

მარინე ჯიბლაძე

თბილისის თავისუფალი უნივერსიტეტი
m.jibladze@freeuni.edu.ge

საქართველო ჩინურ მასმედიაში

რეზიუმე

წინამდებარე სტატიაში განვიხილავთ ჩინურ მედიასივრცეში მოქმედ მედიასაშუალებებს და ვიკვლევთ, თუ რა საშუალებებით, რაოდენობით, შინაარსით და ინტენსივობით ავრცელებენ ინფორმაციას საქართველოს შესახებ ჩინეთში, მათ შორის, ვაკეთებთ საქართველოს სახისა და ადგილის ფორმირების ანალიზს, მომავალში საქართველოს შესახებ ცნობადობის ამაღლების გზების დადგენის მიზნით.

მასმედია საზოგადოების მსოფლმხედველობის ჩამოყალიბებაში ძალიან დიდ როლს ასრულებს. სტატია მიზნად ისახავს, წარმოადგინოს ყოვლისმომცველი მიმოხილვა იმის შესახებ, თუ როგორ იქნა ასახული საქართველო ჩინურ მედიასაშუალებებში; გამოავლინოს ძირითადი ფაქტორები და ნარატივები, რომლებმაც ჩამოაყალიბეს საქართველოს აღქმა ჩინელი აუდიტორიის თვალში. ჩინურ მედიაში საქართველოს აღქმის დინამიკაზე ნათელის მოფენით, ჩვენ ვიმედოვნებთ, რომ სტატია საფუძველს ჩაუყრის თემის შემდგომ სიღრმისეულ შესწავლას, რაც ხელს შეუწყობს უფრო დეტალურ დისკურსს ერების წარმომადგენლობის შესახებ საერთაშორისო მედიასფეროში.

აღნიშნული ნაშრომის აქტუალობა განპირობებულია ქვეყნებს შორის ურთიერთობების გაღრმავებისა და ქვეყნის შესახებ ცნობადობის ამაღლების საჭიროებით.

საკვანძო სიტყვები: საქართველო, ჩინეთი, მასმედია, ცნობადობა, სამხრეთ კავკასია.

1. შესავალი

ჩინეთში წლების განმავლობაში სწავლისა და ცხოვრების პერიოდში, ხშირად მიფიქრია საქართველოს ადგილზე ჩინეთში და ცნობადობის ამაღლების ხერხებზე. ამ წინაპირობისა და წყაროების გაცნობის ნიადაგზე გაჩნდა კვლევის ჩატარების იდეა.

XXI საუკუნე ინფორმაციული ტექნოლოგიების ეპოქაა, მასმედიის ზეგავლენა თანამედროვე საზოგადოებაზე ყოველწლიურად იზრდება და სულ უფრო ღრმად იჭრება ცხოვრების ყველა სფეროში, მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს მის ხასიათს, ზემოქმედებს საზოგადოების ცნობიერებაზე და ადამიანების ქცევაზე, ცვლის და აყალიბებს საზოგადოებრივ აზრს (ჩომსკი 2020). იგი საზოგადოებრივი თვითშეგნების ფორმირებისა და საზოგადოებრივი აზრის რეგულირების ეფექტური საშუალებაა. ეს არის მთავარი რესურსი, რომლის მეშვეობით საზოგადოება ინფორმირებულია მსოფლიოზე, მსგავსი ინფორმაციები კი ხელს უწყობს წარმოდგენებისა და სტერეოტიპების ჩამოყალიბებას ამა თუ იმ ქვეყანაზე და, საბოლოოდ, ქმნის კონკრეტულ წარმოდგენას. თავის მხრივ, საზოგადოებაც მოქმედებს მასმედიის ფორმირებაზე, ცვლის და ავითარებს მას სხვადასხვა ფორმით, ხერხებითა და მიდგომებით, ანუ საუბარია მედიისა და საზოგადოების ურთიერთობასა და ურთიერთგავლენაზე (დოჯურიშვილი 2016). მასობრივი კომუნიკაციების პროცესების განვითარება ხელს უწყობს ზოგადად ცივილიზაციის განვითარებას. კაცობრიობა ვერ განვითარდებოდა ურთიერთობების გარეშე.

აღნიშნული ნაშრომის აქტუალობა განპირობებულია ქვეყნებს შორის ურთიერთობების გაღრმავებისა და ქვეყნის შესახებ ცნობადობის ამაღლების საჭიროებით; საქართველოს

როლის განსაზღვრისთვის ინიციატივაში „სარტყელი და გზა“ და იმისათვის, რომ საქართველო იქცეს მნიშვნელოვან მოთამაშედ სამხრეთ კავკასიის რეგიონში. მსოფლიო არენაზე ქვეყნის სახის ფორმირება ერთ-ერთი მთავარი საკითხია, რადგან ამაზე არის დამოკიდებული საქართველოს წარმატებული საგარეო პოლიტიკა და ურთიერთსარგებლიანი საერთაშორისო ურთიერთობები სხვა ქვეყნებთან, საერთაშორისო ორგანიზაციებში და პროექტებში ჩართულობა. თემა აქტუალურია როგორც სახელმწიფოსთვის, ისე სხვადასხვა სფეროს უწყებებისთვის, განსაკუთრებით კი, საგარეო საქმეთა სამინისტროსთვის. ასეთი კვლევა საქართველოში პირველად ჩატარდა.

გლობალიზაციის ეპოქაში მედიის გავლენა სცილდება ეროვნულ საზღვრებს, აყალიბებს წარმოდგენებსა და ნარატივებს ერებისა და რეგიონების შესახებ. წინამდებარე სოციოლოგიური კვლევა იკვლევს საქართველოს ასახვას ჩინურ მედიაში და განიხილავს ამ წარმოდგენის მრავალმხრივ განზომილებებს. საქართველო, ქვეყანა, რომელიც მდებარეობს აღმოსავლეთ ევროპისა და დასავლეთ აზიის გზაჯვარედინზე, გამოირჩევა მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობით და რთული გეოპოლიტიკური ლანდშაფტით.

კვლევის ობიექტია ჩინეთის მასმედიის ჩინურენოვანი და ზოგჯერ სამენოვანი (ჩინური, ინგლისური, რუსული) მასალა, კვლევის საგანი კი - საქართველოს სახე და ადგილი ჩინეთის მასმედიაში.

კვლევა მიზნად ისახავს, დაადგინოს რა საშუალებებით, რაოდენობით, შინაარსით და ინტენსივობით ავრცელებენ ინფორმაციას საქართველოს შესახებ. საქართველოს სახისა და ადგილის ფორმირების ანალიზის გაკეთება მომავალში ჩინეთში საქართველოს შესახებ ცნობადობის ამაღლების გზების დადგენის მიზნით.

მიზნის მისაღწევად საჭიროა შემდეგი ამოცანების შესრულება:

- 1) ჩინური მედიის, განსაკუთრებით კი, წამყვანი მედიის - სინხუას სააგენტოს, მახასიათებლების აღწერა;
- 2) საზოგადოების ცნობადობის ზრდაში ჩინური მასმედიის, მათ შორის რეკლამის, სოციალური მედიის როლის განსაზღვრა;
- 3) მასმედიის მასალებში საქართველოს შესახებ საკვანძო სიტყვების რაგვარობა და რაოდენობა;
- 4) დავადაგინოთ, თუ რა თემებზეა გამახვილებული ყურადღება;
- 5) მასმედიის მასალებში საქართველოს შესახებ ნეგატივის განსაზღვრა;
- 6) საქართველოს შესახებ ჩინურენოვანი და სხვა უცხოენოვანი საინფორმაციო მასალების რაოდენობის და რაგვარობის გამოვლენა და შედარება;
- 7) სამხრეთ კავკასიით დაინტერესების დონე და საქართველოს ადგილი.

