონაწილეები გაეცნობიან მასალებს მათ უნდა უპასუხოთ (ჩამოწერონ) შემდეგ კითხვებს:

- ვინ ითვლება ბავშვად?
- რა არის ადრეული/ბავშვობის ასაკში ქორწინება?
- რა სამართლებრივი რეგულაციები არსებობს ამ საკითხის ირგვლივ?
- რა მიზეზები აქვს ადრეულ/ბავშვობის ასაკში ქორწინებას?
- რა პრობლემები დგება ბავშვობის ასაკში ქორწინების გამო
  - გოგონებისთვის?
  - ბიჭებისთვის?
  - საზოგადოებისთვის?
- რაზეა ამბავი?
- რას ამბობს ეს მასალა მნიშვნელოვანს?
- ვინ ყვება ამბავს?
- წყაროები სანდოა? რატომ?
- რა გაიგე ახალი?
- რას ისურვებდი რომ გაგეგო?
- რაზე დაგაფიქრა?
- რა გრძნობები გაგიჩინა?
- შეიცვალა შენი წარმოდგენა ადრეულ ქორწინებაზე?

მას შემდეგ რაც პასუხები ჩამოწერილი ჯგუფების მონაწილეები ერთად მსჯელობენ პასუხებზე.

დისკუსიის მეორე ნაწილი ეთმობა ტრადიციული და ახალი მედიის ხერხების შედარებას:

- რა სხვადასხვა წყაროებია გამოყენებული (ბეჭდურ მედიაში, ონლაინ მასალებში, ვიდეოში)?
- ფიგურირებს თუ არა სოციალური მედია ან მითითებები სხვა სასარგებლო რესურსებზე?
- როგორ ხდება აუდიტორიის ჩართვა საკითხის განხილვაში ( კომენტარები, გაზიარება, ხელმისაწვდომობა)?
- რა სარგებელი მოაქვს განსხვავებული წყაროების მითითებას?
- რომელი ფორმატი უკეთ ახერხებს ცნობიერების ამაღლებას?
- ვისთვის და რა სარგებელი მოაქვს (ვისი ინფორმირება ხდება) ამ მასალებს?
- ვინ ლაპარაკობს მასალებში?
- ახალი მედია ცვლის თუ არა კომუნიკაციის ფორმებს მკითხველებსა და მედიას შორის?

დისკუსიისას განიხილება კონკრეტული მაგალითები.

### შეჯამება/რეფლექსია:

რა დასკვნები გამოვითქვანეთ ამ სავარჯიშოს შესრულების შედეგად. შეთავაზება: შეიქმნას ბლოგი ამ თემაზე და საზოგადოებისთვის ცნობიერების ამაღლებისათვის მნიშვნელოვან თემებზე.

## მონაცემთა ნაკითხვა (ანალიზი)

### როგორ დავინახოთ ამბები ციფრებში

#### ■ სავარჯიშო 5:

გაეცანით შემდეგ დოკუმენტს:

 [მოსახლეობის კეთილდღეობის კვლევა 2017 - მოკლე მიმოხილვა](#), გვერდები: 23-25

ეს დავალება სრულდება დამოუკიდებლად ან პარტნიორთან ერთად. აირჩიე ნებისმიერი ორი მონაცემი ანგარიშიდან და დაწერე შენი კომენტარი. ქვემოთ მოცემული კითხვები შესაძლებელია დაგეხმაროს კომენტარის დაწერაში:

- რა არის გაზომილი?
- რა კითხვებია დასმული და რა პასუხებია გაცემული?
- რა თემა/საკითხია გამოკვლეული?
- კვლევის რა მეთოდებია გამოყენებული?
- რას ამბობს მონაცემები/ციფრები?
- როგორ გეხმარებათ მონაცემები ჩანვდეთ პრობლემას?

### გაიდლაინები მედიისთვის ბავშვთა საკითხების გაშუქებისას

ნახეთ ეს ბმულები:

 [ბავშვთა საკითხების გაშუქების სახელმძღვანელო](#), ჟურნალისტური ქარტია

 [გენდერული საკითხების გაშუქება - სახელმძღვანელო წესები](#), ჟურნალისტური ქარტია

ამ დოკუმენტებში ნახავთ ბავშვთა და გენდერული საკითხების გაშუქების სტანდარტებს, ტერმინებს, საუკეთესო გამოცდილებასა და რეკომენდაციებს მედიისთვის.

## მოდული III. სურათების კითხვა

ამ მოდულით თქვენ გაიგებთ - რა გავლენა აქვს სურათებს მოვლენათა აღქმისას, როგორ შეიძლება ფოტოები იქნას გამოყენებული მანიპულაციისთვის და როგორ ცვლის კონტექსტი, დრო, ადგილი, სოციალური გარემო ერთი და იმავე კადრის აღქმას.

### აღქმა

სავარჯიშო მიზნად ისახავს ვაჩვენოთ მონაწილეებს რა გავლენა აქვს ვიზუალურ ინფორმაციას. ამ მიზნით ვაყალიბებთ სამ ჯგუფს (სასურველია 5-5 მონაწილით). პირველი ჯგუფი 30 წამის განმავლობაში ნახულობს ფოტოს, რომელზეც აღბეჭდილია სხვადასხვა საგანი:



მეორე ჯგუფი ნახულობს იმავე საგნების წერილობით დასახელებებს იმავე დროის განმავლობაში.

