

ირინე ცინცაძე

ინტერკულტურული კომუნიკაცია
ინტერდისციპლინარულ კონტექსტში



დამტკიცებულია სახელმძღვანელოდ
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის
სარედაქციო-საგამომცემლო საბჭოს
მიერ. 29.03.2017, ოქმი №1

სახელმძღვანელოში გათვალისწინებულია ვერბალური და ნონვერბალური კომუნიკაციების კომპლექსური სისტემების პრობლემатиკის თანამედროვე კონტექსტი, ინტერკულტურული კომუნიკაციის რელევანტური პრინციპები, მიმოხილულია კომუნიკაციური თეორიის განსხვავებული მოდელები, კონვერზაციის ეთიკის, სტრესისა და კონფლიქტების მართვის საკითხები, პოლიტიკური მედიადისკურსის საკვანძო ასპექტები, სოციალური მედიისა და ინტერკულტურული კომუნიკაციის ინტერფერენციები, ვირტუალური იდენტობის პრობლემاتيკა, გლობალიზაციის გამოწვევები.

სახელმძღვანელო განკუთვნილია ახალი პროგრამის „უცხოური ენები და კომუნიკაციები“ ბაკალავრიატის დამასრულებელი, მერვე სემესტრის სტუდენტებისათვის, თუმცა საინტერესო იქნება მაგისტრატურის საფეხურზე პუბლიცისტური პროფილის, საერთაშორისო ურთიერთობების, საზოგადოებრივი ურთიერთობების, ბიზნესის ადმინისტრირების სპეციალობის სტუდენტებისათვის და, ზოგადად, კულტურათშორისი კომუნიკაციის პრობლემებით დაინტერესებული მკითხველისათვის.

სამეცნიერო რედაქტორი, პროფესორი თემურ ჯაგოდინშვილი

რეცენზენტები: ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი თამარ მეზუკე,

თბილისის თავისუფალი უნივერსიტეტის არაბული ქვეყნებისა და
ისლამური სამყაროს შემსწავლელი ცენტრის დირექტორი,
პროფესორი გურამ ჩიქოვანი

© საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი“, 2017

ISBN 978-9941-20-811-9

<http://www.gtu.ge>

ყველა უფლება დაცულია. ამ წიგნის არც ერთი ნაწილის (იქნება ეს ტექსტი, ფოტო, ილუსტრაცია თუ სხვა) გამოყენება არანაირი ფორმით და საშუალებით (იქნება ეს ელექტრონული თუ მექანიკური) არ შეიძლება გამომცემლის წერილობითი ნებართვის გარეშე.

საბეჭდო უფლებების დარღვევა ისჯება კანონით.



რედაქტორისაგან

ჩვენი თანამედროვეობის ცნობიერებაში უკვე მყარად დამკვიდრდა აზრი იმის თაობაზე, რომ ამჟამად კაცობრიობა პლანეტარული გლობალიზმის ეპოქაში იმყოფება და მისი ყველაზე მნიშვნელოვანი კონცეპტი, ყველაზე მვირადღირებული კაპიტალი ინფორმაციაა. ინფორმაციის ინფორმაციულობის მსაზღვრელი კი კომუნიკაციაა, რადგან თავისთავად და თავისი თავისათვის არსებული ინფორმაცია, ადრესატისათვის უცნობ, მიუწვდომელ, ამოუცნობ და იდუმალ შინაარსად დარჩება.

გლობალიზმმა ინფორმაციასთან ერთად ამიტომაც აქცია კომუნიკაცია თანამედროვეობის მნიშვნელოვან მოვლენად. გლობალიზმმა სწორედ კომუნიკაციის წყალობით შეიძინა დედამიწური მასშტაბები და რეგისტრები, „შეაღწია“ სხვადასხვა კონტინენტში, ქვეყანაში და ერთიან რიტმსა და კანონზომიერებებს დაუქვემდებარა განსხვავებული საზოგადოებრივი წყობის, კულტურის ქვეყნები. ამის გამო, თანამედროვეობის არსებით მახასიათებლად იქცა სხვადასხვა კულტურის ადამიანების, სოციალური ჯგუფების, ეთნოსების არა მხოლოდ პასიური, არამედ ინტერაქტიური თანაცხოვრება. სხვადასხვა კულტურის მქონე ადამიანთა კომუნიკაციები თანამედროვე საზოგადოების ერთ არსებით ნიშანს ქმნის. ესაა **მულტიკულტურალიზმი**, უფრო ზუსტად, **„ინტერკულტურალიზმი“**, ანუ მოვლენა და ცნება, რომელიც სწორედ განსხვავებული კულტურის მქონე ადამიანებს შორის ინტერაქციას გამოხატავს და არა მხოლოდ მათ ფაქტობრივ თანაცხოვრებას, უბრალო პლურალიზმის გაგებით. ეს კი იმასაც ნიშნავს, რომ თანამედროვე საზოგადოებისთვის არსებობის საფუძველს ქმნის ინტერკულტურული კომუნიკაციები, რადგან განსხვავებული კულტურების არსის აღქმა, გაგნობიერება და გათავისება უცხო კულტურ(ებ)ის აღიარების, მათი ღირებულებითი სისტემის ელემენტების (კონცეპტების) დაფასებას იმყარება. დღეისათვის საკამათო აღარ არის ის აზრი, რომ მულტიკულტურალიზმის ფილოსოფიის არსში გარკვეული ანუ მულტიკულტურული განათლების მქონე პიროვნება წარმოადგენს თანამედროვე საზოგადოების წარმატებულსა და პერსპექტიულ წევრს.

ირინე ცინცაბის წიგნი **„ინტერკულტურული კომუნიკაცია ინტერდისციპლინარულ კონტექსტში“**, უპირველესად, იმით არის საინტერესო, რომ შეიცავს თანამედროვე ცოდნას (ინფორმაციას) გლობალიზმის ამ მნიშვნელოვანი მოვლენის შე-

სახე. მის წინამდებარე წიგნში საკმაოდ საფუძვლიანად, ღრმად და დეტალურად არის განხილული კულტურის, კულტურისა და საზოგადოების, ინტერკულტურალიზმის, ინტერკულტურული კომუნიკაციის პრობლემები, აღნიშნული თვალსაზრისით თანამედროვე კომუნიკოლოგიასა და კულტუროლოგიაში დაგროვილი ვეებერთელა ცოდნა. ამ გარემოებას კი მნიშვნელობას ისიც ჰმატებს, რომ თანამედროვე ქართული საგანმანათლებლო აკადემიური სივრცე ამ ტიპის გამოკვლევებითა და სრულფასოვანი სასწავლო ლიტერატურით მაინცა და მაინც არ არის განებივრებული. ეს სივრცე ჯერჯერობით ნაჩქარევად და შესაბამისი ენობრივი, კომუნიკოლოგიური და კულტუროლოგიური კომპეტენციების არმქონე პირების მიერ ნათარგმნი ნაშრომებით არის გაჯერებული. ამის გამო ამ „ნათარგმნი“ წიგნების სიკეთე სასურველს ძალიან დამორეზულია.

ორინე ცინცაძის წიგნი ამ მხრივაც მნიშვნელოვანი სიახლეა. იგი ქართულენოვანია ამ ცნების საუკეთესო გაგებით, იგი ქართული ენობრივი ცნობიერების თვალთახედვით დაწერილი ნაშრომია, ქართულად დანახული და აღქმული თანამედროვე ევროატლანტიკური ცოდნის თხრობაა. ამ გარემოებას ოდნავადაც ვერ აფერმკრთალებს წიგნის ცალკეულ თავებში ტერმინებით ზედმეტად გატაცება და სხვადასხვა ევროპული და ამერიკული სამეცნიერო სკოლების ტერმინების გვერდიგვერდ გამოყენება, რომლებიც სინონიმურნია ხშირად და გამოუცდელი მკითხველის „დაბნევის“ რისკებს შეიცავს. ამგვარ ტერმინოლოგიურ სიუხვეს მაინც აქვს გამართლება: ავტორის ჩანაფიქრით, ტერმინებმა აქ მეტაენის ფუნქცია უნდა შეასრულონ და მკითხველს გაუადვილონ იმ მეცნიერულ სამყაროში შესვლა, რომელსაც იგი სთავაზობს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ტერმინებისა და ტერმინოლოგიის დახმარებით მკითხველს თანამედროვე კომუნიკოლოგიის, კულტუროლოგიის, მათ შორის ინტერკულტურალიზმის ფუნქციური ენა და სტილიც უნდა შეასწავლოს.

ორინე ცინცაძის ნაშრომი კიდევ ერთი, თანაც უაღრესად მნიშვნელოვანი ასპექტით არის ინოვაციური, ესაა მისი ინტერდისციპლინარიზმი, როგორც საკვლევი პრობლემის ხედვა და ახალი ცოდნის შექმნის მეთოდოლოგია.

ჩვენი თანამედროვეობისათვის, როგორც პოსტმოდერნისტული რეალობისა და კულტურისათვის, დომინანტურია კოლაჟის პრინციპი, რომელიც „ციტატიზმში“ ამეღავენებს თავს. ციტატიზმი კი „კულტურული კოსმოსის“ ერთიანობისა და მისი არსობ-

რივი მრავალფეროვნების წვდომის გზაა (ა. ბელი, კ. სვასიანი). „კულტურული კოსმოსი“ ცნება გულისხმობს, რომ აუცილებელია ერთდროულად კულტურის მთლიანური (პოლისტური) აღქმა, ასევე მისი შინაგანი მრავალფეროვნების გააზრება, ანუ კულტურის ხედვა „არა მისი შემადგენელი ცალკეული, ერთმანეთისგან იზოლირებული ელემენტების თანდათანობითი აგებით, არამედ, მხოლოდ და მხოლოდ ამ ელემენტთა ერთობლიობის ერთდროული აღქმის აქტში განხორციელებული ხედვით“, რასაც კულტუროლოგიაში სინოპსისს უწოდებენ და რაც გულისხმობს „ეუცქიროთ ბევრს და დავინახოთ ერთი“. ცხადია, ამგვარი ხედვა კონცეპტუალურთან ერთად მეთოდოლოგიურ ასპექტსაც შეიცავს და თანამედროვეობის გაგებაგანმობიერების გზას ავლენს, რაც კულტურის მთლიანურობის პრობლემას უკავშირდება.

დღეს მეცნიერული აზრი სინოპსისის პრინციპით ვითარდება - ცალკეულ სფეროებში დაგროვილი ცოდნის გათავისებით ერთიანის (მთლიანურის) წვდომის მიზნით. სწორედ ამაშია ირინე ცინცაძის წინამდებარე ნაშრომის კიდევ ერთი დიდი ღირსება. ამ ნაშრომში არა მხოლოდ ინტერკულტურალიზმის მოვლენის შინაარსია გადმოცემული, არამედ მისი ის ასპექტებიც, რომლებსაც ტრადიციული მეცნიერული დარგები შეიცავენ, მაგალითად ისეთები, როგორიცაა: კომუნიკოლოგია, სემიოტიკა, ვერბალური კომუნიკაცია, ნონვერბალური კომუნიკაცია, პოლიტიკური კომუნიკაცია, კორპორაციული კომუნიკაციები (სტრატეგიული კომუნიკაცია, კომუნიკაციის მენეჯმენტი) და სხვ. მნიშვნელოვანი ისიც არის, რომ ი. ცინცაძის წიგნი ინტერდისციპლინარული თვალსაზრისითაც ინფორმაციული სისასვითა და ინოვაციურობით იქცევის ყურადღებას, რაც თავისთავად სასწავლო გამიზნულობის ნაშრომის ღირებულების უპირველესი საზომია.

ზემოაღნიშნული კი თავისთავად ცხადყოფს, რომ ირინე ცინცაძის ნაშრომი „ინტერკულტურული კომუნიკაცია ინტერდისციპლინარულ კონტექსტში“ დიდ სამსახურს გაუწევს არა მხოლოდ ინტერკულტურალიზმის პრობლემებით დაინტერესებულ სტუდენტებსა და, საერთოდ, მკითხველს, არამედ, ზოგადად, კომუნიკოლოგიათა და კულტუროლოგიით დაინტერესებულ მკითხველ საზოგადოებასაც.

ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი

თემურ ჯაგოდნიშვილი

2016 წლის 28 ნოემბერი

შესავალი

XXI საუკუნეში, გლობალიზაციის ეპოქაში, თანამედროვე საზოგადოების უმნიშვნელოვანესი კაპიტალი, ერთი მხრივ, ინფორმაციის სწრაფი ხელმისაწვდომობა და მოპოვებული ინფორმაციის ზუსტი, ადეკვატური აღქმა, გააზრება-განალიზება-გადამუშავებაა, მეორე მხრივ კი, კომუნიკაციური კომპეტენციის მაღალი ხარისხი, რაც პროფესიონალიზმთან კომბინაციაში მსოფლიო ბაზრის მზარდი კონკურენციისა და არაერთგვაროვანი გამოწვევების პირობებში წარმატების მიღწევის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი წინაპირობა და საწინდარია.

ინტერნეტტექნოლოგიების განვითარების პარალელურად იცვლება მსოფლიოს აღქმისა და მისი კომუნიკაციური წვდომის შესაძლებლობებიც: გლობალური ქსელი კომუნიკანტებისთვის საზღვრებისა და ბარიერებისგან დაცლილი სივრცეა, რომელიც ინფორმაციული ნაკადების მიმოცვლისა და გაზიარების პრაქტიკულად უკიდევანო შესაძლებლობებს გვთავაზობს კომუნიკაციური პროცესების ყველა დონეზე. შესაბამისად, ბუნებრივია, ინტერესი ზოგადად კომუნიკაციის ფენომენის, განსაკუთრებით კი ინტერკულტურული კომუნიკაციის მიმართ.

ინტერკულტურული კომუნიკაცია გულისხმობს კულტურათშორის, საერთაშორისო, გლობალურ კომუნიკაციას, ურთიერთობის ყველაზე ფართო და მრავალმხრივი გაგებით, კერძოდ: მეტყველების, რეაქციის, შესტიკის, მიმიკის, ემოციის, - როგორც ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციური კოდების ერთობლიობას, რომელიც, თავის მხრივ, განაპირობებს და აყალიბებს კულტურულ-სპეციფიკურ თავისებურებებს, განსხვავებებს, ტრადიციებს, ეტიკეტს, ქცევის კოდებს, როგორც მეტაენობრივ განზომილებას. ინტერკულტურული კომუნიკაცია ურთიერთობაა სხვადასხვა სოციალური, რასობრივი, ეთნიკური, კულტურული და / ან ენობრივი ჯგუფების წარმომადგენლებს შორის. წარმატებული ინტერკულტურული კომუნიკაციის წინაპირობაა, ერთი მხრივ, საკუთარი ფასეულობების რწმენა, მეორე მხრივ კი, კომუნიკაციის პარტნიორთა ურთიერთპატივისცემა.

თანამედროვე გლობალურ სამყაროში სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელთა კომუნიკაცია ყოველდღიური ყოფის ბუნებრივი ნაწილია. კულტურულ სხვაობათა გაგნობიერება, ადეკვატური აღქმა და ანალიზი საინტერესო, მიმზიდველი და ნაკლებ-

ბად კონფლიქტური ცხოვრებისა და თანაცხოვრების საფუძველია. პიროვნებას, რომელიც ფლობს მულტიკულტურულ გარემოში ორიენტაციისა და კომუნიკაციის უნარ-ჩვევებს, წარმატებული კარიერისა და კურიკულუმის მეტი შესაძლებლობები აქვს როგორც საკუთარ სამშობლოში, ისე მის ფარგლებს გარეთ. მაღიან განზოგადებული გაგებით, ფილოსოფიური თვალსაზრისით, ნებისმიერი კომუნიკაცია შესაძლოა ინტერკულტურული კომუნიკაციის ტიპად განვიხილოთ, რადგან ყოველ ინდივიდს საკუთარი ისტორია (ავტობიოგრაფია / ბიოგრაფია), თეზაურუსი, უნიკალური იდიოლექტი, იდენტობა და ინდივიდუალური კულტურა აქვს.

ინტერკულტურული კომუნიკაციის ამგვარი ინტერპრეტაცია ზუნებრივად განაპირობებს და ხსნის ინტერდისციპლინარულ კონტექსტს, რაც, თავის მხრივ, სხვადასხვა სამეცნიერო დისციპლინის, - უპირველესად, კომუნიკატივისტიკის, როგორც თანამედროვე ლინგვისტიკის ერთ-ერთი წამყვანი ქვედარგის, - სოციო- და ფსიქოლინგვისტიკის, ლინგვოკულტუროლოგიის, ანთროპოცენტრისტული ლინგვისტიკის, ანთროპოლოგიის, სემიოტიკის, ფილოსოფიის, ფსიქოლოგიის, პოლიტოლოგიის, მედიატექნოლოგიებისა და საზოგადოებრივი ურთიერთობების, ეთიკის, სოციოლოგიის, დისკურსის ანალიზის, ლიდერობის თეორიის, კონფლიქტოლოგიის, მარკეტინგისა და მენეჯმენტის საფუძვლებს აერთიანებს. შეიძლება ითქვას, რომ ინტერკულტურული კომუნიკაცია თანამედროვე სოციუმების განვითარების პერსპექტივაა; მეტიც, ოგი ხედვისა და აზროვნების ქვაკუთხედაა, რომელიც ჰარმონიულ, წარმატებულ და ურთიერთპატივისცემის პრინციპებზე დაფუძნებულ თანაცხოვრების ახალ სივრცეს ქმნის.

ინტერკულტურული კომუნიკაციის ინტერდისციპლინარულ resp. დისციპლინათშორის კონტექსტში განხილვა განპირობებულია საკითხთა მაღიან ფართო სპექტრის დაფარვის აუცილებლობით, რომელიც უშუალო შემხებლობაშია კულტურათმორისი ურთიერთობების სხვადასხვა დონესთან.

ინტერკულტურული კომუნიკაციის კურსი ახალი დისციპლინაა დასავლეთის წამყვან და რენომირებულ უნივერსიტეტებში. აკადემიურ სივრცეში მისი სწავლების საჭიროება ნაკარნახევია თანამედროვე, გლობალური მსოფლიო სიტუაციის მოთხოვნათა და გამოწვევათა გათვალისწინებით და მიზნად ისახავს სოციუმის წევრთა კომუნიკაციური კომპეტენციისა და მგრძნობელობის ამაღლებას სხვადასხვა კუთხით.

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის 2012 – 2018 წწ. სტრატეგიული განვითარების გეგმა, რომელიც საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტს რეგიონის ლიდერ უნივერსიტეტებს შორის ხედავს, - წამყვანი ევროპული და ამერიკული უნივერსიტეტების სილაბუსების სტანდარტების ინტეგრირების პარალელურად ძირითად აქცენტს ინტერდისციპლინარული სწავლების ელემენტის ფართო გამოყენებაზე აკეთებს. სწორედ ზემოხსენებული სტრატეგიული განვითარების ხედვის შესაბამისად, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის აკადემიური საბჭოს 2015 წლის 19 მაისის № 1548 დადგენილებით, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტის ქართული ფილოლოგიისა და მედიატექნოლოგიების დეპარტამენტის ხელმძღვანელის, პროფ. თემურ ჯაგოდნიშვილის ინიცირებით ამავე დეპარტამენტის ასისტ. პროფესორს, ირინე ცინცაძეს დაევალა თანამედროვე, ინგლისურ-გერმანულენოვანი სპეციალური ლიტერატურის დამუშავება და ინტერკულტურული კომუნიკაციების ინტერდისციპლინარული კურსის სასწავლო-მეთოდური სახელმძღვანელოს შექმნა.

ინტენსიური მუშაობის შედეგად შეიქმნა სახელმძღვანელო, რომელიც საკითხთა ფართო სპექტრს მოიცავს, როგორც უშუალოდ ლინგვისტურს, - განსაკუთრებით სოციოლინგვისტურსა და სემიოტიკურს, ისე არავერბალური კომუნიკაციის ინსტრუმენტარიუმის ძირითად სისტემებს. სახელმძღვანელო მოიცავს ინფორმაციის მიღების, დამუშავებისა და გავრცელების თანამედროვე ტექნოლოგიებსა და კონფიგურაციებს, პოლიტიკური და სტრატეგიული კომუნიკაციის სპეციფიკას, კორპორაციული კომუნიკაციის ტიპებსა და მენეჯმენტს, კომუნიკაციური ელემენტების სტრატეგიულ სისტემატიკას, საქმიანი კომუნიკაციის სტილსა და სპეციფიკას, ძალაუფლების, როგორც სოციალური ფენომენის ძირითად კონცეფციებს, ლიდერობის პრობლემატიკას, კულტურისა და საზოგადოების კორელაციის ასპექტებს, გლობალიზაციისა და ინტერკულტურული კომუნიკაციის კონტექსტის საკვანძო საკითხებს, ინტერჯგუფურ ურთიერთობებს, ეთნოკულტურულ სტერეოტიპებს, ინტერკულტურულ ალიანსებს.

ნაშრომში გათვალისწინებულია ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციის კომპლექსური სისტემების პრობლემატიკის თანამედროვე კონტექსტი, ინტერკულტურული კომუნიკაციის რელევანტური პრინციპები, მიმოხილულია კომუნიკაციური თეორიის განსხვავებული მოდელები, კონვერზაციის ეთიკის, სტრესისა და კონფლიქ-

ტების მართვის ძირითადი საკითხები, პოლიტიკური მედიადისკურსის საკვანძო ასპექტები, სოციალური მედიისა და ინტერკულტურული კომუნიკაციის ინტერფერენციები, ვირტუალური იდენტობის პრობლემატიკა, გლობალიზაციის გამოწვევები.

ნაშრომის დანიშნულება და დასახული მიზანი სხვადასხვა რაკურსში რეგიპირებული ფართო ინფორმაციული ველის, რომელიც მოცემული ნაშრომის ინტერდისციპლინარულ კონტექსტს ქმნის, მკითხველისთვის, სტუდენტისთვის ფართო ჰორიზონტის შეთავაზება და თანამედროვე განათლების ფუნდამენტური მახასიათებლის, თავისუფალი და კრიტიკული აზროვნების სტიმულირებაა კომუნიკაციის როლისა და მნიშვნელობის გაგნობიერების, მრავალპლანიანი გააზრების, ახლებური ინტერპრეტირებისა და ეფექტური კომუნიკაციური სტრატეგიის საფუძველზე. ცხადია, ნაშრომი სიღრმისეულად ვერ ამოწურავს კომუნიკაციური თეორიებისა და ველის პრობლემატიზებულ საკითხებს, საკითხთა სპექტრის სიმრავლიდან და მრავალფეროვნებიდან გამომდინარე ეს შეუძლებელი ამოცანა იქნებოდა. თუმცა, აჩვენებს მკითხველს კომუნიკაციური პროცესების მრავალფეროვან და მრავალსახოვან კონტექსტს და აამაღლებს ინტერკულტურულ ცნობიერებას, ისევე როგორც თანამედროვე, გლობალურ სამყაროში, მულტიკულტურულ სოციუმში ადაპტაციის უნარებს.

ნაშრომი შესაბამება ახალი საგანმანათლებლო პროგრამის „უცხოური ენები და კულტურული კომუნიკაციები“ სილაბუსს „ინტერკულტურული კომუნიკაცია ინტერდისციპლინარულ კონტექსტში“, რომელიც ინტეგრირებულია ბაკალავრიატის საფეხურის მერვე, დამასრულებელ სემესტრში.

ვფიქრობთ, წინამდებარე წიგნი საინტერესო იქნება მაგისტრატურის საფეხურზე ჰუმანიტარული პროფილის, საერთაშორისო ურთიერთობების, საზოგადოებრივი ურთიერთობების, ბიზნესის ადმინისტრირების სტუდენტებისათვის და, ზოგადად, კულტურათშორისი კომუნიკაციის პრობლემატიკით დაინტერესებული მკითხველისათვის.

ავტორი გულწრფელ მადლიერებას გამოთქვამს მათ მიმართ, ვინც თანამედროვე, ახლებური ხედვისა და აქცენტების სახელმძღვანელოს შექმნის საჭიროება დაინახა, - საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის აკადემიურ საბჭოსა და მის თავმ-

ჯდომარეს, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის რექტორს, პროფ. არჩილ ფრანგიშვილს, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ქართული ფილოლოგიისა და მედიატექნოლოგიების დეპარტამენტის ხელმძღვანელს, წინამდებარე სახელმძღვანელოს რედაქტორს, ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორს, პროფ. თემურ ჯაგოდნიშვილს. განსაკუთრებული მადლიერება ეკუთვნის სახელმძღვანელოს რეცენზენტებს, ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორს, პროფ. თამარ მეზუკეს (საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი) და ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორს, პროფ. გურამ ჩიქოვანს (თბილისის თავისუფალი უნივერსიტეტი) გამოთქმული რჩევებისა და რეკომენდაციებისათვის.

ღრმა მადლიერების გრძნობა ეკუთვნის ჩემს უფროსს მეგობარს, პროფ. რეზო სტურუას, - ჩემი რწმენის, მხარდაჭერისა და გამხნევებისათვის.

ირინე ცინცაძე

1. კომუნიკაციის საფუძვლები

1.1. კომუნიკაციის ცნების დეფინიცია

თანამედროვე კონცეფციებში აქტუალურია ლინგვისტურ-ფილოსოფიური კვლევების ახალი მიმართულებანი, რომელთაგან განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია აზროვნებისა და ენის კორელაცია (ურთიერთკავშირი), პარალინგვისტური მახასიათებლების სწორი გაგება, პრაგმატული ფაქტორების ასახვა და მეთოდოლოგიური ნოვაციები ანთროპოლოგიურ ლინგვისტიკაში; შესაბამისად რენტერპრეტირებულია ისეთი მნიშვნელოვანი ცნებები, როგორიცაა: კონცეპტუალური სტრუქტურა, კონცეპტი და მრავალსაპექტიანი, კომპლექსური ფენომენი, - **სამყაროს ენობრიბივი ხატი**.

ინტერდისციპლინარული კვლევების ფოკუსშია ენის, ცნობიერებისა და კულტურის ურთიერთგავლენა. ცნობილია, რომ ენაში აისახება ყოველი კონკრეტული ეთნოსის კულტურული ცნობიერება, ხოლო ენობრივი კატეგორიები, თავის მხრივ, გავლენას ახდენს ადამიანის ცნობიერებაზე, განსაზღვრავს მისი აზროვნების ტიპს, მსოფლალქმას და სოციალურ ქცევას. ინდივიდის მიერ სინამდვილის აღქმა განპირობებულია იმ ეთნოკგუფის კულტურით, რომელსაც იგი წარმოადგენს, რაც, თავის მხრივ, ასახავს პოვნებს მის ენაში; სხვაგვარი ფორმულირებით ენა სათანადო კოდია, რომელიც აზროვნებასთან კორელაციაში აყალიბებს ენის მატარებლის პიროვნებას.

ეფექტურ კომუნიკაციას განსაზღვრავს როგორც ვერბალური, ისე არავერბალური ნიშნები, - პროსოდიული ელემენტები და პარალინგვისტური ფაქტორები.

კომუნიკაცია ენობრივ-კულტურული ფენომენია და მისი ვერბალური და არავერბალური ტიპების ანალიზი განსაკუთრებით საინტერესოა ინტერდისციპლინარულ ჭრილში, ფსიქოლინგვისტურ კონტექსტში.

XXI საუკუნის გამოწვევებისა და გლობალიზაციის ფონზე აქტუალურია არავერბალური კომუნიკაციის ნორმების ზოგადნაციონალური ბუნების განსაზღვრა და ქართული დისკურსისათვის დამახასიათებელი როგორც ვერბალური, ისე ნონვერბალური ტიპების კომპლექსური, კროსკულტურული ანალიზი.

ინტერპერსონალურ კომუნიკაციურ სიტუაციაში განმსაზღვრელი როლი აქვს კომუნიკანტა კულტურულ წარმომავლობას, რადგან ყოველი ინდივიდი, ამა თუ იმ

ენის თითოეული მატარებელი ამავდროულად იმ კონკრეტული კულტურის მატარებელიცაა და მისი ქცევა ინკულტურაციის პროცესში გარკვეულ ღირებულებათა სისტემითა და კულტურული ნორმებით განისაზღვრება, რაც, თავის მხრივ, განაპირობებს ვერბალურ, ნონვერბალურ და პარავერბალურ კომუნიკაციურ ელემენტებს შორის არჩევანსა და პრიორიტეტებს კომუნიკაციის კომპლექსურ პროცესში.

წარმატებული კომუნიკაციის საფუძველი მისი ყველა კომპონენტის ეფექტური გამოყენებაა, მათ შორის კი ყველაზე მნიშვნელოვანი, - ვერბალური კომუნიკაციის სტილია, რომელიც ერთგვარი მეტაგზავნილია კომუნიკანტებისათვის.

ინტერპერსონალური კომუნიკაციის მინი მოდელი ორ ინდივიდს, ორ კომუნიკანტს გულისხმობს, - აქტიურ კომუნიკანტს, ენობრივი ქმედების აქტიურ პირს და მსმენელს, უფრო ზუსტი ფორმულირებით კი გამგებს, აღმქმელს, რეციპიენტს. კომუნიკაციის პროცესში კომუნიკანტსა და რეციპიენტს შორის როლები მონაცვლეობს.

კომუნიკაციის აქტი აგებულია ნიშანთა სისტემებზე, მათ შორის ყველაზე კომპლექსური ენობრივ ნიშანთა სისტემაა. ვერბალურ კომუნიკაციაში მთავარი კოდი სიტყვაა, რომელიც სხვადასხვა ცნებების მატერიალიზებას წარმოადგენს, თუმცა არც თუ იშვიათად, ამა თუ იმ სიტყვის დეკოდირება არ ასოცირდება რომელიმე ერთ კონკრეტულ ცნებასთან, არამედ ამბივალენტურად, ორაზროვნად აღიქმება და გარკვეულ ალუზიებს იწვევს, რაც თავის მხრივ მისკომუნიკაციის საფრთხეს შეიცავს. როგორც წესი, ამგვარ შემთხვევებში კომუნიკანტები ფონურ ცოდნას, თეზაურუსს იყენებენ და ორაზროვან კოდებს მოცემული კონტექსტიდან გამომდინარე შიფრავენ. აღსანიშნავია, რომ ენობრივი ნიშნის ამბივალენტურობას შესაძლოა განსხვავებული პრაგმატული მოტივაცია ჰქონდეს.

სამეცნიერო სტილისტიკაში დამკვიდრებული კოდი „დეფინიცია“, რაც განსაზღვრას, დადგენას გულისხმობს, კოდის ამბივალენტურობის კარგი მაგალითია: მეცნიერული თეორიები, როგორც ცნობილია, სიზუსტისა და კოჰერენტულობის, სხვაგვარად ლოგიკური ბმულობის პრინციპებზეა აგებული და მაინც რთულია სხვადასხვა ავტორის ლექსიკონში „დეფინიციის“ სტანდარტის ცალსახა აღქმა, რადგან მეცნიერთა ნაწილი ე. წ. ნორმატიულ დეფინიციას გულისხმობს, სხვანი კი - დეფინიციის ფართო, ე. წ. ღია გაგებას.

კომუნიკაციის ცნების მრავალი დეფინიცია და თეორია არსებობს. ფართო გაგებით კომუნიკაცია შეიძლება ეწოდოს სისტემების, ქვესისტემების ან ერთი სისტემის ელემენტების ერთმანეთზე გავლენის, ზემოქმედების ნებისმიერ ფორმას (მაგ., ტვინის უჯრედები კომუნიცირებენ); შესაძლოა ნებისმიერ მოვლანას, თუ მისი განსხვავებული ინტერპრეტირება შესაძლებელია, კომუნიკაციის განსაზღვრება მიეცეს (მაგ., ჰალსტუხის არტარება გარკვეულ სიტუაციაში).

მოცემულ ნაშრომში კომუნიკაციის ცნებას გამოვიყენებ ლინგვისტიკასა და ენის ფილოსოფიაში განსაზღვრული მნიშვნელობით: კომუნიკაციას უწოდებენ ყოველ ინტენციონალურ, ე. ი. განზრახ (განზრახულობით) ქმედებას, რომლის მიზანია სხვას ამცნოს, შეატყობინოს, გაუზიაროს; კომუნიკაციის არხები იგება ნიშნებით (კოდებით). ზემოხსენებულ კონტექსტში კომუნიკაციის რელევანტური მახასიათებელია საზოგადოების, სოციუმის წევრებზე გავლენა (ზეგავლენა).

1.2. კომუნიკაციის ზოგადი მოდელი

ინტერპერსონალური (პიროვნებათშორისი) კომუნიკაცია ინფორმაციის ნაკადების გადაცემაა, რომელიც მინიმუმ A და B კომუნიკანტს გულისხმობს. კომუნიკაციის პარტნიორები მონაცვლეობით ირგებენ გადამცემისა და მიმღების როლებს. გადამცემს აქვს ინტენცია (განზრახვა), სურვილი, გარკვეულ მნიშვნელობათა ნაკრები, სავარაუდოდ, ის, რის შესახებაც უნდა აიგოს კომუნიკაციის პროცესი. მნიშვნელობათა ნაკრები გადამცემის მიერ ვერბალური და არავერბალური ნიშანთა კომბინაციებით კოდირდება. მიმღები, თავის მხრივ, ნიშნებს დეკოდირებს, ნიშანთა თანამიმდევრობებს მნიშვნელობათა ნაკრებს უსადაგებს, ასე ვთქვათ, „თარგმნის“ მათ. მიმღები, მნიშვნელობის აღქმისა და მასზე რეაგირების მომენტში თავად იქცევა გადამცემად და ასე იქმნება საკომუნიკაციო ჯაჭვი, რომლის სწორი ფუნქციონირების აუცილებელი წინაპირობა, ერთი მხრივ, ერთი საკომუნიკაციო არხი, კოდის იდენტური სისტემა ანუ ერთი ენა და, მეორე მხრივ, მოცემული კულტურის, სუბკულტურათა მახასიათებლების ან ინტერკულტურულ თავისებურებათა თვზაურუსია. საკომუნიკაციო პროცესის ფექტურობისათვის ასევე რელევანტური ფაქტორებია სიტუაციისა და აღქმის მაქსიმალურად ზუსტი დეტერმინაცია.

1.3. კომუნიკაციის პრინციპები, აქსიომები და ჩარჩო ინტერკულტურულ კონტექსტში

კომუნიკაციას, როგორც ფენომენს, თანამედროვე გლობალურ სამყაროში უდიდესი მნიშვნელობა და სულ უფრო მზარდი როლი აქვს ყველა დონის იერარქიულ სტრუქტურაში, სეგმენტსა თუ ინტერკულტურულ სოციუმებში. საკუთარი თავის, გარემო სივრცის დეფინიციასა და იდენტიფიცირებაში დიფერენცირებული კომუნიკაციური უნარ-ჩვევები უშრეტი ფასეულობა და საუნჯეა.

მეტაკომუნიკაცია ხუთ ძირითად აქსიომად ქცეულ პრინციპზეა აგებული:

დამოკიდებულება / ურთიერთობა / მიმართება / კავშირი განსაზღვრავს შინაარსობრივ მნიშვნელობას;

შეუძლებელია არკომუნიცირებდე;

ინტერპუნქცია განაპირობებს კომუნიკაციის მსვლელობას;

ინტერპერსონალური კომუნიკაცია ციფრული ან ანალოგურია;

კომუნიკაციური პროცესები სიმეტრიული ან კომპლემენტარულია.

განვიხილოთ მოკლედ თითოეული პრინციპი.

1. დამოკიდებულება განსაზღვრავს შინაარსობრივ მნიშვნელობას.

აღნიშნული პრინციპი შინაარსისა და დამოკიდებულების ასპექტებს შორის განსხვავებას ეფუძნება. კომუნიკაციურ სიტუაციებში საგნობრივ შინაარსთან ერთად კომუნიკაციის პროცესის მონაწილეობა, - კომუნიკანტთა ურთიერთდამოკიდებულება და განწყობაა განმსაზღვრელი. ბალანსი შინაარსისა და დამოკიდებულების ასპექტებს შორის სხვადასხვა კულტურულ სოციუმებში ვარირებს.

კოგნიციის კონტექსტში ფენომენების მეტალური რეპრეზენტაციის მიხედვით აღქმა ჩვეული გახდა; ამგვარადვე შესაძლებელია კომუნიკაციაც ე. წ. სცენის, სხვაგვარად ჩარჩოს ფარგლებში აღვწეროთ და მისი უმნიშვნელოვანესი ასპექტები წარმოვაჩინოთ.

1. როდის და სად (სცენარი)	კომუნიკაციის პროცესი	4. რისთვის; რა მიზნით; (ინტენცია)
2. ვინ (მონაწილენი, აქტორები)		5. როგორ (მოდლობა, მოდუსი)
3. რის შესახებ (თემატიკა, ფოკუსი, ტიპიკი)		6. რა საშუალებით (მედია)

კომუნიკაციური სცენარის თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია შემდეგი ასპექტების გათვალისწინება, კერძოდ:

როდის კომუნიცირებენ:

კომუნიკანტებისათვის რელევანტური დროის ფაქტორი;

ზოგადად დროის ფაქტორის მნიშვნელობა კომუნიკაციის მონაწილეთათვის;

დროის ჩარჩოს, დროის პორიზონტის ჩართულობის ხარისხი;

სად კომუნიცირებენ:

სივრცისა და ლოკაციის როლი კომუნიკაციის პროცესში;

ლოკაციის ტიპი;

მონაწილეთა სივრცობრივი განლაგების იერარქია;

აქტორთა განლაგების პოზიციები და დისტანცია;

აქტორთა უშუალო მონაწილეობის მაჩვენებელი (დასწრება);

კომუნიკაციის პროცესის აქტორთა თვალსაზრისით მნიშვნელოვანი ასპექტებია:

აქტორთა სიმრავლე;

მხოლოდ ორი კომუნიკანტი;

რამდენიმე / ორზე მეტი; მრავალი; ჯგუფი;

- პარტიები და კოალიციები;

აქტორების, პარტნიორების როლური დისტრიბუცია:

გენდერი¹;

როლთა დისტრიბუცია: მეგობარი; მეტოქე; კონკურენტი;

ასაკობრივი კუთვნილება;

აქტორთა შორის მონაწილეობის მოლოდინი და მზაობა;

მონაწილეთა ერთმანეთის შესახებ ინფორმირებულობის ხარისხი;

¹ გენდერი (ინგლ. *gender* „სქესი“) - ქალებისა და მამაკაცების სოციალურად კონსტრუირებული როლები სქესობრივი ნიშნის მიხედვით.