ნაშრომში მოცემულია კონკრეტულ მონაცემთა გრაფიკული გამოსახულება. დიაგრამების საშუალებით მარტივად დავინახავთ, თუ რა შედეგებს იძლევა მონაცემები, რათა უფრო გასაგები გახდეს მიმდინარე ვითარება და პროგნოზირებადი იყოს მომავალი ნაბიჯები ჩინეთის ინფორმირებისთვის საქართველოს ცნობადობის ასამაღლებლად.

2. ჩინური მედია-სისტემა და მედიასაშუალებების მუშაობის განხილვა

აქ აღვწერთ ჩინურ მედია-სისტემას, განვიხილავთ მედიასაშუალებების მუშაობის სპეციფიკას, შევეხებით გასათვალისწინებელ საკითხებს.

2.1. წესები და კანონები ჩსრ-ს მასმედიის შესახებ და ინტერნეტ სივრცე ჩინეთში

ჩინურ ჟურნალისტიკაში შედარებით მკაცრია ცენზურა, რომლის მიხედვითაც პირი შესაძლოა დააკავონ სოციალურ ქსელებში აკრძალული კონტენტის გაზიარებისთვის, მესენჯერში და მოკლე ტექსტური შეტყობინებების მეშვეობით გავრცელებისთვის.

ჩსრ-ის კონსტიტუციის მიხედვით, ყველა მოქალაქე უზრუნველყოფილია სიტყვის თავისუფლებით, თუმცა შესულია ზოგიერთი ტიპის ინფორმაციის შეზღუდვები:

1. კონსტიტუციის მიერ დადგენილი ძირითადი პრინციპების წინააღმდეგ გამოსვლა;
2. სახელმწიფო უსაფრთხოების დარღვევა, სახელმწიფო საიდუმლოს გათქმა, სახელმწიფოს წინააღმდეგ მოქმედება, სახელმწიფოს სოლიდარობის მსხვერვა;
3. სახელმწიფოს ინტერესებისა და რეპუტაციისთვის ზიანის მიყენება;
4. ნაციონალური მტრობისა და ნაციონალური დისკრიმინაციის გაჩაღება, ნაციონალური სოლიდარობის დარღვევა;
5. სახელმწიფოს რელიგიური პოლიტიკის დარღვევა, ფეოდალური ცრურწმენების პროპაგანდა;
6. ჭორების გავრცელება, სოციალური წესრიგის დარღვევა, სოციალური სტაბილურობის მორყევა;
7. გარყვნილების, პორნოგრაფიის, აზარტული თამაშების, ძალადობის, მკვლელობების პროპაგანდა. მუქარა და სხვების დანაშაულის ჩადენისკენ წაქეზება;
8. შეურაცხყოფა და ცილისწამება, სხვა ადამიანების ინტერესების დარღვევა;
9. სხვა ინფორმაცია, რომელიც აკრძალულია კანონმდებლობითა.

უცხოური მასმედიის სიახლეების შემქმნელებზე და პუბლიკაციის ნებართვაზე გარკვეული პროცედურა დადგინდა. სხვა მასმედიების თითქმის ერთადერთ ინფორმაციულ წყაროდ რჩება ტრადიციული მედია, რომელიც ასევე უნდა შეესაბამებოდეს განსაზღვრულ მოთხოვნებს. არაჟურნალისტურ გვერდებს არ აქვთ ინტერვიუს ჩამორთმევის და რეპორტაჟის გაკეთების უფლება. მათ შეუძლიათ უმნიშვნელოდ დაარედაქტირონ შემნილი მასალები ისე, რომ არ მიაყენონ ზიანი თავდაპირველ შინაარსს. დღესდღეობით ყველაზე პოპულარული პლატფორმებია ჩინური სოციალური ქსელები, მათ შორის WeChat, QQ, Taobao, mobile Baidu, Baidu, Alipay.

ჩინეთში პროპაგანდის ოთხი წესია:

1. საგარეო და საშინაო პროპაგანდა განსხვავებულია;
2. უნდა იყოს დაცული დადებითი და უარყოფითი სიახლეების მიწოდების ბალანსი;
3. მოვლენები უნდა დაიწეროს დროულად;
4. „მცირე კრიტიკა, დიდი სარგებელი“ - არ ღირს მხოლოდ კარგის წერა, რადგან ეს იწვევს რედაქციის მიმართ უნდობლობას.

მოგეხსენებათ, რომ ჩინეთში ინტერნეტ სივრცე მკაცრად კონტროლდება, მაგალითად, პოპულარული დასავლური გვერდები Facebook, Google (მათ შორის, მისი ყველა პლატფორმა), Youtube, Yahoo და ა. შ. მსგავსი შეზღუდვების დაწესების მიზეზებად დასახელებულია:

1. პლატფორმები აღქმულია ანტისახელმწიფოებრივ პროპაგანდის მანქანად და ქვეყნის შიდა საქმეებში უხეშად ჩარევის მცდელობად;
2. დისტანციური მართვისა და მანიპულირების საფრთხედ, რამაც საბოლოო ჯამში შეიძლება გამოიწვიოს ქვეყნის დესტაბილიზაცია და დარტყმა განახორციელოს ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკის უსაფრთხოებაზე, სუვერენიტეტსა და ტერიტორიულ მთლიანობაზე. ითვლება, რომ ეს ყველაფერი ასევე დარტყმას მიაყენებს ჩინეთის აღმავალ ეკონომიკას.

2.2. ყველაზე პოპულარული და გავრცელებული მასმედია ჩინეთში და ძირითადი მედიატექსტები და მედიათემები

ზოგადად, მასობრივი ინფორმაციის გამავრცელებელი ძირითადი არხებია: პრესა (ბეჭდვითი), რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი.

ასრებობს ოთხი ძირითადი მედიატექსტი:

- 1) სიახლეები;
- 2) საინფორმაციო ანალიტიკა და კომენტარი;
- 3) ტექსტი-მიმოხილვა (ნებისმიერი თემატური მასალები);
- 4) რეკლამა.

ძირითადი მედიათემებია: პოლიტიკა, ბიზნესი, კულტურა, სპორტი, საერთაშორისო და რეგიონალური სიახლეები, ამინდი და ა.შ.

თუმცა, ჩვეულებრივი მასმედიისგან განსხვავებით, ინტერნეტ სივრცეში სტატიები ხშირად უფრო ვრცელია როგორც შინაარსობრივად, ისე ფორმით, გამოიყოფა ინფორმაციული და პუბლიცისტური.

ინფორმაციული მოიცავს შემდეგ ჟანრებს: ქრონიკა, კორესპონდენცია, რეპორტაჟი, ინტერვიუ. მკითხველს აცნობს ობიექტური ფორმის მნიშვნელოვან მოვლენებს, შემთხვევას, ფაქტებს. თუმცა, მასში შემაჯავლი ვიდეო, აუდიო, ფოტომასალა და სხვ. მაინც უნდა გადამოწმდეს (ჯოლოგუა 2013).