**კაქტუსი , ნემსი ძაფი დილები მძივი,  
ხელთათმანი,  
ლაქი, მობილური, ხელჩანთა, ტრუსი,  
ყავა, გასაღები,, კანფეტი, ყელსახვევი,  
თვალის ჩრდილი, კოქტეილი, სუნამო,  
წიგნი, ბაფთა, ზარი, სურათები,**

მესამე ჯგუფი ნახულობს პირველ ფოტოს და ვუკითხავთ ხმამაღლა საგნების დასახელებებს. სამივე ჯგუფთან ვმუშაობთ პარალელურად, შემდეგ ჯგუფები ჩამოწერენ რაც დაამახსოვრდათ. ვმსჯელობთ შედეგებზე - ვიზუალური ინფორმაციის მნიშვნელობაზე. ადამიანები იმახსოვრებენ:

- 10%-ს წაკითხულიდან,
- 20%-ს მოსმენილიდან,
- 30 %-ს დანახულისგან,
- იმის 50%-ს, რასაც ხედავენ და ისმენენ ერთდროულად,
- იმის 70%-ს, რასაც წერენ და წარმოთქვამენ ერთდროულად და
- იმის 90%-ს, რასაც ისინი საკუთარ თავზე გამოცდიან და გააკეთებენ.

### ფოტო და კონტექსტი

განვიხილავთ - რას ვხედავთ ფოტოზე? რა ინფორმაციას შესაძლოა გვანვლიდეს?, რა კონტექსტი შეგვიძლია მას დავუკავშიროთ?



ფოტოზე ცხადია ღორია გამოსახული. მონაწილეებმა შესაძლოა იგი დღესასწაულების აღნიშვნასაც კი დაუკავშირონ, რაც საკმაოდ პოპულარულია საქართველოში. შესაძლოა ნაწილმა იმსჯელოს მეცხოველეობის დარგზე და მის განვითარებაზე. კარგი იქნება ჯგუფის მოტივირება, რომ მათ იმსჯელონ ვეგეტარიანულ მიდგომებზეც.

დასასრულისკენ ჯგუფი ეცნობა სტატიას ქობულეთში მედრესეზე ღორის თავის მიჭედების შესახებ.

✦ **“დღეს თუ ღორის თავი მიაჭედეს, ხვალ რომელიმე სხვა უწმინდურის თავს მიაჭედებენ”,**  
ჯაბა ანანიძე, ბათუმელები

სავარჯიშოს მიზანია მონაწილეებმა დაინახონ განსხვავება რომ სხვადასხვა ადგილას, ასევე სხვადასხვა ღირებულებების მატარებელ ადამიანთა შორის ერთი და იგივე სურათი სხვადასხვაგვარად შესაძლოა იყოს აღქმული.

### მანიპულაცია

ვყოფთ ჯგუფს ორ ნაწილად.

ფოტო პირველი ჯგუფისთვის - [ბათუმელები](#)



ფოტო მეორე ჯგუფისთვის - [ბათუმელები](#)



თითოეული ჯგუფი ცდილობს გამოიყოს ამბავი, რასაც ეს ფოტო აღწერს. შემდეგ ვაჯამებთ შედეგებს, რომლის მიხედვით ცხადი ხდება, რომ ერთსა და იმავე ამბავზე, სკოლაში სწავლის დაწყებაზე, შესაძლებელია ისეთი ფოტო გამოქვეყნდეს, რაც მთლიანად ცვლის აუდიტორიის განწყობას. ცალკე აღებული ფოტო, შესაბამისი კონტექსტის მითითების გარეშე კი საზოგადოებაში მცდარ ინტერპრეტაციებს იწვევდეს.

## ფოტომანიპულაცია

ჯგუფი განიხილავს თუ რას ვხედავთ სურათზე:

- რას იფიქრებდით, თუ ეს იაპონური კრაზანა და მის შემოყვანას საქართველოში მავნებელი მწერის - აზიური ფაროსანას გასანადგურებლად გვემავენ?
- რამდენად საშიშად გეჩვენებათ?



რას ხედავთ შემდეგ სურათზე?



- რამდენად საშიშად გეჩვენებათ ეს მწერი?
- რას იტყოდით, თუ სინამდვილეში იაპონური კრაზანა ეს ორ მილიმეტრიანი მწერია, რომელიც ადამიანისთვის საშიში არ არის, არც სხვა მწერებს, გარდა ფაროსანის ჭკურისა, არ ანადგურებს და სწორედ ამიტომ მისი შემოყვანა საქართველოში აზიური მავნებლის, ფაროსანას წინააღმდეგ მართლაც განიხილება?

სწორედ ასეთ ფოტომანიპულაციები გამოიყენეს საქართველოში აზიური ფაროსანას წინააღმდეგ ბრძოლის კონტექსტში.

## როცა სრული სურათის ნახვა აუცილებელია

### ჯგუფის ინსტრუქცია:

ფოტოზე ხედავთ თავისუფალი სტილით მოჭიდავეს, ეროვნული ნაკრების წევრს ჯაბა ყველაშვილს ნაკრების ვარჯიშზე. ფოტო მისმა თანაგუნდელმა ინსტაგრამზე გაავრცელა.



როგორ ფიქრობთ რა აწერია მას ქუდზე?  
რა შთაბეჭდილება გექმნებათ ამ მოჭიდავეზე?



იცვლება თუ არა წარმოდგენა მოჭიდავეზე შემდეგი ფოტოს ნახვისას?

სხვადასხვა ხედით გადაღებული ფოტოები, რომ განსხვავებულ წარმოდგენას ქმნის, ამის საილუსტრაციოდ შესაძლებელია გამოყენებული დამატებითი ფოტოები



პატარა ქალთევზას სკულპტურა, დანია



პილარი კლინტონის დემონსტრაცია ოჰარაში

**■ სავარჯიშო:**

როგორ შეიძლება მედიამ აუდიტორიის ყურადღება გადაიტანოს.