აქტორთა დამოკიდებულება ერთმანეთის მიმართ;

- სიმეტრიული vs. ასიმეტრიული;
- ასრულებს ორივე მხარე ერთი და იმავე დონის ამოცანას, შეუძლია კი ორივე მხარეს ერთი და იმავე დონის ამოცანის შესრულება?
- აქვთ მონაწილეებს ერთმანეთის ეკვივალენტური შეფასებისა და დაფასების განცდა?
- არის ერთ-ერთი პარტნიორის ქცევა, ზოგადად, კომუნიკაციური ქმედება რეალურად დომინანტური თუ მხოლოდ აღიქმება ასეთად?

აღსანიშნავია, რომ როლების გადანაწილება კომუნიკაციური ჩარჩოს ფარგლებში არამე და არამე არ არის კონსტანტა, იგი იცვლება ყოველი კონკრეტული კომუნიკაციური აქტის პირობებში და მუდამ განსხვავებულად არის ჩაფიქრებული.

თემატიკის / ფოკუსის / ტოპიკის თვალსაზრისით რელევანტური ასპექტები:

კომუნიკაციის არსი, თემატიკა, საგანი:

ერთი და იმავე თემატიკის ფოკუსად აღიარება / მიჩნევა ყველა პარტნიორის მიერ;

- თემატიკის, როგორც ფოკუსის ცალსახა დეფინიცია აქტორთა შვერებამდე;
- თემატიკის, ტოპიკის ცვლილება;
- იერარქია, რანგირება, დღის წესრიგი მრავალი ტოპიკის არსებობის შემთხვევაში;

ტოპიკთა თანამიმდევრობის განსაზღვრა;

- ქვეთემათა სტრუქტურირება;
- მისაღები, დასაშვები საკომუნიკაციო თემები vs. ტაბუ / ტაბუირებული თემატიკა;

როგორც წესი, ზოგადი თემატიკა ზედაპირულ დონეზე, საკმარისი განსაზღვრულობის გარეშე სახელდება. ამასთან გასათვალისწინებელია, რომ ტოპიკი, თავის მხრივ, შინაგანი ბუნებიდან გამომდინარე, დიფერენცირებულია და შესაძლოა ვერც იქნეს განსაზღვრულ / გაგებული, როგორც ერთადერთი ფოკუსი.

კომუნიკაციური ჩარჩოს სხვა კომპონენტებთან შედარებით კომუნიკაციის ტოპიკის კომპონენტი, რომელიც თითქმის საწყისშივე ცნობილი და შემოფარგლულია - ვიცით რის შესახებ გვსურს კომუნიკაცია. ყურადსაღებია, რომ აღნიშნული ფაქტორი,

თავის მხრივ, დიდ საფრთხეს შეიძლება შეიცავდეს: თუ რას გულისხმობს კომუნიკაციის აქტში ჩართული თითოეული მხარე, პროცესუალური და დინამიკურია; სწორედ კომუნიკაციის პროცესში განისაზღვრება, იცვლება, იხვეწება, იმპლიციტურად მოლაპარაკების საგანი ხდება თავდაპირველად ესკიზების დონეზე მონიშნული ტოპიკი ან ტოპიკები. რეალური კომუნიკაციური აქტების კვლევა აჩვენებს, რომ ხშირ შემთხვევებში პარტნიორები ვერ ხვდებიან ერთმანეთის ინტენციას. რა თქმა უნდა, არსებობს კონვენციონალური, მიღებული თემატიკის სტრუქტურები, რომლებიც პარტნიორებისათვის მეტ-ნაკლებად ცნობილია; ამგვარი სტრუქტურები ე. წ. ფონური ცოდნის, თეზაურუსის ნაწილია. გაგებისა და წვდომისათვის ფრიად მნიშვნელოვანია, თუ როდის და რა ფოკუსით ითქმება მთავარი სათქმელი მეტყველების ნაკადში. მიიჩნევა, რომ დასავლური კულტურის წარმომადგენლები მიდრეკილი არიან, მთავარი სათქმელით დაიწყონ, აზიური კულტურა კი კომუნიკაციურ მოდელს აგებს იმდაგვარად, რომ მთავარი სათქმელი, ფოკუსირებული თემა უპირატესად მოგვიანებით იკვეთება. (Scollon & Scollon 1995: 2) წერილობით კომუნიკაციაში სხვადასხვაგვარი ტექსტური ტიპებია განსხვავებული თანამიმდევრობითა და არგუმენტაციის სხვადასხვა ფორმებით: ლოგიკური, რიტორიკული, ასოციაციური და სხვ. ძალიან საინტერესო და მრავალწახნაგოვანია მითითებული ფორმების ეთნოკულტუროლოგიური ნიუანსების კრილში განხილვა ინტერკულტურული კომუნიკაციის ზოგადი კონტექსტის უკეთესი და უფრო ღრმა წვდომისთვის.

ინტენციის / განზრახულობის თვალსაზრისით რელევანტურია:

კომუნიკაციის აქტის, კომუნიკაციური ქმედების მიზანი:

ნათლად ჩამოყალიბებული vs. თავსმოხვეული;

მიზნის მისაღწევად დასახული განვითარების დინამიკა;

რა მიზნები აქვთ აქტორებს:

აქტორთა საერთო მიზნების განსაზღვრა;

განსხვავებული მიზნების იდენტიფიცირება;

- განსხვავებული მიზნების მიმართ აქტორთა მზაობისა და მიმდებლობის შეფასება;

ზოგადი კონტექსტის შეფასება: კოოპერაცია vs. კონკურენცია;

კომუნიკაციის ინტენციის თვალსაზრისით უმნიშვნელოვანესია, მოხდეს ინდივიდუალურ და ერთობლივ მიზნებს შორის დიფერენცირება.

მოდულობის / მოდუსის თვალსაზრისით მნიშვნელოვანი ასპექტები:

კომუნიკაციის ფორმის ტიპი: ვერბალური vs. არავერბალური;

სათქმელის ჩამოყალიბების მანერა:

- პირდაპირი vs. არაპირდაპირი (გადაკვრით; მინიშნებით; ირიბად);

კოდის განსაზღვრა: მშობლიური vs. უცხო ენა;

სტილისტური ჩარჩო;

კომუნიკაციის სტრუქტურა:

კომუნიკაციის აქტორთა რიგითობა;

რიგითობის ფუნქციონირების პრინციპები: კომუნიკაციის აქტის აქტიური ფაზის გარდამავლობა;

რიგითობის / გარდამავლობის მოდელის წინასწარ შემუშავება;

პირდაპირი vs. არაპირდაპირი, ირიბი საუბრის მანერის გამოყენების სიხშირე და ცვალებადობა განსხვავებულია სხვადასხვა კულტურის, მსოფლხედვის, ცხოვრების წესისა და მენტალობის მატარებელი კომუნიკანტების მიხედვით. კულტურული კლასიფიკაციები მედიატორია სამყაროსა და ინიციდებს შორის.

მიჩნეულია, რომ აღმოსავლეთ აზიური კულტურის კომუნიკანტები მაღალი ხარისხით და ხშირად სარგებლობენ გამოხატვის პლანის ირიბი მანერით (მაგ., ჩინური კულტურა და ჩინური ენის მატარებლები): კითხვაში ხშირ შემთხვევაში გარკვეული მითითება, რჩევა იმპლიცირებული (ნაგულისხმევი); მინიშნებები და რეალური კონტაქტები განსხვავებულია, შესაძლო კონტექსტის დადგენა კომუნიკანტის პერეოგატივია; მინიშნებები ჰარმონიული სივრცის შენარჩუნებას ემსახურება, ჰარმონია და ე. წ. „სახის შენარჩუნება“ კი კომუნიკაციის და კომუნიკანტთა უპირველესი იმპერატივია (Heringer 2014).

დასავლური კულტურული სივრცისთვის დამახასიათებელია გამოხატვის, ფორმულირების პირდაპირი მანერა. ინდივიდუალიზმის მაღალი ხარისხი, გულწრფელობა, დამაჯერებლობა დასავლური კომუნიკაციის სტილის მნიშვნელოვანი ღირებულებებია, თუმცა არც დასავლური კომუნიკაციის ტიპისათვის არის უცხო გამო-

ნათქვამთა არაპირდაპირი ხაზი, მეტადრე მაღალ წრეებში, დიპლომატიური ეტიკეტისა და თავაზიანი სტილის ფარგლებში.

კომუნიკაციის მედიუმის თვალსაზრისით რელევანტურია:

კომუნიკაციის მედიუმის ტიპის განსაზღვრა მიზანშეწონილობიდან და ეფექტურობის ხარისხიდან გამომდინარე:

- წერილობით (ოპტიკური);
- ზეპირსიტყვიერი (აკუსტიკური);
- არავერბალური (ჟესტიკულაციური, მიმიკური);

როგორც წესი, მედიუმის დიფერენციაციის საფუძველს რეცეპტორული გრძნობათა ორგანოები წარმოადგენს. ამ კონტექსტში გამოიყენება ე. წ. არხის ცნებაც. ამგვარად, ზეპირმეტყველება აკუსტიკურ არხებს, მიმიკა და ჟესტიკულაციები კი ოპტიკურ არხებს მიეკუთვნება.

არხებს შორის განსხვავებულობა გარკვეულ პრობლემებს ქმნის; მაგ., სიტუაცია, როცა კომუნიკანტი სვედიან ისტორიას მოგვითხრობს და ამავდროულად იცინის, - როგორია ასეთი ვითარების აღქმა თანაკომუნიკანტთა მიერ? ნიშანდობლივია, რომ სხვადასხვა კულტურულ სივრცეში ზემოთ მითითებულ კომუნიკაციურ სიტუაციას განსხვავებული ინტერპრეტირება მოსდევს.

აზიურ კულტურებში, სადაც ზოგადი კომუნიკაციური ჩარჩო პარტნიორის დიდი პატივისცემის ნიშნით გამოირჩევა და კომუნიკანტები ერთმანეთისათვის სახის შენარჩუნებას ძალზე მნიშვნელოვან ფაქტორად მიიჩნევენ, არ არის უჩვეულო და მეტიც, ბუნებრივია კომუნიკაციური სცენარები, როცა კომუნიკანტი რთულ, არასასიამოვნო ისტორიას ჰყვება და ამავდროულად გარკვეული მანერით იღიმება; ამგვარი მოქმედების სქემა მუშაობს მაშინაც, როცა კომუნიკანტები ერთმანეთის მიერ გამოთქმულ აზრებს არ იზიარებენ და არ ეთანხმებიან. აბსოლუტურად სხვაგვარია დასავლური კულტურის კომუნიკანტთა ჟესტიკულაციები თუ მიმიკები - ღიმილი ცალსახად კეთილგანწყობას, სიხარულს, თანხმობას გამოხატავს ან ხაზს უსვამს მითითებულ განწყობას, აღქმას თუ დამოკიდებულებას. ამგვარი ინტერკულტურული თავისებურებანი ხშირად ხდება მცდარი ინტერპრეტაციებისა და გაუგებრობების მიზეზი სხვადასხვა კულტურის არაინფორმირებულ კომუნიკანტთა კომუნიკაციური სიტუაციებს დროს.

1.4. კომუნიკაციური კომპეტენციის კომპონენტები

კომუნიკაციური კომპეტენცია მოიცავს კომპონენტთა ნაკრებს, რომელიც წარმატებული და ეფექტური კომუნიკაციის წინაპირობას ქმნის. აღნიშნული კომპონენტები გარკვეული ფსიქოლოგიური უნარებია, მათ შორის რელევანტურია შემდეგი უნარები:

კომუნიკაციური სიტუაციის პროგნოზირება;

- საკომუნიკაციო თემატიკის შესაბამისი ტაქტიკის განსაზღვრა;

საკომუნიკაციო ინტენციის (ჩანაფიქრის) რეალიზება;

- საკომუნიკაციო პარტნიორისა და საკუთარი თავის ფსიქოლოგიური პოტენციალის ადეკვატური განსაზღვრა;

საკომუნიკაციო ჩარჩოს შესაბამისი თვითგანწყობის შექმნა და მართვა;

- თვითრეგულირება კომუნიკაციის პროცესში;
- შესაძლო ფსიქოლოგიური ბარიერის გადალახვის უნარი;

სხვადასხვა ემოციური ფონისა და განწყობების მართვა საკომუნიკაციო სიტუაციის შესაბამისად.

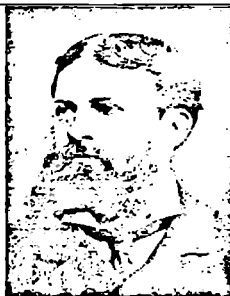
2. სემიოტიკის მოკლე ექსკურსი

სემიოტიკა (ბერძ. *σημειον* „ნიშანი“) იკვლევს ნიშანთა სისტემების ფუნქციონირების ზოგად კანონზომიერებებსა და პრინციპებს. სემიოტიკური ანალიზის აქტუალობა მათემატიკური ლოგიკის, ემპირიული ფსიქოლოგიის, კიბერნეტიკისა და მათემატიკური ლინგვისტიკის განვითარების კვალდაკვალ გაიზარდა; მისი, როგორც ავტონომიური დისციპლინის ჩამოყალიბება, დაკავშირებულია ფორმალიზებული ენების (საინფორმაციო-სამიებო ენები, პროგრამირების ენა და სხვ.) პრობლემატიკასთან.

სემიოტიკის თანამედროვე კონცეფციები ჯერ კიდევ შვეიცარიელი ენათმეცნიერის, ფერდინანდ დე სოსიურისა და ამერიკელი ფილოსოფოსის, ჩარლზ სანდერს პირსის ნაშრომებიდან იღებს სათავეს.



ფერდინანდ დე სოსიური (1857-1913)



ჩარლზ სანდერს პირსი (1839-1914)

აღსანიშნავია, რომ ნიშნების მიმართ ინტერესი ათასწლეულებს ითვლის და მას ძალზე დიდი ისტორია აქვს. არისტოტელე ნაშრომში *Περὶ ἑρμηνείας* (ლათ. *De interpretatione*) ნიშნის სამ განზომილებას გამოყოფდა (Aristoteles 2014):

- ნიშნის ფიზიკური მხარე;

ის, რაზეც ნიშანი მიუთითებს;

ნიშნის მნიშვნელობა.

შუა საუკუნეების ფრანგი ფილოსოფოსი და თეოლოგი, პიერ აბელარი მიიჩნევდა, რომ კემმარიტება, რომელზეც ნიშანი მიუთითებს, კონკრეტული ობიექტის შიგნი-თავ არსებობს, როგორც ამ ობიექტის დაკვირვებადი მახასიათებელი და ობიექტის გარეთაც, როგორც გონებაში არსებული იდეალური ცნება (Ernst 2003).

გვიანდელი სქოლასტიციზმის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წარმომადგენელი, შოტ-ლანდიელი ფილოსოფოსი და თეოლოგი იოანე დუნს სკოტუსი პლატონისეულ იდე-ალურ ფორმებს ნიშნებად თვლიდა, რომლებიც სხვა ნიშნებს გამოხატავდა და არა რეალურ საგნებს (Ingham 2006).

ბრიტანელმა ფილოსოფოსმა, ლიბერალიზმის ფუძემდებელმა ჯონ ლოკმა ნაშრომ-ში *„An Essay Concerning Humane Understanding“* (1689 / 1690) ნიშანთა ფორმალური შესწავლა შეიმუშავა და ცოდნასა და რეპრეზენტაციას შორის არსებულ ურთიერთ-კავშირზე მიუთითა (Lowe 1995).

ტერმინი *Homo loquens* კი გერმანელ კულტურის ისტორიკოსს, კრიტიკოსსა და ფი-ლოსოფოსს, იოჰან გოტფრიდ ჰერდერს ეკუთვნის (Herder 1772).

			
პიერ აბელარი	იოანე დუნს სკოტუსი	ჯონ ლოკი	იოჰან გოტფრიდ ჰერდერი
(1079 - 1142)	(1266 - 1308)	(1632 - 1704)	(1744 - 1803)

ჩარლზ სანდერს პირსი (Peirce 1977) იკვლევდა სენსორულ, ემოციურ და ინტელე-ქტუალურ სტრუქტურებს, რომლებიც მონაწილეობენ ნიშანთა წარმოებასა და ინ-ტერპრეტაციაში. პირსის დეფინიციით ნიშანი ცნობიერებაში ახდენს საგნის რეპრე-ზენტაციას და ენაცვლება მას.

სემიოტიკისათვის, როგორც ნიშნებზე ცენტრირებული მოძღვრებისათვის, კვლევის ცენტრალური ასპექტებია ნიშანთა წარმოშობა, მათი ბუნება და თვისებები, მათი ფუნქციები კულტურული კონტექსტის ფარგლებში.

2.1. სემიოზისი vs. რეპრეზენტაცია

სემიოზისი ნეირობიოლოგიური პროცესია - ტვინის უნარი, შექმნას და შეიმეცნოს ნიშანი. რეპრეზენტაცია აქტივობაა, რომელსაც კომუნიკანტი სემიოზისის საშუალებით ახორციელებს; რეპრეზენტაცია ნიშანთა მიზანმიმართული გამოყენებაა სამყაროს აღქმის, შესწავლისა და კლასიფიკაციის მიზნით, ამასთან ნიშანი გულისხმობს ყველაფერს, მარტივი ფსიქოლოგიური სიგნალებიდან კომპლექსური სიმბოლოებით დატვირთული კოდის ჩათვლით. ნიშნების მედიუმით სამყაროს რეპრეზენტაცია უმნიშვნელოვანესი ფსიქო-სოციალური კავშირია საკუთარ სენსორულ მდგომარეობასა და სამყაროს შესახებ გაცნობიერებულ წარმოდგენას შორის: ობიექტის კვლევა შემეცნება, ცოდნის ფაზა, კოგნიცირება, სენსორული შემეცნება - სენსორული კოგნიცირება, სემიოზური აქტივობა - ობიექტების ნიშნებით ჩანაცვლება.

ამერიკელი ლინგვისტი და სემიოტიკის მკვლევარი, თომას სებეოკი (Sebeok 2001 *passim*) სამი ტიპის სემიოზური მოდელირების სისტემას გამოყოფს:

- პირველადი მოდელირების სისტემა ნერვული სისტემა (სემიოზისის სიმულაციურ-იმიტაციური ფორმა);
მეორეული მოდელირების სისტემა კომპლექსური ნერვული სისტემა (სემიოზისის ვერბალური ფორმები);
მესამეული მოდელირების სისტემა ზეკომპლექსური ნერვული სისტემა (სემიოზისის აბსტრაქტული ფორმები, კრეატიული მოდელირება)



თომას სეზეოკი (1920 - 2001)

მოდელირების სისტემების თეორიის პოსტულატი მდგომარეობს რეპრეზენტაციის სამ სემიოზურ ფაზასთან ევოლუციურ კავშირში - ზეგომპლექსური სემიოზური აქტივობა დამოკიდებულია ვერბალური აქტივობის განვითარებაზე, რომელიც, თავის მხრივ, იმიტაციურ სემიოზისს ემყარება.

2.2 ნიშანი

ფერდინანდ დე სოსიურის კონცეფცია (De Saussure 1974) ნიშანში (*signe*) ორ კომპონენტს გამოყოფს: აღსანიშნი (შინაარსის პლანი), სიგნიფიკატი (*signifié*) vs. აღმნიშვნელი (გამოხატვის პლანი), სიგნიფიკანტი (*signifiant*);

ჩარლზ სანდერს პირსის კონცეფციაში (Peirce 1977) ნიშანი ტრიადულ კავშირში წარმოიშობა, რომელიც ინტერპრეტაციის დინამიკურ პროცესში გადადის. ტრიადულობა პირსის სემიოტიკის ფუნდამენტური პოსტულატია: ნიშნის აღქმადი მხარე რეპრეზენტანტი (*representamen*), - აღქმისათვის მისაწვდომი ელემენტი, რომელიც ობიექტს ენაცვლება, ნიშნის მნიშვნელობა - ინტერპრეტანტი (*interpretant*), - მოცემული ობიექტის მენტალური ხატი და რეფერენტი (*object*) - თავად ობიექტი. პირსი განასხვავებს რეპრეზენტაციის სამ ტიპს:

- სიმულაცია / მიმსგავსება (ნიშნის ყველაზე მარტივი ტიპი: ხატი, რომელიც რეფერენტის ფიზიკური სუბსტიტუენტია);
- ინდექსური რეპრეზენტაცია (ხატისაგან განსხვავებით ინდექსი არ არის რეფერენტის სუბსტიტუენტი);
- სიმბოლური რეპრეზენტაცია (კონვენცია: ნიშნის გამოყენებული და რეფერენტი დაკავშირებული არიან ისტორიულ-სოციალური ტრადიციით და

არა შეგრძნებით, დრო-სივრცული ფენომენით, სიტუაციით ან გარემოებით).

2.3. მნიშვნელობა vs. აღნიშვნა

„მნიშვნელობის“ ცნება სემიოტიკაში განუსაზღვრელია და მოცემულობად არის მიჩნეული. „აღნიშვნა“ გამოხატავს იმას, რაც გამომდინარეობს $A = B$ მიმართებისაგან; იგი შედგება ფაქტორთა სერიისაგან, რომლებიც მოიცავს კონვენციურ შეთანხმებებს, თუ რას გამოხატავს B კონკრეტულ კონტექსტში, კოდის ბუნებას და ა.შ. ენობრივი, ლექსიკური მნიშვნელობის შესახებ იხ. 3.2.

2.4. ცნება

სემიოტიკაში, ფილოსოფიასა და ფსიქოლოგიაში ცნება გულისხმობს საგანთა კლასიფიკაციის ზოგად სტრატეგიას ნიმუშის (*pattern, Muster*) შესაქმნელად. ცნებები ფორმირდება:

ინდუქციური მეთოდით (სპეციფიკური, კერძო ფაქტებიდან ზოგადი ნიმუშისაკენ);

- დედუქციური მეთოდით (ზოგადი, საერთო ნიმუშიდან კერძო ფაქტისაკენ);

აბდუქციური მეთოდით (კონკრეტული ნიმუშიდან აბსტრაქტული ნიმუშისაკენ).

ენის კომპლექსურ სისტემაში ცნების, როგორც ერთ-ერთი ცენტრალური მსაზღვრელის შესახებ დამატებითი განმარტებები მოცემულია 3.1.

2.5. დენოტაცია vs. კონოტაცია vs. ანოტაცია

დენოტაცია (ლათ. *denotare* „აღნიშვნა“) პოლისემიური (მრავალი მნიშვნელობის მატარებელი) ტერმინია: იგი, ერთი მხრივ, აღსანიშნა და აღმნიშვნელს შორის კონ-

ცეპტუალურ კავშირს გულისხმობს, სხვაგვარი ფორმულირებით დენოტაცია ლექსების ან გამონათქვამის ნეიტრალური, კონტექსტისაგან დამოუკიდებელი, ძირითადი მნიშვნელობა, ზოგადად ნიშნის მნიშვნელობის პირველი თანრიგია; მეორე მხრივ, გერმანელი ფილოსოფოსის, ლოგიკოსისა და მათემატიკოსის, **გოთლობ ფრეგეს** მიხედვით, დენოტაცია **ექსტენსიონალური** მიმართების მნიშვნელობაა (Buzman 2002).

კონოტაცია (ლათ. *con-* „თან, ერთად“ *notatio* „მინიშნება“) ენათმეცნიერებისა და ლოგიკის, ასევე მრავალი მნიშვნელობით დატვირთული ტერმინია, რომლის ავტორი სემიოლოგიის ერთ-ერთ ფუძემდებელი, დანიელი ენათმეცნიერი **ლუი იელმსლევია**, თუმცა კონოტაციის ყველაზე პოპულარული დეფინიცია ფრანგ ლიტერატურის კრიტიკოსსა და სემიოტიკოსს, **როლან ბარტს** ეკუთვნის (Barthes 1979). ბარტის განმარტებით კონოტაცია საკომუნიკაციო ერთეულის, - ნიშნის მეორე თანრიგის მნიშვნელობაა, რომელიც კულტურული ასოციაციებით იქმნება; მაგ., „მწვანე“-ს კონოტაციური მნიშვნელობებია: გარემოს დაცვა; ეკოლოგიური მსოფლმხედველობა; დოლარი; ისლამი...

გოთლობ ფრეგეს მიხედვით კონოტაცია **ინტენსიონალური** მიმართების მნიშვნელობაა.



გოთლობ ფრეგე (1848 - 1925)



როლან ბარტი (1915-1980)

ადამიანური სემიოზისის უმნიშვნელოვანესი თვისებაა ის, რომ ნიშანი სხვა რეფერენტებზე შესაძლოა გავრცელდეს. ერთი და იმავე ნიშნის კონოტაცია კომუნიკანტის, კომუნიკანტთა ჯგუფის ან კულტურული იდენტობის მიხედვით შესაძლოა განსხვავებული იყოს. დროთა განმავლობაში კულტურულ-ისტორიული სპეციფიკის გავლენით შეიძლება თავდაპირველად ნეიტრალურმა ცნებამ განსხვავებული კონოტაცია შეიძინოს, ნიშნის მნიშვნელობა გაფართოვდეს, დავიწროვდეს ან საერთოდ

სხვა ინტერპრეტაცია მიიღოს, მაგ. „რეჟიმ“-ი (ფრანგ. *régime* „მმართველობის ფორმა“, ლათ. *regere* „მართვა, ხელმძღვანელობა, მბრძანებლობა“) მმართველობის ფორმების, მეთოდებისა და ხერხების სისტემაა, რომლებსაც ხელისუფლების სათავეში მყოფი მოქმედი პოლიტიკოსები საზღვარეულ საზოგადოებაში პოლიტიკური ძალაუფლების, მათ შორის სახელმწიფო ძალაუფლების განხორციელების მიზნით. „რეჟიმი“ ძირითადი მნიშვნელობის: (ა) „მმართველობის წესი“-ს გარდა ასევე შეიძლება გულისხმობდეს (ბ) „დადგენილ წესს“, (გ) „მუშაობის, საქმიანობის, ცხოვრების პირობებსა და წესს“. უარყოფითი კონოტაციით „რეჟიმი“ დიქტატორულ, ავტორიტარულ და ტოტალიტარულ მმართველობასთან ასოცირდება.

ცნებათა ანოტაციური მნიშვნელობები ინდივიდუალურ, სუბიექტურ შეგრძნებებს ეფუძნება ვარიაციათა გარკვეულ დიაპაზონში, რომელიც ეთნოკულტურული სპეციფიკით არის პირობადებული, მაგ., ცნება „ხმაური“ იაპონელებისათვის ძლიერი ემოციური დატვირთვის მატარებელია, ამერიკელებისთვის კი - ნეიტრალური.

ნიშანი, რომელიც მნიშვნელობის სისტემებს ქმნის, მიუთითებს რეალობის იმ ასპექტზე, რომელიც კონკრეტული კულტურისათვისაა რელევანტური.

2.6. ნიშანთა სპეციფიკური მახასიათებლები

ნიშნები დიფერენცირდება ნებსითი და უნებლიე ნიშნების ქვეტიპებად; ამასთან უნებლიე ნიშნები არაცნობიერად წარმოიქმნება. სიგნალების უმეტესობა სწორედ უნებლიე ნიშნებია. ნებსით ნიშნებს მიზანმიმართულად ქმნის ინდივიდები და კულტურები გარკვეული ზემოქმედებისათვის. ნიშანთა პარამეტრებია:

სიგნალურობა;

იკონურობა;

ინდექსურობა (დეიქსისი);

სიმბოლურობა.

დეიქსისის სამი სუბტიპია:

- სივრცითი (მითითება ობიექტის / სუბიექტის მდგომარეობაზე სივრცეში);
- დროითი (მითითება ობიექტის / სუბიექტის მდგომარეობაზე დროში);
- პერსონალური (მითითება ობიექტზე / სუბიექტზე ნაცვალსახელით).

კაცობრიობაში სიმბოლურობა სამყაროს ცნებითი ფორმით ასახვის უნარის წარმოშობასთან ერთად გაჩნდა, - სიტყვები, - ენობრივი ნიშნები, - სიმბოლური ნიშნები (უფრო დაწვრილებით ენობრივი ნიშნის შესახებ იხ. 3.1). იკონურობა, ინდექსურობა და სიმბოლურობა ერთმანეთთან ევოლუციურ მიმართებაშია. ნებისმიერი ნიშანი (ვერბალური და ნონვერბალური) ფორმირდება კოდის სტრუქტურული მოთხოვნების შესაბამისად და სამი მიმართებით ხასიათდება:

- პარადიგმატული;

სინტაგმატური;

ანალოგიური.

პარადიგმატული მიმართება განსხვავებულ მნიშვნელობათა დადგენას გულისხმობს მნიშვნელობის კომპონენტთა სეგმენტირებისა და კლასიფიცირების საფუძველზე. **სინტაგმატური** მიმართება ნიშანთა სტრუქტურის კოდის შესაბამისობასთან დადგენაა, სხვაგვარი ფორმულირებით, სტრუქტურის ცალკეულ ელემენტთა როლისა და ფუნქციის დადგენა ერთმანეთთან მიმართებით. **ანალოგიური** მიმართება ჩანაცვლებითი მიმართებაა, რის საფუძველზეც ერთი ნიშნის მეორეთი ჩანაცვლება შესაძლებელია.

2.7. კოდი vs. ტექსტი

კოდი სტრუქტურული სისტემაა, რომელშიც ნიშნები სპეციფიკურ პარადიგმატულ, სინტაგმატურ და ანალოგიურ არქიტექტურას ქმნის. ხშირად კოდი მოიცავს სუბკოდებსა და სუბსისტემებს, მაგ., **ენის კოდი** მოიცავს ფონოლოგიურ, მორფოლოგიურ, სემანტიკურ, სინტაქსურ, პრაგმატულ სუბკოდებსა და სუბსისტემებს, რომელ-

თავან თითოეულს საკუთარი პარადიგმატული, სინტაგმატური და ანალოგიური ფორმატი აქვს.

ტექსტი ნიშნათა ერთობლიობაა, რომელიც ერთ ან რამდენიმე კოდს იყენებს მესიჯის შექმნისა და გადაცემის მიზნით.

ტექსტის, განსაკუთრებით საღმრთო წერილის, კრიტიკული განმარტება და ინტერპრეტაცია თეოლოგიური დისციპლინის, **ეგზეგეტიკის** (ბერძ. *ἐξήγησις* [*exēgesis*] „განმარტებით დაწყება, განმარტება“ < *ἐξηγέισθαι* [*exegheistai*] „გაძლოლა“) კვლევის ძირითადი ამოცანაა. ქრისტიანულ ეგზეგეტიკას დიდი ტრადიცია აქვს. III – IV საუკუნეებში მნიშვნელოვანი ეგზეგეტიკური სკოლები არსებობდა, მათ შორის ალექსანდრიისა (კლემენტე ალექსანდრიელი, ორიგენე) და ანტიოქიის (იოანე ოქროპირი) სკოლები. ეგზეგეტიკა **ჰერმენევტიკის** (ბერძ. *ἑρμηνεία* [*hermēneúein*] „ახსნა, განმარტება / ინტერპრეტაცია, თარგმნა“) მეთოდოლოგიას ემყარება, - ტექსტის ინტერპრეტაციის ერთ-ერთ უძველესს თეორიას, რომელსაც ჯერ კიდევ ძველი ბერძენი ფილოსოფოსები მრავალმნიშვნელოვანი სიმბოლოების ასახსნელად იყენებდნენ. ტერმინი „ჰერმენევტიკა“ პირველად გერმანელმა თეოლოგმა და ფილოსოფოსმა, **იოჰან კონრად დანჰაუერმა** საკუთარი ნაშრომის სათაურად მიუთითა, გერმანელებმავე, - თეოლოგმა, ფილოსოფოსმა, კლასიკურმა ფილოლოგმა, პუბლიცისტმა **ფრიდრიხ დანიელ ერნსტ შლაიერმახერმა** და თეოლოგმა, ფილოსოფოსმა **ვილჰელმ დილთაიმ** კი ჰერმენევტიკის მეთოდოლოგიის სისტემატიზაციასა და მისი, როგორც დისციპლინის განვითარებაში უმნიშვნელოვანესი წვლილი შეიტანეს (**Figal 1996**).



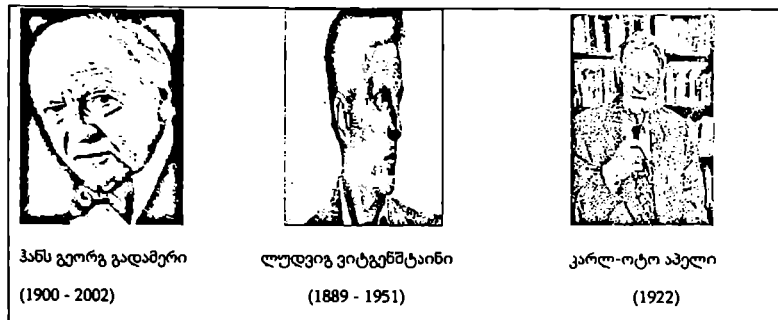
იოჰან კონრად დანჰაუერი (1603 -1666)



ვილჰელმ დილთაი (1833 - 1911)

ჰერმენევტიკის საკვლევი ჰორიზონტი ძალზე ფართოა; იგი მოიცავს ჰერმენევტიკის ლინგვისტურ თეორიებსა (XX საუკუნის ეგზისტენციალიზმისა და ჰერმენევტი-

კული ფენომენოლოგიის ერთ-ერთი თვალსაჩინო წარმომადგენ-ლის, მარტინ ჰაიდეგერისა და ე. წ. უნივერსალური ჰერმენევტიკის ფუძემდებლის, ჰანს გეორგ გადამერის ჰერმენევტიკები და მის ანალიტიკურ ვარიაციებს (ლოგიკური პოზიტივისტიკისა და ანალიტიკური ენის ფილოსოფიის ლუდვიგ ვიტგენშტაინისა და დისკურსის ეთიკის, ენობრივი პრაგმატიკისა და ინტერსუბიექტური ტრანსცენდენტალური ფილოსოფიის წარმომადგენლის, ფრანკფურტის გოეთეს სახ. უნივერსიტეტის ემერიტუს პროფესორის კარლ-ოტო აპელის ჰერმენევტიკული შტუდიები).



ტექსტი მნიშვნელობას კონკრეტულ კონტექსტში იძენს. კონტექსტი, თავის მხრივ, სხვადასხვა ფაქტორს გულისხმობს, ფიზიკურ, ფსიქოლოგიურ, სოციალურ, კულტურულ და სხვა, რომელთა ერთობლიობაც გავლენას ახდენს და განსაზღვრავს ტექსტის შექმნას, მის ჩამოყალიბებას, ინტენციას, მნიშვნელობასა და პრაგმატულ მოტივაციას.

მნიშვნელობის სისტემა მაკროკოდია, რომელიც კომუნიკანტებს, - კულტურისა და სოციუმის წევრებს, ენის მატარებლებს ნიშნებითა და კოდების სიტემებით უზრუნველყოფს, რაც, თავის მხრივ, ტექსტების გენერაციის საფუძველს წარმოადგენს.

2.8. ჩარლზ ჰოკეტის ტიპოლოგია

სტრუქტურული ლინგვისტი და ლინგვისტური ანთროპოლოგი, ჩარლზ ჰოკეტი ინფორმაციის გადაცემის მედიის ტიპის მიხედვით კომუნიკაციის სისტემის საკუთარ კლასიფიკაციას გვთავაზობს (Hockett 1958; 1960).



მარლო ფრენსის ჰოკეტი (1916 - 2000)

ჰოკეტის მიხედვით დიფერენცირდება მედიის შემდეგი ტიპები:

ბუნებრივი მედია - ხმა, გამომეტყველება, ქესტიკულაცია, მიმიკა;

არტეფაქტული მედია - ინდივიდის მიერ შექმნილი მედია (ხელოვნება, ლიტერატურა, მეცნიერება);

მექანიკური მედია - ინდივიდის მიერ შექმნილი მედია (ინფორმაციის გადამცემი ტექნიკური საშუალებები).

ვერხალური მესიჯი სამივე მედიის საშუალებით გადაიცემა.

2.9. კულტურისა და ენის კორელაცია

კულტურა პოლისემიური ცნებაა და მას არაერთი კონტექსტუალური გაგება და შესაბამისად მრავალი დეფინიცია აქვს.

თანამედროვე კულტურის სოციოლოგია ინტერდისციპლინარული კვლევების რაკურსში სწავლობს მნიშვნელობის განმსაზღვრელ პროცესებს სხვადასხვა ანალიტიკურ დონეზე. შესაძლოა კონკრეტული მნიშვნელობები ყოველთვის არ იქნეს გაზიარებული სოციუმის გარკვეული ჯგუფების მიერ, რადგან საერთო ნორმები, ღირებულებები, კოგნიტიური მოდელები ვერ იქნება ყველასთვის თანაბრად მისაღები; აღნიშნულიდან გამომდინარე, კონკრეტული ინდივიდები თუ სოციალური ჯგუფები იყენებენ მოცემული მნიშვნელობების სიმბოლურ რეპერტუარებს, სხვაგვარი ფორმულირებით, მოცემული მნიშვნელობის შესაძლო ინვარიანტულ მნიშვნელობებსა და მათ რეინტერპრეტაციებს.

არც ერთი კულტურა იზოლირებულად არ არსებობს და ნებისმიერი კულტურა თავისი არსებობისა და განვითარების პროცესში ნიშანთა სისტემას ქმნის. ენა, როგორც ზემოთ უკვე იყო აღნიშნული, ერთ-ერთი ყველაზე კომპლექსური ნიშანთა სისტემაა, რომელშიც აზრის (მნიშვნელობის) და ბგერითი ხატის ურთიერთმიმართებაა არსებითი (სოსიური). ნებისმიერი ნიშანი ხასიათდება როგორც გამოხატვის (ფორმის), ისე შინაარსის (ფუნქციის) პარამეტრებით.

სხვადასხვა კულტურას კომუნიკაციის განსხვავებული სტილი და ტრადიცია აქვს. მაგ., დასავლური კულტურის წარმომადგენლებისთვის რელევანტურია ურთიერთობის არსი, ის, თუ რა და როგორ ითქვას, ამდენად მათი კომუნიკაცია კონტექსტზეა დამოკიდებული; შესაბამისად დასავლური კულტურის მახასიათებელია ინფორმაციის გაცვლის კოგნიტიური სტილი. ამერიკული კულტურის ინდივიდუალიზმისათვის კი კომუნიკაციის კონკრეტულობა, სისხარტე და ლაკონიურობაა განმსაზღვრელი. აღმოსავლური ტიპის კულტურაში განსაკუთრებული ყურადღება ინფორმაციის გადმოცემის ფორმას ექცევა, - უფრო მნიშვნელოვანია, როგორ ითქვას და არა რა ითქვას - იაპონელების ბიზნეს-კომუნიკაციის სპეციფიკურობას განაპირობებს ის, რომ მათი კონვერზაცია მიმდინარეობს საქმის ირგვლივ და არა უშუალოდ საქმეზე; იაპონელები კომუნიკაციის ამგვარი სტრატეგიით ცდილობენ უკეთ გაიგონ პარტნიორის ჩანაფიქრი (Heringer 2014).