პუბლიცისტური მოიცავს: ანალიტიკური, სატირისტული, მხატვრულ-პუბლიცისტური, რეკლამური ჟანრი, მოიცავს შეფასებას და ემსახურება საზოგადოებრივ-ეკონომიკურ, პოლიტიკურ-იდეოლოგიურ და კულტურულ ურთიერთობებს და, ძირითადად, ამის დამსახურებით მასობრივ ქვეცნობიერში რჩება.

დღესდღეობით, ჩინეთში ცნობილია: *სინხუა* (新华社), *ჟენმინ ჟიპაო* (人民日报), *CCTV* (中央电视台 China Central Television) ჩინეთის ცენტრალური ტელევიზია¹, *CTNG* (China Global Television Network) *CCTV*-ს საერთაშორისო ტელეარხი, *ჩაინა დეილი* (China Daily) (中国日报), *ჩინეთის საერთაშორისო რადიო* (中国国际广播电台), *სინვენ ლიენპო* (新闻联播) და სხვა.

დღეს ინტერნეტ სივრცე ყველაზე ხელსაყრელი ადგილია ფართო მასებზე გასასვლელად, სწორედ ამ სივრცეს იყენებს თანამედროვე ჩინური მედიაც. მსგავსი ტიპის სიახლეების გაშუქებით მედიატორის როლს ასრულებს მედია, ხელს უწყობს ქვეყნებს შორის ურთიერთობების გაღრმავებას ინფორმაციის გაცვლით, ინფორმაციისა და კულტურათაშორისო გაცვლა ხელს უწყობს ერების დაახლოებას. ერები უკვე ფლობენ ინფორმაციას კონკრეტული ქვეყნის შესახებ, მათ უჩნდებათ კონკრეტული კულტურისადმი სიახლოვის შეგრძნება, რაც ხშირად განაპირობებს მომავალში წარმატებულ საქმიან ურთიერთობებს.

3. საქართველო ჩინურ მედიასივრცეში

აქ ვისაუბრებთ ჩინურ მედიასივრცეში საქართველოს გაშუქების მდგომარეობაზე. სტატისტიკისთვის შექმნილია ცხრილები და დიაგრამები, რომლებიც გვეხმარებადა მონაცემების ნათლად დანახვაში და ანალიზში. მოკლედ შევხებით შესაბამისი მედია საშუალებების სტრუქტურასა და მექანიზმს.

3.1. საქართველო და სინხუა

სინხუა - ჩინეთის სახელმწიფო საინფორმაციო სააგენტოა, რომელიც შეიქმნა 1931 წელს. სათავო ოფისი მდებარეობს პეკინში. საზღვარგარეთ სინხუას აქვს 180 კორპორატიული პუნქტი. სააგენტო 24 საათიან რეჟიმში აქვეყნებს მასალებს 12 ენაზე და წარმოადგენს სიახლეებს, ფოტოსურათებს, აუდიო და ვიდეო მასალებს. სინხუა არ არის სპეციალიზირებული რომელიმე დარგობრივი ინფორმაციის მიწოდებაზე. მისი სამიზნე აუდიტორია არის ყველა დარგის მკითხველი. იგი მოკლებულია პროპაგანდას და ეყრდნობა მკაცრ ციფრებსა და არგუმენტაციებს (<http://xinhuanet.com/>). სინხუა ხალხის დიდ ნდობასა და მოწონებას იმსახურებს, მათ ეძლევათ საშუალება, მიიღონ ზუსტი ინფორმაცია და ბევრი ადამიანი გადაწყვეტილებას სინხუას ინფორმაციაზე დაყრდნობით იღებს. სინხუა ზრუნავს თავის რეპუტაციაზე და მკაცრად არეგულირებს ყველა სიახლის ხარისხსა და სტანდარტს. ინფორმაციის მიწოდების წყაროები საქართველოში მდებარე სინხუას კორპორატიული პუნქტია, თუმცა სათავო ოფისის გავლით.

უცხო ქვეყნებში სინხუას აკრედიტირებული ბიუროები:

1. აზიისა და წყნარი ოკეანეთის რეგიონი, რეგიონის მთავარი ბიურო - ჰონგკონგი (ჩინეთი);

¹ CCTV ვარდების რევოლუციის შემდეგ შემოვიდა საქართველოში, რათა პირდაპირ თბილისიდან გაშუქებულიყო ინფორმაცია საქართველოზე. თუმცა, 2014 წელს, CCTV-ს წარმომადგენლობამ დატოვა საქართველო.

2. ახლო აღმოსავლეთის რეგიონი, რეგიონის მთავარი ბიურო - ეგვიპტე;
3. ლათინო-ამერიკის რეგიონი, რეგიონის მთავარი ბიურო - მექსიკა;
4. აფრიკის რეგიონი, რეგიონის მთავარი ბიურო - კენია;
5. ევროპის რეგიონი, რეგიონის მთავარი ბიურო - ბელგია;
6. ჩრდილოეთ ამერიკის რეგიონი, რეგიონის მთავარი ბიურო - აშშ;
7. ევრაზიის რეგიონი, რეგიონის მთავარი ბიურო - რუსეთი.

გარდა ამისა, ყველა ქვეყანაში ფუნქციონირებს სინხუას წარმომადგენლობა, რომელიც ანგარიშვალდებულია მთავარ ბიუროებთან. სინხუა გახდა ინფორმაციის წამყვანი მიმწოდებელი როგორც სიტუაციაზე ჩინეთის შიგნით, ისე ფარგლებს გარეთ. „სინხუას“ ავტორიტეტი და გავლენა იზრდება, იგი ახორციელებს ეფექტურ თანამშრომლობას წამყვან უცხოურ საინფორმაციო ორგანიზაციებთან. ჩინეთის გაზეთების დიდი ნაწილი, ინფორმაციის მისაღებად „სინხუას“ მიმართავს, მათ შორის „ჟენმინ ჟიპაო“ ინფორმაციის მეოთხედს იღებს „სინხუას“ სააგენტოდან, რომელიც ფლობს ექსკლუზიურ მასალას სხვადასხვა ფორმატში.

ქვემოთ მოგვყავს ცხრილები და დიაგრამები, რაც დაგვეხმარება ჩინეთის ხელისუფლების საქართველოსადმი ინტერესის დონის და, ზოგადად, საქართველოს პოპულარობის დადგენაში.

ენები	ტექსტში
ჩინურენოვანი	2313
ინგლისურენოვანი	1082
რუსულენოვანი	133

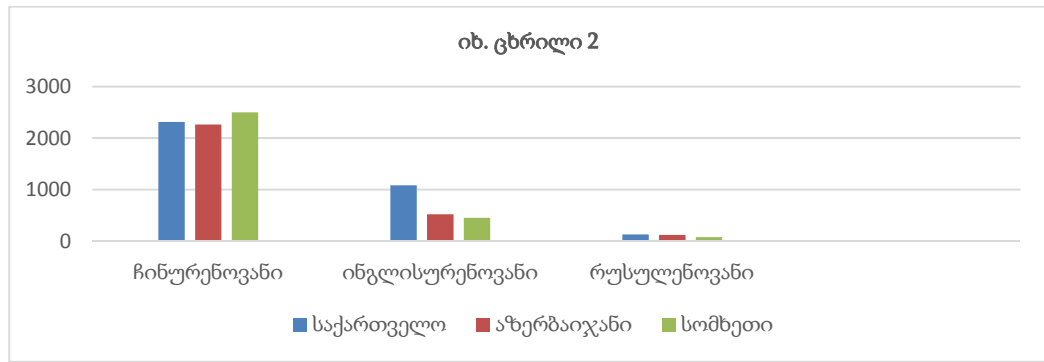
ცხრილი 1. სააგენტო სინხუას მიერ საქართველოზე საკვანძო სიტყვების გამოყენების სიხშირე²

ცხადია, ჩინური მედიასაშუალებების, მათ შორის სინხუას, ჩინურენოვანი სტატიების ტექსტებში უფრო ხშირად გვხვდება საქართველო. რიგით მეორე არის ინგლისურენოვანი, ბოლო კი - რუსულენოვანი. ეს ბუნებრივიც არის, ინგლისური ენა საერთაშორისო ენაა და უფრო გავრცელებულია მსოფლიოში, მეტი მკითხველიც ჰყავს.