- აჩვენეთ მონაწილეებს ვიდეოს და მიჰყევით ინსტრუქციას

▶ [selective attention test](#)

▶ [Test Your Awareness : Whodunnit?](#)



## მოდული IV. მედიაწიგნიერება გვაძლიერებს

### შესავალი

მეოთხე მოდული ეხება კრიტიკული მედიაწიგნიერების ერთ-ერთ ფუნდამენტურ საკითხს - აუდიტორიის მონაწილეობას. მოდულის სადისკუსიო ნაწილსა და სავარჯიშოებში საუბარი გვექნება აუდიტორიების მრავალფეროვნებაზე, მათ გაძლიერებასა და პერსპექტივებზე. გარდა ამისა, განვიხილავთ იმ გზებსა და საშუალებებს, რომელთა გამოყენებაც ზრდის მოქალაქეების მონაწილეობას მედია პროდუქტის შექმნასა და გავრცელებაში, ასევე ითვალისწინებს მათ როლს შინაარსის ინტერპრეტაციაში და რეინტერპრეტაციაში. მედია გზავნილების ინტერპრეტაციაში აუდიტორიების როლის განხილვისას მოდული აქცენტს აკეთებს მრავალფეროვნების საკითხებზე (გენდერზე, რასაზე, ეთნიკურობაზე, სექსუალობასა და შესაძლებლობებზე). ბოლოს, სიტყვების ასოციაციური თამაშის, მოქალაქეთა აქტივიზმის, ონლაინ პლატფორმების მაგალითებისა და კრიტიკული კითხვის სავარჯიშოს გათვალისწინებით, თქვენ ისწავლით თავად როგორ დაწეროთ სტატია ონლაინ პლატფორმისთვის.

ამ მოდულის მიზანია, რომ მკითხველმა შეძლოს:

- აუდიტორიის როლის გააზრება მედია პროდუქტის შინაარსის შექმნასა და გავრცელებაში;
- განხილვა, როგორ იქმნება მოვლენები მედიაში - მოვლენები ქმნიან მედიას და მედია ქმნის მოვლენებს;
- ცნობიერების ამაღლება მედიაში მრავალფეროვნებისა და ინკლუზიაზე მნიშვნელობაზე;
- მედიაში წარმოდგენილი სხვადასხვა სოციალური ჯგუფების ხმის/თვალსაზრისის აღქმა;
- მედია აუდიტორიის აღქმა არა მხოლოდ პასიურ, არამედ აქტიურ მომხმარებლად;
- სხვადასხვანაირი აუდიტორიების განსხვავებული ხმებისა და გამოცდილების არსებობის, ასევე, ამ აუდიტორიების გაძლიერების საკითხების მნიშვნელობის სწორად გაგება;
- საკითხის მნიშვნელობის ფორმირებისა და ამავე მნიშვნელობის შეცვლის პროცესისა და მიზეზების დანახვა;
- ციფრული მედიის დემოკრატიზაციისა თუ პოლარიზაციის პოტენციალის შესახებ დისკუსიის გამართვა.

### დისკუსია:

ახალი ამბის თხრობისას მედია ეყრდნობა იმ კონკრეტულ მნიშვნელობებს და აღქმებს, რაც მათ აუდიტორიებს აქვთ. მაგალითად, აჩვენებენ იმ ადგილებსა და მოვლენებს, რომლებიც რელევანტურია აუდიტორიისთვის, ადამიანებს, ვიზუალურ ისინი საუბრობენ და ა.შ. მაგალითად, როდესაც მედია ყვება რელიგიურ დღესასწაულებზე, ისინი იყენებენ ყველასთვის ნაცნობ სიმბოლოებს, რომლებიც თან სდევს დღესასწაულებს (ფახლავა ბაირამისას, წითელი კვერცი ადღგომისას).

თუმცა, მნიშვნელოვანია ის ხმები თუ გამოცდილებები, რომლებიც შეიძლება მედიამ გამოტოვოს. მედია წინასწარ განსაზღვრავს, ვის აქვს გარკვეული ჯგუფის სახელით საუბრის უფლება. მაგალითად, შეამჩნევდით, რომ როცა მედია საუბრობს სვანეთში ჰესების მშენებლობის საკითხებზე, უმეტესად, ის მიმართავს მოქალაქე-აქტივისტებს, რომლებიც აპროტესტებენ ჰესების მშენებლობას.

მეორე მხრივ, აუდიტორიის გაზრდილ მონაწილეობას მყისიერი გავლენა აქვს ან შეიძლება ჰქონდეს მედია რეპორტაჟსა და ამბის თხრობაზე, რაც მის შეცვლას, ალტერნატიული ახალი ამბის შექმნას განაპირობებს. აუდიტორიები პასიურად არ იღებენ იმას, რასაც მედია მათ სთავაზობს. გარდა იმისა, რომ მათ ყოველთვის შეუძლიათ მედია ამბის, მოვლენის მნიშვნელობის შეცვლა, ახალი მედია-პლატფორმები მათ ასევე თავად ამბის შექმნის საშუალებას აძლევს.

მაგალითად, <https://ichange.gov.ge/> ონლაინ პორტალია, სადაც მოქალაქეებს შეუძლიათ განათავსონ პეტიცია მათთვის მნიშვნელოვან საკითხებზე. თუ მათ შეძლეს, რომ 30 დღეში შეაგროვონ პეტიციის განხილვისთვის საჭირო 10000 ხელმოწერა, საქართველოს მთავრობის ადმინისტრაცია ვალდებულია, პეტიცია განიხილოს, შერჩეული საკითხები კი მთავრობის სხდომაზე განიხილება.

ასევე, სამოქალაქო მოძრაობების აქტივისტები ორგანიზაციისა და საკუთარ ფეისბუკ გვერდებზე ათავსებენ ტექსტურ, ფოტო თუ ვიდეო ინფორმაციას ქვეყნისთვის მნიშვნელოვან საკითხებზე, რაც მედიისთვის ხშირად ჟურნალისტური გამოძიების ან რეპორტაჟის თემა ხდება. ამით, ციფრული მედია ხდება მოქალაქეთა გაძლიერების საშუალება. სწორედ ესაა მედიის დემოკრატიზაციის პოტენციალი.