კულტურათა შორის დიფერენციაცია შესაძლებელია ინტერპრეტირდეს როგორც ვერბალური და ნონვერბალური კოდების განსხვავება კომუნიკაციის სპეციფიკურ კონტექსტში.

XXI საუკუნის ლინგვისტიკაში ენა არა მხოლოდ კომუნიკაციისა და შემეცნების მი-რითადი საშუალებაა, არამედ კულტურული კოდიც. ენის არსის ამგვარი ხედვა ჯერ კიდევ ცნობილი გერმანელი ენათმეცნიერისა და ენის ფილოსოფოსის, ვილჰელმ ფონ ჰუმბოლდტის მოძღვრებიდან იღებს სათავეს, რომელსაც საკუთარი ენის საზღვრები საკუთარი მსოფლხედვის საზღვრებად მიაჩნდა (Humboldt 1836 *passim*).



ვილჰელმ ფონ ჰუმბოლდტი (1767 - 1835)

ჰუმბოლდტის კონცეფციის ძირითადი პოსტულატებია:

ნებისმიერი კულტურა ეროვნულია, რაც ენაში სამყაროს განსაკუთრებული ხედვით გამოიხატება;

ენის შინაგანი ფორმა ხალხის სულის, მისი კულტურის გამოხატულებაა.

ენა თავად კულტურის სარკეა, რომელშიც აისახება ენის მატარებელთა მენტალობა, ტრადიციები, ფასეულობათა სისტემა, ზოგადად, სამყაროს აღქმა, ანა-რეკლი. ენობრივი სისტემა საგანძურია, რომელიც წერით- თუ ზეპირმეტყველებაში ინახავს მატერიალური და სულიერი კულტურის ფასეულობებს.

ენასა და კულტურას შორის კორელაციური კავშირია, რამდენადაც არ არსებობს კულტურა ენის გარეშე და პირიქით. ენა, როგორც აზროვნების ფორმა, კულტურის უმთავრესი კომპონენტია. ამდენად ლოგიკურია, რომ ენობრივი ფაქტების შესწავლა ანთროპოცენტრულ-კომუნიკაციურ და ლინგვოკულტუროლოგიურ რაკურსში მიმდინარეობდეს.

საგანი ან მოვლენა სახელის მინიჭების, სახელდების შემდგომ ირთვება აზროვნების ჩამოყალიბებულ სისტემაში და სამყაროს უკვე არსებული სურათი ახალი ელემენტით ივსება; ენა არა მხოლოდ აღწერს სამყაროს, არამედ ქმნის რეალობას. სამყაროს ჩვენეული აღქმა და ხედვა ჩვენი ზეპირი და წერითი მეტყველების ანარეკლია, - სხვადასხვა ენაზე მოსაუბრე ადამიანები სამყაროს სხვადასხვაგვარად აღიქვამენ, ამდენად ენა და კულტურა სამყაროს შეგრძნებისა და აღქმის მედიუმებია.

მენტალობა სამყაროს ხედვად მშობლიური ენის კატეგორიებსა და ფორმებში, რომლებშიც ეროვნული ხასიათის ინტელექტუალური და ნებელობითი თვისებებია იმპლიცირებული. სიტყვები, როგორც ენობრივი სისტემის ნიშნები და სემიოტიკური

ველის კოდური იმპლიკაციები, საგნებს, მოვლენებს, გარემოებებსა და ვითარებებს ასახავს იმ პრიზმაში, რომელიც არსებობს ენის მატარებლებისა და კომუნიკანტების შეგნებაში და რომელიც დეტერმინირებულია მათი კულტურით. თითოეული კომუნიკანტის ცნობიერება ყალიბდება როგორც ინდივიდუალური გამოცდილების საფუძველზე, ისე ინკულტურაციის შედეგად, - წინაპართა გამოცდილების გაზიარებით. ენა პრიზმაა, რომლითაც სამყაროს ხედავენ, ამდენად, ყველა კულტურას სამყაროს ხედვისა და დანაწევრების საკუთარი პრიზმა აქვს.

კულტურისათვის, როგორც ფენომენისათვის, იმანენტურია არა მხოლოდ ქმედებები, არტეფაქტები, მოვლენები, არამედ იმ სიმბოლოთა ღირებულება და მნიშვნელობა, რომლებიც აღნიშნულ ქმედებათა, არტეფაქტთა და მოვლენათა საფუძველს წარმოადგენს; კულტურის ლოკუსი კულტურის მატარებელთა ცნობიერებაშია.

3. ვერბალური კომუნიკაცია

3.1. ენა - ყველაზე კომპლექსური სემიოტიკური სისტემა: ენის ფუნქციები; ენისა და მეტყველების დიქტომია; ენობრივი ნიშნის ცნება

ენის ფუნქციებია:

ექსპრესიული (გამოხატვის) (ლათ. *expressio* „გამოვხატავ“) NB.: ექსპრესიულობა დამახასიათებელია არა მხოლოდ ბგერითი ენისათვის, არამედ მაგ., კინეტიკური ენისათვისაც (გესტიკულაციები, მიმიკები);

- **საკომუნიკაციო** (გაზიარების) (ლათ. *communicatio* „ვატყობინებ“) NB.: საკომუნიკაციო ფუნქცია დამახასიათებელია არა მხოლოდ ბგერითი ენისათვის, არამედ მაგ., კინეტიკური ენისათვისაც;

საარტიკულაციო (დანაწევრების) (ლათ. *artikulatio* „ვანაწევრებ“) NB.: ვერბალური კომუნიკაციის ერთ-ერთი მთავარი მახასიათებელთაგანი;

- **კონცეპტუალური** (ცნებითი) (ლათ. *conceptus* „ცნება“) NB.: ვერბალური კომუნიკაციის უმთავრესი მახასიათებელი;
- **სოციოკულტურული** NB.: ვერბალური კომუნიკაციის ერთ-ერთი მთავარი მახასიათებელთაგანი.

სუბიექტი **ობიექტურ სინამდვილეს**, - საგანთა სამყაროს, - აღიქვამს და მის ცნობიერებაში ჩნდება საგანთა ანაბეჭდი წარმოდგენის, resp. **ხატის** სახით. ხატი შესაძლოა წარმოსახვითიც იყოს, ობიექტურ სინამდვილეში შესაბამისობის გარეშეც (მაგ., მითური ფიგურები და პერსონაჟები), თუმცა ძირითადი წარმოდგენები საგნებისა და მოვლენების ფსიქიკური ანაბეჭდებია. რამდენადაც მრავალგვარია ობიექტური სინამდვილე, იმდენად მრავალფეროვანი და მრავალსახაა ინდივიდების ცნობიერებაში არსებული წარმოდგენები, რომლებიც მიმართებათ რთულ სისტემას ქმნის. წარმოდგენა არ არის მატერიალური ფენომენი, იგი მენტალური მოვლენაა ფიზიკური მახასიათებლების გარეშე. წარმოდგენის მსგავსება საგანთან **იკონურობის** (ბერძ. εἰκόν [eikón] „სახე, გამოსახულება“) პრინციპით განისაზღვრება. წარმოდგენა

იკონურია და განსხვავდება ცნებისგან, რომელიც იკონურობის პრინციპს არ ექვემდებარება. რამდენადაც წარმოდგენა საგნის მენტალური სურათია, იგი ყოველთვის კონკრეტულია.

ადამიანი აზროვნებს წარმოდგენებით, - ვიზუალური აზროვნების ტიპი - და ცნებებით, - კონცეპტუალური აზროვნების ტიპი. კონცეპტუალური აზროვნება მთლიანად განპირობებულია ენით.

სიტყვა გამოხატავს არა წარმოდგენას, არამედ ცნებას. ცნება წარმოდგენის მსგავსად მენტალური მოვლენაა, თუმცა ცნება წარმოდგენისაგან განსხვავებით აბსტრაქტულია და არ არის იკონური. ცნება გამოხატავს არა კონკრეტულ საგანს ან მოვლენას, არამედ საგანთა კლასს ან მოვლენათა ნაკრებს.

სწორედ მენტალური მოვლენების (წარმოდგენების, ცნებების) მატერიალიზაციის პროცესში ხორციელდება კომუნიკაციის აქტი. წარმოდგენის უშუალო მატერიალიზაციის დროს აუცილებელი წინაპირობაა დაცულ იქნას იკონურობის პრინციპი (მაგ., მხატვრობაში). ენაში იკონურობის პრინციპი უარყოფილია. ენის, როგორც ყველაზე კომპლექსური სემიოტიკური სისტემის ფუნდამენტური, კონსტიტუციური პრინციპია კონვენციონალური resp. პირობითობის პრინციპი, - სიტყვა მხოლოდ პირობითად აღნიშნავს საგანთა კლასს. მაგ., ნივთიერება, რომელიც აღინიშნება ფორმულით H_2O ქართულში აღინიშნება „წყალი“ სიტყვით, ლათინურში - „*aqua*“, ბერძნულში - „*νερό*“, სანსკრიტზე - „*जल* (*jala*)“, გერმანულში - „*Wasser*“, ინგლისურში - „*water*“, ფრანგულში - „*l'eau*“, ესპანურში - „*el agua*“, რუსულში - „*Вода*“ და სხვ. ვერბალური კომუნიკაციის პროცესში წარმოდგენა გარდაიქმნება ცნებად, რაც აზროვნების დანაწევრებას გულისხმობს. სხვაგვარი ფორმულირებით ვიზუალური აზროვნება ტრანსფორმირდება კონცეპტუალურ აზროვნებაში. დანაწევრებული აზრი (ცნება) აუცილებლად გულისხმობს დანაწევრებულ ბგერას და პირიქით: დანაწევრებული ბგერა - დანაწევრებულ აზრს. (აზრისა და ბგერის სინთეზის თეორია). ენა დიალექტიკურ მიმართებაშია, ერთი მხრივ, წარმოდგენათა სისტემასთან (ფსიქიკური დომენი), მეორე მხრივ, კი, დაუნაწევრებელ ბგერებთან (ფიზიოლოგიური დომენი), ამრიგად, ენა ფორმდება ფსიქოლოგიისა და ფიზიოლოგიის საზღვარზე, რომელთა

სინთეზი წარმოქმნის ახალ თვისობრიობას, ენობრივ სტრუქტურას. მოსაუბრე სუბიექტი (აქტიური კომუნიკანტი) მეტყველების პროცესში ფსიქიკურ და ფიზიოლოგიურ სტრუქტურებს (წარმოდგენებსა და დაუნაწევრებელ ბგერებს) გარდაქმნის ლინგვისტურ სტრუქტურებად (ცნებებად და დანაწევრებულ ბგერებად) და გადასცემს მსმენელს (მიმღებს, აღმქმელს, რეციპიენტს), რომელიც, თავის მხრივ, ლინგვისტურ ინფორმაციას კვლავ ფსიქო-ფიზიოლოგიურ ინფორმაციად გარდაქმნის.

ვერბალური ენის სისტემაში დიფერენცირდება შინაარსის (ცნებების) და გამოხატვის (ფონემების, გრაფემების) პლანები.

ენისა და მეტყველების დიქტომიაში ენა ზეინდივიდუალური კატეგორიაა, რომელიც ცალკეულ ინდივიდთან იმპერატიული მიმართებაშია, მეტყველება კი ინდივიდუალური ენობრივი ქმედებაა. ენა ნიშანთა კომპლექსური სემიოტიკური სისტემაა, რომელიც ცალკეული ინდივიდების მეტყველებაში, ვერბალური კომუნიკაციის პროცესში იდიოლექტების, სოციოლექტებისა და დიალექტების სახით ცოცხლდება, ამდენად მეტყველება ენის სასრული სისტემის უსასრულო კონტინუუმი.

ცნების, როგორც აღსანიშნის და ფონემის, როგორც აღმნიშვნელის სიმბიოზი ქმნის **ენობრივ ნიშანს**. საგანი ან მოვლენა იმდენად არის აღსანიშნი, რამდენადაც ცნება (აღსანიშნი) მოიცავს ზოგად კლასს, რომლის რეფერენტიცაა ობიექტურ სინამდვილეში ესა თუ ის კონკრეტული საგანი ან მოვლენა. კავშირი აღსანიშნსა და აღმნიშვნელს შორის პირობითია, კონვენციონალურია. სწორედ ზემოხსენებული კონვენციონალურობის პრინციპი განაპირობებს ენათა სხვადასხვაობას, განსხვავებას ენათა შორის საგანთა და მოვლენათა სახელდების, ნომინაციის თვალსაზრისით.

აღსანიშნავია, რომ ჯერ კიდევ ძველ ბერძნულ ფილოსოფიაში ჩამოყალიბდა ორი ურთიერთსაწინააღმდეგო თვალსაზრისი: ფილოსოფოსთა ერთი ნაწილის აზრით, საგნის სახელდება პირობითი (*thesei* „შეთანხმება“) იყო, სხვანი კი მიიჩნევდნენ, რომ სახელდების საფუძველს არა შეთანხმება, არამედ საგნის ბუნება წარმოადგენდა (*physei* „ბუნებითი“). **პლატონმა** აღნიშნულ პრობლემას დიალოგიც მიუძღვნა (*Κρατύλος*), სადაც არგუმენტები ორივე მოსაზრების სასარგებლოდ განიხილა, თუ-

მცა მოგვიანებით, მოღვაწეობის მიწურულს, მან კონვენციონალურ პრინციპს მიანიჭა უპირატესობა (Kraus 1996: 15-32).

ენობრივი ნიშნის მახასიათებლების კლასიფიკაცია შვეიცარიელი ენათმეცნიერის, სტრუქტურალიზმის ფუძემდებლის, ფერდინანდ დე სოსიურის (De Saussure 1974) მიხედვით:

ნიშნის პირობითობა და არარაციონალურობა;

- ნიშანთა სიმრავლე;

სისტემის კომპლექსურობა;

- სისტემის კონსერვატიული ბუნება.

3.2 ენა: საკლასიფიკაციო სისტემა

მნიშვნელობა

სიტყვის ლექსიკურ მნიშვნელობას განსაზღვრავს მიმართებები, რომლებიც მოცემული ენის სიტყვებს აქვს გარე სამყაროსთან, ობიექტურ სინამდვილესთან, თუმცა თავად მნიშვნელობის დეფინიცია ერთ-ერთი ურთულესი და პრობლემატური საკითხია ენათმეცნიერებაში, მიუხედავად სხვადასხვა ტიპის თეორიის სიუხვისა აღნიშნული თემის შესახებ. სიტყვის მნიშვნელობა ცნებაა და არა ოდენ მიმართება ბგერებისა საგანთან. ცნება იშლება გარკვეულ სემანტიკურ კომპონენტებად, სემებად (ბერძ. *sema* „ნიშანი“), რომელთა ერთობლიობა წარმოქმნის გარკვეულ აზრს, ცნებას მოცემული საგნის შესახებ; ამრიგად, სიტყვის მნიშვნელობა თავად სიტყვაშია მოცემული, მაგრამ სიტყვის მნიშვნელობის ექსპლიკაცია საგანთან მიმართებაშია შესაძლებელი. ენა არ არის ნომენკლატურა, სახელდებათა ჩამონათვალი; სხვადასხვა ენა განსხვავებულად ანაწევრებს აზროვნებას, განსხვავებულად ხედავს სამყაროს, განსხვავებულად აღნიშნავს, ანაწილებს და აერთიანებს საგანთა სინამდვილეს, ამდენად ყოველი ენა წარმოადგენს საგანთა სინამდვილის თავისებურ კლასიფიკაციას, შესაბამისად სხვადასხვა ენაში წარმოდგენილი საკლასიფიკაციო სისტემები ერთი უნივერსალური,

ზოგადლინგვისტური სისტემის ინვარიანტებია. საერთო ვარიანტებს შორის სამყაროს უნივერსალური მოდელია, რომელიც განსხვავებული ენების მედიუმით განსხვავებული ვარიანტების, ინვარიანტების სახით რეალიზდება. სიტყვის მნიშვნელობის კვლევა გულისხმობს მის განზილვას ორ სხვადასხვა განზომილებაში, - რეფერენციალური და დიფერენციალური თვალსაზრისით: 1. სიტყვის მიმართება საგანთან ან მოვლენასთან (რეფერენცია); 2. სიტყვის მიმართება (სემანტიკური თვალსაზრისით) მოცემული ენის სხვა სიტყვებთან (ღირებულება).

ენის სემანტიკურმა ანალიზმა ცალსახად უნდა აჩვენოს, თუ სამყაროს როგორი მოდელია წარმოდგენილი მოცემულ ენაში, როგორ არის დანახული გარე სამყარო, რა წესების საფუძველზეა იგი სემანტიკურებული; სემანტიკური ანალიზის მიზანი უნდა იყოს კულტურის იმ მოდელის თუ მოდელების ძიება, რომელიც მოცემული ენის სემანტიკურ სტრუქტურაშია ასახული. ენის სემანტიკური სტრუქტურა ადამიანის ნატურალური ლოგიკის უკუფენაა, ამდენად, ენაში რეფერენტების მხოლოდ ნატურალური ლოგიკისთვის მისაწვდომი თვისებებია ასახული. შეიძლება ითქვას, რომ ენის საშუალებით გარე სამყაროს **ონტოლოგიური** (ბერძ. *ontos* „არსებული“) მოცემულობა **გნოსეოლოგიურ** (ბერძ. *gnosis* „შემეცნება“) ფაქტად გარდაიქმნება.

3.3. ენობრივი უნივერსალიები vs. ენობრივი ინტერფერენციები

მსოფლიო ენების სტრუქტურები, გარკვეული თვალსაზრისით, იზომორფულია (ბერძ. *ἴσος* „ერთნაირი“ *μορφή* „ფორმა“) და ერთი უნივერსალური ენის სტრუქტურის ინვარიანტებია. ენობრივი უნივერსალიების თეორიის მიხედვით ყოველი კონკრეტული ენობრივი ფაქტის მიღმა გარკვეული უნივერსალური კანონზომიერებაა, რომლის კერძო რეალიზაციას წარმოადგენს ესა თუ ის ენობრივი მოვლენა. **ენობრივი უნივერსალიები** შესაძლოა იყოს, როგორც **ტრიალური** (მაგ., ყველა ენას აქვს ფონემათა, მორფემათა სტრუქტურები), ისე **რელევანტური** (მაგ., ენათა გენეტიკური კავშირის, ტიპოლოგიური ჯგუფების დიფერენციალისათვის უმნიშვნელოვანესი ფონოლოგიური, მორფოლოგიური, სემანტიკური, ლექსიკოლოგიური, სინტაქსური, პრაგმატული პარადიგმები და სუბსისტემები). რელევანტური უნივერსალიები ნა-

თელს ჰყენს, თუ რა ტიპოლოგიური ხასიათის შეზღუდვები აქვს ენებში ფონოლოგიურ და გრამატიკულ სისტემებს. გარკვევა იმისა, თუ რა ტიპის სისტემების რეალიზება შესაძლებელია კონკრეტულ ენებში, წარმოადგენს ენობრივი ფაქტების არა მხოლოდ აღწერას, დესკრიფციას, არამედ მათ ახსნას, ექსპლიკაციას.

ხანგრძლივი კონტაქტების შემთხვევაში შესაძლოა ენები ერთმანეთს ტიპოლოგიური თვალსაზრისით დაუახლოვდეს. ენების გავლენა ერთმანეთზე აღინიშნება ინტერფერენციით (ლათ. *inter-* „ერთიერთ“ *ferens / ferentis* „გადამტანი“). ინტერფერენცია სხვადასხვაგვარია იმის მიხედვით, რომელი ენაა გავლენის მქონე, კოლონიალისტებისა თუ აბორიგენების. აბორიგენების ენის გავლენა კოლონიალისტების ენაზე დეფინირდება როგორც **სუბსტრატი** (ლათ. *substratum* „ფუძე, საფუძველი“), მაგ., ეტრუსკული სუბსტრატი ლათინურში, პელაზგური სუბსტრატი ძველ ბერძნულში და სხვ. კოლონიალისტების ენის უპირატესი გავლენა აბორიგენთა ენაზე განისაზღვრება როგორც **ადსტრატი** (ლათ. *ad* „თან, ახლოს“ *stratum* „ფენა“) ან **სუპერსტრატი** (ლათ. *super* „ზე“ *stratum* „ფენა“).

3.4. კომუნიკაციური ქმედების თეორია (*Theorie des kommunikativen Handelns / TdkH*)

კომუნიკაციური ქმედების თეორიის ფუძემდებელია თანამედროვეობის ერთ-ერთი ყველაზე ხშირად ციტირებული ავტორი, **თეოდორ ადორნოსი** და მაქს ჰორკჰაიმერთან ერთად ფრანკფურტის ფილოსოფიური სკოლის წარმომადგენელი, გერმანელი ფილოსოფოსი და სოციოლოგი **იურგენ ჰაბერმასი**.



იურგენ ჰაბერმასი (1929)

ჰაბერმასის კონცეფციის მიხედვით (**Habermas 1981**), თანამედროვე სოციალურ საფუძველს კომუნიკაციური ინტერაქცია წარმოადგენს; ავტორი აყალიბებს ე. წ. **კომუ-**

ნიკაციური რაციონალურობის ცნებას. „სიცოცხლის სამყარო“ (*Lebenswelt*) განისაზღვრება, როგორც მნიშვნელობათა არათემატიზებული ჰორიზონტი, რომელიც ინდივიდის ცხოვრებისეული გამოცდილების საფუძველია. მნიშვნელობათა ჰორიზონტი არ უნიფიცირდება ტრანსცენდენტალური ეგოს ინტენციონალური აქტიურობით, იგი ეგოს წინამორბედი ცოდნის მარაგს ეფუძნება, რომელიც კულტურასა და, უწინარესად, ენაშია აკუმულირებული. ჰაბერმასი იზიარებს ენის ფილოსოფოსის, ლუდვიგ ვიტგენშტაინის იდეას, რომლის თანახმად ენის სტრუქტურული შეზღუდვები და შესაძლებლობები გაგების მასშტაბს განსაზღვრავს.

კომუნიკაციური ქმედების თეორიის მიზანი ევოლუციურ პერსპექტივაში „სიცოცხლის სამყაროს“ განვითარებაა; სოციალური ევოლუცია კი კოგნიტიური (შემეცნებითი) უნარების განვითარებაში გამოიხატება. რეალობის ერთი და იგივე მოვლენა რეფერენციის არჩეული სქემის შესაბამისად განსხვავებულად შეიძლება იქნეს აღქმული.

ჰაბერმასი სოციალური ქმედების ოთხ იდეალურ ტიპს გამოყოფს:

1. სტრატეგიული;
2. ნორმატიული;
3. დრამატურგიული;
4. კომუნიკაციური;

სტრატეგიული ქმედება რაციონალურია იმდენად, რამდენადაც ქმედების სუბიექტი „სასურველის მიღების“ ყველაზე ეფექტურ საშუალებას ირჩევს. **ნორმატიული ქმედება** რაციონალურია იმდენად, რამდენადაც იგი ქცევის სოციალურად მიღებულ სტანდარტებს შეესაბამება. **დრამატურგიული ქმედების** მიზანი საკუთარი თავის წარმოჩენა, ე.წ. **საჯარო იმიჯის შექმნა**ა. თვით ყველაზე პრიმიტიული სოციალური ქმედებაც კი მუდამ მისი სუბიექტის ინდივიდუალურობით ხასიათდება. სოციალური ქმედების „დრამატურგიული“ ელემენტი იმპლიციტურად ქცევის სტრატეგიული ტიპის ანალოგიურია, მათ მხოლოდ მიზნობრივი მიმართულება განასხვავ-

ვებს. კომუნიკაციური ქმედება აქტორთა მიერ განსაზღვრულ სიტუაციაში ერთობ-
ლივი რეზულტატების მისაღწევად თავისუფალი შეთანხმება.

ჰაბერმასი ნორმატიულ და დრამატურგიულ ქმედებებს კომუნიკაციური ქმედების
სუბტიპებად განიხილავს. კომუნიკაციური ქმედება მოიცავს ექსპლიციტურად გამო-
ხატულ ძალისხმევას, რომელიც რეფერენციის სამყაროთა მიერ წამოყენებულ რაციო-
ნალურობის ყველა კრიტერიუმთან მიმართებით ურთიერთგაგების მიღწევას ემსა-
ხურება. თუ ქმედების მიზანი თავისი ბუნებით პიროვნულია (ეგოისტურია), მაშინ
ძალისხმევათა კოორდინაცია ითვალისწინებს სხვა პირთა გამოყენებას ძალადობრი-
ვი ან არაძალადობრივი საშუალებებით (სტრატეგიული ქმედება); თუ ქმედების მი-
ზანი საკუთარი ქცევების შეგუებაა სოციალური ნორმებისადმი ან საკუთარი ინ-
დივიდუალურობის ხაზგასმამა, მაშინ ქმედებათა კოორდინაცია ნორმებისა და კონ-
ვენციონალურ როლთა (ნორმატიული და დრამატურგიული ქმედებები) შესახებ
თანხმობაზეა დამოკიდებული. და ბოლოს, თუ ქმედების მიზანი პრობლემატურ სა-
კითხებთან დაკავშირებით თანხმობის მიღწევას, მაშინ აქტორთა ქმედების კოორდი-
ნაცია მოცემულ ერთობლივ ქმედებაში მონაწილეობის შესახებ წინადადების მიღება
ან არმიღებაზეა დამოკიდებული (კომუნიკაციური ქმედებები). ამგვარად, რაციონა-
ლურებული „სიცოცხლის სამყარო“ იყენებს ლინგვისტურ სტრუქტურებს, რომლებიც
რეფერენციის ობიექტურ, სოციალურ და სუბიექტურ სამყაროთა ფორმალურ
დიფერენციაციას პროვოცირებს.

„სიცოცხლის სამყაროს“ დიფერენცირებული სტრუქტურები, რომლებიც ამავდრო-
ულად ფუნქციებია, კულტურის (ცოდნის), საზოგადოების (ლევეტიმური წესრიგის)
და პიროვნების (ინდივიდუალური იდენტურობის) წარმოებასა და კვლავწარმოებას
ემსახურება. რაციონალიზაციის პროცესში აღნიშნული სტრუქტურები (resp. ფუნქცი-
ები) ფორმის, შინაარსისა და რეფლექსურობის ნიშნით დიფერენცირდება. დიფერენ-
ცირებული სუბიექტური სტრუქტურა ინდივიდს შეტ თავისუფლებას სძენს, რაც
ტრადიციის, პიროვნებათშორის ურთიერთობებში საკუთარი რეპრეზენტაციის და
თვითრეალიზაციის რეფლექსიის შესაძლებლობებს მოიცავს.

კომუნიკაციური ქმედების რაციონალიზაცია ნებაყოფილობითი და ღია კომუნი-
კაციის ბაზისია. მოცემულ კონტექსტში რაციონალიზაცია გულისხმობს გათავისუფ-

ლებას, ურთიერთშემზღუდავი ბარიერების მოხსნას. ჰაბერმასის თანახმად, ევოლუციის პიკი რაციონალური საზოგადოებაა. მის კონცეფციაში რელევანტურია კომუნიკაციური ქმედებისა და დისკურსის ოპოზიცია. ჰაბერმასისეული დისკურსი ურთიერთობის ფორმაა, რომელიც არ უკავშირდება გამოცდილებისა და საქმიანობის კონტექსტს. დისკურსის თეორიული სამყარო იდეალური „სამეტყველო სიტუაციაა“, მეტაკომუნიკაციაა. ჰაბერმასისთვის ენა ორმაგი მედიუმია, ერთი მხრივ, გაგზინებისა და, მეორე მხრივ, ქმედებების კოორდინირების, ინდივიდების საზოგადოებასთან ინტეგრირების მედიუმში. ვერბალური კომუნიკაცია განსაზღვრულ წესებზეა აგებული, რომლებსაც იგი „უნივერსალური პრაგმატიზმის“ ცნებით აღწერს. ინდივიდები სოციალიზაციის პროცესში აქტიურ სუბიექტებად ყალიბდებიან და უნივერსალური პრაგმატიზმის წესების თანახმად მოქმედებენ. კომუნიკაციური, გაგებაზე ორიენტირებული ქმედება აქტორებისაგან ითხოვს რეფლექსურობისა და დისტანცირების მაღალ ხარისხს. დიალოგის პროცესში სასურველია გამოირიცხოს აპელირება მაღალი ინსტანციებით (ტრადიციები, რელიგია, ავტორიტეტები). დიალოგის პროცესში წარმართველია არგუმენტები, რომლებიც ინტერსუბიექტურადაა აღიარებული. კომუნიკაციური ქმედება პროტოტიპული ინტერსუბიექტური ქმედებაა, რომელიც არ არის სტრატეგიული და არ არის წარმატებაზე ორიენტირებული, - იგი აქტორთა ერთობლივ მიზანს გამოკვეთს.

უნივერსალურ-პრაგმატული ენობრივი მოდელი ჰაბერმასის მიხედვით:

რეალობის სფეროები	რეალობასთან მიმართების გამოვლენის ფორმები	ვალიდაციის იმპლიციტური მოთხოვნები	ენობრივი ქმედების საყოველთაო ფუნქცია
გარე სამყარო	ობიექტურობა	კემმარტება / სიმართლე	საქმის ვითარების წარმოდგენა
საზოგადოება	ნორმატიულობა	სისწორე	ინტერპერსონალური ურთიერთობის წარმოება
შიგა სამყარო	სუბიექტურობა	სინამდვილე	სუბიექტური ექსპრესია
ენა	ინტერსუბიექტურობა	გაგება	-----

ქმედების ტიპები ჰაბერმასის მიხედვით:

ქმედებაზე ორიენტაცია ქმედების სიტუაცია	წარმატებაზე ორიენტირებული	გაგებინებაზე ორიენტირებული
არასოციალური	ინსტრუმენტული ქმედება	-----
სოციალური	სტრატეგიული ქმედება	კომუნიკაციური ქმედება

კომუნიკაციური ქმედება სოციალურ ქმედებათა ერთგვარი „მეგატიპია“ კომუნიკაციური ქმედების ტიპი თავისთავად ნორმატიულია, რადგან „გაგებინება“ თავისთავად ნორმატიული ტერმინია და არა ემპირიული ფაქტი. ჰაბერმასის იდეალი არ-გუმენტირებული მეტყველების მოდელსა და „რაციონალურ გაგებინებაზე“ ორიენტირებული, რომელიც ინდივიდუალური ინტერესებიდან გამომდინარე ქმედებებთან მიმართებით უპირატესია. საზოგადოებრივი სინამდვილე, ჰაბერმასის მიხედვით, იდეალური ენობრივი სიტუაციაა; მეტყველების შიგა ორგანიზაციის დარღვევა კი სისტემატურად გამანადგურებელ კომუნიკაციას იწვევს. კომუნიკაციურ ქმედებასა და აქტორთა ცხოვრებისულ სამყაროს შორის კომპლემენტარული დისტრიბუციის კავშირია.

3.5. პრაგმატიკა, მეტყველების აქტის თეორია (ჯონ ოსტინი)

თანამედროვე ენათმეცნიერება კომუნიკაციური ლინგვისტიკაა, რომლის ბირთვია, ერთი მხრივ, ლინგვისტური პრაგმატიკა, ხოლო, მეორე მხრივ, ტექსტის ლინგვისტიკა; ამდენად კომუნიკაციური პარადიგმის ფარგლებში ფოკუსირებულია უმაღლესი ენობრივი ნიშნის - ტექსტის პრაგმატიკულ ასპექტში კვლევა. პრაგმატიკა იკვლევს რა მეტყველი სუბიექტის დამოკიდებულებას ენასთან, მისთვის არსებითია საკომუნიკაციო აქტის resp. მეტყველების აქტის ცნება.

მეტყველების აქტის თეორიის მიხედვით, რომლის ფუძემდებელად ბრიტანელი ენის ფილოსოფოსი ჯონ ოსტინი ითვლება ჰარვარდის უნივერსიტეტში წაკითხული

ლექციათა ციკლით „*How to Do Things with Words*“ (Austin 1955 / 1962), კომუნიკაციის ჯაჭვის ელემენტარული ერთეული, - მეტყველების აქტი, - განიხილება როგორც ინტერსუბიექტური ენობრივი ქმედება, რომელიც გამონათქვამის ქმნადობასა და აღქმის ოპერაციებს აერთიანებს.



ჯონ ოსტინი (1911 - 1960)

კომუნიკაციის ყოველი კონკრეტული აქტი შეიცავს პრაგმატიკულ მიმართებას, რომელიც გათვლილია რეალური, კონკრეტული ადრესატის ან პოტენციურად არსებულ ადრესატთა კრებითი მოდელის ენობრივ გამოცდილებასა და იმ სათანადო ცოდნის მარაგზე, რომლის ფონზე რეალიზებადი უნდა იყოს მიღებული შეტყობინების გაგნობიერება. ამდენად, წარმატებული კომუნიკაციისათვის, ენობრივი კომპეტენციის გარდა, არანაკლებ მნიშვნელოვანია ადრესატის **მენტალური თეზაურუსი**, რომელიც ინფორმაციის ადეკვატური დეკოდირების პროცესში ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ფაქტორია.

კომუნიკაციის აქტი შედგება ქვეაქტებისაგან, ენობრივი ოპერაციებისაგან, სადაც ოპერატორები კომუნიკაციის აქტის მონაწილეები არიან. ოსტინი განასხვავებს მეტყველების აქტის სამ ქვეტიპს: **ლოკუციურს**, **ილოკუციურსა** და **პერლოკუციურს**.

ლოკუციური აქტი პირველი ენობრივი ქმედებაა, რომელიც ახდენს გარკვეული რეფერენტული სიტუაციის **ნომინაციას**. ლოკუციური აქტის შექმნის პროცესი მოიცავს კონკრეტულ ეტაპებს (**გამონათქვამის მონახაზი** და მისი **კონტექსტუალიზაცია**).

ილოკუციური აქტი კომუნიკაციური ინტენციის **ფორმირებაა**. ყოველი გამონათქვამი გარკვეული კომუნიკაციური მიზნით წარმოითქმის, არ არსებობს გამონათქვამი ილოკუციური ძალის გარეშე.

პერლოკუციური აქტი ორიენტირებულია ადრესატზე, უფრო ზუსტად კი, თუ რა შედეგი (ეფექტი) ექნება ადრესატზე წარმოთქმულ გამონათქვამს. აღნიშნული აქტის სეპარაციით ოსტინმა კიდევ ერთხელ გაუსვა ხაზი მეტყველების აქტის ინტერ-სუბიექტურობას, სადაც ორივე კომუნიკანტი, როგორც აქტური მოსაუბრე, ისე პასიური მსმენელი-რეციპიენტი, კომუნიკაციის პროცესის თანასწორუფლებიან სუბიექტად განიხილება.

პერლოკუციური ეფექტი მიმართულია ადრესატის ვერბალური ან ქცევითი რეაქციისაკენ, რომელმაც შესაძლოა მისი თეზაურუსის (ფონური ცოდნის) კორექტირება-მოდულირება გამოიწვიოს.

ილოკუციურისაგან განსხვავებით, პერლოკუციური აქტი არ არის ყოველთვის ლინგვისტური, რადგან პერლოკუციური ეფექტის მიღწევა შესაძლებელია მეტყველების აქტის გარეშეც, სემიოტიკური სისტემების ნონვერბალური კომუნიკაციის ელემენტებით.

3.6. პრესუპოზიცია

პრესუპოზიცია (ლათ. *praesupponere* „გულისხმობა, დაშვება, წინაპირობა“) ენის ფილოსოფიასა და ლინგვისტიკაში იმპლიციტური (ნაგულისხმევი) დაშვებაა. პრესუპოზიციის კონსტრუქციული ორგანიზაცია ენაში მრავალგვარია; იგი შუალედური რგოლია ლინგვისტური კომპეტენციისა და კომუნიკაციური კომპეტენციის მოდულებს შორის. გამონათქვამი სხვადასხვა კომუნიკაციურ მნიშვნელობას შესაბამისი პრესუპოზიციების საფუძველზე იძენს. პრესუპოზიცია დაშვებაა, რომელიც ჭეშმარიტი უნდა იყოს იმისთვის, რომ ჭეშმარიტი იყოს გამონათქვამი. თავად პრესუპოზიცია არ გამოითქმება, ის მხოლოდ იგულისხმება გამონათქვამში. პრესუპოზიციები მოიცავს კომუნიკანტა შეხედულებებს სამყაროზე, ცხოვრებისეულ ფასეულობებსა და ღირებულებებზე, პრინციპებსა თუ პრიორიტეტებზე. „რატომ?“ თავის თავში უკვე გარკვეულ პრესუპოზიციას მოიცავს. წარმატებული კომუნიკაციისათვის უმნიშვნელოვანესია პრესუპოზიციების - კომუნიკაციის პარტნიორთა დაშვებების სწორი გაგება:

გამონათქვამი	პრესუპოზიცია
ა) სიღრმისეულად გაიაზრებთ რა აღნიშნულ პრობლემათიკას, დამეთანხმებით, რომ ...	ა') პრობლემათიკას სიღრმისეულად გაიაზრებთ.
ბ) ჩემს ასაკში გვიანია ახალ კარიერაზე ფოქრი.	ბ') თავს საკმაოდ ასაკოვნად მიიჩნევთ.
გ) თუ კარგად დაფიქრდებით, მიხვდებით.	გ') თქვენ არასაკმარისად იფიქრეთ.
დ) თქვენ ისეთივე ერთგული ხართ, როგორც თქვენი და.	დ') თქვენი და ერთგული პიროვნებაა.

პრესუპოზიციების შეგნებული გამოყენება კომუნიკაციის სტრატეგიის მნიშვნელოვანი მხარეა.

3.7. დისკურსი

დისკურსი (ლათ. *discursus* „აქეთ-იქით სირბილი, საუბარი“) პოლისემიური (მრავალმნიშვნელობიანი) ცნებაა და შესაბამისად ფართო დეფინიციათა ველი აქვს.

ლინგვისტურ-სემიოტიკური განმარტებით დისკურსი თემატურ-კულტურული ნიშნით ურთიერთდაკავშირებული ტექსტი ან ტექსტების ერთობლიობაა;

ლოგიკისა და ფილოსოფიის პერსპექტივით დისკურსი სამეტყველო კომუნიკაციის ტიპია, რომელიც სოციალური ცხოვრების ღირებულებათა, ნორმათა და წესთა რაციონალური განხილვაა ურთიერთგაგების მიღწევის მოტივაციით (იურგენ ჰაბერმასის კონცეფცია 3.4.).