ენები	ქვეყნები		
	საქართველო	აზერბაიჯანი	სომხეთი
ჩინურენოვანი	2313	2262	2499
ინგლისურენოვანი	1082	521	456
რუსულენოვანი	133	123	77

ცხრილი 2. სააგენტო სინხუას მიერ სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებზე საკვანძო სიტყვების გამოყენების სიხშირე

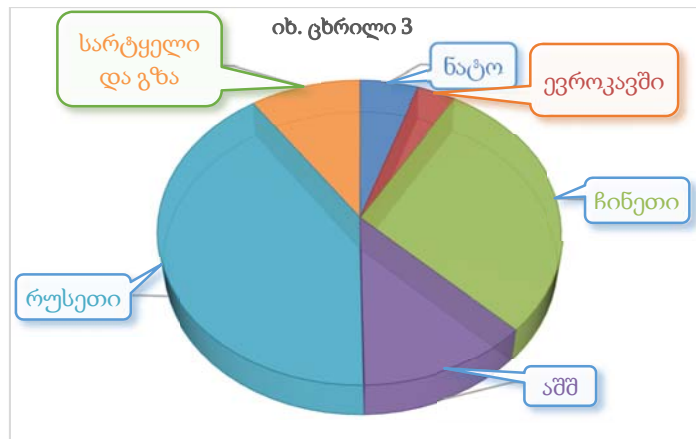
² <http://xinhuanet.com/>. სააგენტო „სინხუა“-ს მონაცემთა ბაზის საძიებო სისტემაზე დაყრდნობით, ცხრილი შედგენილია 2019.05.09 - 2021.05.09 პერიოდში გამოქვეყნებული მასალების მიხედვით.



დიაგრამიდან საგრძნობლად იკვეთება ინგლისურენოვან „სინხუაში“ საქართველოს სხვებზე ხსენების სიხშირე, თუმცა, გარკვეულ წილად, აქაც იგრძნობა მოცემულ ქვეყნებზე ინფორმაციის მიწოდების ბალანსის დაცვის პოლიტიკა.

ძიების ტიპი	საქართველო და	რაოდენობა
ტექსტში	ნატო	158
	ევროკავშირი	105
	ჩინეთი	880
	აშშ	383
	რუსეთი	1247
	სარტყელი და გზა	298

ცხრილი 3. სააგენტო სინხუას მიერ საკვანძო სიტყვების გამოყენების სიხშირე სტატიებში საქართველოს ქვეყნებთან (ჩინეთი, აშშ, რუსეთთან) და ორგანიზაციებთან (ნატო, ევროკავშირი) თანამშრომლობაზე და „სარტყელისა და გზის“ ინიციატივაში ჩართულობაზე.



აქ ნათლად ჩანს, რომ რუსეთ-საქართველოს ურთიერთობი აქტუალობას არ კარგავს, დამბულობის შენარჩუნებიდან გამომდინარე, განსაკუთრებით 2008 წლის რუსეთ-საქართველოს აგვისტოს ომის შემდეგ. მეორე ადგილზეა ჩინეთ-საქართველოს ურთიერთობები და მესამეზეა საქართველო-აშშ-ს ურთიერთობები. აქვე აღსანიშნავია საქართველოს „სარტყელისა და გზის“ ინიციატივაში ჩართულობით დაინტერესება, რაც ძალიან საინტერესო და გასათვალისწინებელია.

3.2. საქართველო და პორტალი „სარტყელი და გზა“

სამთავრობო მედია პორტალი „სარტყელი და გზა“ არის ამ ინიციატივის ხელშემწყობი ვებგვერდი, რომელიც გვაწვდის არა მხოლოდ მნიშვნელოვან სიახლეებს ინიციატივაში მონაწილე ქვეყნების შესახებ, არამედ მათ შესახებ ზოგად ინფორმაციას სხვადასხვა ფორმით - ალწერა, ფოტოგალერეა, მოხსენება ამა თუ იმ ქვეყნის ზოგადი ვითარების შესახებ, მათ შორის მოქმედ წესებსა და კანონებზე, სხვადასხვა სფეროში განვითარების დონეზე, ქვეყნის ტრადიციებსა და ადათწესებზე (<https://www.yidaiyilu.gov.cn/>).

ქვეყნები		
საქართველო	აზერბაიჯანი	სომხეთი
296	242	138

ცხრილი 4. „სარტყელისა და გზის“ მიერ საკვანძო სიტყვების გამოყენების სიხშირე სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებზე³

„სინხუასა“ და „სარტყელისა და გზის“ მონაცემებიდან ჩანს, რომ იკვეთება საქართველოს როლი ინიციატივაში. ჩვენი ინფორმაციით, გვერდი სიახლეების გაშუქების მხრივ, უფრო მეტ აქტიურობას აპირებს, ამიტომ ახლო მომავალში უფრო ხშირად გაშუქდება ინფორმაცია სხვადასხვა ქვეყნაზე, რაც ასევე საინტერესო და გასათვალისწინებელია.

3.3. საქართველოს გაშუქება სხვადასხვა მედიასაშუალებებით

შევეცადეთ „პაიტუს“ მონაცემთა ბაზის საძიებო სისტემაზე დაყრდნობით, წარმოგვეჩინა სოციალურ ქსელებში საინფორმაციო საშუალებების მიერ საქართველოს საკითხების გაშუქება საკვანძო თემატური სიტყვების გამოყენებით. ორ ქვეყანას შორის ურთიერთობების გაღრმავებიდან გამომდინარე, ჩინური მედია საზოგადოებას აწვდის ინფორმაციას ქვეყნის სხვადასხვა თემებზე, როგორცაა: ჩინეთ-საქართველოს ურთიერთობები, პოლიტიკა, სარტყელი და გზა, ვაჭრობა, ეკონომიკა, ინვესტიციები, კულტურა, მოგზაურობა, მხატვრობა, ღვინო და სხვა (www.baidu.com).