მეორე მხრივ, ციფრულ და განსაკუთრებით, სოციალურ მედიაში ჩვენ შეიძლება ვეცნობოდეთ ახალ ამბებს და ვმონაწილეობდეთ იმგვარ პლატფორმებში, რომლებიც კიდევ უფრო აძლიერებს ჩვენს აზრსა და შეხედულებებს. ამგვარად, აუდიტორიები (საზოგადოება) იყოფა და შორდება ერთმანეთს/პოლარიზდება კომუნიკაციისა და აზრების გაზიარების გარეშე.

**კატეგორიების შექმნა და მნიშვნელობების განსაზღვრა**

ეს სავარჯიშო მონაწილეებს დაეხმარება გაიგონ, როგორ იქმნება და როგორ იცვლება მნიშვნელობები. ენისა და კომუნიკაციის საშუალებით, როგორ ვქმნით გაზიარებულ და წინასწარ მეთანხმებულ კატეგორიებსა და მნიშვნელობებს.

იფიქრეთ თქვენს თავზე, როგორც ერთიან აუდიტორიაზე, რომელიც იზიარებს საკითხების ერთსა და იმავე მნიშვნელობებს და ერთნაირად აღიქვამს მათ. მაგრამ ასევე, წარმოიდგინეთ, რას შეიძლება ნიშნავდეს, როცა გარკვეულ კატეგორიებსა და მნიშვნელობებს გამოვტოვებთ, რადგან არ გვესმის, ვერ აღვიქვამთ, არ გვჭირდება ისინი.

სულ მცირე სამი მონაწილეა საჭირო თამაშისთვის. აუდიტორია იყოფა სამ ნაწილად. თითო ჯგუფს ურიგდება ქვემოთ ჩამოთვლილი სიტყვების სია. სულ 42 სიტყვაა. თითო ჯგუფმა უნდა შექმნას სამი კატეგორია, თითო კატეგორიისთვის 12 სიტყვის გამოყენებით (გამოყენებული სიტყვების გამეორება არ შეიძლება). სიტყვები შეიძლება დაწეროთ ფურცლებზე და გადააადგილოთ მანამ, სანამ არ მოუძებნით ადგილს თქვენს შექმნილ კატეგორიაში. სახელი დაარქვით თოთოეულ კატეგორიას და შემდეგ, ამოიღეთ სიიდან ის სიტყვები, რომლებიც ამ კატეგორიის შესაქმნელად გამოიყენეთ.

ძალი	სუსტი	შორი
ქალი	ემოცია	სახლი
კაცი	ინტელექტი	წიგნი
თეთრი	მანქანა	წყალი
წითელი	ცხენი	ფული
რვეული	პამპერსი	შენობა
ფოთოლი	საჭმლის მზადება	მატყუარა
ტელეფონი	ხელები	ნდობა
გაზეთი	ტერფები	პროტესტი
გზავნილი	ტანსაცმელი	ბუნება
ლექსიკონი	მწვანე	პოლიტიკა
მშვენიერი	ცივი	ჭუჭყიანი
ძლიერი	ახლო	ზარმაცი
საკვები	სკოლა	მდიდარი

მას მერე, რაც შექმნით და სახელებს დაარქმევთ თქვენს კატეგორიებს თქვენ მიერ შერჩეული სიტყვების გამოყენებით, გაუზიარეთ თქვენი არჩევანი სხვა ჯგუფებს.

- ახსენით, რატომ აირჩიეთ კონკრეტული სიტყვები და რატომ ფიქრობთ, რომ ეს სიტყვები ერთ ჯგუფში შეიძლება მოხვდეს.
- განიხილეთ ის მიზეზები, რატომაც შექმნით აღნიშნული კატეგორიები - რა გამოცდილებამ, ღირებულებებმა, მნიშვნელობებმა, ადამიანებმა განაპირობეს თქვენი არჩევანი.
- განიხილეთ თუკი გარკვეული სიტყვების ერთ ჯგუფში მოთავსებამ გამოგატოვებინათ სხვა სიტყვები. ფიქრობთ, რომ გარკვეული სიტყვების გამოტოვებით (და კატეგორიის/ჯგუფის გარკვეული სახით შექმნით) თქვენ ასევე გამოტოვებთ გარკვეული აუდიტორია?

როცა ამ სავარჯიშოს დაასრულებთ, დარჩით იმავე ჯგუფებში და შექმნით დამატებითი კატეგორია (ერთი ახალი კატეგორია თითო ჯგუფმა) მხოლოდ 6 სიტყვის (ნებისმიერი სიტყვის გამოყენება შეგიძლიათ მოცემული სიიდან) გამოყენებით. აარჩიეთ ის სიტყვები, რომლებიც, თქვენი აზრით, ავტომატურად არ ჯდება ერთ კატეგორიაში. ისევ, მორიგეობით, თითოეულმა ჯგუფმა ახსენით თქვენი არჩევანი.

დისკუსიის ფარგლებში ჰკითხეთ ერთმანეთს, რას ამბობს თქვენზე, როგორც აუდიტორიაზე ის კატეგორიები, რომლებიც თქვენ შექმნით; აჩვენებს თუ არა ისინი ერთი ასაკობრივი ჯგუფის, სქესის, ეთნიკური წარმომავლობის მქონე ადამიანების მიერ გაზიარებულ მნიშვნელობებს; ადასტურებენ თუ ეჭვქვეშ აყენებენ ისინი გარკვეულ განსაზღვრებებსა და კატეგორიებს, რომლებს? რატომ?