სოციოლოგიის რაკურსში დისკურსი სოციალური სამყაროს ელემენტებს შორის განმსაზღვრელი ურთიერთობაა.

მედისათვის დისკურსი ენის გამოყენების ფორმა და ჟანრია; მაგ., ახალი ამბები ან სარედაქციო სტატია (ედითორიალი) მედიადისკურსის ფორმებია, რომლებიც სოციალური, ეკონომიკური, პოლიტიკური, კულტურული კონტექსტის წარმოჩენის სპეციფიკურ ენასა და სტილს გულისხმობს.

ლონდონის უნივერსიტეტის კულტურის, კომუნიკაციისა და მედიის დეპარტამენტის პროფესორი, ენათმეცნიერი და სემიოტიკოსი **გუნთერ კრესი** დისკურსს ინტერ-დისციპლინარულ კონტექსტში განიხილავს და მას ენასა და მეტყველებაში ინსტიტუციებისა და სოციალური ჯგუფების სპეციფიკური მნიშვნელობებისა და ღირებულებების სისტემატურად ორგანიზებულ ფორმებად მიიჩნევს (Kress 1989; 2009).

დისკურსის ენა განსაზღვრულია შემდეგი ფაქტორებით:

- აქტუალობა;
- ფუნქციურობა;
- დინამიკურობა;

კონტექსტი;

- სიტუაცია.

დისკურსის ანალიზის თეორიაში ორ მიმართულებას, **კრიტიკულ** და **პოსტმოდერნისტულ** დისკურსის ანალიზს განასხვავებენ, თუმცა მათ საერთო თეორიული ბაზა აქვთ.

ფრანგი ფილოსოფოსის, პოსტსტრუქტურალისტ **მიშელ ფუკოს** მოძღვრების მიხედვით დისკურსი არა მხოლოდ ქმნის (ან აღწერს) სოციალურ ურთიერთობებს, არამედ იყენებს ცოდნას ძალაუფლების დასაფუძნებლად. ცოდნა სხვებზე ძალაუფლების წყაროა; **ფუკო** დისკურსს **ცოდნისა და უფლებამოსილების ერთიანობად** განიხილავს. ფუკოსეული მეთოდოლოგიის ცენტრალური ცნებებია „ცოდნის არქეოლოგია“ და „ძალაუფლების გენეალოგია“ (Foucault 1981; 1991).



მიშელ ფუკო (1926 - 1984)

პოსტმოდერნისტული დისკურსის ანალიზის ფოკუსი ლინგვისტური მხარეა და იგი ყველა სოციალურ პრაქტიკას, გამონაკლისის გარეშე, განიხილავს როგორც დისკურსულს.

ფრანგი ფილოსოფოსი ჟან-ფრანსუა ლიოტარი დისკურსის სხვადასხვა ჟანრს განსხვავებს (Lyotard 2009), მათ შორის:

კოგნიტიურ (შემგენებით) დისკურსს;

ეკონომიკურ დისკურსს;

ფილოსოფიურ დისკურსს;

ნარატიულ (ნარატივი / თხრობა - სამყაროს აღქმის ისტორიულ-კულტურული ინტერპრეტაცია) დისკურსს.

ამასთან ლიოტარი დასძენს, რომ არ არსებობს დისკურსის არც ერთ ჟანრი, რომლის ჰეგემონია გამართლებული იყოს სხვასთან შედარებით. თანამედროვე ცოდნა, ლიოტარის თვალსაზრისით, მეტანარატივებთანაა გაიგივებული. ლიოტარი პოსტმოდერნს ინფორმაციულ ეპოქასთან აიგივებს და მეტანარატივების მიმართ ნდობის დაკარგვაზე აკეთებს აქცენტს. მისეული თანამედროვე მეტანარატივების უარყოფა პოსტმოდერნული მდგომარეობის სასარგებლოდ ამყარებს ინტელექტუალურ პლურალიზმს, რაც პრივილეგიას „ენობრივი თამაშების“ არათანაბარზომიერებას და ეპისტემოლოგიურ (ბერძ. ἐπιστήμη [epistḗmē] „ცოდნა“ λόγος [lógos] „სიტყვა, სწავლება“) და ეთიკურ პრაგმატიზმს უთმობს (Lyotard ibid.).



ჟან-ფრანსუა ლიოტარი (1924 - 1998)

3.8. კონვერზაცია; კონვერზაციული ანალიზი

კონვერზაციული ანალიზის კვლევის სფეროებია მეტყველების ტიპოლოგია, დიალოგი, დისკურსი და ტექსტის ლინგვისტიკა. აღნიშნული სფეროები სხვადასხვა მეტოლოგიებისა და ტრადიციების, თეორიების ჭრილში განიხილება, თუმცა ყველა მათგანის ემპირიული ბაზა ექსპლიციტური ან იმპლიციტური კომუნიკანტების (ან პოტენციური კომუნიკანტების) ინტერაქციაა.

ინტერაქციის მანერა სხვადასხვა კულტურაში განსხვავებულია, თუმცა ერთი კულტურის ფარგლებში, ინტერაქციის მანერა, როგორც წესი, საზოგადოებაში მეტნაკლებად სტანდარტიზებულია.

ინტერკულტურული კომუნიკაციის კონტექსტში ინტერაქციის განსხვავებული მანერა შესაძლოა გარკვეული დაბნეულობის წყარო ან პრობლემების შექმნის მიზეზი გახდეს (მაგ., ვინ არის კონვერზაციის, საუბრის დაწყების ინიციატორი, როგორია ამა თუ იმ კულტურულ სივრცეში კონვერზაციის დასრულების, შეწყვეტინების ფორმები, როგორია სათქმელის ჩამოყალიბების ტაქტიკა და სხვ.).

3.9. კონვერზაციის ეთიკა

კომუნიკაციის პროცესის აქტორებისათვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი, გარკვეული თვალსაზრისით, შეიძლება ითქვას, საბაზისო ღირებულება არის ნდობის კატეგორია. კომუნიკანტები, იზიარებენ რა სოციალურ მთქმედ კონვენციონალურ პრინციპებს, იცავენ კომუნიკაციის ეთიკას, რომლითაც კომუნიკაციური ქმედებების წესრიგი და კანონზომიერებებია განსაზღვრული.

რასაკვირველია ფაქტია, რომ წესების, პრინციპების დარღვევა როგორც ობიექტური სინამდვილის, რეალური ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში, ისე კომუნიკაციის და, შესაბამისად, კონვერზაციის პროცესში საკმაოდ ხშირია, თუმცა სამეცნიერო თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანია კომუნიკაციისა და კონვერზაციის კანონზომიერებათა ფილოსოფიური რაკურსი, რომელიც კომუნიკაციის პროცესის პარტნიორთა ინტენციის (განზრახვის) რეკონსტრუქციას გულისხმობს, კერძოდ, იმისა, თუ რას

გულისხმობს კომუნიკანტი, როცა ექსპლიციტურად ჩამოყალიბებულ სათქმელს მიღმა იმპლიცირებულია (ნაგულისხმევია) უთქმელიც. იმპლიცირებულის (ნაგულისხმევის) რეკონსტრუქციის შესაძლებლობის წინაპირობები, ფილოსოფიური პერსპექტივით, ინტერპრეტირებულია როგორც კომუნიკაციური მოძღვრების მორალისტური პოსტულატები, რომლებსაც საფუძვლად კოოპერაციის პრინციპი უდევს. კოოპერაციის პრინციპი ცენტრალური, საბაზისო მაქსიმაა კომუნიკანტებისათვის, რომელიც, კანტის ფილოსოფიის გავლენით სპეციფიკურ სუბმაქსიმებად დიფერენცირდება. კოოპერაციის პრინციპი დესკრიპტიული პრინციპია; მისი ავტორია ინგლისელი ფილოსოფოსი პოლ გრაისი. გრაისის მიხედვით კომუნიკაციის იდეალური ფორმა თავისი ბუნებით კოოპერატიულია (Grice 1967: 3-143).



პოლ გრაისი (1913 - 1988)

3.10. პოლ გრაისის კონვერზაციული იმპლიკაციები და მაქსიმები

მაქსიმა: რაოდენობა: ინფორმატიულობა

სათქმელი უნდა იყოს დასახული კონვერზაციული მიზნის შესაბამისად ინფორმატიული;

- სათქმელი არ უნდა შეიცავდეს საჭიროზე მეტ ინფორმაციას.

▪ მაქსიმა: ხარისხი: ჭეშმარიტება

- არ ამტკიცო ის, რის ჭეშმარიტებაშიც არ ხარ დარწმუნებული;

- არ ამტკიცო ის, რის შესახებაც არ ფლობ მტკიცებულებებს.

▪ მაქსიმა: რელევანტურობა

- ურთიერთობაში დაიცავი რელევანტურობის პრინციპი: პარტნიორს უთხარი მხოლოდ ის, რაც მიგაჩნია, რომ მისთვის მნიშვნელოვანია.

▪ მაქსიმა: მოდალობა (სტილი, მანერა)

მოერიდე გამონათქვამის ბუნდოვანებას;

მოერიდე გამონათქვამის ამბივალენტურობას;

დაიცავი ლაკონიურობა;

მოერიდე უწესრიგობასა და არაორგანიზებულობას.

გრავისის თეორიის მიხედვით, კომუნიკანტები (*ceteris paribus*) ზემოხსენებული პრინციპებისა და პოსტულატების საფუძველზე კომუნიცირებენ. მისეული კოოპერაციის პრინციპი და კონვერზაციის მაქსიმები კომუნიკაციის კოდექსის საფუძველს წარმოადგენს. გრავისისეული მაქსიმები რეინტერპრეტაციით სამ პრინციპად ყალიბდება:

Q-პრინციპი Quality / Qualität (ხარისხი);

I-პრინციპი Informativeness / Informativität (ინფორმატიულობა);

M-პრინციპი Modality / Modalität (მოდალობა).

აღსანიშნავია, რომ გრავისისეული მაქსიმები ერთგვარი ეთიკური პოსტულატებია, რომლებიც იდეალური კომუნიკაციის მოდელს განსაზღვრავს.

3.11. ინტერკულტურული პერსპექტივა

გრავისის მაქსიმები ზოგადი, ძალიან აბსტრაქტული ჩარჩოა, რომლის ფარგლებში ცალკეული პოსტულატების მიმართ კომუნიკანტთა ტოლერანტულობის ხარისხი კულტურათა და სუბკულტურათა მიხედვით მნიშვნელოვან ვარიაციებს განიცდის. განმსაზღვრელია ამ თვალსაზრისით თავად კომუნიკაციური სიტუაციაც, მაგ., ე. წ. „Small talk“ ფორმატი არ ითვალისწინებს რელევანტური, სიღრმისეული ინფორმაციის გადაცემა-გაცვლას, პირიქით, იგი მსუბუქი კონვერზაციის ტიპია, რომელიც სწორედაც რომ ზედპირული გზავნილების ურთიერთგაცვლით ხასიათდება და

ხშირ შემთხვევაში ხსენებულ ტიპს როგორც ერთგვარ გამოსავალს მიმართავენ, მაგ., თუ კომუნიკანტებს საინტერესო და სიღრმისეული თემების დეფიციტი აქვთ.

საინტერესოა ამერიკულ და გერმანულ კულტურათა წარმომადგენლების კონვერზაციული მოდელის კონტრასტული ანალიზი, რომელიც ცხადყოფს, რომ გრაისის პოსტულატებს გერმანელი კომუნიკანტები მათი კომუნიკაციური ქცევიდან გამომდინარე, ამერიკელთა კონვერზაციას ზედაპირულად აღიქვამენ, რასაც გრაისის რაოდენობისა და რელევანტურობის მაქსიმუმის დარღვევად ან არაჯეროვნად დაცვად მიიჩნევენ, ამერიკელები კი პირიქით, სხვა პერსპექტივით აფასებენ და თვლიან, რომ გერმანელთა კონვერზაცია ზედმეტად ღრმა და სერიოზულია. აღსანიშნავია, რომ ერთი სოციალური თუ კულტურის ფარგლებშიც კი განსხვავებულია გრაისის იდეალისტური მაქსიმუმის დაცვისა თუ დარღვევის აღქმა.

ინტერკულტურული კომუნიკაციის კონტექსტში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ტოლერანტობა და ურთიერთპატივისცემა.

3.12. ბარიერები

კომუნიკაცია სრულყოფილია მხოლოდ მაშინ, როცა შთაბეჭდილება (დეკოდირების შედეგი) ემთხვევა გამონათქვამს, ე. ი. როცა მსმენელი მოსაუბრის სათქმელს, მის მიერ გადმოცემულს, ზუსტად ისევე აღიქვამს და იგებს, როგორც ეს თავად მოსაუბრეს აქვს ჩაფიქრებული (ან სურს).

არაეფექტური კომუნიკაციის შესაძლო და პოტენციურად დასაშვები მიზეზებია:

მიმღებისა და წყაროს განსხვავებული ენობრივი კომპეტენცია;

ინფორმაციის სტრუქტურა: კომპლექსური და გადატვირთული გზავნილი;

კომუნიკანტთა ფსიქო-ემოციური და მენტალური დისპოზიცია;

კომუნიკანტთა ურთიერთგანწყობა;

კომუნიკანტთა თეზაურუსის სრული შეუსაბამობა (განსხვავებული ინტელექტი, განათლება, ინტერესი, ცოდნა, გამოცდილება);

- სოციალურ და კულტურულ განსხვავებათა მიუღებლობა;
- სტერეოტიპული აზროვნება;
- კონფლიქტური დისპოზიცია;
- სენსიტიურობა გარკვეული თემატიკის მიმართ;
- გახსნილობისა და მიმღებლობის დაბალი ხარისხი;
- რეალური ჩანაფიქრის, განზრახვის, ფიქრების, აზრების შენიღბვა;
- ჭეშმარიტი გრძნობების განსაზღვრის და მათი ნომინაციის (სახელდების) სირთულე;

გრძნობებისა და ემოციების ვერბალური გაფორმების (სწორი კოდის გამოყენების) სირთულე;

- გამონათქვამების ბუნდოვანება, ამბივალენტურობა და სხვადასხვა ინტერპრეტირების სივრცე;
- გაგებისა და აღქმის სუბიექტური შემოსაზღვრულობა;

კომუნიკაციის პროცესში ინფორმაციის მიმღები ხშირ შემთხვევაში დაკავებულია არა დეკოდირების პროცესით, არამედ საკუთარი პასუხის ძიებით;

- ინფორმაციის დეკოდირების ხარვეზები, უზუსტობები.

3.13. ვერბალური კომუნიკაციის სტილის ინტერკულტურული კონტექსტი

ეფექტური ინტერკულტურული კომუნიკაცია გულისხმობს მისი ყველა კომპონენტის ფლობას, რომელთა შორის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ვერბალური კომუნიკაციის სტილია. კომუნიკაციის სტილი ერთგვარი მეტაგზავნილია, რომელიც კომუნიკანტებს კომუნიკაციის კონტექსტის ჩარჩოს სწორ აღქმაში ეხმარება. კომუნიკაციის სტილი კომუნიკაციური სიტუაციის მიხედვით ვარირებს და ყოველ კონკრეტულ სი-

ტუაციაში ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციური ქცევის განსხვავებულ სტილისტურ ხერხებს ეფუძნება, რომელიც მოცემული კომუნიკაციური სიტუაციისა და მიზნის ოპტიმალურია.

ვერბალური კომუნიკაციის სტილი ენობრივი ჟანრის მთელ სპექტრს გულისხმობს - რეპლიკიდან საჯარო გამოსვლამდე. მეტყველებისა და შესაბამისად ენობრივი სტილი, რა თქმა უნდა, ინდივიდუალურია და ყველა ინდივიდი თავისი უნიკალური იდიოლექტის ფარგლებში კომუნიცირებს, თუმცა ენობრივი სტილისტიკის თვალსაზრისით, პირობითად დიფერენცირდება სტილის შემდეგი სუბტიპები:

თავისუფალი;

ოფიციალური / საქმიანი;

- პუბლიცისტური;

მხატვრული;

აკადემიური / სამეცნიერო;

სტილის სუბტიპებად დიფერენციაცია, როგორც აღვნიშნეთ, პირობითია, იმდენად, რამდენადაც ზღვარი სტილის გარკვეულ სახეებს შორის გარდამავალია და არ არის მკვეთრი (მაგ., მხატვრული სტილი ხშირად ეყრდნობა თავისუფალი სტილის სუბტიპს საკუთარი პერსონაჟებისა და ტიპაჟების დასახასიათებლად), თუმცა რიგ შემთხვევებში განსხვავებული სტილისტიკა ერთმნიშვნელოვანია კომუნიკანტებისათვის (მაგ., თავისუფალი და აკადემიური სტილი დიამეტრალურად განსხვავდება ერთმანეთისაგან). სტილის თითოეული სუბტიპი თავისი სპეციფიკით, გამოხატვის საშუალებებით და პრაგმატული მოტივაციით ხასიათდება; შესაბამისად განსხვავებულია მათი გამოყენების კომუნიკაციური სიტუაცია და მიზანიც.

თავის მხრივ, თავად ვერბალური კომუნიკაციის ოთხი ტიპი გამოიყოფა:

- პირდაპირი / არაპირდაპირი;
- ზუსტი და ლაკონური;

ინდივიდუალური / სიტუაციური;

- ინსტრუმენტული და აფექტური.

კომუნიკაციის სტილისტიკა და ტიპები განსხვავებულია სხვადასხვა კულტურაში; მაგ., ამერიკული კულტურა კომუნიკაციის პირდაპირი ტიპით ხასიათდება. ამერიკელები მოსაუბრეს იწვევენ გახსნილი და პირდაპირი კომუნიკაციისათვის, საქმიანი კონვერზაციის დროს ხშირად იყენებენ გამოთქმებს „გვითხარით, რა გაქვთ მხედველობაში“, „რას გულისხმობთ“, „... უფრო საფუძვლიანად“ და სხვ. (Heringer 2014).

არაპირდაპირი ვერბალური სტილით ინიღბება კომუნიკანტის მიზნები, ზრახვები, სურვილები. არაპირდაპირი ვერბალური სტილი გავრცელებულია მაღალკონტექსტურ კულტურებში, - სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიაში, იაპონიაში. ჰარმონიული ურთიერთდამოკიდებულება, კულტურული ტრადიციები იაპონელებისათვის უმნიშვნელოვანესია; აქედან გამომდინარე, მათი მეტყველებისთვის ნიშანდობლივია ამბივალენტურობა, ორაზროვნება, გარკვეული ბუნდოვანება. იაპონელების კონვერზაციაში ხშირია გამოთქმები „შეიძლება“, „შესაძლებელია“, „ალბათ“ და სხვ. იაპონური კულტურის აღზრდის ტრადიციების თანახმად, ადრეული ასაკიდანვე მნიშვნელოვანია ქცევის სიფაქიზის სწავლება, სხვისი გრძნობებისა და ემოციების პატივისცემა, მოსაუბრეთა დანდობა. არაბული კულტურა კი ექსპრესიული სტილისტიკით ხასიათდება (Heringer ibid.).

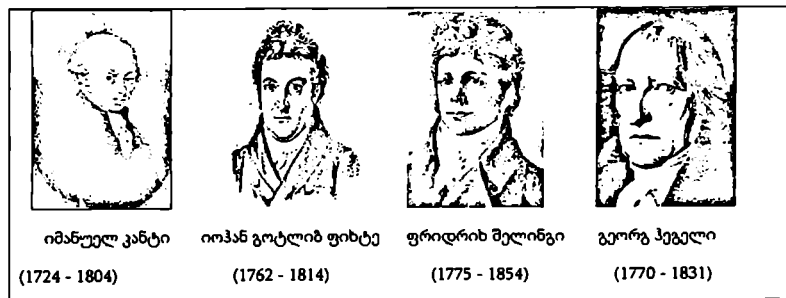
კომუნიკაციის ზემოთ მითითებული სტილის ქვეტიპები მეტ-ნაკლებად ყველა კულტურაში თანაარსებობს, მით უფრო გლობალიზაციის ეპოქაში, როცა მობილობა და მიმღებლობა საგრძნობლად გაზრდილია, თუმცა სხვადასხვა კულტურათა წარმომადგენლები განსხვავებულად აფასებენ და აღიქვამენ მეტყველების განსხვავებულ ტიპებს. თითოეულ შემთხვევაში კომუნიკაციის სტილი იმ ნორმებისა და ფასეულობების გამომხატველია, რომელიც ამა თუ იმ კულტურისა თუ სუბკულტურის საფუძველს წარმოადგენს.

3.14. დიალექტიკა

დიალექტიკა (ბერძ. διαλεκτική „ვსაუბრობ, ვმსჯელობ“), - კამათის, არგუმენტაციის ხელოვნება, - განვითარების შესახებ მოძღვრებაა, რომელსაც ანტიკური პერიოდიდან სხვადასხვა მნიშვნელობით იყენებდნენ: სოკრატეს დიალექტიკა საუბრის წარმართვის ხელოვნებად მიაჩნდა, პლატონს კი - იდეების შემცენების მეთოდად; სტოიკოსები დიალექტიკას სწორად მეტყველებად და საუბრის შეცნიერებად განსაზღვრავდნენ (Geiger 2002: 103).

შუა საუკუნეებში დიალექტიკა ლოგიკის სინონიმი იყო და რიტორიკასა და გრამატიკასთან ერთად სამ თავისუფალ ხელოვნებას, - ტრივიუმს ქმნიდა.

იმანუელ კანტი დიალექტიკას ფსევდოფილოსოფიას უწოდებდა, გეორგ ვილჰელმ ფრიდრიხ ჰეგელი კი მას აზროვნების ბუნებაში არსებულ კანონზომიერებათა შემეცნების მეთოდად განსაზღვრავდა. იმანუელ კანტის, იოჰან გოტლიბ ფიხტეს, ფრიდრიხ ვილჰელმ იოზეფ შელინგის დიალექტიკური ნააზრევის ათვისებისა და გადამუშავების საფუძველზე ჰეგელმა შექმნა დიალექტიკური მეთოდი, რომელიც, მისი აზრით, ფილოსოფიური დასაბუთების ერთადერთი საშუალება იყო.



ფილოსოფია, ჰეგელის თანახმად, ცნებათა სისტემაა, რომელიც ცნებათა განვითარების საფუძველზე აღწერს გონების, იდეის მიერ საკუთარი თავის რეალიზაციისა და შემეცნების პროცესს. აზრი პირველი უმარტივესი ცნებიდან აუცილებლობით გადადის საპირისპირო ცნებაზე, - თეზისიდან ანტითეზისზე. დიალექტიკა, როგორც

სამყაროს შეცნობის ფილოსოფიური მეთოდი, თეზისისა და ანტითეზისის და-პირისპირება (Adorno 1963).

განვითარება, როგორც ფილოსოფიური კატეგორია, ობიექტის შეუქცევადი ცვლილებების პროცესს აირეკლავს. განვითარების დეფინიციისას ხშირად აღინიშნება, რომ ყოველგვარი განვითარება მოძრაობაა, თუმცა ყოველგვარი მოძრაობა განვითარება არ არის. განვითარება შესაძლოა იყოს როგორც პროგრესული, ისე რეგრესული. განვითარების პროგრესად ან რეგრესად მიჩნევა განისაზღვრება მიზანთან მიმართებით.

დიალექტიკა არის სწავლება განვითარების კანონზომიერებებისა და კავშირების ფორმების შესახებ ზუნებასა და საზოგადოებაში.

ფილოსოფიური განვითარების ანალიზი ეყრდნობა შემეცნების ორ მეთოდიკას, - დიალექტიკასა და მეტაფიზიკას. მეტაფიზიკა, დიალექტიკისაგან განსხვავებით, მოვლენებს განიხილავს მათ უცვლელობაში და ერთმანეთისგან დამოუკიდებლად, უარყოფს შინაგან წინააღმდეგობებს, როგორც განვითარების წყაროს.

დიალექტიკის ძირითადი პრინციპებია:

- საყოველთაო კავშირი - მთელი სამყარო ერთი მთლიანობა, ერთი ორგანიზმია;
- სისტემურობა - ობიექტებს შორის კავშირი მოწესრიგებულია;
- მიზეზობრიობა - ნებისმიერი ობიექტის წარმოშობა-წარმოქმნა კანონზომიერებებითა პირობადებული;
- საყოველთაო განვითარება - სამყაროში ყველაფერი ვითარდება (არ იგულისხმება მხოლოდ უკეთესობისკენ);
- ისტორიზმი - შესასწავლი ობიექტის არსის წვდომის საფუძველი მისი განვითარების ისტორიის ანალიზია.

აღსანიშნავია, რომ საყოველთაო კავშირის პრინციპი გლობალიზაციის ეპოქაში განსაკუთრებით აქტუალური და თვალსაჩინოა.

დიალექტიკის პრინციპების ალტერნატივა სოფისტიკის, ეკლექტიკის, დოგმატიზმის, სუბიექტივიზმისა და სკეპტიციზმის პრინციპებია (Rehfuß 2003).

სოფისტიკა (ბერძ. σοφιστική [*sophistike*] „კამათის წარმართვის უნარი კითხვებისგან თავის დაღწევისა და მოწინააღმდეგის კითხვებით მახეში გაბმით“) სოფისტების მოძღვრებაა, სოფისტები კი - სიბრძნისა და მჭევრმეტყველების, ორატორობის მოძღვრები.

ეკლექტიკა (ბერძ. ἐκλεκτός [*eklektos*] „რჩეული“) სხვადასხვა სტილის, განსხვავებული კომპოზიციური ელემენტებისა და ხერხების აღრევაა.

დოგმატიზმი ცალმხრივი, სქემატური აზროვნების სტილია, რომელიც ეფუძნება დოგმებს (ბერძ. δόγμα [*dógma*] „აზრი, გადაწყვეტა, დადგენილება“), განყენებულ დებულებებს; დოგმატიზმის საფუძველი ავტორიტეტებისადმი ბრმა რწმენა და მათი აბსოლუტიზაციაა. დოგმატიზმი შემოქმედებითი განვითარების პრინციპების იგნორირებასა და სტერეოტიპებით აპელირებას ემყარება.

სუბიექტივიზმი (ლათ. *subjectum* „ქვემდებარე“) იდეალიზმის ტიპია, რომელიც ობიექტურ რეალობას უარყოფს და საგნებსა და მოვლენებს მხოლოდ ადამიანის ცნობიერებაში აღიარებს. სუბიექტივიზმის თანახმად, ჭეშმარიტება სუბიექტურია და ინდივიდის ცნობიერების თავისებურებებითაა განპირობებული.

სკეპტიციზმი (ბერძ. σκεπτικός [*skeptikos*] „განსჯისადმი, დაფიქრებისადმი მიდრეკილი“) იდეალისტური ფილოსოფიური მიმართულებაა, რომელიც ობიექტური სინამდვილის შემეცნების შესაძლებლობას უარყოფს. პირონის სკეპტიციკისტური ფილოსოფიური ტრადიციის საფუძველი ძიებისა და ჭეშმარიტების დაუფლების სურვილის უარყოფაა, რამდენადაც სკეპტიციზმის თანახმად, ყველაფერი პირობითია და შეუძლებელია ყველასთვის მისაღები ჭეშმარიტების უქვეყნლობის არსებობა. სკეპტიციზმის კონცეფციამ ფოკუსირებულია ეჭვი, როგორც აზროვნების პრინციპი; სკეპტიციკისტებს ეჭვი შეაქვეთ სამყაროს შემეცნების შესაძლებლობაში, ჭეშმარიტების სანდო კრიტერიუმების არსებობაში. სკეპტიციზმის უკიდურესი ფორმაა **აგნოსტიციზმი** (ბერძ. ἀγνοστικός [*agnostos*] „უცნობი, შეუცნობელი“). სკეპტიციზმის თანამედროვე თეორია სამყაროს შემეცნების უარმყოფელი ანტიდიალექტიკური კონცეფციაა.

4. ნონვერბალური (არავერბალური) კომუნიკაცია

ნონვერბალური კომუნიკაცია მრავალგანზომილებიანი ფენომენია. ლინგვო-კულტუროლოგიურ კონტექსტში განსაკუთრებით საინტერესოა ნონვერბალური სემიოტიკური სისტემის აქტუალიზაცია კომუნიკაციის პროცესში.

ნონვერბალური სემიოტიკური სუბსისტემები მოიცავს პარალინგვისტიკას, კინე-სიკას (ჟესტიკულაციები, მიმიკა), ოკულესიკას („მზერათა ენა“), ჰაფტიკას, პროქსე-მიკას და სხვა კომუნიკაციურ კოდებს.

ნონვერბალური სემიოტიკური სისტემა სიმბოლოებზეა აგებული. სიმბოლო ესთე-ტიკური კატეგორიაა და ხატისა და ნიშნის გამაერთიანებელ ფუნქციას ითავსებს. სი-მბოლოს სტრუქტურა მრავალშრიანია და მისი რეცეფცია- ინტერპრეტაცია სხვა-დასხვა კულტურულ სივრცეში, ზოგჯერ კი ერთი კულტურის სხვადასხვა სუბ-კულტურის ფარგლებში განსხვავებულია. სიმბოლოს საზრისის წყდომა, მისი აღქმა დიალოგის ფორმატშია შესაძლებელი, - დიალოგის სიტუაციის გარეშე სიმბოლო მხოლოდ ცარიელი ფორმაა; სხვაგვარი ფორმულირებით, სიმბოლოები გარკვეულ კონტექსტში, გარკვეული ნარატივის ფარგლებში აქტუალიზდება და კომუნიკაციურ დატვირთვას იძენს, რამდენადაც კომუნიკაციური სიტუაციების რეინტერპრეტაციის შესაძლებლობასაც აჩენს, თუ გარკვეული სიმბოლოები განსხვავებულ კულტურებში სხვადასხვაგვარ ასოციაციებს ბადებს და, აქედან გამომდინარე, ქვეტექსტებისათვის, მინიშნებებისთვის ახალ სივრცეს ქმნის.

ქვეტექსტი არის ინფორმაცია, რომელიც არ არის გამოხატული ენობრივ ერთეულ-თა მნიშვნელობების ერთობლიობით; ქვეტექსტის ფორმირების საფუძველია ორ-მხრივი ან მრავალმხრივი მიმართებები სტრუქტურის სხვადასხვა დონეზე. შესაბა-მისად ნონვერბალური, ექსტრალინგვისტური კომუნიკაციის ასპექტში უმნიშვნე-ლოვანესია, ერთი მხრივ, კომუნიკაციური სიტუაცია, კონტექსტი და, მეორე მხრივ, კომუნიკაციის აქტორები, თავად კომუნიკანტები.

ფსიქოლოგთა კვლევებით (Mehrabian 1972), ინფორმაციის 3/6 იძლევა მოსაუბრის სხეული (პოზა, მოძრაობა, მიმიკა, ჟესტიკულაცია), 2/6 - ხმა (ტონი, რითმი, ტემბრი,

ინტონაცია, ტემპი, მელოდიკა) და მხოლოდ 1/6 ვერბალური კომუნიკაცია. მითითებული თანაფარდობა, რა თქმა უნდა, იცვლება განსხვავებულ კონტექსტში, თუმცა ზოგადი ტენდენცია შენაჩუნებულია.

არავერბალურ ნიშანთა ზუსტი ინტერპრეტაცია წარმატებული და ეფექტური კომუნიკაციის ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ფაქტორია. გასათვალისწინებელია, რომ გარკვეული არავერბალური ნიშნები სხვადასხვა კულტურაში განსხვავებული ინტერპრეტაციითა და მნიშვნელობით გამოიყენება.

არავერბალური კომუნიკაცია კომუნიკაციის უფრო სანდო და გულწრფელ ფორმად არის მიჩნეული, რადგან ნონვერბალური ნიშნების, ნონვერბალური ქცევის კონტროლი ვერბალურთან შედარებით უფრო რთულია. ვერბალურ და ნონვერბალურ კომუნიკაციას შორის რელევანტურია კონგრუენციის პრინციპი, რაც ვერბალური და ნონვერბალური ნიშნების ერთმანეთთან ჰარმონიზაციას, მათ კონგრუენტულ, ე. ი. შეთანხმებულ კოდირებასა და შესაბამისობას გულისხმობს. თუ კომუნიკაციის ვერბალურ და ნონვერბალურ ფორმებს შორის კონგრუენციის პრინციპი დარღვეულია, მაშინ საკომუნიკაციო სიტუაციის სწორი აღქმისა და ინფორმაციის დეკოდირებისათვის ნონვერბალური სიგნალები მეტად ინფორმატიულია.

განვიხილოთ საკომუნიკაციო სიტუაციის რამდენიმე ქეისი:

ქეისი: საკომუნიკაციო სიტუაცია: პრეზენტაცია, მოხსენება, საჯარო გამოსვლა. თუ მომხსენებელი არ ტოვებს თავდაჯერებულ, დაინტერესებულ, კომპეტენტურ შთაბეჭდილებას, რთულია აუდიტორიის დარწმუნება, რომ სასაუბრო თემატიკა საინტერესოა; სხვაგვარი ფორმულირებით, პრეზენტატორის, მომხსენებლის ნონვერბალური კომუნიკაციური კომპეტენცია და მისი დემონსტრირება ადეკვატური სიგნალებით პირველი სწორი გზავნილია აუდიტორიის განწყობის ჩამოყალიბებისათვის.

ნონვერბალური და ვერბალური კომუნიკაციის ფორმები შესაძლოა ავსებდეს ან ცვლიდეს ერთმანეთს.

ქეისი: საკომუნიკაციო სიტუაცია: ელემენტარული თავაზიანობის ეტიკეტი: ვერბალური კომუნიკაცია: მისალმება; ნონვერბალური კომუნიკაცია: ღიმილი.

ვერბალური და ნონვერბალური ქმედება ერთმანეთს ავსებს, ღიმილიანი სალაშქრო კომუნიკანტების მიერ კეთილგანწყობის, თავაზიანობის, დადებითი ემოციის, პოზიტიური მუხტის ნიშნად აღიქმება.

საზოგადოდ, ნონვერბალური ელემენტი მეტყველებას მხატვრობასა და ექსპრესიულობას სძენს და მის ეფექტს აძლიერებს.

ნონვერბალური ქცევა შესაძლოა ეწინააღმდეგებოდეს ვერბალურ გზავნილს.

ქეისი: საკომუნიკაციო სიტუაცია: საუბარი: ელემენტარული თავაზიანობის ეტიკეტი: ვერბალური კომუნიკაცია: სასიამოვნოა თქვენთან საუბარი: ნონვერბალური ქცევა: საუბრის ცივი და მშრალი მანერა, დაუინტერესებელი მზერა.

თუ პოზიტიურ ვერბალურ გზავნილს: „სასიამოვნოა თქვენთან საუბარი“ თან ახლავს ზემოთ მითითებული არავერბალური ქცევა, კომუნიკანტი შეუსაბამოდ და არა გულწრფელად მიიჩნევს ვერბალურ ინფორმაციას.

ნონვერბალური კოდი შესაძლოა ცვლიდეს ვერბალურ გზავნილს.

ქეისი: საკომუნიკაციო ინტენცია (განზრახვა): დასტური ან უარყოფა: ნონვერბალური კოდი: თავის მოძრაობა დასტურის ან უარყოფის ნიშნად, ვერბალური გზავნილის გარეშე.

არავერბალური ქცევა, შესაძლოა, ვერბალური კომუნიკაციის მარეგულირებელი იყოს; რეგულირება ინდივიდთა ურთიერთქმედების კოორდინაციაა. ქესტიკულაცია, პოზის ცვლილება, ინტონაცია, შეხება კომუნიკაციის პროცესში მნიშვნელოვანი და ყურადსაღები გზავნილებია.

ინტერკულტურულ კონტექსტში აუცილებელია ნონვერბალური კოდების ადეკვატური შეფასება.

ნონვერბალური კომუნიკაცია მრავალგანზომილებიანი ფენომენია, რომელიც ხშირად ვერბალური კომუნიკაციის პარალელურია და ძირითადად ქვეცნობიერად მი-

მდინარეობს, ამდენად იგი, როგორც უკვე იყო აღნიშნული, ძნელად კონტროლირებადია - ძალიან ძლიერი თვითკონტროლის შემთხვევაში კი შესაძლოა ინფორმაციის „გაჟონვა“. ნონვერბალური კომუნიკაციის დუალური ხასიათი უნივერსალურია, ყველა ნიშანი ერთი კულტურის ან სუბკულტურისათვის გასაგები სპეციფიკური სიგნალით იხსნება.

არავერბალური ქცევის დიფერენცირება ნიშნების ტიპის მიხედვით:

ფიზიოლოგიურ რეაქციაზე დაფუძნებული ქცევითი ნიშნები (მაგ., გაფითრება, ჟრჟოლა, თრთოლა და სხვ.);

წინასწარ განუზრახველი ნიშნები, ჩვევები ე. წ. თვითადაპტორები (მაგ., ფეხის უმიზეზო ქნევა);

სხვადასხვა ემოციით გამოწვეული ქცევითი ნიშნები;

4.1. ნონვერბალური კომუნიკაციის ელემენტების სისტემატიკა

ნონვერბალური კომუნიკაციის პროცესში გრძნობათა ორგანიკა სრულად არის ჩართული; ნონვერბალური კომუნიკაციის ელემენტებია (Burgoon 1994: 229-285):

კინესიკა (ე. წ. „სხეულის ენა“ / ქესტიკულაციები);

მიმიკა;

- ტაქტილური ქცევა (შეხებით კონტაქტი);

სენსორიკა;

პროქსემიკა (სივრცითი დაყოფა-დახარისხება ფიზიკურ და სოციალურ გარემოსთან მიმართებით);

ქრონემიკა (დროის მენეჯმენტი / პაუზა / ლოდინი);

დუმილი (ტაქტიკური ხერხი);

ვოკალიქსი (ხმის ტონი, ტემბრი, მელოდიკა, რითმი),

პოზა (სხეულის პოზიცია / რეალური ან მოჩვენებითი მახასიათებლები);

მომრაობის მანერა;

ჰაბიტუსი;

4.2. პროქსემიკა

პროქსემიკა კომუნიკაციის სივრცობრივი განზომილება და რელატივა (მიმართება);
ტერმინის ავტორია ამერიკელი ანთროპოლოგი, ეთნოლოგი და ინტერკულტურული კომუნიკაციის, როგორც ანთროპოლოგიური მეცნიერების ერთ-ერთი ფუძემდებელი, ედვარდ ჰოლი (Hall 1963: 1003-1026).