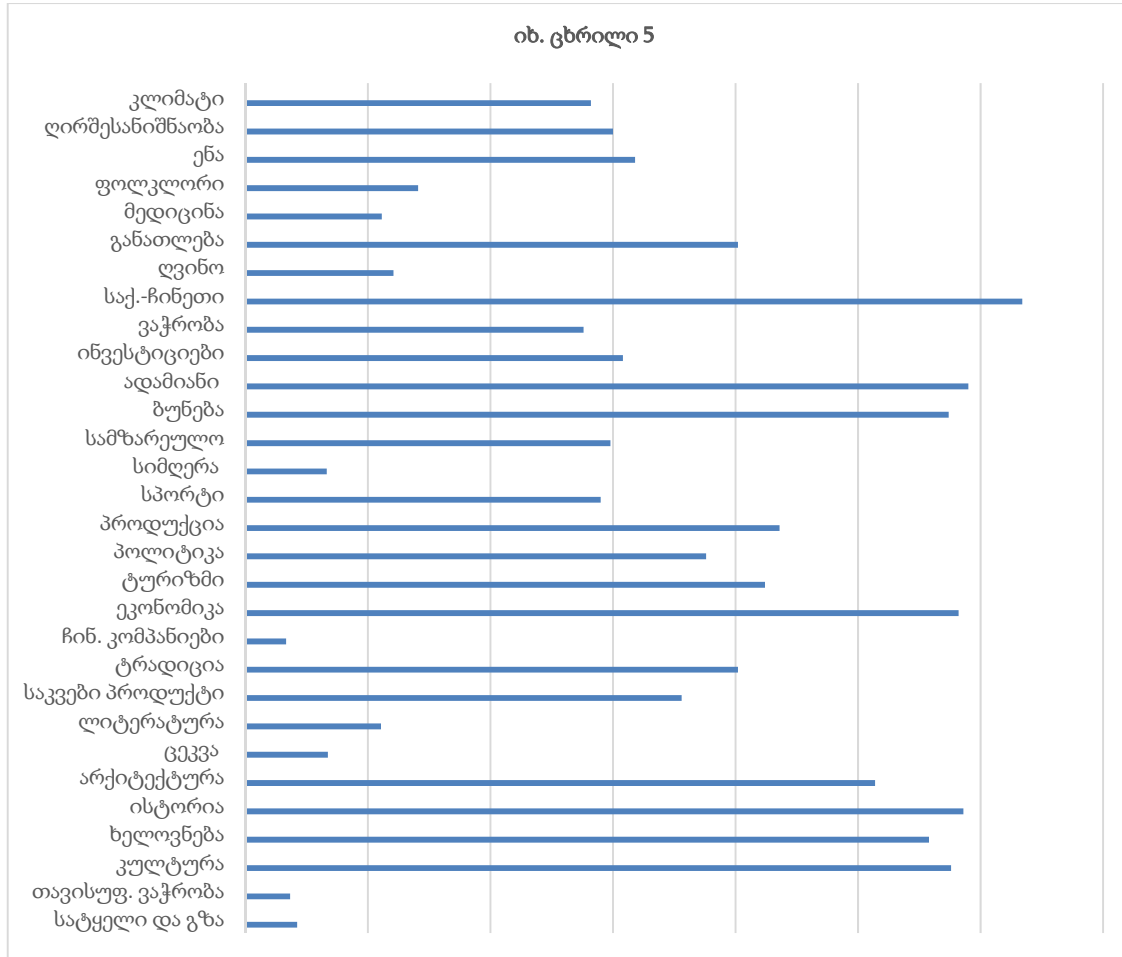
მონაცემების საფუძველზე შეგვიძლია დავინახოთ, რომ მეტი დაინტერესება იკვეთება რამდენიმე მიმართულებით. ნიშანი * გამოხატავს, რომ საკვანძო თემატური სიტყვების გამოყენების მიხედვით, კონკრეტულად რომელი სფეროთი არის მეტი დაინტერესება საქართველოს მიმართ.

საკვანძო სიტყვები	%	საკვანძო სიტყვები	%	საკვანძო სიტყვები	%
სარტყელი და გზა	2,11%	ჩინური კომპანიები	1,66%	ინვესტიციები*	15,4%
თავისუფალი ვაჭრობა	1,82%	ეკონომიკა*	29,1%	ვაჭრობა	13,8%
კულტურა*	28,8%	ტურიზმი*	21,2%	საქართველო-ჩინეთი*	31,7%
ხელოვნება*	27,9%	პოლიტიკა*	18,8%	ღვინო	6,04%
ისტორია*	29,3%	პროდუქცია*	21,8%	განათლება*	20,1%
არქიტექტურა*	25,7%	სპორტი*	14,5%	მედიცინა	5,57%
ცეკვა	3,36%	სიმღერა	3,32%	ფოლკლორი	7,05%
ლიტერატურა	5,53%	სამზარეულო*	14,9%	ენა*	15,9%
საკვები პროდუქტი*	17,8%	ბუნება*	28,7%	ღირმეუბნის მშენებლობა*	15%
ტრადიცია*	20,1%	ადამიანი*	29,5%	კლიმატი	14,1%

ცხრილი 5. პოპულარული მედიების მიერ საკვანძო სიტყვების გამოყენების სიხშირე საქართველოზე საუბრისას.⁴

³ <https://www.yidaiyilu.gov.cn/>.

⁴ „პაიტუს“ მონაცემთა ბაზის საძიებო სისტემაზე დაყრდნობით, ცხრილი შედგენილია პოპულარული მედიასაშუალებებში გამოქვეყნებული მასალების მიხედვით.



3.4. სამხრეთ კავკასიის რეგიონის ქვეყნების გაშუქება და საქართველოს ადგილის გამოვლენა

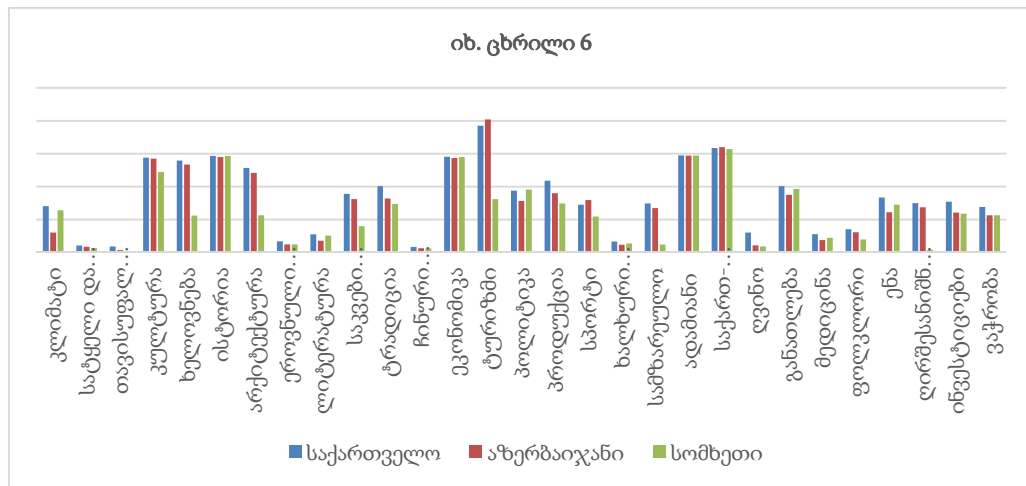
კვლევამ აჩვენა, რომ ჩინური სოციალური მედია თითქმის თანაბრად აშუქებს მოვლენებს. თუმცა, ზოგიერთ სფეროში, საქართველოსადმი ინტერესი მაინც იკვეთება. ჩინეთის მედიის მიერ საქართველოს ხშირი გაშუქება განპირობებულია ოფიციალური პეკინის სამხრეთ კავკასიის რეგიონით, განსაკუთრებით კი, საქართველოში დაინტერესებით. ცხრილში ნიშანი * გამოხატავს სამხრეთ კავკასიის რეგიონში საქართველოს მიმართ დაინტერესებას.