### კონცეპტუალური რუკები - დისკუსია და მაგალითები

კატეგორიზაციისა და იდენტიფიცირების სავარჯიშომ საშუალება მოგვცა დაგვენახა ის კონცეპტუალური რუკები, რომლებიც თავში გვაქვს და ყოველგვარი ეჭვის გარეშე ვიღებთ.

კონცეპტუალურ რუკებს ქმნის გაზიარებული წარმოდგენები, კულტურული ღირებულებები და ნორმები. გარკვეულ კატეგორიებს ჩვენთვის აქვს აზრი, რადგან ჩვენ ვიზიარებთ მათში ნაგულისხმევ მნიშვნელობებს. გაიხსენეთ კატეგორიები, რომლებიც შექმნით წინა სავარჯიშოში და ის დისკუსია, რაც გქონდათ. თქვენ მიერ შექმნილი კატეგორიები თქვენივე კონცეპტუალური რუკის ნაწილია. თუმცა, როგორც უკვე ვნახეთ, სიტყვების გარკვეული კატეგორიებისთვის მიკუთვნება არ არის უცვლელი, თავად კატეგორიებიც არ არის უცვლელი. მაგალითად, ისტორიულად მიჩნეულია, რომ კაცი სახლის გარეთ მუშაობს, ქალი კი სახლში შრომობს და ბავშვებს უვლის.

თუმცა, ბოლო პერიოდში სამეცნიერო კვლევებთან ერთად, გამოჩნდა რეკლამები, რომლებიც სწორედ გენდერული სტერეოტიპებისა და ისტორიულად დამკვიდრებული როლების ხელახალ გააზრებას ისახავს მიზნად. კომერციული კომპანიები ცდილობენ, არ გამოიწვიონ ფემინისტების და მედია ანალიტიკოსების კრიტიკა და გენდერულად უფრო მგრძობიარე სარეკლამო კამპანიებს აწარმოებენ.

▶ სარეკლამო კლიპი, [“მლდი, გავაკეთოთ ერთად”](#), გენდერულ როლებს ცვლის და ისე წარმოგვიდგენს პროდუქტს

▶ სარეკლამო კლიპი [“გავინაწილოთ შრომა”](#), ასევე ცდილობს დამკვიდრებული გენდერული როლების შეცვლას

არტისტებიც სწორედ გენდერული სტერეოტიპების შეცვლით უფრო მკაფიოდ აჩვენებენ დამკვიდრებულ სტერეოტიპებს და მათ გავლენას საზოგადოების დამოკიდებულებებისა და ქცევის ნორმების ჩამოყალიბებაში.

✦ [Eli Reversed The Gender Roles In Sexist Vintage Ads To Point Out How Absurd They Really Are](#)

✦ [What If Gender Roles In Advertising Were Reversed?](#)

მედია, ასევე, ერთი მხრივ, ეყრდნობა ჩვენში დამკვიდრებულ და გაზიარებულ კონცეპტუალურ რუკებს იმისათვის, რომ გადმოგვცეს გზავნილი და, მეორე მხრივ, მედიას აქვს უნარი, რომ ჩამოაყალიბოს/შეცვალოს ჩვენი კონცეპტუალური რუკები. გარკვეული კავშირებითა და ასოციაციებით (კატეგორიებით, მნიშვნელობებით) მედია და ჩვენ, აუდიტორია, ვაძლიერებთ გარკვეულ გაზიარებულ მნიშვნელობებსა თუ სტერეოტიპებს.

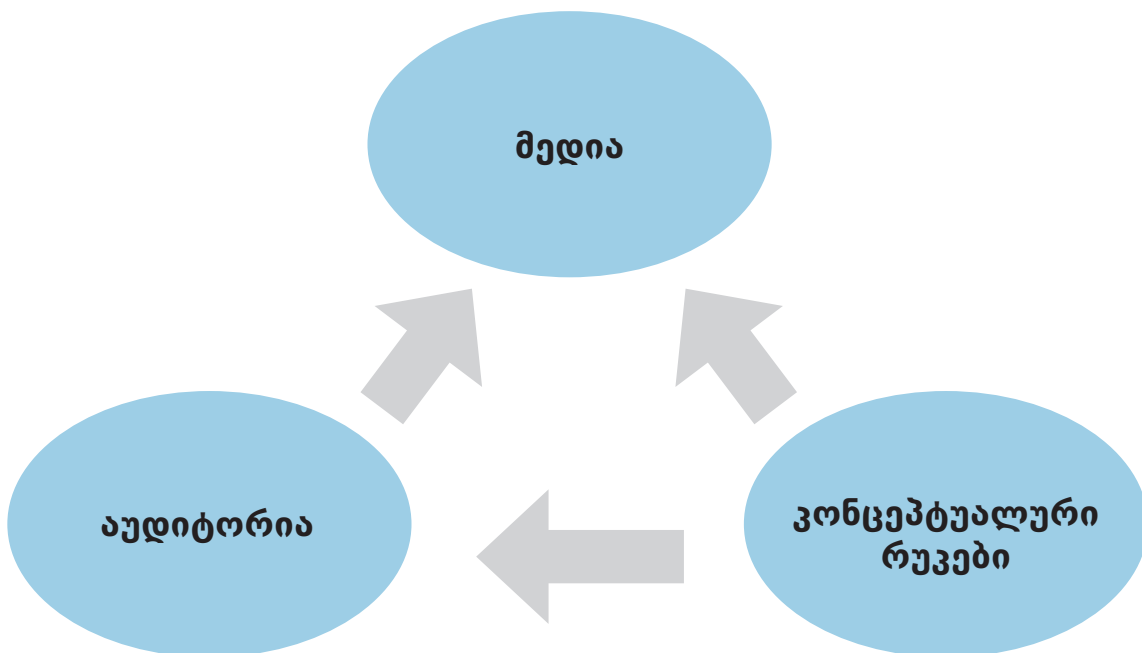
მედიას შეუძლია კონკრეტული საკითხების შესახებ ცნობიერების ამაღლება და მოქალაქეთა გაძლიერება. განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ამ დროს სოციალური ქსელი. ერთ-ერთ მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ ავიაკომპანიის მიერ გადანაცვეტილების შეცვლა და ბოდიში მას მერე, რაც სოციალურ ქსელში მომხმარებლებმა გააპროტესტეს, მედიამ კი ინტენსიურად გააშუქა ავიაკომპანიის მიერ აუტისტური სპექტრის აპლილობის მქონე ბავშვის მოხსნა რეისიდან. ეს ამბავი დაიწყო ერთი ფეისბუკ პოსტით, რომელიც 82-ჯერ გააზიარეს.