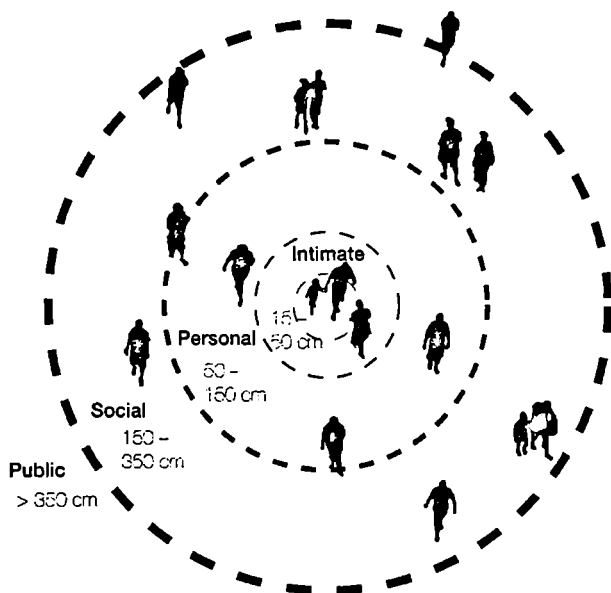


ედვარდ ჰოლი (1914 - 2009)

ყველას საკუთარი პირადი სივრცის აღქმა და მისი საზღვარი აქვს, რომელსაც შეგნებულად აწესებს, ამიტომაც კომუნიკანტთა ურთიერთობა მყარდება გარკვეულ დისტანციაზე, რომელიც ხასიათის, ტიპის და კულტურული იდენტობის მანიშნებელია. ჰოლი, სივრცითი დისტანციის თვალსაზრისით, კომუნიკაციის ოთხ ტიპს გამოყოფს:

- ☐ ინტიმური სივრცე (განისაზღვრება ეროვნულ-კულტურული სპეციფიკით დისტანცია = 45-50 სმ-მდე);
- ☐ პერსონალური სივრცე (დისტანცია = 45-50-120-150 სმ.);
- ☐ სოციალური სივრცე (დისტანცია = 120-150 – 350-360 სმ.);
- ☐ საჯარო სივრცე (დისტანცია = 350-360 სმ.-დან).

აღსანიშნავია, რომ სხვადასხვა კულტურაში სივრცითი დისტანციის განსხვავებული სტანდარტია; მაგ., ინტიმური სივრცის განსაზღვრა სხვადასხვაგვარია დასავლეთ (= 60 სმ.) და აღმოსავლეთ (= 45 სმ.) ევროპის კულტურებში. ევროპის შვიდ ქვეყანაში ჩატარებულმა პროქსემიკულმა კვლევებმა აჩვენა, რომ ინგლისელთა პერსონალურ კომუნიკაციაში ფრანგებთან და იტალიელებთან შედარებით მეტი სივრცეა; ფრანგებისა და იტალიელების პერსონალური სივრცე კი მეტია ირლანდიელთა და შოტლანდიელთა პერსონალურ სივრცესთან შედარებით.



სოციალურ სივრცეში ექცევა ფორმალური და საქმიანი კომუნიკაციის უდიდესი ნაწილი, ამდენად ძალიან მნიშვნელოვანია დისტანციური ურთიერთობის კარგი შეგრძნება, რადგან სოციალური სივრცის დისტანციის სტანდარტის დარღვევისას ყალიბდება ფსიქოლოგიური დისკომფორტი, რაც შესაძლოა კომუნიკაციის პროცესში ბარიერის, ან უკიდურეს შემთხვევაში, აგრესიის მიზეზი გახდეს.

4.3. ტაქტილური ქცევა

ტაქტილური კოდები ინტერაქციისას შეხებით კონტაქტს არეგულირებს. სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელთა ქცევის შედარებითი ანალიზის საფუძველზე დადგინდა, რომ განსხვავებულ კულტურებში კომუნიკაციის პროცესში სხვადასხვაგვარი ტაქტილური ქცევის, შეხებითი კონტაქტის მოდელებია აპროზირებული, თუმცა ანთროპოლოგებს არ აქვთ პასუხი კითხვაზე, რატომ არსებობს ტაქტილური კოდების ეგზომ დიდი ნაირგვარობა კულტურათა მიხედვით.

ტაქტილური ქცევა აძლიერებს ან ასუსტებს კომუნიკაციის პროცესს. ტაქტილური ქცევის განმსაზღვრელია ფაქტორთა კომპლექსი, კერძოდ კომუნიკანტის:

კულტურული იდენტობა და მენტალობა;

სქესი;

- ასაკი;
- სტატუსი;
- პიროვნების ტიპაჟი.

ყოველ კულტურას ტაქტილური ქცევის საკუთარი მოდელი აქვს, განპირობებული და რეგულირებული მოცემული კულტურის ტრადიციებით, რიტუალებით, წეს-ჩვეულებებით.

მოდერნიზებულ ურბანულ ცენტრებსა და, ზოგადად, დასავლურ კულტურაში კომუნიკანტები იშვიათად ეხებიან ერთმანეთს. მიღებულია დიფერენცირება დისტანციურ და კონტაქტურ კულტურებს შორის. კონტაქტურ კულტურას მიეკუთვნება ლათინურამერიკული, აღმოსავლური კულტურები; ჩრდილო ამერიკელები, ანგლოსაქსები, გერმანელები კი დისტანციური კულტურის წარმომადგენლებია (Hall & Hall 1990).

გერმანელების, იტალიელებისა და ჩრდილოამერიკელების ტაქტილური ქცევის შესწავლამ აჩვენა, რომ კონტაქტური და დისტანციური კულტურის კუთვნილება კულტურული მახასიათებლების გარდა მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული ინდივი-

დის პიროვნებასა და სქესზე: გერმანიასა და ამერიკაში მამაკაცები დიდი დისტანციით კომუნიცირებენ ერთმანეთთან და ნაკლებად ეხებიან ერთმანეთს; მათგან განსხვავებით, იტალიელი მამაკაცები ნაკლები დისტანციით კომუნიცირებენ ერთმანეთთან და გაცილებით ხშირად ეხებიან ერთმანეთს, ვიდრე იტალიელი ქალები. მეგობრობა აზიურ კულტურაში მხრებზე შეხებით, ხოლო არაბულ კულტურაში ძლიერი მოხვევით გამოიხატება. ტაქტილურ კომუნიკაციაში ხშირია კულტურულ-სპეციფიკური ტაბუირებები, მაგ., თანამოსაუბრის თავთან შეხება აზიურ კულტურაში (Heringer 2014). შეხებით კონტაქტზე დაფუძნებული კომუნიკაციის ტიპი კვალიფიცირდება ჰაფტიკურ კომუნიკაციად, რომლის ყველაზე ცნობილი ფორმა ხელის ჩამორთმევაა და იგი კოსკულტურული ვარიაციის მაღალი ხარისხით გამოირჩევა. ხელის ჩამორთმევის მრავალი მანერა არსებობს, მათგან ყველაზე გავრცელებულია:

დომინანტური (ე. წ. ამერიკული) მანერა მიღებულია საქმიან წრეებში; ახასიათებს ძლიერ, თავდაჯერებულ, ღია კომუნიკანტებს;

არაენერგიული, უემოციო მანერა ნეგატიურ ასოციაციებს იწვევს და კომუნიკანტის სისუსტეზე მიანიშნებს;

დისტანციური მანერა (ხელის ჩამორთმევისას მკლავის ბოლომდე გაშლა) მიანიშნებს კომუნიკანტის თავშეკავებულობაზე, სკეპტიციზმზე, საკუთარი პიროვნული სივრცის დაცვის სენსიბილიზებაზე;

„თვისტური“ - ხელის ჩამორთმევა როტაციით - კომუნიკანტის ფარულ ინტენციებზე მიანიშნებს;

ჩამონათვალი არ არის სრული, რადგან ხელის ჩამორთმევის კიდეც არა ერთი მანერა არსებობს, თუმცა ჰაფტიკური და ტაქტილური კოდების მნიშვნელობათა რელევანტურობისა და კომუნიკანტთა შესახებ ინფორმაციის დეკოდირების სადემონსტრაციოდ, ვფიქრობთ, საკმარისია.

4.4 კინესიკა

არავერბალურ სემიოტიკურ სისტემებს შორის ინტერკულტურული კომუნიკაციის თვალსაზრისით განსაკუთრებით საინტერესოა ე. წ. „სხეულის ენა“, რომელიც შესაძლოა, ერთი მხრივ, ცხადი და ცალსახა იყოს კომუნიკანტებისათვის, მეორე მხრივ კი, ფარულ გზავნილებსაც შეიცავდეს.

კინესიკური მახასიათებლები აერთიანებს ქესტიკულაციას, მიმიკას, მანერებსა და პოზას. საგულისხმოა, რომ კინესიკური კომპონენტები არ ატარებენ უნივერსალურ დატვირთვას და მათ სხვადასხვა კულტურაში განსხვავებული მნიშვნელობა ენიჭება (Crystal 1987), მაგ., თავის დაქნევა ზევრ კულტურაში დასტურის ნიშანია, თუმცა ბერძნულ, ინდურ და ბულგარულ კულტურაში იგი უარყოფას, უარს ნიშნავს.

კომუნიკაციის პროცესში მნიშვნელოვანი როლი აქვს კომუნიკანტების გამომეტყველებას. ემოციების გადმოსაცემად გამომეტყველება უმთავრესი მედიუმია და გულისხმობს თვალებით კონტაქტსა და მიმიკებს (Scollon & Scollon 1983: 484-485). მიმიკა ადამიანის სახის გამომეტყველების ცვლაა. კომუნიკაციის პროცესში პარტნიორის სახის გამომეტყველება გვაძლავს, ესმის თუ არა მას ჩვენი; გამომეტყველებაზე დაკვირვებით შესაძლოა პარტნიორის საკომუნიკაციო განზრახულობისა და ჩანაფიქრის ამოცნობაც. ხშირად პარტნიორის სახეზე, მისი სურვილისაგან დამოუკიდებლად, გაიღვავებს ე. წ. წამიერი გამომეტყველება, მაგ., გაოცება, შფოთვა, სევდა, დაბნეულობა და სხვ. როგორც წესი, კომუნიკანტები ცდილობენ მეტ-ნაკლებად აკონტროლონ საკუთარი მიმიკა, თუმცა ცნობილია, რომ პარალელურად მიმდინარე სხვა არავერბალური კოდებიდან ერთდროულად მხოლოდ ორი კოდის კონტროლია შესაძლებელი. როგორც ნონვერბალური კომუნიკაციის სხვა კომპონენტები, კინესიკური ქცევაც თავისებურად აღიქმება ინტერკულტურულ კონტექსტში. მაგ., ისეთი გავრცელებული და კროსკულტურული თვალსაზრისით თითქმის უნივერსალური კოდიც კი, როგორც სიცილია, განსხვავებულ მნიშვნელობასა და დატვირთვას იძენს განსხვავებული კულტურის კომუნიკანტებში. დასავლურ კულტურაში იგი ცალსახად სიხარულისა და დადებითი ემოციების გამოხატულებაა, იაპონურ კულტურაში კი - საკუთარ თავში დაურწმუნებლობის, სიმორცხვისა და არამდგრადობის ნიშანი.

მიმიკის სიმეტრიულობა ემოციების სიწრფელის ერთგვარი ინდიკატორია:

სიყალბისა და სიგრუის შემთხვევაში სახის მარჯვენა და მარცხენა მხარეების მიმკა განსხვავებულია. საზოგადოდ, ნებისმიერი გამომეტყველება გაელვებას ჰგავს და ხშირად შეუმჩნეველიც კი რჩება, თუმცა დადებითი ემოციები (მაგ., სიხარული, ბედნიერება) უარყოფითი ემოციებისაგან (მაგ., სირცხვილი, ზიზღი) განსხვავებით უფრო მარტივად აღიქმება და იკითხება პარტნიორების მიერ. მიმიკის პალიტრაში გამომსახველია სახის თითოეული ნაკვეთი და მათი მოძრაობა. დიფერენცირდება სახის რეაქციის ექვსი ძირითადი ტიპი, რომლითაც გამოიხატება:

გაკვირვება / გაოცება (მომენტალური რეაქცია, ფიქსირდება მყისიერად);

მიწი (მომენტალური რეაქცია ან თანამდევი (ხანგრძლივი) ემოცია გამომწვევი სიტუაციის თუ მოვლენის შესაბამისად);

მრისხანება (რეაქცია / ემოცია მყისიერი ან ხანგრძლივი, - გამომწვევი ფაქტორების გათვალისწინებით);

ზიზღი;

სიხარული (ფართო დიაპაზონი);

მწუხარება (ფართო დიაპაზონი).

სიხარულის ექსპრესიით კომუნიკანტები ხშირად უარყოფითი ემოციებისა თუ რეაქციების შენიღბვას ცდილობენ. ემოციები, როგორც წესი, გამაღიზიანებელ, მაპროვოცირებელ, მასტიმულირებელ ფაქტორთა და გარემოებათა ზეგავლენით აღმოცენდება და მათ გარეგან გამოხატულებას გარკვეული სტადიები აქვს, მაგ., დარდი გარდაიქმნება სევდად, სევდა - ნაღვლად, ნაღველი - ღრმა მწუხარებად, ღრმა მწუხარება - ტანჯვად, ტანჯვა - დაღად. ემოციის ზრდა და ხარისხი კავშირშია მიმიკის გაძლიერებასთან.

როგორც ზემოთ უკვე იყო აღნიშნული, სხვადასხვა კულტურისა თუ სუბკულტურის ფარგლებში იდენტური ნონვერბალური კოდი შესაძლოა სხვადასხვა დატვირთვით, მნიშვნელობითა და მოტივაციით გამოიყენებოდეს; მეტიც, იდენტური კოდი

ერთი კულტურის ფარგლებშიც კი განსხვავებული პრაგმატული მოტივაციით იზი-
ფრება და მისი დეკოდირება მოცემულ კონტექსტზე ან კომუნიკაციურ სიტუაცია-ჩარ-
ჩოზე დამოკიდებული.

ხსენებულის საილუსტრაციოდ გავანალიზოთ ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელე-
ბული კინესიკური ელემენტის, ღიმილის პრაგმატული მოტივაციის კომუნი-
კაციურ-სიტუაციური ალტერნატივები:

მიმკა	კოდის პრაგმატულ-კომუნიკაციური დატვირთვა
ნეიტრალური ღიმილი	☐ კეთილგანწყობა, თავაზიანობა, მოწონება
ღიმილი (დეფორმირებული)	☐ შეკავებული, ჩუმი ნერვიულობა ☐ უზერხული სიტუაციის გადაფარვის მცდელობა
ღიმილი (მოცემული სიტუაციისათვის გადაჭარბებული)	☐ მოწონება ☐ აღიარების, ყურადღების მიქცევის მცდელობა
ღიმილი (აწეული წარბებით)	დამორჩილების მზაობა
ღიმილი (დაწეული წარბების კომბინაციით)	უპირატესობა
ღიმილი (ქვედა ქუთუთოების აუწეულად)	არაგულწრფელობის ინდიკატორი
ხელოვნური ღიმილი	სიცრუის ინდიკატორი
ღიმილი (გაფართოებული თვალების კომბინაციით)	მუქარის ინდიკატორი

სახის გამომეტყველებისა და ემოციათა სპექტრის ურთიერთკავშირის ემპირიული
შესწავლის მიზნით 1963 წ. ფსიქოლოგმა პოლ ეკმანმა კალიფორნიის უნივერსი-

ტეტის ბაზაზე დააარსა ადამიანთა ინტერაქციის ლაბორატორია (*Human Interaction Laboratory*). აღმოჩნდა, რომ ხედასხვა სახის ემოციის, - სიხარულის, მწუხარების, ნაღველის, რისხვის, შიშის, - მიმიკურ გამოხატულებაში განსხვავებული კულტურული იდენტობის კომუნიკანტებს შორის სხვაობები მინიმალურია, თუმცა გარკვეულ მიმიკურ კოდებს კროსკულტურულ კონტექსტში სხვადასხვა დატვირთვას აქვს (Ekman & Friesen 1969: 49-98, 1972: 207-283), მაგ.:

ნონვერბალური სემიოტიკური კოდი. მიმოკა: აწეული წარბები	
კულტურა / ქვეყანა	კოდის მნიშვნელობა
აშშ / გერმანია	აღფრთხილება
ინგლისი	სკეპტიციზმი
საქართველო	გაოცება / გაკვირვება; გაბრაზება
ჩინეთი	რისხვა

სოციალურ ინტერაქციაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ე. წ. თვალებით კონტაქტს, რამდენადაც თვალებით ადამიანთა ურთიერთობის ყველაზე ზუსტი და ღია სიგნალები გადმოიცემა, რომელთა კონტროლირება პრაქტიკულად შეუძლებელია. თვალებით კონტაქტის ინტენსიობა კულტურულ-სპეციფიკურია და ვარირებს განსხვავებულ კულტურათა მიხედვით, მაგ., სამხრეთ ევროპელები კონვერზაციის პროცესში მეტად იყენებენ თვალებით კონტაქტს, ვიდრე ჩრდილო ამერიკელები, იაპონურ კულტურულ ტრადიციაში კი თვალებით კონტაქტი უხეშობად აღიქმება.

თვალებით კონტაქტს, ზოგადად, განსაკუთრებით კი პირველი შეხვედრისას, უაღრესად დიდი დატვირთვა აქვს საქმიან კომუნიკაციაში, - ბიზნესპარტნიორები ან პოლიტიკური პარტნიორები, როგორც წესი, აუცილებლად უყურებენ ერთმანეთს თვლებში, რადგან ადამიანის მიერ მეორე ადამიანის ცნობიერი ალქმა უშუალო მხედველობითი კონტაქტით არის შესაძლებელი. შხერათა რიტუალური ურთიერთგაცვლის კოდი, გარდა საქმიანი ეტიკეტით მიღებული ნორმისა, პატივისცემის, დაინტერესების, გახსნილობის ნიშანია. ამდენად, თვალებით კონტაქტის არიდება შესაძლოა

მოსაზრების მიერ აღქმულ იქნას საქმიანი ეტიკეტის უზულვებელყოფად, პერსონალურ იგნორირებად და შეურაცხყოფადაც კი. საქმიანი ურთიერთობების, მოლაპარაკებების, დიპლომატიური შეხვედრების დროს მზერის ინტენსივობასთან ერთად კოდური დატვირთვა აქვს ასევე მზერის მიმართულებასაც. თანამედროვე დასავლურ ბიზნესკულტურაში მიღებულია ზომიერი მხედველო-ბითი კონტაქტი.

4.5. ქესტი

ნონვერბალურ ნიშნებს, სიმბოლოებს შორის, რომელთა სისტემატიზაცია და სპეციფიკაცია რთულია მათი მრავალფეროვნებისა და ვარიაციულობის გათვალისწინებით, ქესტი დიფერენცირდება როგორც ერთ-ერთი დომინანტური არავერბალური ნიშანი. მეტყველების თანმზლები ქესტი ხშირად კომუნიკანტის თავისუფლების მაღალი ხარისხის მაჩვენებელია; იგი ხაზს უსვამს საუბრის ძალდაუტანებლობას, აძლიერებს ვერბალური მესიჯის დამაჯერებლობას, ამოკლებს ვერბალურ ტექსტს, ეფექტურად გამოხატავს ემოციებს; ვერბალურ კომუნიკაციაში რეპლიკის სახით ჩართვით, ქესტებს უმდიდრესი ინფორმაციული და ექსპრესიული რესურსი აქვს. ქესტი კომუნიკანტის თვითგამოხატვის, რეპრეზენტაციის ერთ-ერთი ხერხი და მისი იმიჯის ნაწილია. ქესტებითა და მიმიკებით იქმნება ფრაზეოლოგიის მთელი სისტემა, ე. წ. „სომატური გამოთქმები“.

ქესტები კომუნიკაციის სიტუაციაში განსხვავებული ფუნქციით ხასიათდება:

- აქტუალური ვერბალური ინფორმაციის დუბლირება დეიქტიკურ ნაცვალ-სახელებთან და ზმნიზედებთან (აი ეს, აი, აქ, იქ, აქეთ, იქით და სხვ.) კომბინაციაში (ხელით, თავით მითითება);
- ვერბალური გამონათქვამის ხაზგასმა, მისი ცალკეული კომპონენტების მნიშვნელობის გაძლიერება ან პირიქით, გამონათქვამის ან მისი ცალკეული კომპონენტების უარყოფა;
- ვერბალური გამონათქვამის შეესება;

ვერბალური გამონათქვამის პოტენციური ამბივალენტურობის (ორაზროვნების) გაფანტვა;

გზავნილის ადრესატთან უკუკავშირის დაფიქსირება ამ უკანასკნელისათვის მეტყველების გაწყვეტინების გარეშე;

ვერბალურად რთულად გადმოსაცემი გამოცდილების ან განცდის ელემენტების გამოხატვა;

კომუნიკაციის საგანთან უშუალო კავშირი;

ინფორმატიულობის მაღალი ხარისხი;

- კომუნიკანტის ნაკლები კოგნიტიური ძალისხმევა;

კომუნიკაციის პროცესის დინამიზაცია.

ჟესტების გამოყენების სპეციფიკასა და ინტენსიობას კულტურული იდენტობა განსაზღვრავს და განაპირობებს.

ჟესტების სისტემაში დიფერენცირდება სამი სემიოტიკური ტიპი:

დამოუკიდებელი ლექსიკური მნიშვნელობის მქონე ჟესტები, რომლებიც ვერბალურ კონტექსტზე დაუქვემდებარებლად გადმოსცემენ აზრს (დევიდ ეფრონის ტერმინოლოგიით ემბლემები);

კომუნიკაციის სამეტყველო ან სხვა სახის ფრაგმენტების გამომყოფი / ხაზგამსმელი ჟესტები (დევიდ ეფრონის ტერმინოლოგიით ილუსტრატორები);

კომუნიკაციური პროცესის წარმართველი ჟესტები (დევიდ ეფრონის ტერმინოლოგიით რეგულატორები).

ემბლემების უმეტესობა ავტონომიურია; ილუსტრატორები ვერბალური კონტექსტისაგან იზოლირებულად მნიშვნელობას ვერ ატარებენ.

ჟესტი შესაძლოა იყოს:

მარტივი (ერთი მოძრაობა);

შედგენილი (რამდენიმე ერთგვაროვანი მოძრაობა);

რთული (რამდენიმე არაერთგვაროვანი მოძრაობა).

ფუნქციური თვალსაზრისით ქესტები კლასიფიცირდება, როგორც:

ინსტინქტური;

▪ ანალოგიური;

გამაფრთხილებელი;

ინსტრუქციული.

ქესტების უმეტესობას სპეციფიკური მნიშვნელობა და დატვირთვა აქვს, მაგ., კომუნიკაციური ქესტებს, - მისალმება, დამშვიდობება, ყურადღების მიქცევა, აკრძალვა, თანხმობა, უარყოფა და სხვ., - თუმცა გასათვალისწინებელია **კროსკულტურული ვარიაციებიც.**

განსაკუთრებით საინტერესოა ქესტების ისტორია და მათი მნიშვნელობის სხვადასხვა **ინტერკულტურული რეინტერპრეტაცია** (McNeill 2005, Bremmer 1994); მაგ., ცნობილი ქესტი - გადაჯვარედინებული თითები - ახალი წელთაღრიცხვის დასაწყისში, პირველ ქრისტიანთა შორის წარმოიშვა როგორც ფარული ჯვარგამოსახვა და მორწმუნეთა ურთიერთშეცნობის კოდი. აღნიშნული ქესტი თანამედროვე ეპოქაში სხვადასხვა კულტურაში განსხვავებული რეინტერპრეტაციითა და დატვირთვით გამოიყენება, კერძოდ:

ნონვერბალური სემიოტიკური კოდი. ქესტი: გადაჯვარედინებული თითები	
კულტურა / ქვეყანა	კოდის მნიშვნელობა
ინგლისი / აშშ	„მისურვე წარმატება“
საბერძნეთი	„შენი მეგობარი აღარ ვარ“
თურქეთი	ურთიერთობის გაწყვეტის მოახლოება
პარაგვაი	შეურაცხყოფა

4.6. ფონაციური პარალინგვიზმი

ვერბალური და ნონვერბალური კოდები უდიდეს როლს ასრულებენ კომუნიკაციის პროცესის წარმართვაში, - მათი საშუალებით ხდება ინფორმაციის შეცვლა, დაზუსტება, ჩანაცვლება და განსაზღვრა.

კომუნიკაციის სუბიექტი კომუნიკაციური ინტენციის ჩამოსაყალიბებლად კომუნიკაციურ ქმედებათა ჯაჭვს ასრულებს, რაც მოიცავს:

სასურველი ვერბალური კოდის შერჩევას;

ოპტიმალური ვერბალური ნიშნების, - სიტყვების სელექციას;

ინტენციის შესაბამისი ინტონაციის შერჩევას;

ინტენციის შესაბამისი გამომეტყველების მიღებას და სხვ.

კომუნიკაციის არავერბალური მახასიათებლების ნაკრები ე. წ. პარალინგვიზმია. ლინგვისტიკაში მიღებული პრაქტიკა ითვალისწინებს ფონაციური (სამეტყველო) და კინეზიკური პარალინგვიზმების დიფერენცირებას. ფონაციური პარალინგვიზმია მეტყველების ისეთი მახასიათებლები, როგორიცაა ხმის ტემბრი, ინტენსივობა, მეტყველების ტემპი და სხვ. ფონაციური პარალინგვისტური კომპონენტები მეტყველების თანმხლები ელემენტები არ არის; ხსენებული კომპონენტები მეტყველების შემადგენელი და განუყოფელი მახასიათებლებია და სწორედ მათი საშუალებით ხორციელდება სამეტყველო აქტი. აღსანიშნავია, რომ ფონაციური პარალინგვიზმები არ არის უნივერსალური ყველა ენისთვის. ფონაციური პარალინგვიზმები გულისხმობს პროსოდიულ, სუპრასეგმენტურ მახასიათებლებსაც (მახვილი, მელოდიკა). მეტყველების პროცესში შესაძლოა გამოიყოს სიტყვა ან ფრაზა მეტი აქცენტუაციით; ინტონაციით შესაძლოა გამონათქვამის მოდალობის განსაზღვრა.

რენომირებული ბრიტანელი ლინგვისტი, დევიდ კრისტალი (Crystal 1969; 1987) ფუნქციის მიხედვით ინტონაციის ექვს ტიპს განასხვავებს:

ემოციური ინტონაცია;

გრამატიკული ინტონაცია;

საინფორმაციო-სტრუქტურული ინტონაცია;

ტექსტობრივი ინტონაცია;

ფსიქოლოგიური ინტონაცია;

ინდექსური ინტონაცია.

გრამატიკული ინტონაცია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს გრამატიკული კონტრასტების მარკირებაში, თუმცა აღსანიშნავია, რომ ინტონაციის ნებისმიერი ტიპი რელევანტურია დისკურსისათვის, რამდენადაც თითოეული გამონათქვამი მახვილითა და მოდულაციით ხასიათდება. აზრის მრავალფეროვნების გამომხატველ მახვილთა ერთობლიობა **ლოგიკური მახვილია**, გრძნობათა ნაირფეროვნების გამომხატველ მახვილთა ერთობლიობა - **ემოციური მახვილი**. ხშირად რთულია ლოგიკური და ემოციური მახვილების გამოიყვანა, ამდენად საუბრობენ ლოგიკურ-ემოციურ მახვილზე. ლოგიკურ-ემოციური მახვილი მეტ-ნაკლებად ყველა ენისთვის არის დამახასიათებელი; თითოეული სიტყვა გარკვეული მახვილითა და ემფაზისით (ემფაზისი - მეტყველების ემოციური გამომსახველობის გაძლიერება, მიღწეული ინტონაციის შეცვლით) წარმოითქმის, იმის მიხედვით, თუ რა გრამატიკული ფუნქცია აქვს მას და როგორია:

გამონათქვამის კონტექსტური პრესუპოზიცია;

მოსაუბრის დამოკიდებულება გამონათქვამის მიმართ.



დევიდ კრისტალი (1941)

ადრესანტის ვერბალურ გზავნილსა და მისი თანმხლები პარალინგვისტური მახასიათებლების ერთმანეთთან წინააღმდეგობის შემთხვევაში, კომუნიკაციის პრო-

ცესში იქმნება ბარიერები და თავს იჩენს უნდობლობა, რაც კომუნიკაციის ხარისხსზე მკვეთრად უარყოფითად აისახება.

საინტერესოა ეთნოკულტურულ თავისებურებათა კვლევები პარალინგვისტური მახასიათებლების, კერძოდ, ტონალური და ტემბრალური განსაკუთრებულობის კუთხით; მაგ., ამერიკელები ცნობილი არიან საუბრის ხმამაღალი მანერით, რაც მათი მენტალობით არის პირობადებული, - ამერიკელებისათვის ნაკლებად მნიშვნელოვანია უსმენენ თუ არა მათ, მათთვის საკუთარი კომპეტენციისა და გულღიაობის დემონსტრირებაა მთავარი, ფოკუსში თვითპრეზენტაციაა. პარალინგვისტური ეთნოკულტურული სპეციფიკა ასევე ასახულია საუბრის ტემპში; მაგ., გერმანელებისათვის დამახასიათებელია საუბრის დინჯი მანერა, კომბინირებული მოგრძო პაუზებით, რაც აგრეთვე მათი მენტალობის გამოვლინებაა, - აღნიშნული ენობრივი უნარი გერმანელებს უქმნის მოაზროვნე, გაწონასწორებულ, რაციონალურ იმიჯს. მეტყველების სწრაფი ტემპით ხასიათდებიან, მაგ., იტალიელები, ესპანელები. პარალინგვისტური ელემენტების გამოყენების ფართო სპექტრია ქართული მეტყველების ტრადიციაში, ქართველთა ემოციური ბუნებიდან გამომდინარე.

4.7. სამეტყველო ეტიკეტი

სამეტყველო ეტიკეტი ზოგადი ეტიკეტის ვერბალური მხარეა და ვიწრო გაგებით მეტყველების ქცევის ეროვნულ-სპეციფიკური წესია, რომელიც სხვადასხვა სოციალურ სიტუაციასა და კონტექსტში მოქმედებს. ეროვნულ-სპეციფიკური წესების ცოდნა იმდენად მნიშვნელოვანია კომუნიკაციის პროცესში, რამდენადაც მნიშვნელოვანია ენის წესებისა და კანონზომიერებათა ცოდნა საუბრის სწორად ასაგებად.

კონტაქტურ-ვიზუალური კომუნიკაციის დიალოგის ფორმატში კომუნიკანტთა ორმხრივი სოციალურობა იკითხება, რომელიც შესაძლოა იყოს ეკვივალენტური, თუ კომუნიკანტები:

იდენტურ სოციალურ ჯგუფს წარმოადგენენ (აქვთ თანაბარი საზოგადოებრივ-სოციალური სტატუსი);

- ერთ გენერაციას (თაობას) მიეკუთვნებიან;

ერთ მენტალობას იზიარებენ;

საერთო ინტერესსა და შეხედულებებს აყალიბებენ;

- საერთო კულტურული სივრციდან არიან;

ინტელექტის მეტ-ნაკლებად ერთნაირი მაჩვენებლებით ხასიათდებიან.

თუ ჩამოთვლილი პარამეტრების მიხედვით კომუნიკანტები განსხვავდებიან ერთ-მანეთისაგან, მაშინ ორმხრივი სოციალურობა არაეკვივალენტურია.

ურთიერთობის პროცესში სამეტყველო ეტიკეტის სტანდარტისათვის კომუნიკანტთა სოციალურ როლს არსებითი დატვირთვა აქვს. კომუნიკანტთა ეკვივალენტური სოციალურობის მოცემულობით კომუნიკაციური სიტუაცია სიმეტრიულია, არაეკვივალენტური სოციალურობით - ასიმეტრიული.

ეტიკეტი (Etiquette) ურთიერთობის მანერათა რეგლამენტირებული ნაკრებია. იგი კონკრეტული ისტორიული პერიოდისა თუ სოციალური გარემოს კვალობაზე გარკვეულ ცვლილებებს განიცდის.

ურთიერთობის ეროვნული სპეციფიკა, სოციალურად განპირობებული სტერეოტიპები განსაზღვრავს ინტერლინგვისტურ სამეტყველო ეტიკეტს. ეტიკეტი უნივერსალური ცნებაა, თუმცა მას ყველა ერისთვის განსაკუთრებული, დამახასიათებელი ეროვნულ-კულტურული თავისებურებები აქვს და ამდენად იგი ცალკეულ კულტურებში მეტ-ნაკლებად განსვავებულად ნორმირდება.

აღსანიშნავია, რომ ეტიკეტის ცალკეული ტიპები უნივერსალურია და ინტერკულტურულ კონტექსტში მისი ცოდნა წარმატებული და ეფექტური კომუნიკაციის საწინდარია. ეტიკეტის უნივერსალური ნორმებით რეგლამენტირებულია დიპლომატიური / საერთაშორისო, მაღალი საზოგადოებისა და საქმიანი ურთიერთობის ეტიკეტი.

სამეტყველო ეტიკეტი ხასიათდება ე.წ. „ლინგვისტური რუტინებით“, - სტერეოტიპული გამონათქვამებით, ტრადიციული, შაბლონური ფრაზეოლოგიზმებით

სტანდარტიზებულ კომუნიკაციურ სიტუაციებში და პირობადებულია სოციოკულტურული კონტექსტი (Goddard & Wierzbicka 1997: 231-259); მათ კომუნიკანტი ავტომატურად ააქტიურებს შესაბამის მომენტსა და სიტუაციაში. სამეტყველო ეტიკეტის კომპეტენცია არა მხოლოდ დახვეწილ ვერბალურ უნარს გულისხმობს, არამედ სოციოკულტურული სპეციფიკის ცოდნას, რომლის გარეშე ინტერკულტურული კომუნიკაცია გართულდება და შესაძლოა მისკომუნიკაციის საფრთხეც წარმოიშვას, რადგან ქცევათა ნორმები, რომლებიც ერთ კულტურაშია მიღებული და ვერბალურად სამეტყველო ეტიკეტში გამოიხატება, შესაძლოა სრულიად მიუღებელი და მეტიც, შეურაცხყოფელიც კი იყოს სხვა კულტურის წარმომადგენლისათვის.

ენის, აზროვნების, მსოფლხედვისა და კულტურის კორელაციაზე მსჯელობისას არაერთხელ აღინიშნა მათ შორის იმანენტური კავშირის შესახებ. ამგვარი იმანენტური კავშირი ფრაზეოლოგიზმებში, მათ შორის სამეტყველო ეტიკეტის ტრაფარეტებში განსაკუთრებით ნათლად ვლინდება; სწორედ ამიტომ ხშირად შეუძლებელია მსგავსი ტრაფარეტების ერთი ენიდან მეორეზე პირდაპირი თარგმანი, მაგ., ინგლისური „*Help yourself*“ ითარგმნება, როგორც „მიირთვით“ და არა „დაეხმარეთ თქვენ თავს“. ყველა ერის სამეტყველო ეტიკეტში მისთვის დამახასიათებელი კოლორიტია, რაც მას განსაკუთრებულს ხდის.

ვერბალური და ნონვერბალური კომუნიკაციის ელემენტების შერწყმა განსხვავებულია სხვადასხვა კულტურაში. განასხვავებენ ე. წ. მაღალკონტექსტურ და დაბალკონტექსტურ კულტურებს იმის მიხედვით, თუ რა არის მოცემულ კულტურაში რელევანტური, - თავად ინფორმაცია, მისი შინაარსი თუ ინფორმაციის კონტექსტი (Hall 1966; 1976). დასავლეთში მეტყველება საუბრის კონტექსტისაგან დამოუკიდებლად აღიქმება, აზიურ კულტურაში კი კონტექსტს დიდი დატვირთვა აქვს. მაღალკონტექსტურ კულტურად მიიჩნევა მაგ., ჩინური ენა და კულტურა: ჩინური კომუნიკაციის წვდომა მოითხოვს ისტორიისა და ქვეტექსტების ცოდნას; ოთხტონიანი წარმოთქმის სისტემაში ტონის ცვლილება მნიშვნელობის ცვლილებას იწვევს; გამონათქვამის აზრის გაგება შეუძლებელია ადრესატის სოციალური სტატუსის ცოდნის გარეშე, რადგან მოსაუბრესთან დამოკიდებულება მისი სოციალური მდგომარეობით არის განსაზღვრული და სამეტყველო ეტიკეტის ტრაფარეტულ კონსტრუქციებში გა-

მოიხატება. ამერიკელებისათვის მიუღებელია ქცევის ფორმალური კოდები, მათთვის კომფორტული და უპირატესია კომუნიკაციის უშუალო ფორმები; იაპონელები კი პი-რიქით, ფორმალობას დიდ ყურადღებას აქცევენ (Heringer 214).

აზიურ კულტურაში მიღებულია ემოციის, საკუთარი თავის კონტროლი, მკაცრი მანერები და ეტიკეტი, სიტყვისადმი ფრთხილი დამოკიდებულება, თავშეკავება; ხშირად წინდახედულება სიმართლეზე მეტად მნიშვნელოვანია.

სიტუაციურად პირობადებული და კონტექსტზე ორიენტირებული კულტურებისათვის დამახასიათებელია კომუნიკაციის პროცესში მინიმალისტური კონვერტიკა და კატეგორიულობა. მაგ., იაპონურ კულტურაში კომუნიკაციის პროცესში არ არის მიღებული პირდაპირი შეკითხვები და პასუხები.

კინესიკური ელემენტების სტრუქტურირების, სემანტიკისა და პრაგმატიკის თავისებურებებს განსაზღვრავს კულტუროლოგიური ფენომენი, - ეთნიკური იდენტობა, ეთნო-კულტურული სპეციფიკა. ისტორიულად ჩამოყალიბებული სოციო-კულტურულ ღირებულებათა სისტემა და ეტიკეტის ნორმები.

ნონვერბალური კომუნიკაციის ორმაგი ბუნება, ერთი მხრივ, ბიოლოგიური, თანდაყოლილი (უნებლიე, გაუცნობიერებელი გამოვლინებები, მაგ., გუგის გაფართოება), მეორე მხრივ კი, სოციალური, სოციალიზაციის პროცესში შეძენილი (გაცნობიერებული, გააზრებული) განაპირობებს, ერთი მხრივ, უნივერსალური, ყველასათვის გასაგები ნიშნებისა და მეორე მხრივ, სპეციფიკური, გარკვეული სოციოკულტურული კონტექსტისათვის გასაგებ, მისაღებ კოდებსა და მათ სხვადასხვა კონოტაციას.

სემასიოლოგიური კვლევების კომპონენტური ანალიზის თეორიის ავტორი, დანიელი ფილოსოფოსი და ენათმეცნიერი ლუი იელმსლევი საკითხის კვინტენსენციას ეხებოდა, როცა ენას, ყველაზე კომპლექსურ და მრავალდონიან სემიოტიკურ ნიშანთა სისტემას, ზეინდივიდუალურ სოციალურ ინსტიტუტს, - ადამიანის გონიერ და ფსიქიკურ ბუნებაში წვდომის და ერის ხასიათის წარმომჩენ საშუალებად მიიჩნევდა (Hjelmslev 1974).