საკვანძო თემატური სიტყვები	საქართველო	აზერბაიჯანი	სომხეთი
სატყელო და გზა*	2,11%	1,73%	1,3%
კლიმატი	4,1%	6,02%	12,8%
თავისუფალი ვაჭრობა*	1,82%	0,685%	0%
კულტურა	28,8%	28,5%	24,4%
ხელოვნება*	27,9%	26,7%	11,2%
ისტორია	29,3%	29%	29,3%
არქიტექტურა*	25,7%	24,2%	11,3%
ეროვნული ცეკვა*	3,36%	2,47%	2,41%
ლიტერატურა*	5,53%	3,58%	5,14%
საკვები პროდუქტი*	17,8%	16,2%	8,02%
ტრადიცია*	20,1%	16,4%	14,7%
ჩინური კომპანიები	1,66%	1,29%	1,23%

ეკონომიკა	29,1%	28,7%	29%
ტურიზმი	38,5%	40,4%	16,2%
პოლიტიკა	18,8%	15,7%	19,1%
პროდუქცია*	21,8%	18%	14,9%
სპორტი	14,5%	15,9%	10,9%
ხალხური სიმღერა*	3,32%	2,33%	2,76%
სამზარეულო*	14,9%	13,5%	2,37%
ადამიანი	29,5%	29,4%	29,4%
საქართველო-ჩინეთი*	31,7%	32%	31,4%
ღვინო*	6,04%	2,13%	1,83%
განათლება*	20,1%	17,5%	19,3%
მედიცინა*	5,57%	3,76%	4,45%
ფოლკლორი*	7,05%	6,13%	3,94%
ენა*	16,7%	12,20%	14,5%
ღირშესანიშნაობა*	15%	13,70%	0,777%
ინვესტიციები*	15,4%	12,1%	11,8%
ვაჭრობა*	13,8%	11,3%	11,3%

ცხრილი 6. ჩინური მედიების მიერ თემატური საკვანძო სიტყვების გამოყენების სიხშირე სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებზე, კერძოდ, საქართველოზე, აზერბაიჯანსა და სომხეთზე საუბრისას.⁵

ცხრილი 6 გვიჩვენებს, რომ სამი ქვეყნის შესახებ ჩინური მედიის მიერ ინფორმაციის გაშუქება თითქმის თანაბარი რაოდენობით ხდება. აღსანიშნავია, რომ საქართველო ლიდერობს რიგ მიმართულებებში, მას მოსდევს აზერბაიჯანი და სომხეთი. ეს ნიშნავს იმას, რომ ჩინეთი დაინტერესებულია რეგიონით და, რომ რეგიონის სხვადასხვა ქვეყანაში ინდივიდუალურად სხვადასხვა სფეროში თანამშრომლობს.



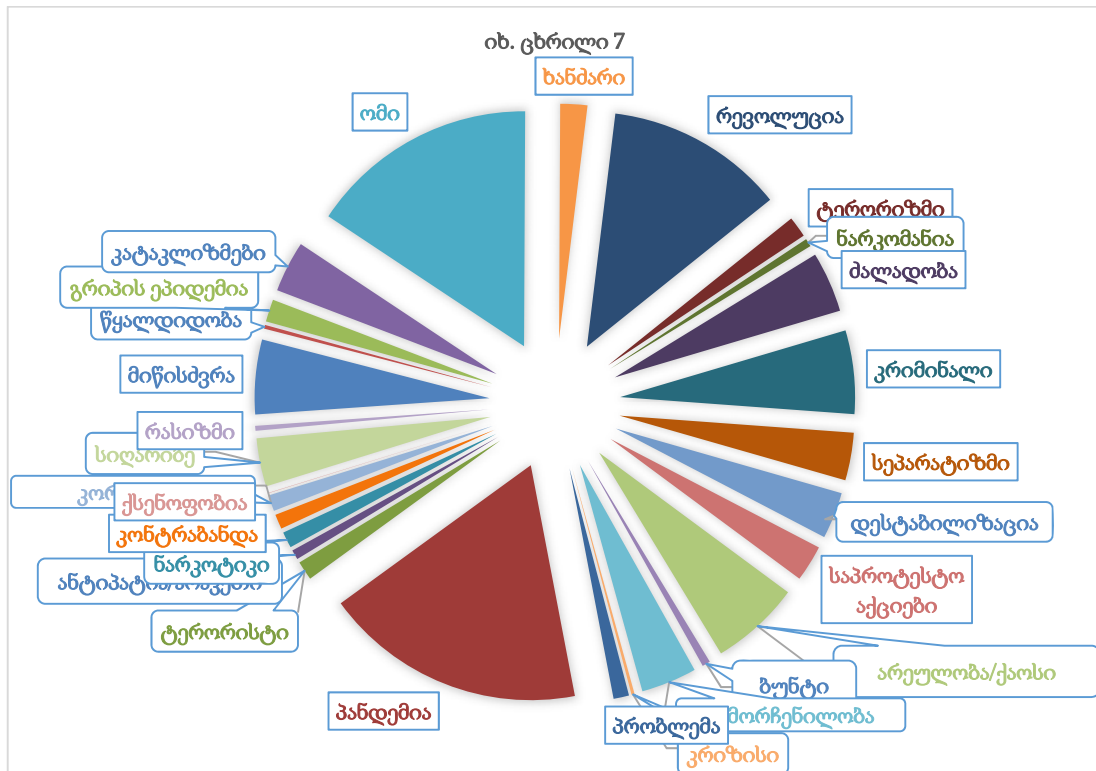
3.5. ჩინეთში საქართველოს ნეგატიური მოვლენების გაშუქება

ამა თუ იმ ქვეყნის შესახებ როგორც დადებითი, ისე ნეგატიური მოვლენები იპყრობს მედიის ყურადღებას. ნებისმიერ ქვეყანაში არსებობს ნეგატიური მოვლენები, არც საქართველო წარმოადგენს გამონაკლისს. აქვე მოყვანილი შესაბამისი მონაცემების ცხრილი.

⁵ „პაიტუს“ მონაცემთა ბაზის სამიუნივერსიტეტო სისტემაზე დაყრდნობით, ცხრილი შედგენილია პოპულარული მედიასაშუალებებში გამოქვეყნებული მასალების მიხედვით.

თემატური სიტყვები	%	თემატური სიტყვები	%
მიწისძვრა	5,67%	კრიმინალი	6,34%
წყალდიდობა	0,277%	სეპარატიზმი	3,63%
გრიპის ეპიდემია	1,7%	დესტაბილიზაცია	2,15%
კატაკლიზმები	3,89%	საპროტესტო აქციები	2,75%
ომი*	17,4%	არეულობა/ქაოსი	6,83%
ხანძარი	2,05%	ბუნტი	0,619%
რევოლუცია*	13,6%	ჩამორჩენილობა	4,23%
ტერორიზმი	1,59%	კრიზისი	8,86%
ტერორისტი	1,45%	ანტიპატია/არაკეთილგანწყობა	0,742%
ნარკომანია	0,618%	პრობლემა*	30,3%
ნარკოტიკი	1,23%	კონტრაბანდა	1,12%
ძალადობა	5,1%	პანდემია*	19,9%
კორუფცია	1,21%	სიღარიბე	3,67%
ქსენოფობია	0,0205%	რასიზმი	0,380%
სიძულვილი	1,28%		