ამბავი სოციალური ქსელიდან გადავიდა მედიაში:

- ✦ [აუტისტური სპექტრის მქონე ბავშვი ქუთაისის აეროპორტში თვითმფრინავში არ აუშვეს](#)
- ✦ [“ვეუბნებოდი, დამშვიდდა, მოდიო, ნახეთ, მაგრამ ყურადღება არავინ მომაქცია” - აუტიზმის მქონე ბავშვი თვითმფრინავში არ აუშვეს](#)
- ✦ [Wizz Air აუტიზმის მქონე ბავშვის რეისიდან მოხსნის გამო ბოდიშს იხდის](#)
- ✦ [რეისიდან მოხსნილი აუტიზმის მქონე ბავშვი და მშობელი ათენში უფასოდ გაფრინდებიან](#)

აზრის გამოსახატად ან რაიმე საკითხის ადვოკატირებისათვის, მოქალაქეები ხშირად იყენებენ სამთავრობო ფეისბუკ გვერდებს, ქმნიან ფეისბუკ ჯგუფებს, რაც ხელს უწყობს თანამოაზრეთა მობილიზებას და სამოქმედო ნაბიჯების დაგეგმვას.

იფიქრეთ აუდიტორიაზე, კონცეპტუალურ რუკებსა და მედიაზე, როგორც არასწორხაზოვან, არამედ ორმხრივი პროცესის ნაწილზე, სადაც ერთი ქმნის მეორეს და პირიქით.



## ? კრიტიკული კითხვა - სიტყვები

წაიკითხეთ და განიხილეთ ქვემოთ მოყვანილი სტატიები:

- ✦ [როგორი სკოლა სურთ ბავშვებს, ლიბერალი](#)
- ✦ [რა გავლენა აქვს სიღარიბეს განათლებაზე, ლიბერალი](#)

### ჯგუფური სავარჯიშო:

მონაწილეები იყოფიან სამ ჯგუფად. თითო ჯგუფი წაიკითხავს ერთსა და იმავე სტატიას, მაგრამ უპასუხებს ქვემოთ მოცემულ სხვადასხვა კითხვას.

#### კითხვები I ჯგუფისთვის:

- რა წარმოდგენა/ვარაუდი ჩანს სტატიაში აუდიტორიის შესახებ?
- რა გაზიარებულ მნიშვნელობას“ ეყრდნობა სტატია?

#### კითხვები II ჯგუფისთვის:

- ფიქრობთ, რომ სტატიას შეუძლია შეცვალოს ის წარმოდგენები, რაც აუდიტორიას აქვს სტატიაში განხილულ საკითხზე?
- ფიქრობთ, რომ სხვადასხვა ასაკობრივი, ეთნიკური, რელიგიური თუ სოციალური (ქალაქად თუ სოფლად მცხოვრები, დასაქმებული თუ დაუსაქმებელი, განათლებული თუ გაუნათლებელი) ჯგუფის ადამიანებს საკითხის მიმართ სხვადასხვა დამოკიდებულება ექნებათ? როგორი იქნება ეს დამოკიდებულება?

#### კითხვები III ჯგუფისთვის:

- როგორ განიხილავდით ამ საკითხს მეგობრებთან?
- როგორ განიხილავდით ამ საკითხს მშობლებთან?
- რა ცვლილებებს ხედავთ ბავშვებთან/არასრულწლოვნების საკითხებთან დაკავშირებით თქვენს ოჯახში, მეგობრებში, ზოგადად, ქვეყანაში?

## ↻ დისკუსია

ამ სავარჯიშოს შემდეგ, შეგიძლიათ ქვემოთ მოცემული დამატებითი მასალის განხილვა.

სავარჯიშოს მიზანია აჩვენოს მონაწილეებს:

- მედია რეპორტირებაში ჩართვისა და გამოტოვების მნიშვნელობა - ვინ წარმოადგენს საზოგადოებას, თემს და ვინ არის გამოტოვებული;
- სტატიის სხვადასხვაგვარი აღქმა აუდიტორიის მიერ მათი სოციალური მდგომარეობის მიხედვით (კლასი, გენდერი, ეთნიკური წარმომავლობა და ა.შ.) - აუდიტორიების მიერ საკითხისთვის მინიჭებული სხვადასხვაგვარი მნიშვნელობები;
- განიხილეთ, საკითხების გარკვეული სახით გაშუქებისას როგორ უწყობს ხელს მედია სოციალური რეალობის შექმნას;
- მონაწილეები დაფიქრდებიან, რომ აუდიტორიების კულტურული და სოციალური გამოცდილება გავლენას ახდენს მათ მიერ საკითხისა და მისი მნიშვნელობების აღქმაზე და რომ ეს მნიშვნელობები არ არის ჰომოგენური/ერთნაირი.