ლუი იელმსლევი
(1899 - 1965)



ჯორჯ ლაკოფი
(1941)



მარკ ჯონსონი
(1949)

გენერატიული სემანტიკისა და კოგნიტიური ლინგვისტიკის ფუძემდებელი, ამერიკელი ლინგვისტი **ჯორჯ ლაკოფი** კი ენას **მეტაფორათა სისტემად** განიხილავს, მეტიც, მისი კონცეფციით, აზროვნება, მოქმედება, ცნებათა სისტემა თავისი ბუნებით ფუნდამენტურად მეტაფორულია. ემოციები, თითოეული ერის კულტურული ტრადიციის გათვალისწინებით, კონცეპტურ სტრუქტურაში ერთიანდება და მოცემული ენის იდიომებით გადმოიცემა. ლაკოფის მოსაზრებებს იზიარებს ამერიკელი ფილოსოფოსი და ენათმეცნიერი **მარკ ჯონსონი**, რომელიც ლაკოფის ნაშრომის „ცხოვრება მეტაფორებში. ენობრივი სურათების კონსტრუქცია და გამოყენება“ თანაავტორია (Lakoff 1971; Lakoff & Johnson 2011).

5. პოლიტიკური კომუნიკაცია

პოლიტიკური კომუნიკაცია თანამედროვე ორგანიზაციული სისტემის სწორი ფუნქციონირების ერთ-ერთი უმთავრესი პირობაა. პოლიტიკური კომუნიკაცია პოლიტიკური ინფორმაციის გადაცემის პროცესია, რომელშიც განსაკუთრებული როლი აქვს მმართველებსა და მართულთა შორის ინფორმაციის გაცვლას. პოლიტიკური სისტემა ინფორმაციას იღებს როგორც შიგა, ისე გარე წყაროებზე დაყრდნობით. პოლიტიკისა და მართვის ძირითადი ფუნქცია სწორედ ინფორმაციის მიღება და გადამუშავებაა, რომლის რეზულტატია შესაბამისი გადაწყვეტილება ან გადაწყვეტილებები, რის საფუძველზეც, თავის მხრივ, სოციუმის წევრთა ძალისხმევა ადეკვატური სტრატეგიითა და მოქმედებებით დასახული მიზნისა თუ მიზნების მისაღწევად არის მიმართული. გადაწყვეტილებები იწვევს გარკვეულ რეაქციებს, რომლებიც გავლენას ახდენს მიზნის მიღწევასა თუ მიუღწევლობაზე. პოლიტიკური სისტემის მთავარი მიზანი სოციუმის წევრთა შორის გადაწყვეტილებებისადმი დაქვემდებარების მზაობის გამოწვევაა.

პოლიტიკური კომუნიკაციის სამი არხია:

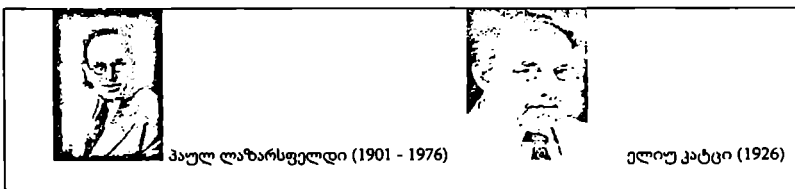
მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები (ბეჭდვითი: პრესა, პუბლიკაციები, ლიტერატურა, პოსტერები და სხვ. ან ელექტრონული - რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი, ბლოგსივრცე, სოციალური მედია და სხვ.);

ორგანიზაციითა შუამავლობა (პოლიტიკური პარტიები და ე. წ. ზეწოლის ჯგუფები);

არაფორმალური კონტაქტები (პიროვნული კავშირები და ურთიერთობები).

მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები არა მხოლოდ ცოდნას გვაწვდიან საზოგადოებრივი ცხოვრებისა და აქტივობების შესახებ, არამედ სხვადასხვა ინტერესის არტიკულაციას ახორციელებენ და საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებას უწყობენ ხელს. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ზემოქმედება მიმდინარეობს სოციალური სტრუქტურის ფარგლებში, რომლის ჩარჩოშიც რეციპიენტს, - ინფორმაციის

მიმღებ ინდივიდს, - განსაკუთრებული როლი აქვს, რამდენადაც მასობრივი კომუნიკაციის არხებს სწორედ ურთიერთდაკავშირებულ ინდივიდთა ქსელი წარმოადგენს; შესაბამისად აუდიტორია არ არის ცალკეულ ინდივიდთა მექანიკური ერთობა. თანამედროვე ემპირიული სოციალური კვლევების ფუძემდებლისა და კომუნიკაციის-ტის, ებრაულ-ავსტრიული წარმოშობის ამერიკელი მეცნიერის, **პაულ ფელიქს ლაზარსფელდის** მოდელის მიხედვით, მასმედიის ზემოქმედება ვრცელდება გარკვეული პირების, ე. წ. „საზოგადოებრივი აზრის ლიდერების“ და „კოსმოპოლიტური გავლენიანი პირების“ საშუალებით (Lazarsfeld & Katz 1955).



ორგანიზაციათა შუამავლობით კომუნიკაციის პროცესში ხელისუფლება ერთგვარი კომუნიკაციური ზადის როლშია, რომელიც საკუთარ მოქმედებებს მიღებული ინფორმაციის შესაბამისად წარმართავს. აღსანიშნავია, რომ ნებისმიერი მმართველი გადაწყვეტილებებს იღებს არა ობიექტური მართებულობისა თუ რეალობის კვალდაკვალ, არამედ მათთვის მიწოდებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით. კომუნიკაცია გადაწყვეტილების მიმღებ პირზე ზემოქმედების ერთადერთი საშუალებაა, სხვაგვარი ფორმულირებით **ლობიზმი**² (*Lobbying*) კომუნიკაციური პროცესია.

ნებისმიერი პოლიტიკური სისტემა თავისი შესაძლებლობებისა და ეკონომიკური განვითარების პარამეტრების შესაბამისად ქმნის პოლიტიკური კომუნიკაციის საკუთარ ქსელს, შესაბამისად კომუნიკაციური სტრუქტურები პოლიტიკური სისტემების პარალელურად ვითარდება. კომუნიკაციური სტრუქტურების ავტონომიურობისა და თავისუფლების ხარისხის მაჩვენებლის მიხედვით განასხვავებენ პოლიტიკური სისტემების **ლიბერალურ-დემოკრატიულ**, **ავტორიტარულ** ან **ტოტალიტარული**

² ლობიზმი, ლობი, ლობირება წარმოიშვა აშშ-ში, - საკანონმდებლო ორგანოსა და სახელმწიფოს მაღალი რანგის მოხელეებზე ზემოქმედების პრაქტიკა, რომლის მიზანია შესაბამისი ჯგუფების ინტერესების მიხედვით სახელმწიფო პოლიტიკის განსაზღვრა. ფართო გაგებით, ლობიზმი მოსახლეობის გარკვეული ჯგუფის ინტერესებში მოქმედებას გულისხმობს.

მმართველობის სტილს. ავტორიტარული და ტოტალიტარული მმართველობის ფარგლებში პოლიტიკური კომუნიკაციის პროცესი სრულიად კონტროლირებადია, საზოგადოებრივი აზრის მმართველი ელიტისთვის სასურველი მიმართულებით ფორმირების მიზნით. პოლიტიკური კომუნიკაციის პროცესის კონტროლის მექანიზმები არაერთგვაროვანია და გულისხმობს:

- ინფორმაციის შერჩევითობას;

ცალმხრივობას;

ინფორმაციული უკუკავშირის შეზღუდვას;

კომუნიკაციის სხვადასხვა წყაროს იგნორირებას;

პროპაგანდისტულ გზავნილებზე აგებულ საინფორმაციო პოლიტიკას.

თუმცა აღსანიშნავია, რომ კონტროლირებადი კომუნიკაცია საბოლოო ჯამში ასუსტებს მმართველობასა და ზოგადად სახელმწიფოს, რადგან მმართველი ელიტა კარგავს რეალობის აღქმასა და კავშირს საზოგადოებასთან.

პოლიტიკური სისტემის ეფექტურობას მნიშვნელოვნად განაპირობებს საზოგადოებასთან კომუნიკაციის განვითარებული და სტრატეგიულად ზუსტად განსაზღვრული კონცეფცია, რომელიც მოცემული სოციუმის მოთხოვნებს, მოლოდინებს, განვითარების ტენდენციებს ითვალისწინებს; სხვაგვარად მმართველი ელიტის რეაგირება საზოგადოებიდან მომდინარე იმპულსებზე ვერ იქნება ადეკვატური და თავს იჩენს მისკომუნიკაციის ჩამოყალიბების საფრთხე. შესაბამისად დემოკრატიულ-ლიბერალური სისტემის საფუძველი თავისუფალი ინფორმაცია, მმართველობასა და საზოგადოებაში ინფორმაციის ურთიერთგაცვლა, დიალოგი. დემოკრატიულ საზოგადოებაში სოციუმის წევრები თავისუფალ, ინფორმირებულ და კონკურენტულ გარემოში სარგებლობენ არჩევანის უფლებით და თავად ირჩევენ საკუთარ მმართველებს. დემოკრატიული სისტემების ეფექტური ფუნქციონირების აუცილებელი წინაპირობა საზოგადოებრივი აზრის მხარდაჭერაა, შესაბამისად მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების, განსაკუთრებით კი ბოლო პერიოდში ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარების, დახვეწისა და გაზრდილი ხელ-

მისაწვდომობის ფონზე, ახალი და სოციალური მედიის სულ უფრო და უფრო მზარდი როლი ძალიან მნიშვნელოვანი და საგულისხმოა. XIX საუკუნეში აქტუალურია ინფორმაციული დემოკრატია, რომელიც საზოგადოების ორგანიზაციის ყველაზე თანამედროვე ტიპია. ინფორმაციული დემოკრატიის უმთავრესი პრინციპებია:

ინფორმაციის ღიაობა და ხელმისაწვდომობა;

ოპერატიულობა;

ინფორმაციის წყაროთა დივერსიფიკაცია და შესაბამისად ინფორმაციის წყაროთა მრავალფეროვნება;

- სიმბოლოთა შექმნა.

5.1. მასობრივი კომუნიკაცია ინფორმაციულ საზოგადოებაში

თანამედროვე საზოგადოება ხასიათდება კომუნიკაციის მუდმივი ზრდით, სიმჭიდროვით, დაჩქარებული ტემპითა და გლობალიზაციით, ამასთან ცივილიზაციის ხარისხი კომპიუტერული კომუნიკაციის განვითარებასთან არის კავშირში. ინფორმაციული ტექნოლოგიები საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროში აქტუალურია, მათ შორის პოლიტიკურ კომუნიკაციასა და განსაკუთრებით მასობრივ კომუნიკაციაში. საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ლექსიკასა და ლექსიკონში გაჩნდა ცნებები: „ელექტრონული მთავრობა“, „კიბერპოლიტიკა“, „დიგიტალური დემოკრატია“, „კომუნიკაციური დემოკრატია“ და სხვ. ინტერნეტის ზემოქმედება დემოკრატიულ ინსტიტუტებსა და პროცესებზე პოლიტიკოსებისა და მეცნიერთა წრეებში მწვავე დისკუსიის საგანია.

მასობრივი კომუნიკაციის ინიციატორებზე გავლენა აქვს სოციალურ სტრუქტურას, ამერიკელი სოციოლოგის რობერტ მერტონის დეფინიციით (Merton 1968: 283-313), კვლევის სფეროს, რომელიც მოიცავს კულტურის პროდუქტთა (იდეების, იდეოლოგიების, სამართლებრივი და ზნეობრივი შეხედულებების, ფილოსოფიის, მეცნიერების, ტექნიკის) ერთობლიობას და ცდილობს, დაადგინოს კომუნიკატორის პერსპექტივების განმსაზღვრელი სოციალური ფაქტორები.

მასობრივი კომუნიკაცია ურთიერთქმედების კომპლექსური პროცესია, რომელიც გულისხმობს, ერთი მხრივ, რეციპიენტსა და კომუნიკატორს, როგორც ერთი სისტემის ელემენტებს, მეორე მხრივ კი, სოციალური სისტემებისა და მასობრივი კომუნიკაციის ურთიერთგავლენას.

ინფორმაციული ტექნოლოგიები მასობრივ კომუნიკაციას თვისობრივად და ხარისხობრივად ახალ შესაძლებლობებს სთავაზობს, მათ შორის:

ინფორმაციის გადაცემის სისწრაფეს;

რეციპიენტსა და კომუნიკატორს გაზრდილ და ინტეგრირებულ ინტერაქციას;

ინფორმაციის მომხმარებელთა ერთმანეთთან დაკავშირების შესაძლებლობებს;

პროცესების მართვის ახალ შესაძლებლობებს;

ინფორმაციის მრავალფეროვნებასა და გაზრდილი არჩევანის შესაძლებლობას;

გლობალურ აუდიტორიას;

ინფორმაციის გენერირებას.

ინტერნეტ-მედიაში მასობრივი კომუნიკაციის ყველაზე პოპულარული ტიპებია:

ტელე-ვიდეო კონფერენციები;

ახალი ამბებისა და სპეციალიზებული, ინტერესთა ჯგუფების შექმნა;

- ვებგვერდები;

ბლოგები;

- დარგობრივი ქსელები (მაგ., XING, Bauprofessor.de და სხვ.);

სოციალური მედია.

ახალი და სოციალური მედია თავისი კონტენტით პოლიტიკური სუბიექტებისა და ზოგადად სოციუმის წევრთა საჯარო კომუნიკაციის რევოლუციური საშუალებაა. პოლიტიკურ პრაქტიკაში ინფორმაციული ტექნოლოგიები არ ასრულებს დამხმარე ფუნქციას, ისინი პოლიტიკის აუცილებელი ელემენტია, - ინფორმაციის ფლობა და გავრცელება დღეს მთავარი პოლიტიკური ინსტრუმენტია როგორც შიგა სახელმწიფოებრივ, ისე საერთაშორისო დონეზე.

5.2. პოლიტიკური დისკურსი

პოლიტიკური დისკურსის თეორიას XX საუკუნის 50-იან წლებში კემბრიჯისა და ოქსფორდის ფილოსოფიური სკოლის წარმომადგენლებმა დაუდეს სათავე, მათ შორის პიტერ ლასლეტის სერიულმა გამოცემამ „*Philosophy, Politics and Society*“ (1956).

პოლიტიკური დისკურსის რამდენიმე თეორია განსაკუთრებით პრომინენტულია (Dijk 2002, Chilton 2004, Fairclough 2010): მანიპულირების თეორია შეისწავლის ენობრივ ქცევას, რიტორიკულ ხერხებსა და სხვა სტრატეგიებს; მისი ინსტრუმენტარიუმი ეფუძნება მარკეტინგის ტერმინოლოგიას: ლიდერობა, ეფექტური მმართველობა, ბრენდმენეჯმენტი და სხვ. პოლიტიკური დისკურსის თემატური ანალიზი იკვლევს კომუნიკაციის პირობებს, რეციპიენტის საკომუნიკაციო მიზნებს. აღსანიშნავია, რომ პოლიტიკური დისკურსის ინტერნეტ-ანალიზის თეორიის მიხედვით შესუსტებულია სიტყვის რეფერენციული მნიშვნელობა მისი სტრუქტურის კონოტაციური მნიშვნელობის გაძლიერების ფონზე. კრიტიკული ანალიზი იკვლევს სოციალურ და გენდერულ პრობლემატიკას. კონტენტანალიზი კომპიუტერულად დამუშავებულ ტექსტებს განიხილავს. პოლიტიკური დისკურსის თეორიებში ახალი მიმართულებაა კონფლიქტური თეორია, რომელიც პოლიტიკის ენის ექსპრესიასა და მეტაფორებზეა ფოკუსირებული.

პოლიტიკური დისკურსის, როგორც შთაბეჭდილების ფორმირების ხერხის მი-
რითადი ლინგვოსოციოკულტურული მახასიათებლებია:

დეკლამატორული სტილის დომინანცია;

პროპაგანდისტული ტრიუმფალიზმი;

- იდეოლოგიზაცია;
- აბსტრაქციის მაღალი ხარისხი;

ფსევდოაკადემიზმი;

- ფორმალიზმი;
- აგიტატორული რიტორიკა.

დისკურსის თეორიის მეთოდოლოგიის თანახმად სინამდვილის ყველა ობიექტს დისკურსული ხასიათი აქვს, სხვაგვარი ფორმულირებით ნებისმიერ მოვლენას თავისი შესაბამისი კონტექსტი აქვს, რაც თავის მხრივ გულისხმობს შესაძლებლობას, რომ საგნებმა თუ მოვლენებმა სპეციფიკური კონტექსტის მიხედვით განსხვავებული მნიშვნელობა (იდენტობა) მიიღონ.

„პოლიტიკური ენის“, - საუკარო სივრცის საკომუნიკაციო მედიუმის, - ფართო გაგება გულისხმობს მასმედიის უფლებამოსილების ზრდას, ახალი საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარებას, გლობალიზაციის პროცესის გაფართოებას, პოლიტიკური კომუნიკაციის კომერციალიზაციას. ხშირად რთულია პოლიტიკური, მედია და სარეკლამო დისკურსის მკაფიო იდენტიფიკაცია, რამდენადაც მათი ურთიერთდამოკიდებულების ხარისხი საკმაოდ მაღალია და შესაბამისად ზღვარიც მათ შორის გარდამავალი.

პოლიტიკური დისკურსის შესწავლისას მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ექსპლიციტური გამონათქვამები, არამედ გამონათქვამთა იმპლიკაციები და მინიშნებები. ზოგადი კონტექსტი, რადგან ხშირად მესიუეები არა პირდაპირ, არამედ ირიბად, შეფარვით არის გადმოცემული; კვლევისას გასათვალისწინებელია ის ფაქტორიც, რომ თუნდაც სპონტანური ინტერვიუ ან პირისპირ დებატების ფორმატი რეალურად პოლიტიკოსთა მიერ წინასწარ დამუშავებული, კონკრეტული მიზნის ან მიზნების მიღწევაზე ორიენტირებული ტექსტია.

პოლიტიკურ დისკურსში ლექსიკის ერთეულთა (სიტყვათა) სელექცია ერთგვარი ტაქტიკა და სტრატეგიაა პოლიტიკური კონცეპტების ჩამოსაყალიბებლად კონკრეტული პოლიტიკური მიზნებისა და ამოცანების რეალიზაციის მიზნით. შესაბამისად პოლიტიკური დისკურსი მიზანმიმართული, გაცნობიერებული ინტერაქციაა, რომელშიც პრესუპოზიციების (3.6.) სწორი წდომა უაღრესად რელევანტურია. პრესუპოზიციები გამონათქვამის ფორმის მიღმა მისი ლოგიკური იმპლიკაციებია, რომელთა ადეკვატურ გაგებას კონტექსტის ცოდნა განაპირობებს.

პოლიტიკურ დისკურსში ხშირია დენოტაციური მნიშვნელობების დაჩრდილვა და მათი კონოტაციური მნიშვნელობების აქტუალიზაცია, მაგ., ქართული პოლიტიკური დისკურსისათვის „კმარა“ 1. დენოტაციური მნიშვნელობით: „საკმარისია“ 2. კონოტაციური მნიშვნელობით: „ახალგაზრდული ორგანიზაცია, ახალგაზრდული ძალა, მუხტი, პროტესტი, დაუმორჩილებლობა, აქციები“. საგულისხმოა, რომ კონოტაციური სემანტიკა ეთნოსოციოკულტურულ კონტექსტში ყალიბდება. შესაბამისად იდენტური ლექსიკური ერთეულის დენოტაციური და კონოტაციური მნიშვნელობები სხვადასხვა კულტურასა და ენაში განსხვავებულია. ქართული დისკურსისთვის „კმარა“-ს კონოტაციური სემანტიკა იკარგება მაგ., ინგლისურ („enough“) და გერმანულ („genug“) ენებსა და კულტურებში და მხოლოდ დენოტაციური, მისი პირველადი მნიშვნელობით გადმოიქცევა, რადგან ინგლისური და გერმანული კულტურისა და ენის მატარებელნი არ ფლობენ ქართულ დისკურსში წარმოქმნილი კონოტაციური სემანტიკისა და შესაბამისი პრესუპოზიციებისა და იმპლიკაციების ადეკვატური აღქმისთვის საჭირო თეზაურუსს, იმავე ფონურ ცოდნას, მაკროკონტექსტს.

პოლიტიკურ დისკურსში ძალიან ხშირად იგნორირებული და დარღვეულია გრაიზის კონვერზაციული მაქსიმები (3.10), რადგან პოლიტიკოსები, როგორც წესი, ერიდებიან პირდაპირობას, ორაზროვნად საუბრობენ, სასურველი იმპლიკაციებით ტვირთავენ გამონათქვამებს, არ იცავენ რელევანტურობის პრინციპს, მიმართავენ განზოგადებებს, ერიდებიან კონკრეტიკას და არ არიან თანამიმდევრულნი. პოლიტიკური დისკურსის ტექსტები, განსაკუთრებით ინტერვიუს ფორმატში, ძალიან ხშირად არ არის კოჰერენტული (ლათ. *cohaerere* „ბმული, დაკავშირებული“), დატვირთულია პლეონაზმებით (ბერძ. πλεονασμός [*pleonasmós*] „ჭარბსიტყვაობა“).

პოლიტიკური დისკურსის ენობრივ-სტილისტიკურ-პროსოდიული მახასიათებლებია:

- სპეციფიკური აბრევიატურების გამოყენება (მაგ. „NATO“ < North Atlantic Treaty Organization; „EBRD“ < European Bank for Reconstruction and Development, „ეუთო“ < ევროპის უშიშროებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაცია, „გაერო“ < გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია, „EZB“ < Europäische Zentralbank, „BPA“ < Bundespresseamt, „WTO“ < World Trade Organization, „IMF“ < International Monetary Fund და სხვ.);
- ანალოგიების სიუხვე;
- პარალელიზმთა სიჭარბე;
განზოგადებები;
ჰიპერბოლიზაცია;
- მეტაფორები;
- ეფემერიზმები;
დისფემერიზმები;
ემფაზისი;

გერმანელი ლინგვისტი და სემიოტიკოსი არმინ ზურჰარტი პოლიტოლინგვისტიკის ფუძემდებლად ითვლება. ზურჰარტის სისტემატიკაში დიფერენცირებულია (Burkhardt 1996: 75-100):

- კომუნიკაცია პოლიტიკურ თემატიკაზე (პოლიტიკის შესახებ);
- პოლიტიკური კომუნიკაცია (პოლიტიკურ აქტორთა კომუნიკაცია პოლიტიკურ ინსტიტუტებში);
პოლიტიკური მედიადისკურსი.



არმინ ზურქპარტი (1952)

5.3. პოლიტიკური მედიადისკურსი

თანამედროვე ლინგვისტიკაში დიდი ყურადღება ეთმობა პოლიტიკური კომუნიკაციისა და დისკურსის (3.7.) პრობლემატიკას, რადგან საზოგადოებაში პოლიტიკური დისკურსი მნიშვნელოვანი ფაქტორია პერსპექტივების, საერთო ფონისა და განწყობების ფორმირების თვალსაზრისით.

დისკურსი კომუნიკაციური აქტის კომპლექსია, - კომუნიკაციის პროცესისა და რეზულტატის მთლიანობა; სხვაგვარი ფორმულირებით დისკურსი ტექსტების ერთობლიობა საკომუნიკაციო პროცესის ყველა დონის ჩართულობით, - ვერბალური, ექსტრალინგვისტური - პრაგმატული, სოციო-კულტურული და ფსიქოლოგიური დონეების. ამდენად, ლინგვისტური თვალსაზრისით, დისკურსი თავის თავში მოიცავს თავად ტექსტს.

დისკურსი იქმნება ურთიერთობის კონკრეტულ სიტუაციაში ინტერაქტანტებს კი გარკვეული სოციალური როლები აქვთ.

ინსტიტუციონალური დისკურსი სტატუსისა და როლების დაწესებულ ჩარჩოებში მოქმედი ურთიერთობაა, რომელიც ხასიათდება ორი ნიშნით - მიზნითა და ინტერაქტანტებით. პოლიტიკური დისკურსი, მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების დისკურსის მსგავსად, ინსტიტუციონალური დისკურსის ტიპია.

მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების ფუნქციათაგან თანამედროვე საზოგადოებაში აღსანიშნავია საინფორმაციო და რეგულაციის ფუნქციები. საინფორმაციო ფუნქცია სოციალური თითოეულ წევრში რეალიზდება; არა ნაკლებ მნიშვნელოვანია მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების, როგორც საზოგადოებრივი აზრის ჩამო-

ყალიბებისა და იდეოლოგიური ზემოქმედების მეთოდი, რომელიც უფრო მეტად თვალსაჩინო ხდება მისი სოციოლოგიურ, ლინგვისტურ თუ სოციოკულტურულ პლანში კვლევის შედეგად.

პოლიტიკური კომუნიკაციის ფუნქცია იდეების პროპაგანდა და ხელისუფლები-სათვის ბრძოლა საზოგადოებაზე ზემოქმედების გზით. პოლიტიკური კომუნიკაცია იმდენად იწოდება მასმედიის დისკურსად, რამდენადაც თანამედროვე სამყაროში პოლიტიკოსებს ნაკლებად აქვთ პირდაპირი კონტაქტი მოსახლეობასთან და მასთან მედიის საშუალებით კომუნიცირებენ.

პოლიტიკური აქტორები მიზანმიმართულად იყენებენ მასობრივ საინფორმაციო საშუალებებს უშუალო (ინტერვიუ, განცხადებები, პრეზენტაციები, საავტორო სტა-ტიები) თუ შუალობითი (პოლიტიკური მიმოხილვა, მედიაკვლევები, ანალიტიკური სტატიები, შეკვეთილი სარეკლამო რგოლები) გზით. მასმედიის დისკურსში მედია პოლიტიკოსებსა და მასობრივ აუდიტორიას შორის მედიუმია, ზოგჯერ მედია-ტორი.

პოლიტიკური პროფილის ჟურნალისტები პოლიტიკური პროცესებისა და გადაწყ-ვეტილებების კვალდაკვალ, მუდმივი პულსაციის ქვეშ, მოვლენათა ეპიცენტრში, ე. წ. „ინსაითერს“ პოზიციიდან აშუქებენ საკითხს თუ საკითხთა სპექტრს, აწვდიან სა-ზოგადოებას ინფორმაციას, ფაქტებს; მათ მნიშვნელოვანი როლი და გავლენა აქვთ საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაში, ამდენად თანამედროვე, დემოკრატიული სა-მოქალაქო საზოგადოების ჩამოყალიბების პერსპექტივების თვალსაზრისით, სა-სურველია და აუცილებელიც, ჟურნალისტთა კორპუსის უმაღლესი სტანდარტების შესაბამისად მომზადება და შერჩევა. ჟურნალისტთა პროფესიული და პიროვნული უნარები თვისებათა და კვალიფიკაციათა გარკვეულ ნაკრებს გულისხმობს, მათგან განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია:

პიროვნული მახასიათებლები:

მიუკერძოებლობა და ობიექტურობის მაღალი ხარისხი;

პრინციპულობა;

რეზისტენტულობა სტრესული სიტუაციების მიმართ;

გაწონასწორებულობა;

მოსმენის კულტურა;

პასუხისმგებლობის მაღალი ხარისხი;

გახსნილობა;

პროფესიული მახასიათებლები:

ვერბალური კომუნიკაციის ბრწყინვალე კომპეტენცია;

ანალიტიკური აზროვნება;

ლოგიკური სიმწყობრე;

არგუმენტაციის ძლიერი კომპეტენცია;

ახალი ინფორმაციის სიღრმისეული და სწრაფი წვდომის უნარი;

ერუდიციის მაღალი ხარისხი;

დროის რაციონალური მენეჯმენტი;

ეთიკური და პროფესიული სტანდარტების კომპეტენცია;

პოლიტიკური აქტორები და მასმედია ურთიერთსასარგებლო და ერთმანეთის განმსაზღვრელ ერთობას ქმნის: პოლიტიკოსისათვის აუცილებელია ხალხთან, ამომრჩეველთან ურთიერთობის მედიუმში, ჟურნალისტიკისათვის კი - მისთვის საინტერესო ინფორმაციის წყარო მასმედიისა და პოლიტიკური დისკურსები გარკვეულ ასპექტებში კვეთს ერთმანეთს. მაგ., განათლების მიმდინარე რეფორმის შესახებ პრესკონფერენცია პოლიტიკური დისკურსია, ხოლო გაზეთში დაბეჭდილი ინტერვიუ იმავე საკითხზე - მასმედიის პოლიტიკური დისკურსი. ამდენად, მასმედიის პოლიტიკური დისკურსი მოიცავს როგორც მასმედიის, ისე პოლიტიკურ დისკურსსაც. მასმედიის პოლიტიკური დისკურსი რთული კომუნიკაციური მოვლენაა, რომლის მიზანს წარმოადგენს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებისა და

მაღალფლემისთვის ბრძოლა, გულისხმობს ტექსტს, როგორც მეტყველების ვერბალურ-
ლოზებულ შედეგს კონტექსტს, როგორც სიტუაციურს, ისე სოციოკულტურულსა
და პრაგმატულს, მოციმულო დისკურსის მიზნებისა და ამოცანების შესაბამის
სპეციფიკურ ვერბალურ ხერხებსა და მეთოდებს.

მეტყველების აქტი გულისხმობს გარკვეული მიზნის ან მიზანთა მიღწევის ინტენ-
ციასაც, რომელიც შეესაბამება კომუნიკანტთა ქმედებების რეგულაციებს. ყოველი
ქმედება, მათ შორის საინფორმაციო პლანის, გარკვეულწილად მიზანმიმართულია,
ინფორმაცია ზემოქმედებს აუდიტორიაზე. მასმედიის პოლიტიკურ დისკურსს აქვს
ზემოქმედების შესაძლებლობა და შეუძლია გარკვეული კუთხით საზოგადოებრივი
აზრის ჩამოყალიბება, ეს მისი ამოცანაა, რომელიც იძლევა პოლიტიკური დისკურსის
მიზნის (მაღალფლემის) მიღწევის საშუალებას. მასმედიის პოლიტიკური დისკურსი
ასევე ფლობს სამყაროს შესახებ საზოგადოების ცოდნის და შესაბამისად მისი რეაქ-
ციის მართვის ისეთ რესურსს, როგორიცაა ინფორმაცია.

ინფორმაციის გადაცემა მხოლოდ ობიექტური რეალობის შესახებ ფაქტების კონ-
სტატაცია არ არის, იგი მათი ინტერპრეტაციაა. მასმედიის სხვადასხვა საშუალე-
ების მიერ მიწოდებული ინფორმაცია გავლენას ახდენს მაყურებლის, მსმენელის
თუ მკითხველის აზროვნებასა და ემოციურ მდგომარეობაზე; იგი აყალიბებს მათ ხე-
დვას, გამოცდილებას და გარკვეულწილად განსაზღვრავს გარე სამყაროს აღქმასაც.
მასმედიის პოლიტიკური დისკურსის ინფორმაციულობაში იმპლიცირებულია ზე-
მოქმედებისა და იდეოლოგიური ასპექტები. მიწოდებული ინფორმაცია შეიძლება
იყოს მაქსიმალურად ობიექტური, თუმცა ვერ იქნება აბსოლუტურად ობიექტური,
რადგან იგი აუცილებლად გულისხმობს ინტერპრეტაციას. ნებისმიერი ტიპის დის-
კურსის შემთხვევაში დიდ როლს თამაშობს ადამიანური ფაქტორი, დისკურსი ანთ-
როპოცენტრისტული მოვლენაა, იგი სამყაროს სუბიექტურად ასახავს, რადგან მე-
ტყველი სუბიექტი მეტყველების პროცესში ენას ითავისებებს, თავისად აქცევს.

მასმედიის პოლიტიკური დისკურსის სოციოკულტურული კონტექსტი, ერთი
მხრივ, ხასიათდება მასობრივ აუდიტორიაზე ორიენტაციით, მეორე მხრივ, სოციო-
კულტურული სპეციფიკით და იდეოლოგიურობით. როგორც ურთიერთობის ინ-
სტიტუციონალური ფორმა, მასმედიის პოლიტიკური დისკურსი ზემოქმედებს სა-

ზოგადოების ფართო ფენებზე და კონკრეტული სოციალური ჯგუფების ინტერესებს ემსახურება.

მასმედიის პოლიტიკური დისკურსის სოციოკულტურული კონტექსტი, როგორც იდეოლოგიის ინსტრუმენტი, იძლევა ამ ტიპის დისკურსის მანიპულაციური ფუნქციის რეალიზების საშუალებას.

მასმედიის პოლიტიკური დისკურსის ადრესატი აუდიტორია გარკვეული კულტურული ჯგუფი / ჯგუფებია, ამდენად მასმედიის პოლიტიკური დისკურსის ენის მნიშვნელოვან ასპექტს წარმოადგენს მისი ეროვნულ-კულტურული სპეციფიკა. დისკურსის ხასიათი ყოველთვის გულისხმობს მოცემული კულტურის მოთხოვნებსა და ხასიათს, რადგან მასმედიის პოლიტიკური დისკურსი ფორმულირდება სათანადო ცხოვრებისეულ პირობებში, სათანადო კულტურის მატარებელი საზოგადოების მიერ. შესაბამისად, მასმედიის პოლიტიკური დისკურსის ტექსტი აღიქმება, როგორც მოცემული კულტურის პროდუქტი.

ლინგვოკულტუროლოგიური კვლევის ანალიზის უშუალო ობიექტია პოლიტიკური მედიატექსტი, როგორც შესაბამისი ტიპის დისკურსის ფორმა, მისი სტრუქტურა, სემანტიკა და პრაგმატიკა.

მასმედიის პოლიტიკური დისკურსი არის თავისთავადი კომუნიკაციური ფენომენი, რომელიც წარმოიქმნება პოლიტიკური და მასმედიის დისკურსების გადაკვეთის სფეროში. მისი მახასიათებლებია:

მკვეთრად გამოხატული პრაგმატული მოტივაცია (მასებზე ორიენტაცია და ზემოქმედება);

ინტენციონალურობის მაღალი ხარისხი (გარკვეული იდეოლოგიის ფორმირება ან მოდიფიკაცია);

ეროვნულ-კულტურული სპეციფიკურობა (შესაბამისი კულტურის ან სუბკულტურის სპეციფიკის გათვალისწინება);

ინტერპრეტირების დიდი სივრცე;

- ინფორმაციულობის მაღალი ხარისხი;
- დინამიკურობა;
- სუბიექტურობა;
- ფარული ან ღია მანიპულაციის მეთოდოლოგია;
- სპეციფიკური ლექსიკა.

პოლიტიკური მედიადისკურსის კონტექსტში ხშირად დარღვეულია კომუნიკაციის კოდების გრანისხეული კონვერზაციის მაქსიმები (3.10), კერძოდ, ჰემმარიტების, ხარისხისა და რელევანტურობის პოსტულატები.

5.4. იმიჯი პოსტმოდერნის ეპოქის აუდიტორიისათვის

ანტიკურ ათენში პოლიტიკური სისტემა ნებისმიერ მსურველს აძლევდა საშუალებას, ასულიყო აგორას ტრიბუნაზე და მოესინჯა საკუთარი ძალები ორატორის როლში; ათენელები ასეთ პიროვნებას უწოდებდნენ „კერძო პირს“, „მოყვარულს“ (*idiotai*), რომელიც პროფესიონალი ორატორისაგან განსხვავებით, იდეალიზმითა და სიხალასით გამოირჩეოდა, რაც ათენური დემოკრატიას განსაკუთრებულ ხიზლს სძენდა.

თანამედროვე პოსტმოდერნის ეპოქაში, ინფორმაციულ საზოგადოებაში, პოლიტიკური აქტორებისთვის ორატორული უნარებისა და ნონვერბალური კომუნიკაციური კომპეტენციის გარდა უაღრესად მნიშვნელოვანია პოლიტიკური ინტენციის შესაბამისი იმიჯი.

იმიჯი მიზანმიმართულად შექმნილი სახე-სიმბოლოა, რომელიც ასოციაციების საფუძველზე პიროვნებას, მოვლენას, ობიექტს დამატებით ფასეულობებს ანიჭებს და რეცეპიენტებში მის ემოციურ აღქმას აძლიერებს. იმიჯი, ერთი მხრივ, არამდგრადია და შეცვლას, ტრანსფორმაციას ექვემდებარება, მეორე მხრივ კი, ღრმად მკვიდრდება ადამიანთა ცნობიერებაში (ე. წ. იმიჯის რუტინიზაცია) და არა მხოლოდ ცალკეული

პიროვნების, არამედ პოლიტიკური პარტიის, სახელმწიფოს ან სულაც მთელი ეპოქის სიმბოლო ხდება (მაგ., კონრად ადენაუერის, მარგარეტ ტეტჩერის იმიჯი).

იმიჯი საინფორმაციო ამოცანების შესაბამისად დახვეწილი არგუმენტებით ფორმირდება, რომლებიც რეციპიენტის ცნობიერებაზე არა პირდაპირი ზეგავლენით, არამედ მის წარმოსახვით და ასოციაციურ კავშირებზე აპელირებით იქმნება. იმიჯი ატარებს კონკრეტულ, დასახულ მიზნებთან შესაბამის ხასიათს. მისი შექმნა ანალიტიკურ-შემოქმედებითი პროცესია, რომელიც გარკვეულ ხერხებსა და ტექნოლოგიებზეა აგებული, რესურსების მაქსიმალურად ეფექტური გამოყენება კი შესაძლოა ხშირად არასტანდარტულ მიდგომებსაც გულისხმობდეს. იმიჯის ჩამოყალიბებაში ტექნოლოგიების სელექცია დამოკიდებულია დროის ასპექტზე, რა ხანგრძლივობით იგეგმება და განისაზღვრება იგი, - სასიცოცხლო ციკლის მთელი პერიოდით თუ მხოლოდ სიტუაციური მოქმედებებისათვის. გრძელვადიანი იმიჯი ბრენდია, რომელიც აქტორის რეპუტაციის ინდიკატორია.

ზიზნესპრაქტიკისგან განსხვავებით, პოლიტიკური ბრენდინგი უფრო კომპლექსური და ხანგრძლივი პროცესია. ბრენდის შექმნა ტრადიციულად იწყება ბაზრის მოთხოვნების დეტალური ანალიზით და წინასწარი ტესტირებით.