ცხრილი 7. ჩინური მედიების მიერ ნეგატიური საკვანძო სიტყვების გამოყენების სიხშირე



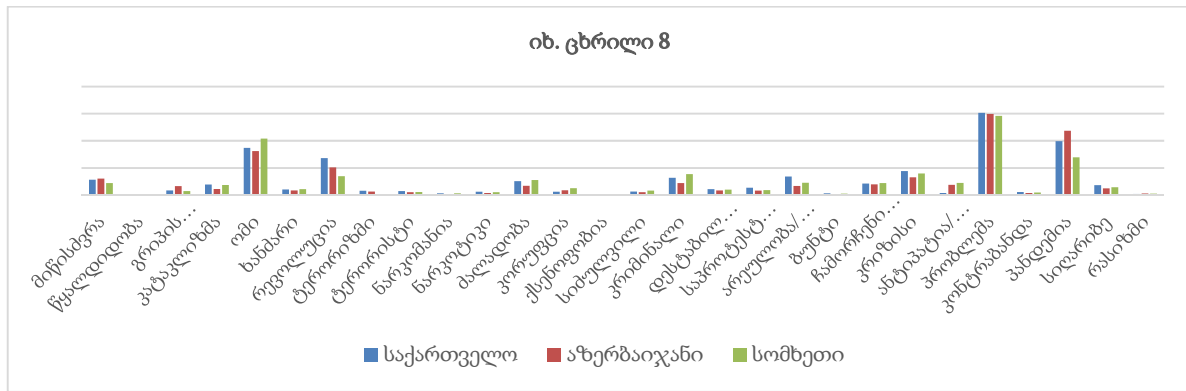
ცხრილის მიხედვით შექმნილმა დიაგრამამ გვაჩვენა, რომ საქართველოში ომი, რევოლუცია, პანდემია (მართალია, პანდემია გლობალურ პრობლემაში გადის) წამყვანი ნეგატიური მოვლენებია და ეს, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველო საკმაოდ მშვიდობიანი ქვეყანაა და ვიაზრებთ, რომ ნებისმიერი სახის არეულობა აზარალებს ქვეყანას და აზიანებს მის რეპუტაციას საერთაშორისო არენაზე, შედეგად ზარალდება ტურიზმისა და ვაჭრობის სფეროები, მცირდება უცხოური ინვესტიციები.

3.6. სამხრეთ კავკასიის ქვეყნების ნეგატიური მოვლენების გაშუქება

თემატური სიტყვები	საქართველო	აზერბაიჯანი	სომხეთი
მიწისძვრა	5,67%	6,06%	4,4%
წყალდიდობა	0,277%	0,154%	0,241%
გრიპის ეპიდემია	1,7%	3,27%	1,438%
კატაკლიზმები*	3,89%	2,21%	3,73%
ომი	17,4%	16,2%	20,8%
ხანძარი	2,05%	1,68%	2,2%
რევოლუცია*	13,6%	10,2%	6,93%
ტერორიზმი*	1,59%	1,27%	1,49%
ტერორისტი*	1,45%	1,08%	1,13%
ნარკომანია	0,618%	0,28%	0,611%
ნარკოტიკი*	1,23%	0,781%	1,06%
ძალადობა	5,1%	3,4%	5,55%
კორუფცია	1,21%	1,77%	2,5%
ქსენოფობია	0,0205%	0,0223%	0,0240%
სიძულვილი	1,28%	1,06%	1,63%
კრიმინალი	6,34%	4,41%	7,74%
დესტაბილიზაცია*	2,15%	1,75%	1,99%
საპროტესტო აქციები*	2,75%	1,64%	1,84%
არეულობა/ქაოსი*	6,83%	3,33%	4,5%
ბუნტი	0,619%	0,356%	0,522%
ჩამორჩენილობა	4,23%	3,93%	4,4%
კრიზისი	8,86%	6,54%	7,93%
ანტიპატია/არაკეთილგანწყობა	0,742%	3,76%	4,45%
პრობლემა*	30,3%	29,9%	29,2%
კონტრახანდა	1,12%	0,817%	0,973%
პანდემია	19,9%	23,7%	13,9%
სიღარიბე	3,67%	2,46%	2,9%
რასიზმი	0,380%	0,551%	0,524%

ცხრილი 8. ჩინური მედიების მიერ ნეგატიური თემატიკის საკვანძო სიტყვების გამოყენების სიხშირე სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებზე, კერძოდ, საქართველოზე, აზერბაიჯანსა და სომხეთზე საუბრისას.

სამხრეთ კავკასიის ნეგატიური მოვლენები, რომლებსაც ჩინურ მასმედიაში ყურადღება ეთმობა არის ომი, რევოლუცია, კრიმინალი, არეულობა და სხვა, რამაც შეიძლება საფრთხე შეუქმნას იმათ, ვინც აპირებს სამოგზაუროდ, სამუშაოდ ან საგანმანათლებლო პროგრამით ჩამოსვლას სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებში. ამიტომ, ქვეყნის უსაფრთხოებაზე ზრუნვა უნდა იყოს უპირველესი ამოცანა. აღსანიშნავია, რომ ჩინეთიდან ჩვენ რეგიონამდე მანძილი დიდია, მგზავრობის ღირებულება მაღალია, ამიტომ ხშირად უფრო მიმზიდველი ხდება სამივე ქვეყანაში სხვადასხვა სახის ვიზიტი და მოგზაურობა, ამისთვის კი შესაბამისი გარემო უნდა შეიქმნას.



4. დასკვნა

მასმედია გავლენას ახდენს ადამიანის აზროვნებაზე, საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე. ის რაც გადმოიცემა მასმედიის საშუალებით, პირდაპირ ახდენს გავლენას ადამიანის, საზოგადოების, ხელისუფლებისა და ქვეყნის სახეზე და რეპუტაციაზე. ქვეყანამ უნდა იზრუნოს თავისი ქვეყნის, ხალხის განვითარებაზე და ქვეყნის რეპუტაციაზე და პოპულარიზაციაზე, ხშირად უცხოელებს სწორედ მასმედიის საშუალებით აქვთ ჩვენზე წარმოდგენა შექმნილი.

თუმცა პრობლემური სიტუაციების გამო, სამწუხაროდ, უფრო ძლიერი და გავლენიანი ქვეყნები აზერბეიჯანს ამა თუ იმ ქვეყნის რეპუტაციაზე და პოპულარიზაციაზე „ზრუნვას“ და ამ ბერკეტის გამოყენების მიზნით, ცდილობენ სხვადასხვა ქვეყნის მასმედიის წარმომადგენლობის ფილიალი ან წარმომადგენლობა მათ ქვეყანაში დამკვიდრდეს.

ქვეყნის სახე და რეპუტაცია საერთაშორისო არენაზე განაპირობებს სხვა ქვეყნებთან ურთიერთობებს. რომ ავიღოთ მაგალითად, სხვა ხალხისადმი შემწყნარებლობის პრობლემა, საქართველოში ხშირად უმიზეზოდ ხდება უცხოელ (განსაკუთრებით, აზიისა და აფრიკის ქვეყნების) ხალხზე უარყოფით კონტექსტში წერა, გარკვეული სტერეოტიპების ხელოვნურად შექმნის მიზნით, რაც იწვევს სოციალურ ქსელებში ხალხის შეცდომაში შეყვანას, წაქეზებას და ზოგ შემთხვევაში, პროტესტამდე მიყვანასაც კი. საბოლოო ჯამში, ეს აზიანებს ქვეყნის რეპუტაციას, შემდეგ ეს უარყოფით გავლენას ახდენს ორ ქვეყანას შორის ურთიერთობებზე სხვადასხვა სფეროში, განსაკუთრებით კი, საზიანოა ჩვენი სუვერენიტეტისთვის და ტერიტორიული მთლიანობისთვის.