ერთნაირ მნიშვნელობებს, როგორც წესი, იზიარებენ საზოგადოების გარკვეული ჯგუფები და საზოგადოებაში სხვადასხვანაირი ჯგუფი არსებობს. ეს განსხვავებები ყალიბდება გენდერული, კლასობრივი, ეთნიკური, იდეოლოგიური კუთვნილების მიხედვით.

**დამატებითი საკითხავი:** ბავშვთა საკითხების გაშუქება

- ✦ [საქართველოს ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია და გაეროს ბავშვთა ფონდი - ბავშვთა საკითხების გაშუქება, 2017](#)
- ✦ [სამოქალაქო განვითარების ინსტიტუტი და გაეროს ბავშვთა ფონდი- მედიაში ბავშვთა საკითხების გაშუქების საერთაშორისო და ეროვნული სტანდარტები, 2011](#)
- ✦ [მედია უაიზი /გაეროს ბავშვთა ფონდი - მედია და ბავშვთა უფლებები, 2011](#)

**❓ კრიტიკული კითხვა**

მოდულის ამ ნაწილში მონაწილეები წაიკითხავენ ონლაინ სტატიას. ისევ გაიყოფიან სამ ჯგუფად. თითოეული წაიკითხავს ერთსა და იმავე სტატიას და უპასუხებს ქვემოთ მოცემულ სხვადასხვა კითხვას. თითოეულმა ჯგუფმა უნდა ჩაიწეროს პასუხები და შემდეგ განიხილოს მთელ აუდიტორიასთან.

წაიკითხეთ:

- ✦ “რადიო თავისუფლების” მასალა [“მჩაგვრელი მასწავლებლების სკოლა - როცა მასწავლებელი მონსტრია”](#)
- ✦ ჩაი-ხანას მასალა [“ქართველი გოგონები: ჩვენ სატანისტები არ ვართ”](#)

სტატიის კითხვისას გაეცით პასუხი (პასუხი ჩაიწერეთ) შემდეგ კითხვებს:

- ვინ არიან სტატიაში ნახსენები ადამიანები და როგორ არიან ისინი აღწერილნი?
- რა მოვლენებია სტატიაში აღწერილი?
- რომელი წყაროებია გამოყენებული: ადამიანები, რომელთა კომენტარებიც ჩაწერეს, ადამიანები, რომლებმაც ჟურნალისტს მიანოდეს ინფორმაცია?
- რა ფაქტებია მოყვანილი?
- რა პოზიციებია ასახული: ვინ არიან და რას ამბობენ განსხვავებული პოზიციის მქონე წყაროები, რა ფაქტებს იმონებენ?

**კითხვები I ჯგუფისთვის:**

- რა წარმოდგენა/ვარაუდი ჩანს სტატიაში აუდიტორიის შესახებ?
- რა გაზიარებულ მნიშვნელობას ეყრდნობა სტატია?

**კითხვები II ჯგუფისთვის:**

- ფიქრობთ, რომ სტატიას შეუძლია შეცვალოს ის წარმოდგენები, რაც აუდიტორიას აქვს განხილულ საკითხზე?
- ფიქრობთ, რომ სხვადასხვა ასაკობრივი, ეთნიკური, რელიგიური თუ სოციალური (ქალაქად თუ სოფლად მცხოვრები, დასაქმებული თუ დაუსაქმებელი, განათლებული თუ გაუნათლებელი) ჯგუფის ადამიანებს საკითხის მიმართ სხვადასხვა დამოკიდებულება ექნებათ? როგორი იქნება ეს დამოკიდებულება?

**კითხვები III ჯგუფისთვის:**


- როგორ განიხილავდით ამ საკითხს მეგობრებთან?
- როგორ განიხილავდით ამ საკითხს მშობლებთან?
- რა ცვლილებებს ხედავთ სკოლის გარემოსთან დაკავშირებით თქვენს ოჯახში, მეგობრებში, ზოგადად, ქვეყანაში?

## სტატიის მონახაზი

მეთხე მოდულის ბოლო სექციაში მონაწილეებს უნდა შეეძლოთ არა მხოლოდ ამ მოდულში დამუშავებული მასალის (აუდიტორიის მონაწილეობა და გაზიარებული მნიშვნელობები), არამედ, წინა სამი მოდულისგან მიღებული ცოდნისა და დისკუსიების გათვალისწინებაც. ამისათვის უნდა შექმნან სტატიის მონახაზი მათთვის მნიშვნელოვან საკითხზე.

**რა არის სტატიის მონახაზი:** ეს არის სისტემა, რომელიც ქმნის ჩარჩოს და განსაზღვრავს რა შინაარსი უნდა ჰქონდეს და როგორ უნდა იყოს ორგანიზებული ეს შინაარსი სტატიაში. მონახაზი გეხმარებათ წინასწარ დაინახოთ თქვენი სტატიის სტრუქტურა და შინაარსი.

შეგიძლიათ რეკომენდაციებისათვის ამ გვერდის გამოყენებაც.

 <http://reporter.ge/wp-content/uploads/2015/10/How-to-Write-Outline-GE-UPDATED-1.pdf>

## სტატიის მონახაზი

### 1. წერის ეტაპები

კარგი გეგმა შეიცავს თქვენი სტატიის ყველა საკითხს და ქვესაკითხს. ისინი ისე უნდა იყოს ორგანიზებული, რომ კარგად აჩვენებდეს ყველა თქვენს არგუმენტს და ფაქტებით გამყარებული დასკვნის გაკეთების საშუალებას იძლეოდეს. მონახაზი დაგეხმარებათ თქვენს საკითხზე კონცენტრირებაში და თავიდან აგაცილებთ არასაჭირო თემებსა და იდეებს, ლოგიკურ შეცდომებს და დაუმუშავებელ პარაგრაფებს.