იმიჯი პოლიტიკური ლიდერის, ინსტიტუციის, ინდივიდის შესახებ წარმოდგენაა, ცნობიერებაში არსებული კონსტრუქტია, რომელიც ემყარება აუდიტორიის მიერ ინდივიდების, ორგანიზაციების, ინსტიტუციების ქცევისა თუ ქმედების, კომუნიკაციის სტილისა და მანერის დეკოდირების უნარს.

პოლიტიკური კომუნიკაციის პროფესიულ და მარკეტინგულ კონტექსტს ქმნის პოსტმოდერნის ეპოქის საზოგადოების მიერ იმიჯის საკვანძო ელემენტების ერუირება (კვლევა) და ანალიზის შედეგების საფუძველზე სწორი კომუნიკაციური სტრატეგიის განსაზღვრა, რომელშიც იმიჯს ცენტრალური როლი აქვს. პოსტმოდერნის საზოგადოებაში იმიჯის ელემენტები და განმსაზღვრელი ფაქტორებია:

მიზანმიმართულად დამუშავებული სტილი;

წარმატებულობა;

- პრინციპულობა;
- ავთენტურობა;
- ინდივიდუალურობა;
- სანდოობა;

ქარიზმატულობა;

ემოციური სიდრმე.

ქარიზმა (ბერძ. *χάρις* „წყალობა, ზეცის საჩუქარი“), თეოლოგიური თვალსაზრისით, ღვთისგან ბოძებული განსაკუთრებული სულიერი თვისებაა. გერმანელმა ფილოსოფოსმა, დისციპლინათმორისი (ინტერდისციპლინარული) მიდგომისა და სოციოლოგიის ფუძემდებელმა, მაქს ვებერმა სოციოლოგიის თეორიის კონცეპტუალური ჩარჩოები შეიმუშავა. ბატონობის ლეგიტიმური ტიპების შესახებ კონცეფციაში ვებერი ქარიზმას აანალიზებს და ძალაუფლების (6.) ერთ-ერთ წყაროდ მიიჩნევს (Weber 2005: 38).

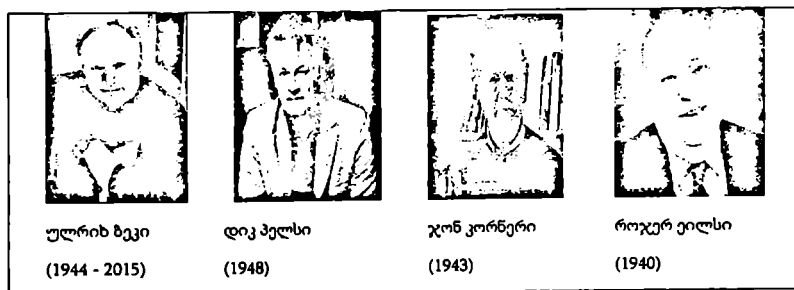
ქარიზმატული ძალაუფლება ეფუძნება ლიდერის განსაკუთრებულ თვისებებს, რომლებიც მას არამიწიერ მიმზიდველობას ანიჭებს; ქარიზმატულობის მიმართ მასის დამოკიდებულება ემოციურ-მისტიკური ხასიათისაა და პიეტეტსა და ბრმა რწმენაზეა აგებული.

ქარიზმატულობა პოლიტიკური დღეგრძელობის აუცილებელი პირობაა, რომელიც არ უკავშირდება ინტელექტუალურ ან ზნეობრივ მახასიათებლებს, იგი ერთგვარი მაგნეტიზმია და თანამოაზრეთა, მომხრეთა სწრაფად მოპოვების უნარში ვლინდება.

ზღვარი პოლიტიკურ კომუნიკაციასა და პოპულარულ კულტურას (პოპულატურას) (8.5.) შორის პოსტმოდერნის ეპოქაში სულ უფრო და უფრო იშლება, რაც პოლიტიკური დისკურსის მზარდ ემოციონალიზაციას, შესაბამისად ემოციური ნარატივის გაჩენას განაპირობებს. პოსტმოდერნის ეპოქის აუდიტორიისათვის რაციონალურ-ეკონომიკურ ფაქტორებთან ერთად მნიშვნელოვანია ემოციური თვითიდენტი-

ფიკაცია პოლიტელიტის თითოეულ წარმომადგენელთან ან პოტენციურ კანდიდატთან.

ცნობილი გერმანელი სოციოლოგის, **ულრიხ ზეკის** ანალიზით პოსტმოდერნის ეპოქაში მნიშვნელოვანი ფაქტორია **იმიჯის ესთეტიკა** (Beck 1993). ნიდერლანდელი სოციოლოგისა და პუბლიცისტის, **დიკ პელსისა** და ბრიტანელი მედიამკვლევრის, **პროფ. ჯონ კორნერის** თვალსაზრისით, საზოგადოებაში საყოველთაოდ წარმატებულად აღიარებული პიროვნებები ბუნებრივად ფლობენ თვისებათა ნაკრებს, რის საფუძველზეც აუდიტორიის წევრები მთელს მსოფლიოში მათთან თავს აიგივებენ (Corner & Pels 2003). პოლიტიკური კომუნიკაციების სპეციალისტი, ამერიკის პრეზიდენტების, - რიჩარდ ნიქსონის, რონალდ რეიგანისა და ჯორჯ პერბერტ უოლკერ ბუშის, - მედიაკონსულტანტის, *Fox News Channel*-ის ერთ-ერთი დამაარსებლის, **როჯერ ეილსის** მოსაზრებით, რაც მეტად სწადია ადამიანს ძალაუფლება, მით მეტად უნდა ნილბავდეს იგი თავის საწადელს ტელეგამოსვლისას (Ailes & Kraushar 1988).



მართალია იმიჯის ფორმირების ტექნოლოგიები უნიფიცირებული და უნივერსალურია, თუმცა მიზნობრივი აუდიტორიის სპეციფიკური ეთნოკულტურული მახასიათებლების კულტურული იდენტობის, მენტალიტეტის, ტრადიციების გათვალისწინება აუცილებელია, რადგან, მაგ., ამერიკულ აუდიტორიას გერმანული, ქართული ან ჩინური აუდიტორიებისაგან განსხვავებული მოთხოვნა, მოთხოვნილებები და მოლოდინი აქვს; შესაბამისად განსხვავებულია რეპრეზენტაციის, პერფორმანსისა და იმიჯის ელემენტებიც.

6. ძალაუფლება: სოციალური ფენომენი. ლიდერობა

ძალაუფლება სოციალური თანაცხოვრების ერთ-ერთი ფუნდამენტური საწყისია. გერმანელი ფილოსოფოსის, **ფრიდრიხ ნიცშეს** მიხედვით, „ძალაუფლების ნება“ (*Wille zur Macht*) საზოგადოებრივი ცხოვრების ნებისმიერი მოვლენის მნიშვნელობის კრიტერიუმი და მთელი სამყაროს საფუძველთა საფუძველია (Figal 1999). სოციალური ურთიერთქმედების პროცესი, ადამიანთა კულტურული, სულიერ-გონითი ცხოვრება, კი **მაქს ვებერის** კონცეფციით, ინდივიდუალურ და ჯგუფურ ინტერესთა მუდმივად განახლებადი ბრძოლა და დაპირისპირებაა (Weber 2005).



ფრიდრიხ ნიცშე
(1844 - 1900)



მაქს ვებერი
(1864 - 1920)



მიშელ კროპოზე
(1922 - 2013)

ძალაუფლება სოციუმის წევრებს შორის სოციო-ფსიქოლოგიური დამოკიდებულებათა, რომელიც ძალაუფლების მფლობელთა და ძალაუფლების ადრესატთა ორმხრივ ვალდებულებას და მოლოდინს გულისხმობს.

ძალაუფლების რაობის კვლევებში ორი მიმართულებაა დიფერენცირებული, - ვებერისეული და სისტემური.

ძალაუფლებრივი ურთიერთობის ვებერისეული გაგება ინდივიდებსა ან სოციალურ ჯგუფებს შორის **ნებელობითი ურთიერთობაა**, რომელიც ორივე მხარის თავისუფლებას გულისხმობს და რესურსთა მობილიზაციის უნარით არის განსაზღვრული.

ძალაუფლების განსაზღვრის **სისტემური კონცეფციის** მიმდევარია ფრანგი სოციოლოგი **მიშელ კროპოზე**. კროპოზის თვალსაზრისით ძალაუფლებრივი ურთიერთობების

არსის დახასიათება მხოლოდ მოლაპარაკებისა და გაცვლის განსაზღვრებებით შეუძლებელია, ამდენად იგი ძალაუფლებას უკავშირებს სტრუქტურებს და თვლის, რომ ძალაუფლება ორგანიზაციულ ჩარჩოში წარმოიქმნება, თავად ორგანიზაცია კი - ინდივიდების მოქმედებათა საერთო მიზნის შემთხვევაში (Crozier & Friedberg 1979).

6.1. „ძალაუფლებრივი მოლაპარაკების“ არსი და დინამიკა მ. კროზიეს მიხედვით

ძალაუფლებრივი მოლაპარაკების არსისა და დინამიკის წინაპირობა მიშელ კროზიეს მიხედვით (Crozier & Friedberg 1979) არის, ერთი მხრივ, ორგანიზაციის ფორმალური და არაფორმალური მიზნები, მეორე მხრივ კი, აქტორთა მიერ მიღებული „თამაშის წესები“. „სტრატეგიული აქტორი“ არა მხოლოდ აღმასრულებელია, არამედ საკუთარი „პროექტის“, „თავისუფლების“ მფლობელიც და გავლენას ახდენს პარტნიორის ქცევაზე. თამაშის არსი მეორე მოქმედი პირის დეტერმინირებულ მდგომარეობაში ჩაყენება საკუთარი თავისუფლების შენარჩუნების ფონზე. მოლაპარაკებებში იგდება აქტორების ნიჭი და უნარები მოწინააღმდეგე მხარის მოქმედებათა ნაკლებ პროგნოზირებისა და განჭვრეტადობის თვალსაზრისით. ძალას, პრესტიჟს, კანონიერ ძალაუფლებას, კროზიეს მიხედვით, გავლენა აქვთ მხოლოდ მაშინ, როცა ისინი მოქმედების დიდ თავისუფლებას უზრუნველყოფენ, თუმცა „სტრატეგიული აქტორები“ დამოუკიდებლად არ მოქმედებენ; ისინი ჩართული არიან ორგანიზაციის ჩარჩოებში, რომელიც საკუთარ წევრებს მოქმედების განსაკუთრებულ ლოგიკას კარნახობს, რამდენადაც იგი სოციალური სისტემა რეგულირების წესებითა და გარკვეული ავტონომიით.

კროზიე ფაქტობრივად ვერ ასხვავებს პოლიტიკურ ძალაუფლებას ძალაუფლების სხვა ფორმებისაგან, ერთმანეთთან აიგივებს, ერთი მხრივ, ძალაუფლებასა და გავლენას (6.3.), მეორე მხრივ კი, ძალაუფლებასა და მართვას, თუმცა ინდივიდთა შორის ძალაუფლებრივი ურთიერთობის ორგანიზაციული გაერთიანების კონტექსტში განხილვას დიდი ევრისტიკული მნიშვნელობა აქვს.

6.2 ტალკოტ პარსონსის ძალაუფლების კონცეფცია

სტრუქტურული ფუნქციონალიზმის ერთ-ერთი ფუძემდებელი, ცნობილი ამერიკელი სოციოლოგი, **ტალკოტ პარსონსი** სრულად აცნობიერებს ძალაუფლების ცნების განსაზღვრის სირთულეს, რაც თავად ცნების პოლისემანტიკურობითა და პოლიფუნქციურობითაც არის განპირობებული (Parsons 1967a: 297-354; 1967b: 355-382; 1969: 439-472).



ტალკოტ პარსონსი (1902 - 1979)

ძალაუფლების ინსტიტუციონალური სისტემის ცნება წინა პლანზე აყენებს, პარსონსის აზრით, ურთიერთდამოკიდებულებათა სისტემას, რომლის ფარგლებშიც საკუთარი ნებით, მაგ., ხელშეკრულებით მიღებული თუ თავს მოხვეული დაპირებები და მოვალეობები აღსრულებას ექვემდებარება; სხვაგვარი ფორმულირებით, ნორმატიულად დადგენილ პირობებში უფლებამოსილ პირებს შეუძლიათ მოითხოვონ მათი შესრულება. პარსონსი ძალაუფლების დეფინიციისათვის იყენებს „განზოგადებისა“ და „ლეგიტიმაციის“ ცნებებს და მას განსაზღვრავს როგორც განზოგადებული უნარის რეალიზაციას, რომელიც სოციუმის წევრებისაგან მათი საერთო მიზნებისათვის მნიშვნელოვანი და ამდენად ლეგიტიმურ ვალდებულებათა შესრულებას განაპირობებს და უშვებს შესაძლებლობას, დაუმორჩილებელნი აიძულოს ნეგატიური სანქციების გამოყენებით. ძალაუფლების ორი კრიტერიუმის, „საყოველთაოობისა“ და „ლეგიტიმურობის“, ეკვის ქვეშ დაყენება იწვევს მორჩილების მიღწევის უფრო ძლიერი საშუალებების გამოყენებას: ლეგიტიმურობის მნიშვნელობის დაცემა განაპირობებს იძულების სხვადასხვა ფორმების, საბოლოოდ კი იძულების ყველაზე ეფექტური ტიპის - ძალის გამოყენებას. შედეგად ძალაუფლება კარგავს ავტორიტეტს და შიშველ ფიზიკურ ძალაზე დამყარებულ ხელისუფლებად ტრანსფორმირდება.

ძალაუფლება საზოგადოების მიერ აღიარებული მიზნების მისაღწევად მასში არსებული რესურსების მობილიზების უნარია; იგი არ არის მხოლოდ ერთი რომელიმე ჯგუფის მიერ სხვა ჯგუფისათვის საკუთრი ნების მოხვევა, არამედ იგი შესაძლოა ფუნქციონირებდეს, განსაკუთრებით დემოკრატიულ ქვეყნებში, მთელი საზოგადოების სახელითაც. ძალაუფლება გაცვლის საშუალებაა პოლიტიკური სუბსისტემის ფარგლებში და ამ უკანასკნელს და დანარჩენ ეკონომიკურ, სოციალურ და კულტურულ სუბსისტემებს შორის გაცვლის გამაშუალებადი; ამასთან ძალაუფლება აქტიური, მობილური, ცვალებადი ფენომენია.

6.3. ძალაუფლება vs. გავლენა vs. ავტორიტეტი vs. ძალა

ძალაუფლება მუდამ დამოკიდებულია ძალაუფლებრივ ურთიერთობაში შემავალი სუბიექტების რესურსებზე. იძულება და ნება ძალაუფლების, როგორც სოციალური ურთიერთობის, განმსაზღვრელი ნიშნებია.

გავლენა სხვა ინდივიდების მოქმედებებსა და გადაწყვეტილებებზე ძალის გამოყენების, ძალის გამოყენების მუქარისა და ავტორიტეტის გარეშე ზემოქმედების უნარია; ზეგავლენის საფუძველი შესაძლოა იყოს:

პრესტიჟი;

პატივისცემა;

სიყვარული;

ერთგულება.

ძალაუფლებისაგან განსხვავებით გავლენა უშუალო კავშირშია ფასეულობებთან და ღირებულებებთან: ღირებულებებსა და მიზნებს პრიორიტეტები სწორედ მათი გავლენის მიხედვით ენიჭება. სოციალიზაციის პროცესში უამრავი ფასეულობის ინტერიორიზაცია resp. ინტერნალიზაცია მიმდინარეობს. ინტერნალიზაცია ინდივიდის მიერ სოციალური ღირებულებების, ნორმების, იდეების ზუნებრივად და საკუთრად ჩათვლა და სოციალიზაციის საფუძველია.

გავლენა ყოველთვის არ გულისხმობს ავტორიტეტს, თუმცა ავტორიტეტისათვის დამახასიათებელია სხვა ინდივიდთა ფასეულობებზე გავლენის უნარი. მაგ., გავლენა შესაძლოა ჰქონდეს პიროვნებას პიროვნული ავტორიტეტის გარეშე. სხვებზე გავლენას კი ავტორიტეტულ პირთან ან ინსტიტუციასთან კავშირით ინარჩუნებდეს. გავლენა ავტორიტეტის გარეშე არის ინდივიდის ან ინსტიტუციის უნარი აამოქმედოს სხვები საკუთარი ინტერესისა და სურვილის შესაბამისად; ამგვარი უნარისა და, შესაბამისად, რესურსის ფლობა ძალაუფლების ფლობასაც გულისხმობს. სოციუმისათვის უმნიშვნელოვანეს ფასეულობათა ფლობა ინდივიდს სხვებზე გავლენის შესაძლებლობას აძლევს. გავლენის ფლობა ნიშნავს საკუთარი ინტენციებისა და ინტერესების რეალიზებას წინააღმდეგობის გაწევამდე, ხოლო ძალაუფლების მფლობელი სიტუაციისა და ხდომილების დეტერმინანტია (განმსაზღვრელი), მას სხვა ინდივიდთა მხრიდან, წინააღმდეგობის მიუხედავად, ძალუმს ხდომილების განსაზღვრა.

ინდივიდთა პოზიციები და შესაძლებლობანი სოციუმში არაერთგვაროვანი და არათანაბარია, შესაბამისად განსხვავებულია მათი გავლენაც. გავლენის ძალა სხვათა ქცევებზე ზემოქმედების ხარისხია, გავლენის დიაპაზონი - ინდივიდთა რაოდენობა, რომლებზეც იგი ვრცელდება. შეიძლება ითქვას, ძალაუფლება განსაკუთრებული სახის გავლენაა, თუმცა გავლენისგან განსხვავებით, როგორც უკვე იყო აღნიშნული, ძალაუფლების მფლობელს დაუმორჩილებლობის შემთხვევაში შესაბამისი ზომების მიღების ლეგიტიმაცია და კომპეტენცია აქვს.

ავტორიტეტი თვისებაა, რომელიც შეიძინება და მოიპოვება კიდევ, ამდენად ძალაუფლების სუბიექტი შესაძლოა ფლობდეს ან არ ფლობდეს მას. ავტორიტეტი დაკავშირებულია ძალაუფლების იმულების ან მისი აშკარა მზაობის გარეშე აღიარებასთან. ავტორიტეტი სხვადასხვა კონცეფციაში განსხვავებულად არის ინტერპრეტირებული: იგი განისაზღვრება, როგორც ძალაუფლება შთაგონების უნარით, ან ძალაუფლება, რომელიც თანხმობასა და კონსენსუსს ეფუძნება. ავტორიტეტის მფლობელ პიროვნებას, შეიძლება ითქვას, ბუნებრივი გავლენა აქვს ინდივიდებსა და მათ ქცევაზე; ავტორიტეტი ნებისმიერი სიძლიერის პირობაა, ქარიზმა - ავტორიტეტის განსაკუთრებული ფორმა. ავტორიტეტი შეუძლებელია არსებობდეს ძალაუფლების გარეშე, მაშინ როცა ძალაუფლებას, სამწუხაროდ, შეუძლია ავტორიტეტის გარეშე

პრსებობა. ძალაუფლების ავტორიტეტის მაჩვენებელი მართულთა ნებაყოფილობის, პატივისცემისა და შეგნებულობის მოტივებია და არა მათი მორჩილება, რადგან ეს უკანასკნელი შესაძლოა მართულთა მხრიდან მაგ., რეპრესიების, სანქციების, ნეგატიური ზომების შიშით იყოს პირობადებული.

სამართლიანი და დამსახურების მქონე ძალაუფლება შესაბამის სოციალურ გარემოში ყველაზე ავტორიტეტული ხდება. ავტორიტეტი ლეგიტიმურობასთან ერთად ძალაუფლების ინსტიტუტთა ეფექტურობის კრიტერიუმია.

ძალა ძალაუფლებასთან შედარებით ვიწრო ცნებაა. მართალია, ძალა, ძალადობა, იბულება ძალაუფლების ერთ-ერთი კონსტიტუენტია (შემადგენელი ელემენტია), თუმცა ერთ-ერთი ყველაზე არაპოპულარული და უკიდურესი, რომელსაც ძალაუფლების სუბიექტები მხოლოდ გამოუვალ ვითარებაში მიმართავენ.

6.4. ძალაუფლების კონტროლის მექანიზმები

თანამედროვე, სამართლებრივ, სოციალურ და დემოკრატიულ სახელმწიფოში ძალაუფლების კონტროლის მექანიზმები გამორიცხავენ ან მინიმუმამდე დაჰყავთ ძალაუფლების უზურპაციის შესაძლებლობები. მოკლედ მიმოვიხილოთ თითოეული მათგანი.

კანონის უზენაესობა - ნომიკრატია (ბერძ. νόμος „კანონი“): ძალაუფლების შეზღუდვა კონსტიტუციითა და კანონთა სისტემით;

ძალაუფლების გადანაწილების პრინციპი, ძალაუფლების ძალაუფლებითვე შეზღუდვა: ურთიერთმაკონტროლებელ ორგანოებს შორის ძალაუფლება გადანაწილებული და შესაბამისად დაბალანსებულია, - საკანონმდებლო, აღმასრულებელი და სასამართლო ხელისუფლება დიფერენცირებულია, რადგან არაკონტროლირებადი, შეუზღუდავი ძალაუფლება, ძალაუფლების კონცენტრაცია და მონოპოლიზაცია სოციალური თითოეული წევრის თავისუფლებას უქმნის საფრთხეს;

- ადამიანის უფლებათა უნივერსალური დეკლარაცია, - ძალაუფლების შეზღუდვა ხელშეუხებელი ფუნდამენტური უფლებებით. ხელშეუხებელი უფლებების შესახებ პირველად განმანათლებლობის ეპოქაში (ჯონ ლოკი) გაცხადდა, თუმცა მისი საფუძვლები ჯერ კიდევ ანტიკურ პერიოდშია. 1948 წლის 10 დეკემბერს გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გენერალურმა ასამბლეამ ადამიანთა უფლებების უნივერსალური დეკლარაცია (*Universal Declaration of Human Rights*) მიიღო, რომელიც თითქმის ყველა თანამედროვე კონსტიტუციაშია დაცული;

ძალაუფლების შეზღუდვა შესაბამისობის პრინციპით: სახელმწიფოსა და ძალაუფლების მფლობელს მხოლოდ ლეგიტიმური მიზნების შესაბამისი საშუალებების გამოყენების უფლება აქვს; ძალაუფლების შეზღუდვის შესაბამისობის პრინციპი კანონმდებლობის, კანონის გამოყენებისა და სასამართლო პრაქტიკის სამართლებრივი ფუნდამენტია;

ძალაუფლების განხორციელებაში საყოველთაო მონაწილეობის პრინციპი: საყოველთაო საარჩევნო ხმის უფლება; ათენის დემოკრატიის მოდელი: ძალაუფლების მატარებელთა და ადრესატთა მინიმალური იდენტობა;

- ძალაუფლების მფლობელთა მხრიდან ზეწოლის აღკვეთის პრინციპი: სახელმწიფო ინსტიტუციები ვალდებულია, დააბალანსოს ურთიერთობა ინდივიდსა და ჯგუფებს, დამსაქმებლებსა და დასაქმებულებს, პრივილეგირებულებსა და არაპრივილეგირებულებს შორის;

ძალაუფლების რეგულირების მითითებული მექანიზმები ინტერკულტურულ კონტექსტში მაღიან მნიშვნელოვანია, რამდენადაც საგარეო და მსოფლიო პოლიტიკის პრაქტიკას წარმოადგენს, თუმცა, უპირველეს ყოვლისა, თითოეული სახელმწიფოს, სოციალისა და მისი წევრებისათვის არის რელევანტური.

6.5. ლიდერობა: ძირითადი თეორიები

ლიდერობა განიხილება, როგორც ერთი პიროვნების გავლენა სხვა ინდივიდსა, ჯგუფსა თუ ზოგადად სოციუმის წევრებზე, რომლის საფუძველზე ინდივიდი, ჯგუფი თუ სოციუმის წევრები მიზნის დასახვა-შესრულებაზე ხდება ორიენტირებული. ლიდერობა კომპლექსური კომუნიკაციური პროცესია, რომელიც ლიდერის, როგორც წარმმართველი ფიგურანტისა და მისი მიმდევრების, თანამოაზრეების ურთიერთობას გულისხმობს.

თეორიები ლიდერობის შესახებ ძირითადად სამ ტიპად დიფერენცირდება: ნიშნის, ქცევისა და სიტუაციური თეორიები.

ნიშნის თეორიის მიხედვით ლიდერობის განმსაზღვრელი თავად ლიდერის ინდივიდუალური მახასიათებლებია. ლიდერის პორტრეტს, ნიშნის თეორიის მიხედვით, ქმნის თვისებათა ნაკრები, რომელთაგან ყველაზე მნიშვნელოვანია:

მაღალი ინტელექტი;

გამორჩეული კომუნიკაციური უნარები;

დომინანტურობა;

თავდაჯერებულობა;

ენერგიულობის მაღალი კოეფიციენტი;

სტრესისადმი რეზისტენტულობა;

კრეატიულობა;

ფართო ხედვა;

სანდოობა;

- პასუხისმგებლობის მაღალი ხარისხი;

პრობლემების გადაჭრის კომპეტენცია;

გადაწყვეტილებების მიღების უნარი;

სწრაფი რეაგირების უნარი;

- გაწონასწორებულობა;
- გახსნილობა / ღიაობა;
- ინტერკულტურული კომპეტენცია.

ნიშნის თეორიებში გამორჩეულად საინტერესოა ე.წ. ქარიზმატული ლიდერის ფენომენი.

6.6. ქარიზმატული ლიდერის ძირითადი მახასიათებლები

სტრატეგიული მიზანი და მისი მკაფიოდ ფორმირების უნარი;

- პირადი რისკი;
- სენსიტიურობა გარემოცვის მიმართ;

თანამოაზრეთა, თანამშრომელთა, მიმდევართა მოთხოვნილებების მიმართ მგრძნობელობა;

- ქცევის ახალი, არასტანდარტული, არაორდინალური მოდელები.

ქარიზმა არ არის უნივერსალური ფენომენი. ქარიზმატული ლიდერის ეფექტურობა ხშირად სიტუაციური ხასიათისაა.

ქცევის ფუნქციონალური თეორიები, - ამერიკული პრაგმატული ფსიქოლოგიის ერთ-ერთი მიმართულების, ზიჰვეიორიზმის (ინგ. *behavior* „ქცევა“) მეთოდოლოგიით, - იკვლევს ლიდერთა ქცევის ნიმუშებს, სტილს და მათ ფუნქციებს.



კურტ ლევინი
(1890 - 1947)



რობერტ ბეილსი
(1916 - 2004)

თანამედროვე ექსპერიმენტული სოციალური ფსიქოლოგიის ერთ-ერთი ფუძემდებელი, გერმანიაში დაბადებული ებრაული წარმოშობის ამერიკაში ემიგრირებული ფსიქოლოგი **კურტ ლევინი** გადაწყვეტილების მიღების სტილის მიხედვით გამოყოფს ლიდერის სამ ტიპს (**Lewin et al 1939: 271-301**):

ავტორიტარული;

დემოკრატიული;

ლიბერალი.

ავტორიტარული სტილის ლიდერი პრობლემის გადაჭრისას თავად გასცემს მითითებებს, რომლებსაც სხვები ასრულებენ; დემოკრატიული სტილის ლიდერი გუნდის წევრების თანამონაწილეობას, იდეებისა და წინადადებების გაზიარებასა და პრობლემის გადაჭრაში მათ აქტიურ ჩართულობას ითხოვს; ლიბერალი ლიდერი საკუთარი გუნდის წევრებს ქმედების მაქსიმალურ თავისუფლებას აძლევს. მიჩნეულია, რომ ყველაზე ეფექტური, ლიდერობის დემოკრატიული სტილია.

ამერიკელი სოციალური ფსიქოლოგი, ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორი **რობერტ ბეილსი** ლიდერობის ორ სტილს განასხვავებს (**Bales 1950**):

ამოცანაზე ორიენტირებული ლიდერი;

სოცო-ემოციურ ურთიერთობაზე ორიენტირებული ლიდერი.

ამოცანაზე ორიენტირებული ლიდერი გუნდს უზიარებს იდეებს, განაგებს, აფასებს და აჯამებს ჯგუფურ აქტივობებს, გუნდისათვის ენერგიისა და მოტივაციის წყაროა; სოცო-ემოციურ ურთიერთობაზე ორიენტირებული ლიდერი გუნდის ყველა წევრის აქტივობებში ჩართულობას უწევს კოორდინაციას, არეგულირებს კონფლიქტებს, მისთვის პრიორიტეტულია გუნდის წევრების წახალისება და მათთან უკუკავშირი.

სიტუაციური თეორიების კონცეფციების მიხედვით თანამედროვე ლიდერისთვის უმნიშვნელოვანესია ფლექსიბელურობა, სიტუაციის შესაბამისად მოქმედების უნარი, მოქნილობა. სიტუაციური თეორიის თანახმად, ეფექტურ ლიდერად ითვლება ის, ვისაც აქვს საკუთარი ლიდერობის სტილის კონკრეტულ სიტუაციასთან, გუნდთან და საკუთარ ღირებულებათა სისტემასთან მორგების უნარი.

სიტუაციურ თეორიებში პრომინენტულია ავსტრიული წარმოშობის ამერიკელი ფსიქოლოგის, ორგანიზაციული ფსიქოლოგიის ცნობილი მკვლევრის, ვაშინგტონის უნივერსიტეტის ბიზნესისა და მენეჯმენტის ფსიქოლოგიის პროფ. **ფრედ ფიდლერის** მოდელი.

6.7. ფიდლერის მოდელი



ფრედ ფიდლერი (1922)

ფიდლერის მოდელის (Fiedler 1967; 1971) მიხედვით, ლიდერობის ეფექტურობა განისაზღვრება ლიდერობის სტილსა და სიტუაციაზე მორგებას შორის ხარისხით, რომლის მიხედვით დიფერენცირებულია ლიდერისათვის სიტუაციის კეთილგანწყობის განმსაზღვრელი სამი ცვლადი:

ლიდერისა და გუნდის ურთიერთობა;

ამოცანის სტრუქტურა;

ლიდერის სიტუაციური ძალაუფლება.

გუნდის წევრებსა და ლიდერს შორის ნდობის, პატივისცემისა და სიმპათიის ატმოსფერო გულისხმობს ლიდერის მიმდებლობასა და აღიარებას გუნდის მიერ, რაც ლოიალურობის საფუძველია და ლიდერის ეფექტურობას ზრდის. ამოცანის სტრუქტურირება შესასრულებელი სამუშაოს ცალკეულ კომპონენტებად დანაწევრების ხარისხია, - გუნდის თითოეულ წევრს როლური ფუნქციები, შესაბამისად კონკრეტული დავალებები ოპტიმალურად აქვს განაწილებული. ლიდერის სიტუაციური (თანამდებობრივი) ძალაუფლება ძალიან მნიშვნელოვანი მსაზღვრელია, რადგან უფლებამოსილების გადანაწილება მართვისა და ორგანიზაციის სტრუქტურის თვალსაზრისით ერთ-ერთი ძირითადი განზომილებაა.

სიტუაციები განსხვავდება ლიდერის ეფექტურობის ხელსაყრელობის ხარისხის მიხედვით: ყველაზე ოპტიმალურად მიჩნეულია სიტუაცია, როცა ლიდერსა და გუნდს შორის კეთილგანწყობის ატმოსფეროა, დავალებათა შესრულება კარგად ორგანიზებულია და ლიდერი დიდი ძალაუფლებით არის აღჭურვილი.

ფიდლერის ვარაუდით, ლიდერობის საბაზისო სტილი, რომელიც ნებისმიერი ადამიანისთვის დამახასიათებელია, ადამიანის, როგორც ლიდერის წარმატების საკვანძო ფაქტორს წარმოადგენს. აქედან გამომდინარე, მან საბაზისო სტილის კვლევა დაიწყო და 16 ბიპოლარულ ზედსართავზე (მაგ., სასიამოვნო / უსიამოვნო, ეფექტური / არაეფექტური, ღია / დახურული და სხვ.) აგებული ე. წ. „ყველაზე ნაკლებ სასურველი თანამშრომლის“ კითხვარი (*LPC – Least Preferred Co-Worker*) შეიმუშავა, რომლითაც საკუთრივ ლიდერის ორიენტაცია იზომება, რამდენადაც ლიდერი საკუთარ თანამშრომლებს *LPC*-კითხვარით აფასებს.

ემპირიული კვლევების საფუძველზე დადასტურდა, რომ ლიდერი დაბალი *LPC*-ქულებით ამოცანაზე ორიენტირებული და თანამშრომელთა ქცევას მკაცრად აკონტროლებს, მუშაობის პროცესის მათეული ხედვა სწორხაზოვანი და ერთგანზომილებიანია, - შესაბამისად ამ ტიპის ლიდერთა შემეცნებითი სტრუქტურა მარტივი კოგნიტიური მიმართებებით ხასიათდება, მათთვის თანამშრომელთა შეფასების კრიტე-

რიუმი მხოლოდ შესასრულებელი საქმეა. მაღალი *LPC*-ქულების მფლობელი ლიდერი კი - გუნდის წევრებზეა ორიენტირებული, სამუშაო პროცესის მათეული ხედვა მრავალგანზომილებიანია - მათთვის სირთულეს არ წარმოადგენს პიროვნული და საქმიანი მახასიათებლების ერთმანეთისაგან გამოიჯვანა.

6.8. ჰერსისა და ზლანშარის მოდელი

ამერიკელების, - ბიჰევიორისტი პოლ ჰერსისა და მენეჯმენტის ექპერტისა და პუბლიცისტის, კენ ზლანშარის მართვის სიტუაციური მოდელი „მოწიფულობის ხარისხის“ (*Maturity Levels / Reifegradmodell*) სახელით იწოდება (Hersey & Blanchard 1982). იგი აგებულია თანამშრომელთა მოწიფულობის შეფასების განსხვავებულ ხარისხსა და მასთან შესაბამისი მართვის სხვადასხვა სტილის ეფექტურობის კორელაციაზე.



პოლ ჰერსი (1931 - 2012)



კენ ზლანშარი (1939)

„მოწიფულობის ხარისხის“ შეფასების ატრიბუტებია:

- მოწიფულობის ხარისხი I: არ შეუძლია და არ სურს (არ გააჩნია მზაობა და შესაძლებლობა);
- მოწიფულობის ხარისხი II: არ შეუძლია, მაგრამ სურვილი აქვს (მზაობა შესაძლებლობის გარეშე);
- მოწიფულობის ხარისხი III: შეუძლია, მაგრამ სურვილი არ აქვს (შესაძლებლობა მზაობის გარეშე);
- მოწიფულობის ხარისხი IV: შეუძლია და სურს (შესაძლებლობა და მზაობა);

თანამშრომელთა მოწიფულობის თითოეულ მითითებულ დონეს მართვის მოწიფულობის ხარისხის ადეკვატური სტილი შეესაბამება. სწორედ ამგვარ შესაბამისობაზეა დამოკიდებული, ჰერისისა და ბლანშარის მოდელის თანახმად, მართვის ეფექტურობის მაჩვენებელი.

მართვის სტილი I: ხელმძღვანელობა, მითითებების მიცემა, ინსტრუქტირება;

მართვის სტილი II: დარწმუნება;

მართვის სტილი III: პარტიციპაცია, თანამონაწილეობა;

მართვის სტილი IV: დელეგირება;

თანამშრომელთა მოწიფულობის ცნება კომპლექსური და, თავის მხრივ, მრავალ-დონიანია, რომელიც გულისხმობს უნარების ნაკრებს, კერძოდ:

საკუთარ ქცევაზე პასუხისმგებლობას;

დასახული მიზნების მიღწევის, ამოცანების შესრულების სურვილს;

- პროფესიულ კვალიფიკაციასა და გამოცდილებას;

ჰერისისა და ბლანშარის კონცეფციის მიხედვით, მართვის ეფექტურობისათვის განმსაზღვრელი მოწიფულობის განსხვავებული ხარისხის თანამშრომელთა სხვადასხვა სტილით მართვაა: პირველი ხარისხის მოწიფულობის შემთხვევაში აუცილებელია თანამშრომელთა ზუსტი ინსტრუქტაჟი და მათ მიერ შესრულებული საქმიანობის თანამიმდევრული კონტროლი; მეორე ხარისხის მოწიფულობის შემთხვევაში რეკომენდებულია და ეფექტურად მიიჩნევა თანამშრომელთათვის გადაწყვეტილებათა მიზეზების განმარტება, მათთვის ღია ინტერაქციის შესაძლებლობის მიცემა, კონსულტაციებითა და ტრენინგებით ენთუზიაზმის ჰონორირება; მოწიფულობის მესამე ხარისხი შესაძლებელს ხდის გადაწყვეტილების მიღების პროცესში თანამშრომელთა თანამონაწილეობას მათი აქტიური ჩართულობისა და იდეების გენერირების საფუძველზე; დელეგირება კი შემსრულებელთათვის ამოცანათა და უფლებათა გადაცემა, რომელიც ამავედროულად მათ განხორციელებაზე პასუხისმგებლობის აღე-

ბასაც გულისხმობს. შესაბამისად დელეგირება მისაღება ყველაზე მაღალი ხარისხის მოწიფულობის თანამშრომლებთან მიმართებით. დელეგირების, როგორც მართვის დეცენტრალიზაციის საშუალების უპირატესობას რამდენიმე ფაქტორი განაპირობებს, მათ შორის:

დროის რესურსის უკეთესი მართვა: რელევანტურ თემებზე ფოკუსირება; სტრატეგიული მენეჯმენტის პრიორიტეტი ოპერატიულ მენეჯმენტთან მიმართებით;

- ეფექტურობისა და ეფექტიანობის მაღალი ხარისხი: გუნდის წევრთა გაზრდილი მოტივაცია, დახვეწილი და განვითარებული უნარ-ჩვევები;

6.9. ვრუმ-იეტონის მოდელი



ვიქტორ ვრუმი (1932)



ფილიპ იეტონი (1946)

იელის მენეჯმენტის სკოლის პროფ. ვიქტორ ვრუმმა ავსტრალიის ბიზნესსკოლის პროფ. ფილიპ იეტონთან კოოპერაციაში გადაწყვეტილების მიღების მოდელი (*Vroom-Yetton Decision Model*) ჩამოაყალიბა, რომელიც გადაწყვეტილების მიღების ხუთ რაციონალურ მიდგომას აღწერს (*Vroom & Yetton 1973*):

ლიდერი თავად წყვეტს პრობლემას მოცემულ მომენტში ხელმისაწვდომი ინფორმაციის საფუძველზე;

ლიდერი ინფორმაციას იღებს გუნდის სხვა წევრებისგან და შემდგომ თავად წყვეტს პრობლემას; მან შესაძლოა აცნობოს ან არ აცნობოს გუნდის წევრებს პრობლემის არსებობა; გუნდის წევრების როლი ასეთ სიტუაციაში ინფორმაციის მიწოდებით შემოიფარგლება - ისინი არ არიან პრობლემის გადაჭრის ალტერნატიული ხერხების მოძიებაში ჩართული;

- ლიდერი უზიარებს პრობლემას გუნდის წევრებს, კრებს მათ იდეებსა და მოსაზრებებს და შემდგომ იღებს გადაწყვეტილებას, რომელსაც შესაძლოა ჰქონდეს ან არ ჰქონდეს გუნდის სხვა წევრთა გავლენა;
- ლიდერი გუნდს უზიარებს პრობლემას, რის საფუძველზეც ლიდერი გუნდთან ერთად აყალიბებს და აფასებს პრობლემის გადაჭრის ალტერნატიულ გზებს და იღებს გუნდის მიერ მხარდაჭერილ გადაწყვეტილებას.