წყაროების დამუშავების პროცესში დავაგროვებთ შესაბამისი ფაქტები და მონაცემები, გავეცანით ინფორმაციის დიდ რაოდენობას, დიდწილად, ეს ყველაფერი შეესაბამება ჩვენს ხედვებსა და ვარაუდებს, ინფორმაციის შეჯერების საფუძველზე გამოვიტანეთ შემდეგი დასკვნა:

აღწერეთ ჩინური მედია, მედია-პოლიტიკის ანალიზი, მედია სეგმენტების ანალიზი, ასევე რამდენიმე გასათვალისწინებელი ფაქტორები. მოვიძიეთ საქართველოზე ჩინურ მედიაში გასული ინფორმაცია, სტრუქტურირება და ანალიზი, მათ შორის, შედარებითი ანალიზი, რომელიც განხორციელდა ელექტრონულ და ონლაინ მედია საშუალებების საფუძველზე. მედია ანალიზში ვგულისხმობთ საინფორმაციო საშუალებების მიერ საქართველოს ირგვლივ სხვადასხვა მოვლენათა გაშუქების ტენდენციაზე დაკვირვებას. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მედიასაშუალებები საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების ერთ-ერთი ბირთვია. აქედან გამომდინარე, თითოეული გზავნილი, ქვეყნის სახის ფორმირებისთვის გადამწყვეტია. მედია სივრცის შეფასება არსებული პრობლემების აღმოფხვრისა და სწორი სტრატეგიის დაგეგმვისათვის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტია.

ჩვენი კვლევის ფარგლებში, გავანალიზებთ სინხუას სააგენტოს სტატიების ტექსტები საკვანძო სიტყვების გამოყენების რაოდენობისა და რაგვარობის მიხედვით; მოკლედ გავანალიზებთ სამთავრობო პორტალი „სარტყლისა და გზის“ ინიციატივა, და მასში საქართველოს

შესახებ ინფორმაციის რაოდენობა, გავაკეთეთ შედარებითი ანალიზი; გავაანალიზეთ, ზოგადად, ჩინურ მედია-სისტემაში საქართველოს შესახებ ინფორმაციის რაოდენობა და რაგვარობა.

ანალიზის საფუძველზე პრობლემის გადაჭრის პერსპექტივად მივიჩნევთ, რომ, რასაკვირველია, ქვეყნის შესახებ ცნობადობის ამაღლების უპირველესი პირობაა ქვეყანაში სტაბილური ვითარება და ეკონომიკური განვითარება. ევროპული და ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციის კურსის შენარჩუნებასთან ერთად, აუცილებელია ჩინეთთან სხვადასხვა მიმართულებით თანამშრომლობის გააქტიურება და გაღრმავება. გარდა ამისა:

- 1) ჩინურ და ქართულ მედიასაშუალებებს შორის დაიწყოს თანამშრომლობა ჩინური მედია-სისტემის სპეციფიკისა და საქართველოს ეროვნული ინტერესების გათვალისწინებით. პარალელურად, საქართველოში ჩინეთის ცნობადობის გაზრდის ხელშეწყობაც უნდა გაგრძელდეს.
- 2) მსოფლიოში ჩინეთის სტატუსის გათვალისწინებით, სახელმწიფომ შექმნას ჩინურენოვანი გვერდი, ან გააქტიუროს ინგლისურენოვანი სიახლეები.
- 3) ყველა არსებული რესურსის გამოყენებით, საქართველო აქტიურად ჩაერთოს ინიციატივაში „სარტყელი და გზა“, რაც ხელს შეუწყობს ეკონომიკური ურთიერთობების გაღრმავებას.
- 4) სახელმწიფოს, კერძო კომპანიებისა და ინდივიდების მხრიდან ქვეყნის შესახებ პრეზენტაციების, გადაცემების, სარეკლამო რგოლების მომზადება.
- 5) ინვესტიციების მოზიდვის ხელშეწყობა, ანუ ქვეყნის საინვესტიციო შესაძლებლობებზე ცნობადობის ამაღლება.
- 6) სამხრეთ კავკასიის რეგიონში უპირატესობის მოპოვებაზე და საერთაშორისო პროექტებში აქტიური ჩართულობაზე მეტად ზრუნვა.
- 7) ჩინეთში ჩამოყალიბდეს ქართული კულტურის ცენტრი, რომელიც იმუშავებს საქართველოს ცნობადობის ამაღლებაზე ჩინეთში.

აუცილებლად გასათვალისწინებელია ის, რომ ჩინეთს უნდა მიეწოდოს ინფორმაცია პირდაპირ საქართველოდან და რუსეთს მედიატორის როლის შესრულების საშუალება არ უნდა მიეცეს, რადგან, დღესდღეობით, ძირითადად, იგი დეზინფორმაციის გავრცელებას ემსახურება, რითაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს საქართველოს რეპუტაციას და აისახოს ორ ქვეყანას შორის თანამშრომლობაზე სხვადასხვა სფეროში.

რასაკვირველია, ევროპასა და აზიას შორის დამაკავშირებელი სატრანზიტო ფუნქციის მქონე ქვეყნის სასიკეთო საქმეების აქტიურად გაშუქებაზე ზრუნვა აუცილებელი პირობაა. ამავდროულად, საქართველოსათვის პრიორიტეტულია სხვადასხვა მიმართულებებით ჩინეთთან თანამშრომლობის დიდი პოტენციალის გამოყენება და იქ საქართველოს შესახებ ცნობადობის ამაღლება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

დოჯურიშვილი, დ. 2016. „მასმედიის გავლენა საზოგადოებაზე.“ სამაგისტრო ნაშრომი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი.

შოშიტაშვილი, ნ. 2010. „ტელემედიის თავისუფლება და დამოუკიდებლობა პოსტრევოლუციურ საქართველოში.“ სადოქტორო ნაშრომი, თსუ.

ჩომსკი, ნოამ, და ედვარდ ს. ჰერმანი. 2020. *თანხმობის წარმოება*. თბილისი: სულაკაურის გამომცემლობა.

ჯოლოგუა, თ. 2013. *მასობრივი კომუნიკაციის და ჟურნალისტიკის შესავალი*. თბილისი: წმ. ილიას სახ. უნივერსიტეტი.

- Bonvillain, N. 1997. *Language, Culture, and Communication: The Meaning of Messages*. New Jersey: Prentice Hall.
- Conboy, M. 2010. *The Language of Newspapers: Socio-Historical Perspectives*. London: Continuum.
- Curran, J. 1999. *Mass Media and Society*. London: Arnold.
- Hachten, W. A. 1996. *The World News Prism. Changing Media of International Communication*. Iowa: University Press.
- Masscul, B. 1998. *Key Words in the Media*. London: Harper Collins.
- <http://ge.china-embassy.org> – ჩსრ-ს საელჩო საქართველოში.
- <http://www.china.mfa.gov.ge> – საქართველოს საელჩო ჩსრ-ში.
- <http://www.news.cn/> – სააგენტო „სინხუა“.
- <http://xinhuanet.com/> – სააგენტო „სინხუა“.
- <http://www.chinaview.cn/> – სააგენტო „სინხუა“ ინგლისურ ენაზე.
- <http://russian.news.cn/> – სააგენტო „სინხუა“ რუსულ ენაზე.
- <https://www.yidaiyilu.gov.cn/> – პორტალი „სარტყელი და გზა“.
- www.baidu.com – სამიუბო სისტემა „პაიტუ“.