- 1.1. **გამოკვეთეთ საკვლევი თემა.** საკვლევი თემა ძირითადი, მთავარი წერტილია, საიდანაც გამომდინარეობს გეგმის დანარჩენი ნაწილი. შეეცადეთ შეაჯამოთ თქვენი საკვლევი თემა ერთ წინადადებაში. ეს ასევე შეიძლება მნიშვნელოვანი იყოს თქვენი სტატიისთვის სათაურის მოფიქრებისთვის.
- 1.2. **განსაზღვრეთ მთავარი კატეგორიები.** რომელ მთავარ საკითხებს გააანალიზებთ? შესავალი აღწერს ყველა თქვენს მთავარ საკითხს. სტატიის დანარჩენი ნაწილი სწორედ ამ საკითხების ანალიზს და მათ განვითარებას დაეთმობა.
- 1.3. **შექმენით პირველი კატეგორია.** რა არის ის პირველი საკითხი, რომლის განხილვაც გსურთ? თუ სტატია ეხება რაიმე რთულ ტერმინს, მისი განმარტება შეიძლება კარგი დასაწყისი იყოს. თუკი სტატია რომელიმე თეორიას ეხება, ამ თეორიის აღწერა თავიდანვეა საჭირო.
- 1.4. **განსაზღვრეთ ქვეკატეგორიები.** მთავარი ეტაპების ჩამოყალიბების შემდეგ განსაზღვრეთ ის საკითხები, რომლებიც ამყარებენ თქვენს მთავარ საკითხს. კატეგორიების რაოდენობა დამოკიდებულია იმაზე, თუ რა მოცულობის ინფორმაციის დამუშავებას აპირებთ.

### 2. რა უნდა გაითვალისწინოთ, გეგმის წერისას.

- 2.1. არ არსებობს წესი, რომელიც გიკარნახებთ, რომელი მიდგომაა საუკეთესო. თქვენ თავად შეარჩიეთ თქვენთვის უკეთესი. თუმცა, როცა უკვე გეგმის წერას შეუდგებით, შერჩეული მიდგომა აღარ შეცვალთ.
- 2.2. მონახაზში შეიძლება როგორც რომაული, ისე არაბული ციფრების გამოყენება. თუმცა, ერთიანი ფორმატის დაცვა აუცილებელია.
- 2.3. მიუხედავად იმისა, რომ მონახაზის ფორმატის შეცვლა არ შეიძლება, ეს არ ნიშნავს იმას, რომ თქვენ არ შეგიძლიათ შეცვალოთ სტატია წერის პროცესში. ხშირად, როდესაც იწყებთ საკითხის კვლევას (მაგალითად ლიტერატურის ან სხვა არსებული ინფორმაციის მიმოხილვას), განსაკუთრებით კი, იმ შემთხვევაში, როცა არ იცნობთ კარგად საკითხს, უნდა დაუშვათ ის, რომ თქვენი ანალიზი წინასწარ დაგეგმილი მიმართულებით შესაძლოა არ წავიდეს. თუ თქვენი სტატია შეიცვლის ფოკუსს ან ახალი ნაწილების დამატება გახდება საჭირო, თავისუფლად შეგიძლიათ წინასწარ განსაზღვრული გეგმის შეცვლა.

თქვენ ასევე შეგიძლიათ სტატიის მთავარი საკითხების ქრონოლოგიურად ორგანიზება. სტატიებში, სადაც საკითხებისა ან მოვლენების ისტორიაზე ან ქრონოლოგიურ განვითარებაზე საუბარი,

მნიშვნელოვანია გეგმის ასევე, ქრონოლოგიურად ორგანიზება. ამის ცოდნა გეხმარებათ, რომ თავიდანვე სწორად დაალაგოთ საკითხები, ვიდრე სტატიის დასრულებისას დაიწყოთ მისი წყობის ცვლა.

ქვემოთ მოცემული კითხვები დაგეხმარებათ მთავარი საკითხის განსაზღვრასა და თქვენი გეგმის ჩამოყალიბებაში.

უპასუხეთ შემდეგ კითხვებს:

- რა საკითხია თქვენთვის მნიშვნელოვანი?
- რატომ არის ეს საკითხი მნიშვნელოვანი?
- რისი თქმა გსურთ?
- ვინ იქნება თქვენი აუდიტორია?
- ვის ჩამოართმევთ ინტერვიუს? რატომ?
- როგორ უზრუნველყოთ იმას, რომ სხვადასხვა პერსპექტივა და ხმა იყოს თქვენს სტატიაში?
- რომელ იმიჯებს გამოიყენებთ? რატომ?
- რომელი მედია ფორმატი იქნება საუკეთესო თქვენი სტატიისთვის? რატომ?
- რომელ აუდიტორიაზე ფიქრობთ წერის დროს? როგორ გსურთ, რომ მათ მიიღონ მონაწილეობა?

ქვემოთ მოყვანილია ნიმუში, რომელიც შეგიძლიათ გამოიყენოთ.

1. აირჩიეთ საკითხი
2. გადანაცვით რა არის თქვენი მთავარი მიზანი: დარწმუნება, აღწერა თუ განსჯა/ანალიზი. თუ წერთ დამარწმუნებელ, ანალიტიკურ სტატიას, დაწერეთ მთავარი სათქმელი
3. შეაგროვეთ დამხმარე მასალა
4. პარაგრაფიანი ესეს გეგმა

<b>სათაური:</b> _____
შესავალი
შესავალი პარაგრაფი
მთავარი სათქმელი _____
_____
ტექსტის მთავარი ნაწილი
პირველი მნიშვნელოვანი საკითხი: _____
_____
მეორე მნიშვნელოვანი საკითხი: _____
_____
მესამე მნიშვნელოვანი საკითხი: _____
_____
დასკვნა
დამასრულებელი პარაგრაფი
შეჯამება