აღსანიშნავია, რომ გადაწყვეტილების მიღების თითოეული სტილი გარკვეულ სიტუაციას შეესაბამება და ამდენად, სიტუაციის ცვალებადობის მიხედვით, აუცილებელია შესაბამისი სტილის შერჩევა.

6.10. ემოციური ინტელექტისა და ლიდერის ეფექტურობის კორელაცია

თანამედროვე კვლევების თანახმად ემოციური ინტელექტი (*EI – Emotional Intelligence*) უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია ლიდერის ეფექტურობის თვალსაზრისით. ლიდერის მაღალი ინტელექტის კოეფიციენტი (*IQ – Intelligence Quotient*), ანალიტიკური და კომუნიკაციური კომპეტენცია, პროფესიული ცოდნა და უნარები, ბრწყინვალე განათლება, იდეების გენერირება პოსტმოდერნის ეპოქაში არ არის საკმარისი გამორჩეული და ეფექტური ლიდერობისათვის. მითითებული მახასიათებლები ე. წ. „ზღურბლზე არსებული უნარებია“, რომლებიც აუცილებელია, თუმცა ემოციური ინტელექტი ეფექტური ლიდერისათვის გადამწყვეტი ფაქტორია.



დანიელ გოულმანი (1946)

ემოციური ინტელექტის შესახებ თეორია ამერიკელი ფსიქოლოგისა და პუბლიცისტის, დანიელ გოულმანის ნაშრომით „*Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ*“ (Goleman 1995) განსაკუთრებით პოპულარული გახდა. ემოციური ინ-

ტელექტის დონე (ხარისხი) არ დგინდება ზოგადი ინტელექტის საზომი ტესტებით. განასხვავებენ ემოციური ინტელექტის ხუთ კომპონენტს:

თვითშემეცნება / თვითანალიზი;

თვითრეგულაცია / თვითკონტროლი;

თვითმოტივაცია;

ემპათია / თანაგანცდა, თანაგრძნობა;

სოციალური კომპეტენცია / სოციალური უნარ-ჩვევები.

თვითშემეცნება, - საკუთარი განცდების გაცნობიერება, - ეხმარება პიროვნებას გააღწევეტილების მიღებასა და საკუთარი შესაძლებლობების სწორად შეფასებაში.

თვითრეგულაცია საკუთარი ემოციების მართვის უნარია და მოიცავს სტრესული სიტუაციების დაძლევას, იმედგაცრუებისა და მარცხის გადატანას.

მოტივაცია დასახული მიზნის მისაღწევად ინიციატივის საკუთარ თავზე აღების უნარია.

ემპათია სხვათა გრძნობების სწორი გაგებისა და მათზე რეაგირების უნარია. მკვლევართა აზრით, ემოციური კომუნიკაციის ოთხმოცდაათი პროცენტი არავერბალურია. სხვა უნართა მსგავსად, ემპათია შინაგანი თვისებაა და გამოცდილებით ყალიბდება.

სოციალური კომპეტენცია, თავის მხრივ, გულისხმობს:

ურთიერთობის წარმართვისა და სოციალური სიტუაციების ზუსტი აღქმის უნარს;

კომუნიკაციისას ზომიერებას;

დარწმუნების ხელოვნების ფლობას, დისკუსიებისა და მოლაპარაკებების წარმართვის უნარს;

ურთიერთთანამშრომლობისა და გუნდური მუშაობის პრინციპების სა-
ფუძვლებზე პრობლემების გადაჭრის უნარს.

ემპირიული კვლევები და პრაქტიკა ადასტურებს - რაც უფრო მაღალია პიროვნების თანამდებობრივი პოზიცია და პასუხისმგებლობა, მით უფრო რელევანტურია ემოციური ინტელექტის ფაქტორი მისი, როგორც ლიდერის ეფექტურობასა და წარმატებაში; აქედან გამომდინარე, ემოციური ინტელექტი და ეფექტური ლიდერობა პოსტმოდერნის ეპოქაში პირდაპირ კორელაციაში განიხილება.

6.11. ნდობის ფაქტორი და ტიპები

ნდობის ფაქტორი ლიდერობის მთავარი ატრიბუტია. ნდობა შეიძლება განისაზღვროს როგორც პოზიტიური მოლოდინი იმისა, რომ ადამიანები არ იმოქმედებენ საკუთარი მერკანტილური თუ კონიუნქტურული ინტენციებით. ნდობა კომპლექსური კატეგორიაა და ერთ-ერთი ფუნდამენტური ასპექტია არა მხოლოდ ლიდერობის, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთი სუბტიპის, არამედ ზოგადად კომუნიკაციის მთელი პროცესისათვის. კომუნიკაციის სუბიექტებს შორის ნდობის არარსებობა გამოიწვევს იდეალურ-ტიპური კომუნიკაციის შესაძლებლობას და ვერ იქნება სრულფასოვანი.

ნდობის წყარო და საფუძველია:

წესიერება ნდობის უმნიშვნელოვანესი მახასიათებელია და გულისხმობს მაღალ მორალურ ღირებულებებს: პატიოსნებასა და სამართლიანობას;

კომპეტენტურობა: კომპეტენტურობა მოიცავს კონკრეტული საკითხის ცოდნასა და ინტერპერსონალური კომუნიკაციის უნარს;

თანამიმდევრულობა;

ლოიალურობა;

ღიაობა.

ორგანიზაციულ ურთიერთობებში ნდობის სამ ტიპს განასხვავებენ:

დასჯის შიშზე დაფუძნებული ნდობა: ხასიათდება ძალზე მყიფე ურთიერთობებით, ნდობის შენარჩუნება მხოლოდ დასჯის შეუქცევადი ხასიათით არის შესაძლებელი, არათანამიმდევრულობის ან წესის დარღვევის პირველივე შემთხვევაში ნდობა სრულად ნადგურდება;

ცოდნაზე დაფუძნებული ნდობა: ხასიათდება ქცევის პროგნოზირებადობით, რომელიც ურთიერთობის ისტორიიდან გამომდინარეა, ორგანიზაციულ ურთიერთობათა უდიდესი ნაწილი სწორედ ნდობის ამ ტიპზეა აგებული;

იდენტიფიკაციაზე დაფუძნებული ნდობა: ნდობის ყველაზე მაღალი სტანდარტი, ინტერპერსონალურ კომუნიკაციაში ემოციური კავშირი, კომუნიკაციის პარტნიორთა ინტენციებისა და სურვილების პატივისცემა, გაგება, გათვალისწინება, გაზიარება;

6.12. ლიდერი vs. მენეჯერი

მენეჯმენტი ცოდნის სისტემაა წარმოებისა და მომსახურების ორგანიზაციის, მეთოდების, ტექნიკისა და ტექნოლოგიის, ადამიანურ ურთიერთობათა განვითარების კანონზომიერებათა შესახებ. შესაბამისად იგი მოიცავს საქმიანი ურთიერთობების ეკონომიკურ, ტექნიკურ-ორგანიზაციულ, სამართლებრივ და ფსიქოლოგიურ ასპექტებს და ხშირად მართვის სოციოლოგიის ეკვივალენტად გაიგება. მენეჯმენტი იკვლევს და აყალიბებს მართვის ზოგად პრინციპებს. მენეჯმენტის სისტემა კონსტრუირებულია ოთხი კომპონენტით:

- მენეჯმენტის თეორია (მართვის პრინციპების, კანონზომიერებების, ცნებებისა და კატეგორიების სისტემატიზაცია);
- მენეჯმენტის მეთოდი (ეკონომიკური, სოციალ-ფსიქოლოგიური, ადმინისტრაციული ზემოქმედების მეთოდიკა);

მენეჯმენტის ორგანიზაცია (მართვის ორგანიზაციული ფორმები, მმართველობითი ფუნქციები, ურთიერთდაქვემდებარების იერარქიული სისტემატიკა);

მენეჯმენტის ტექნიკა-ტექნოლოგია (ინფორმაციის მიღებისა და დამუშავების მეთოდთა, მმართველობითი გადაწყვეტილებებისა და სისტემური ანალიზის თანამედროვე ტექნოლოგიების საფუძველზე გენერირება).

თანამედროვე მენეჯმენტისა და მართვის სოციოლოგიის თეორიის ფუძემდებლებად ითვლებიან ამერიკელი ფსიქოლოგი, ჰუმანისტური ფსიქოლოგიის კონცეპტუალისტი აბრაჰამ მასლოუ, დუგლას მაკგრეგორი, რენსის ლაიკერტი და ფრედერიკ ჰერცბერგი.

რენსის ლაიკერტის კლასიფიკაციით (Likert 1972) ხელმძღვანელობის სტილისა და მენეჯერთა ქცევის ოთხი სისტემა დიფერენცირდება:

ექსპლოატატორულ-ავტორიტეტული;

კეთილგანწყობილ-ავტორიტარული;

კონსულტაციურ-დემოკრატიული;

მონაწილეზე დაფუძნებული.

ლიდერებსა და მენეჯერთა შორის დიფერენციაცია მნიშვნელოვანია, რამდენადაც ორივე მმართველი პოზიციას პასუხისმგებლობის მაღალი ხარისხით, თუმცა განსხვავებული გავლენით, არეალითა და, შესაბამისად, თვისებათა ნაკრების ნიუანსირებებით, რაც მათ განსხვავებულ ქცევის მოდელს, ხედვას, ორიენტაციასა და, ზოგადად, მართვის ფილოსოფიას განაპირობებს; ამ კონტექსტში განსაკუთრებით რელევანტურია:

ორიენტაცია / ფოკუსი: ლიდერი ორიენტირებული და ფოკუსირებულია მიზნებზე, მენეჯერი კი - კონკრეტულ შედეგებზე;

ურთიერთობის სტილი: ლიდერი გარემოცულია თანამოაზრეებითა და მიმდევრებით, იგი გუნდის წევრებს პიროვნებად აღიქვამს, მენეჯერი

კი ორგანიზაციული სტრუქტურის პოზიციებისა და მიღებული იერარქიის ფარგლებში ურთიერთობს თანამშრომლებთან, როგორც მას დაქვემდებარებულ ხელქვეითებთან, იცავს სუბორდინაციის პრინციპებს;

შეფასების მოლოდინი: ლიდერი ესწრაფვის პატივისცემას, აღიარებას, მენეჯერი - მოწონებას;

- **სუბიექტური შეფასების პლატფორმა:** ლიდერს გუნდის წევრთა წარმატება ახარებს, რამდენადაც მას საკუთარ მიღწევად მიიჩნევს, მას ლიდერობის წიაღში ახალი ლიდერების გენერირებისა და განვითარების აუცილებლობის გულწრფელად სწამს; მენეჯერი კი, როგორც ბიუროკრატიული იერარქიული პოზიციის საფეხურზე მყოფი, უფროსის თანამშრომლის წარმატებასა და განსაკუთრებულ მიღწევებს საკუთარი პოზიციისა და სტატუსის დაკარგვის ან დასუსტების შიშით;
- **პასუხისმგებლობის ტვირთი:** ლიდერს გაცნობიერებული აქვს საკუთარი პასუხისმგებლობა და არ გაურბის მას, წარუმატებლობისას დარტყმას იღებს საკუთარ თავზე და იცავს გუნდის წევრებს, მენეჯერი კი წარუმატებლობის მიზეზებს დაქვემდებარებულებში ეძებს, მაშინ როცა ორგანიზაციული იერარქიის თვალსაზრისით ყოველ კონკრეტულ წარუმატებლობაზე პასუხისმგებელი სწორედ მენეჯერია.

ხედვა / მართვის ფილოსოფია: ლიდერის მართვის ფილოსოფია ღია და გამჭვირვალეა, პატივისცემასა და ნდობაზე აგებული, ახასიათებს ჰორიზონტალური კომუნიკაცია, ფლექსიბელურობის მაღალი ხარისხი, პრობლემების გადაწყვეტის არასტანდარტული და ორიგინალური გზები, მოვლენათა განჭვრეტა და შორს გათვლილი ხედვა, პერსპექტივები, ინოვაციური მეთოდები, სიახლის მიმართ გახსნილობა; მენეჯერის მართვის სტილი ინფორმაციის დანაწევრებაზეა აგებული, რაც ხშირ შემთხვევაში ბუნდოვანების გაჩენის საფუძველია ან საერთო სურათის შეცვლას განაპირობებს, შესაბამისად მართვის პროცესი ნაკლებად გამჭვირვალეა; მენე-

ჯერი ნაკლებად ადაპტირებადია, ახასიათებს ვერტიკალური კომუნიკაცია და სიხისტე, ორიენტირებულია ყოველდღიურ პროცესებზე.

ლიდერის პიროვნული მახასიათებლები განსაკუთრებული სიცხადით წარმოჩნდება ოპოზიციურ ზედსართავთა წყვილებში და კარგ კონტრასტს ქმნის, - ლიდერი არის / უნდა იყოს:

ძლიერი, მაგრამ არა უხეში;

თავაზიანი, მაგრამ არა სუსტი;

გაბედული, მაგრამ არა თავზეხელაღებული;

თავმდაბალი, მაგრამ არა მორიდებული;

ამაყი, მაგრამ არა ამპარტავანი;

7. კორპორაციული კომუნიკაციები: სტრატეგიული კომუნიკაცია და კომუნიკაციის მენეჯმენტი

XX საუკუნის 70-80 წლების მიჯნაზე თავი იჩინა გლობალური მართვის პრობლემებმა, ამდენად მსოფლიოს გიგანტმა ტრანსნაციონალურმა კომპანიებმა რადიკალურად გადახედეს კომპანიის მენეჯმენტის ფილოსოფიას, ორგანიზაციულ ფორმებსა და მეთოდებს. გლობალური მენეჯმენტის პრობლემატიკის კონტექსტში ორი მიმართულება დიფერენცირდება:

- გლობალური კორპორაციების ფორმირება;

სტრატეგიული ალიანსებისა და დინამიკური ქსელების შექმნა.

კორპორაციული კომუნიკაციები მოიცავს კორპორაციული კომუნიკაციის მთელი პროცესის მართვას კორპორაციული მისიისა და სტრატეგიული დაგეგმარების ფარგლებში.

გამართული და ეფექტური კომუნიკაციური მექანიზმები და სტრუქტურები უზმიშვნელოვანეს როლს ასრულებს ნებისმიერი კორპორაციის, განსაკუთრებით კი ტრანს- და მულტინაციონალური კორპორაციების, ინსტიტუციების, ჰოლდინგებისა თუ კონცერნების წარმატებულ საქმიანობაში, რომლებიც სხვადასხვა გეოგრაფიულ სივრცეში, განსხვავებულ კულტურულ არეალში ოპერირებს და გლობალურ აქტორებად გვევლინება. ამგვარ ინსტიტუციებში, ჩვეულებრივ, დინამიკური და ოპერაციული პროცესები ინტენსივობის მაღალი ხარისხით ხასიათდება. გიგანტურ კომპანიებსა თუ კორპორაციებში შიგა ინტეგრირებული კომუნიკაცია, ინტერკულტურული (კულტურათშორისი) კომუნიკაცია და საერთო კორპორაციული კულტურის ჩამოყალიბება-განვითარება უაღრესად რელევანტურია. კორპორაციული კომუნიკაციების საბჭოები თუ დეპარტამენტები სხვადასხვა ჰოლდინგში განსხვავებულად სტრუქტურირებულია, თუმცა გუნდური მუშაობის პრინციპი, გუნდური სულისკვეთება, - საერთო ღირებულებება, რომელიც როგორც საერთაშორისო პერსპექტივების გაფართოების, ისე პიროვნული განვითარებისა და ზრდის საფუძველია. მატრიცულ სისტემებში სხვადასხვა ინფორმაცია იყრის თავს, რომელიც

უწყვეტ და სწრაფ დინებას მოითხოვს. საერთო კორპორაციული კულტურის განვითარებისთვის უმნიშვნელოვანესია ღირებულებათა იდენტიფიკაციისა და სოციალური პასუხისმგებლობის (7.9.) საკითხები. საზოგადოებასთან ურთიერთობისა და ღირებულებათა შესაბამისი იმიჯის ტრანსპორტირება დივერსიფიცირებული მეთოდებით ხორციელდება, მათ შორის ტრადიციული (ტელე და ბეჭდური მედია) და ახალი მედიების (ინტერნეტაპლიკაციები, სოციალური მედია) მიქსით, რომელიც გათვლილია როგორც გარე აუდიტორიისათვის, - გლობალური ბაზრის მოთამაშეებისათვის (კლიენტურა, პოტენციური კლიენტურა, აბონენტთა მიზნობრივი ჯგუფები, აბონენტთა ექსკლუზიური ჯგუფები, კონკურენტები), ისე შიგა მოხმარებისთვის (საკუთრივ კომპანიის ან შვილობილი კომპანიების თანამშრომლები). გუნდური თამაშის პრინციპების, მოტივაციისა და ლოიალურობის ხარისხის გაზრდის მიზნით კომპანიები გეგმავენ სხვადასხვა ღონისძიებას, აქტივობას, ვორქ-შოფს, ყველანაირ პლატფორმაზე ნოუ-ჰაუს გაზიარებას, თანამშრომელთა და მენეჯმენტს შორის უკუკავშირის უწყვეტობას, კოორდინირებულ კომუნიკაციას, მზარდ ინტეგრირებულ კომუნიკაციას, მონიტორინგის მექანიზმებს, ძლიერი სინერგიზმის შექმნას.

7.1. ორგანიზაცია: მენეჯმენტის საფუძველი

ორგანიზაცია ინდივიდთა ჯგუფია, რომლის საქმიანობა შეგნებულად კოორდინირდება საერთო მიზნის ან მიზნების მისაღწევად. ინდივიდთა ჯგუფი ორგანიზაციად ჩაითვლება, თუ:

მინიმუმ ორი ინდივიდი თავს მოცემული ჯგუფის წევრად თვლის;

მინიმუმ ერთი მიზანია, რომელსაც ჯგუფის ყველა წევრი გაითავისებს;

ჯგუფის წევრები საერთო მიზნის მისაღწევად ერთად მუშაობენ.

განასხვავებენ ფორმალურ და არაფორმალურ ორგანიზაციებს; არაფორმალური ორგანიზაციები იქმნება სპონტანურად განსაზღვრული მიზნის ან მიზნების მისაღწევად. მიზნის მიხედვით დიფერენცირდება კომერციული და არაკომერციული ორ-

განიზაციები. ორგანიზაციების არსებობისთვის აუცილებელია განსაზღვრული რესურსები და მათი ეფექტური მართვა:

- ადამიანური რესურსები;

კაპიტალი;

ტექნოლოგიები;

ინფორმაცია.

მართვა. - მენეჯმენტი განსაზღვრული მიზნების მისაღწევად განხორციელებული, ერთმანეთთან დაკავშირებულ მოქმედებათა, - პროცესთა სერიაა. მენეჯმენტის ფუნქციებია:

- **სტრატეგიული დაგეგმვა:** მიზნის / მიზნების და მათი მიღწევის გზების ფორმულირება / ჩამოყალიბება / კომუნიცირება;
- **სტრუქტურირება:** ორგანიზაციული სტრუქტურის ფორმირება;

მოტივაცია: თანამშრომელთა სტიმულირება დასახული მიზნის / მიზნების შესასრულებლად და მათი ეფექტურობის ხარისხის ასამაღლებლად;

კონტროლი: დასახული მიზნის / მიზნების შესრულების მიმდინარეობის კონტროლი შესაძლო ხარვეზების, დაბრკოლებების დროული ინდიკაციის მიზნით და საჭიროებისამებრ სტრატეგიის კორექტირება.

მენეჯმენტის ყველა ფუნქციის საერთო ნიშანია გადაწყვეტილების მიღებისა და სხვადასხვა დონის კომუნიკაციის აუცილებლობა, რაც, თავის მხრივ, მენეჯმენტის პროცესის დამაკავშირებელი და საკვანძო კომპონენტებია, რამდენადაც კომუნიკაციებისა და გადაწყვეტილებების საფუძველზე შესაძლებელია მენეჯმენტის ფუნქციებისა და ყველა რგოლის ურთიერთკავშირის უზრუნველყოფა.

გადაწყვეტილების მიღება რამდენიმე ალტერნატიული შესაძლებლობიდან არჩევის გაკეთება და გულისხმობს სტრატეგიის განსაზღვრასა და დაგეგმვას, ორგანიზაციული სტრუქტურის აგებას, თანამშრომელთა მოტივაციასა და კონტროლს. გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობასა და საფუძველს ინფორმაცია და ინფორმი-

რეზულობა განსაზღვრავს, ინფორმაციის წყარო კი კომუნიკაცია და კომუნიკაციური პროცესია; ნებისმიერი ორგანიზაცია ინდივიდთა შორის ურთიერთობის სტრუქტურირებული ტიპია, ამდენად მისი საქმიანობის ეფექტურობა უშუალოდ არის დამოკიდებული კომუნიკაციის ხარისხზე: ორგანიზაციის სხვადასხვა სტრუქტურულ ერთეულებს შორის არასათანადო კომუნიკაციისას ისინი ვერ შეთანხმდებიან ორგანიზაციის არსებობის წინაპირობის, - საერთო მიზნის, - თაობაზე. კომუნიკაციის პროცესში ინფორმაციის ნაკადების სწორი, დროული და ეფექტური გადაცემა განაპირობებს:

სწორ გადაწყვეტილებებს;

- მიღებული გადაწყვეტილებების შესრულებას.

7.2. სისტემური კონცეპტი

სისტემური კონცეპტი მართვაში აზროვნების წესია და არა მხოლოდ პრინციპების ნაკრები. სისტემური კონცეპტის მიხედვით, ორგანიზაცია გარემომცველ სამყაროსთან, გარემოსთან გადაჯაჭვული კომპონენტების მთლიანობაა.

სისტემა ურთიერთდაკავშირებული კომპონენტების ერთიანობაა, რომლის მაქსიმალური რეზერვული თითოეული ელემენტი დანარჩენ ელემენტებთან ურთიერთკავშირსა და ურთიერთზემოქმედებაში ფუნქციონირებს ერთი მთლიანობის შესაქმნელად. სისტემა, - ერთიანობა, მთლიანობა, - ხასიათდება კონკრეტული თვისებებით; მისი რომელიმე ელემენტისა თუ კომპონენტის არასწორად ფუნქციონირებისა თუ მოქმედების შემთხვევაში საფრთხე ექმნება მთელი სისტემის გამართულ ფუნქციონირებას, ზოგ შემთხვევაში არსებობასაც კი.

ყველა ორგანიზაცია სოციალური სისტემაა, ინდივიდები კი - სისტემის სოციალური კომპონენტები.

არსებობს სისტემათა ორი ტიპი: დახურული და ღია. დახურულ სისტემებს მკაცრად განსაზღვრული საზღვრები და ამდენად გარემოსგან დამოუკიდებლობის მეტი ხარისხი აქვს; ღია სისტემა კი გარემოსთან მუდმივ ურთიერთკავშირში იღებს

ენერგიასა და ინფორმაციებს, ეგუება და ადაპტირდება გარემო ცვლილებებისა და ფაქტორების შესაბამისად. გარემო რთული და ცვალებადია: სირთულე პირობადებულია ფაქტორთა მრავალრიცხოვნებით, ცვალებადობა კი ცვლილებების სისწრაფით. ორგანიზაციისათვის რელევანტური ნიშანია გარემოსთვის დამახასიათებელი **განუსაზღვრელობა**, რომელიც, როგორც ნიშანი, **ინფორმაციის მოცულობასა და ხარისხზე დამოკიდებული**: ინფორმაციის სიმწირისას გარემოს განუსაზღვრელობის ხარისხი იზრდება, მაღალხარისხიანი და ამომწურავი ინფორმაცია კი გარემოს განუსაზღვრელობის მაჩვენებელს საგრძნობლად ამცირებს, რაც, თავის მხრივ, გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე დადებითად აისახება.

ორგანიზაციები ღია და კომპლექსური ტიპის სისტემებია, რომლებიც სხვადასხვა ქვესისტემისაგან შედგება. ქვესისტემა მართვაში მნიშვნელოვანი ცნებაა, რამდენადაც სისტემის ქვესისტემებად დაყოფა ორგანიზაციის, როგორც სისტემის მიზნის განხორციელებას ამარტივებს. ქვესისტემებისაგან გამომდინარე, განასხვავებენ მართვის დონეებს. მართვის დონეები სხვადასხვა ქვესისტემასთან ერთად ორგანიზაციულ სტრუქტურას ქმნის, რომელიც უშუალო კავშირშია საქმიანობის ჰორიზონტალურ და ვერტიკალურ დანაწილებასთან. საქმიანობის სწორი სტრუქტურირება მმართველობითი ხასიათის უმნიშვნელოვანესი საკითხია, რომელიც ხშირ შემთხვევაში ორგანიზაციის ეფექტურობის განსაზღვრელია და კონკურენტებთან მიმართებით უდიდეს უპირატესობას წარმოადგენს. საქმიანობის ვერტიკალური დანაწილება მართვის დონეთა იერარქიის საფუძველია.

7.3. სტრატეგიული კომუნიკაცია vs. მართვის ეფექტიანობა

სტრატეგიული კომუნიკაცია ორგანიზაციათა ეფექტიანობის წინაპირობა და განმსაზღვრელი ფაქტორია, შესაბამისად მას საკვანძო როლი აქვს ორგანიზაციის წარმატებაში; ემპირიული კვლევებით დადგენილია, რომ **მენეჯერები დროის 50-90% კომუნიკაციას უთმობენ**, თუმცა გამოკვლევების თანახმად, ამერიკელ მენეჯერთა 73%, ინგლისელ მენეჯერთა 63% და იაპონელ მენეჯერთა 85% ეფექტიანობის მიღწევის გზაზე მთავარ დაბრკოლებად სწორედ კომუნიკაცია მიაჩნიათ, რადგან ორ-

განიზაციებში პრობლემათა წარმოქმნის ძირითადი მიზეზი არაეფექტიანი, არასწორი და არაადეკვატური კომუნიკაციური პრაქტიკებია (Gesteland 2002). აღნიშნულიდან გამომდინარე, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია თანამედროვე მსოფლიოში ორგანიზაციული პროცესების მართვის წარმატებული მოდელებისა და პრაქტიკების ანალიზი, კონკრეტული კულტურისათვის დამახასიათებელი სპეციფიკის გათვალისწინება, შესაბამისად მოციმული კულტურისთვის ადეკვატური და ორგანული კომპონენტების სელექცია და იმპლემენტაცია, სტატისტიკური მაჩვენებლებით, ევროპელებს, კომუნიკაციის პრობლემატიკასთან დაკავშირებით, შუალედური პოზიციები აქვთ ამერიკელებსა და იაპონელებთან მიმართებით.

მრავალრიცხოვანი კვლევების საფუძველზე მიჩნეულია, რომ ამერიკული და იაპონური ორგანიზაციების კულტურა მაქსიმალურად შესაბამისობაშია მათ კულტურულ-სპეციფიკურ თავისებურებებთან, რაც, თავის მხრივ, ხელს უწყობს ორგანიზაციების ეფექტიანობის მაქსიმიზაციას.

ამერიკული vs. იაპონური ორგანიზაციის კულტურის სპეციფიკის რამდენიმე ძირითადი მახასიათებელი (Hall 1990; Gudykunst 1993):

აშშ	იაპონია
მმართველობითი გადაწყვეტილებების მიღების სტილი	
ინდივიდუალური	ჯგუფური ერთსულოვნების საფუძველზე
პასუხისმგებლობა	
ინდივიდუალური	ჯგუფური
მართვის სტრუქტურა	
მკაცრად ფორმალიზებული	მოქნილი
მენეჯერის ძირითადი თვისებები	
პროფესიონალიზმი, ინიციატივა	ქმედებათა კოორდინაციისა და კონტროლის უნარი

მართვის სტილი	
ინდივიდუალური ორიენტირებული	ჯგუფზე ორიენტირებული
მენეჯერთა მომზადება	
ვიწრო სპეციალიზაციის აქცენტით	უნივერსალური ტიპის

აშშ-ის ორგანიზაციული კულტურა ხასიათდება თანამშრომელთა კონკურენციით, მკაფიო თანამდებობრივი ინსტრუქციებით, პოზიციათა მკაცრი კლასიფიკაციით; იაპონური ორგანიზაციული კულტურისათვის კი დამახასიათებელია მუშაობისა და მართვის გუნდური სტილი, კოოპერაციის მაღალი ხარისხი, უფლებათა და მოვალეობათა ჰორიზონტალური განაწილება. იაპონურ ორგანიზაციებში პირადი და ორგანიზაციული ინტერესების თანხვედრა ფიქსირდება თანამშრომელთა 93%-ში, აშშ-ში კი - მხოლოდ 9%-ში. უახლესი ტექნოლოგიების ათვისების თვალსაზრისით იაპონია მსოფლიოში ლიდერი ქვეყანაა, თუმცა ადამიანური რესურსების ფაქტორს უდიდესი მნიშვნელობა და უმაღლესი პრიორიტეტი აქვს მიანიჭებული, რამდენადაც სწორედ მათი პოტენციალი წარმოადგენს უმთავრეს კაპიტალს ორგანიზაციათა ევოლუციისა და პროგრესისათვის.

ორგანიზაციული ქცევის მოდელის განსხვავებული ტიპები არსებობს, თუმცა ნებისმიერი მოდელის ბაზისური მახასიათებლებია:

ინდივიდი	ორგანიზაცია
ინდივიდუალური თავისებურებანი	ფორმალური და არაფორმალური სოციალური სუბსისტემები
აღქმის სუბიექტურობა	
ბუნება	ინდივიდუალურ და ორგანიზაციულ ინტერესთა ერთიანობა
მოტივირებული ქცევა	
სწრაფვა თანამონაწილეობისაკენ	ეთიკური პრინციპები
ღირებულებათა სისტემა	

ორგანიზაციული ქცევის მოდელის მითითებული კომპონენტები სხვადასხვა ფაქტორის კომბინაციით ქმნის რთულ კომპლექსებს, რომელთა განსხვავებულობას განაპირობებს, მათ შორის, სხვადასხვა ქვეყნის საზოგადოებრივი მოწყობა და კულტურული თავისებურებები; თუმცა, განსხვავებათა მიუხედავად, ხშირია თანხვედრა ორგანიზაციების ეფექტურობისა და ეფექტიანობის განმაპირობებელ ასპექტებთან მიმართებით. ამგვარ ასპექტებში რელევანტურია ორგანიზაციული კულტურა და კლიმატი, რომელთა ფორმირებაში სტრატეგიულ კომუნიკაციებს განმსაზღვრელი როლი აქვს.

სტრატეგიული ორგანიზაციული კომუნიკაციის ფუნქციები:

- ორგანიზაციის მისიისა და მიზნის მკაფიო დეფინიცია და ფორმულირება;

ორგანიზაციის იმიჯის ფორმირება მისი სტრატეგიისა და ფილოსოფიის ფარგლებში;

ორგანიზაციის ცნობადობის, ავტორიტეტის, სანდოობის ხარისხის ამაღლება მაქსიმალურად ფართო აუდიტორიის მოცვით;

ორგანიზაციის შიგა კულტურისა და კლიმატის ფორმირება;

მართვის დონეებს შორის ინფორმაციის ეფექტური გაცვლის უზრუნველყოფა;

ინფორმაციის გაცვლის პროცესში ინტერპერსონალური ურთიერთობების დახვეწა-განვითარება;

თანამშრომელთა და ჯგუფებს შორის ინფორმაციის გაცვლისთვის საჭირო საინფორმაციო არხების შექმნა და ინფორმაციის ნაკადების კოორდინაცია;

- საინფორმაციო წყაროების რეგულირება და რაციონალიზაცია;
- სოციალური პასუხისმგებლობის (*CSR / Corporate Social Responsibility*) ჩამოყალიბება, ევალუაცია (შეფასება) და ტრანსპორტირება, ორგანიზაციის

ფილოსოფიასთან, მისიასთან და ხედვასთან შესაბამისობაში ეთიკური ჩარჩოს ფორმირებითა და სწორი მეტაგზავნილებითა და მულტიმედიის ჩართულობით;

კლიენტურის ფართო ქსელის ფორმირება და მათთან მუდმივი კავშირის რეჟიმის უზრუნველყოფა;

კლიენტურის ინტერესების და მათი ცვლილებების ანალიზი;

- გლობალური საინფორმაციო ბაზრის, ტენდენციების ანალიზი და სწორი პოზიციონირება;
- კონკურენტების ანალიზი მათი მიზნების, მიმდინარე სტრატეგიის, ძლიერი და სუსტი მხარეების თვალსაზრისით;

საოპერაციო ბაზრების სოციუმების სპეციფიკის შესწავლა ეთნოკულტურული და სოციალური ქცევის თვალსაზრისით.

კომუნიკაციის მიზნობრივი ჯგუფის (აუდიტორიის) თვალსაზრისით განასხვავებენ შიგა კორპორაციულ (*IC = Internal Communications*) და გარე სამყაროსთან, გარემოსთან კომუნიკაციის (*EC = External Communications*) ტიპებს.

გარე კომუნიკაცია კომუნიკაციის სხვადასხვა საშუალებათა და არხთა ერთგვარი მიქსია და მოიცავს ურთიერთობის განსხვავებულ მედიუმს, მათ შორის:

ბეჭდურ მედიას (პუბლიკაციებს, ანგარიშებს, კონიუნქტურულ მიმოხილვებს, ანალიზს);

ტელე- და ინტერნეტმედიას (სარეკლამო-საიმოჟო რგოლებს, ვებგვერდებს, პრეზენტაციებს);

ინტერნეტმულტიმედიას (პრეზენტაციებს, ვიდეოკონფერენციებს);

- სოციალურ მედიას (სხვადასხვა ქსელებსა და გაერთიანებებს).

შიგა კორპორაციული კომუნიკაციები მიმდინარეობს აღმავალი (ძირეული დონიდან მართვის უმაღლესი დონისაკენ) და დაღმავალი (ინფორმაციის გადაცემა მართვის უმაღლესი დონიდან ძირეული დონისაკენ) მეთოდითა და სპეციფიკით.

აღმავალი კომუნიკაცია მართვის უმაღლესი დონის ხელმძღვანელებისათვის ორგანიზაციაში შექმნილი ვითარების გაგნობისა და გარკვევის საშუალებაა. აღმავალი და დაღმავალი კომუნიკაციები ვერტიკალური კომუნიკაციის ქვეტიპებია. ორგანიზაციებში კოორდინაცია ჰორიზონტალური კომუნიკაციის ფარგლებში ხორციელდება, რაც ერთი დონის სტრუქტურული ერთეულების შიგა კომუნიკაციებს მოიცავს.

კორპორაციული საკომუნიკაციო პოლიტიკა კომპლექსური პროცესია, რომელიც გულისხმობს:

იდეის ჩამოყალიბებას;

იდეის კოდირებას;

მედიუმის, - გადასაცემი არხის, - სელექციას;

ინფორმაციის გადაცემას;

მიღებული ინფორმაციის ადეკვატურ დეკოდირებას.

საკომუნიკაციო პოლიტიკის განსაზღვრისა და დაგეგმვის პროცესში სტრატეგიული მნიშვნელობა იდეის ჩამოყალიბების ეტაპს ენიჭება, რომელსაც უმაღლესი მენეჯმენტის დონეზე ამუშავებენ. კოდირების შემდეგ იდეა ტრანსფორმირდება ცნობად, გზავნილად, მესიჯად, ინფორმაციად. ინფორმაციის გადასაცემი არხი უნდა შესაბამებოდეს როგორც თავად იდეას, ისე იდეის კოდირების სიმბოლიკას, საწინააღმდეგო შემთხვევაში კომუნიკაციის ეფექტურობის ხარისხი მინიმუმამდე დაიწვეს ან საერთოდ არ იქნება მიზანმიმართული და ეფექტური; ამასთან არ არის სასურველი ინფორმაციის მხოლოდ ერთი არხით სარგებლობა, მნიშვნელოვანია ინფორმაციის გადაცემის არხთა მრავალფეროვნების გათვალისწინება და კომუნიკაციის ინტენგიის მიხედვით მათი სწორი სელექცია (შერჩევა); მაგ., გარკვეული ტიპის ინფორმაცია სასურველია გავრცელდეს როგორც ზეპირსიტყვიერი, ისე წერილობითი კომუნიკაციის ფორმებით, თუმცა არსებობს ინფორმაციის სახეები, რომელთა გა-

ვრცელდება, მათი სპეციფიკიდან გამომდინარე, მხოლოდ ზეპირსიტყვიერად მეტად არის მიზანშეწონილი. მიღებული ინფორმაციის (ცნობის) ადეკვატური დეკოდირების წინაპირობაა ინფორმაციის კოდირებისას გამოყენებული სიმბოლიკის ადრესანტისა (გამგზავნისა) და ადრესატის (მიმღების) მიერ ერთი და იმავე მნიშვნელობით აღქმა-გაგება. თუ ინფორმაციის დეკოდირების პროცესში ინფორმაციის მიმღებმა გადაცემულ ცნობას მოდიფიცირებული ან სულაც სავსებით განსხვავებული მნიშვნელობა მიანიჭა, მაშინ კომუნიკაციის პროცესში გაჩნდება ბუნდოვანება, ორაზროვნება, გაუგებრობა, დაბნეულობა, მისკომუნიკაციის საფრთხე, რაც მართვის პროცესზე უარყოფითად აისახება.

კომუნიკაციის ციკლში ადეკვატური დეკოდირებისთვის უმნიშვნელოვანესი ფაქტორებია:

რეცეფცია (აღქმა);

- სემანტიკა (მნიშვნელობა, შინაარსობრივი დატვირთულობა, კონტენტი);
- ნონვერბალური სიმბოლიკა;

კომუნიკანტთა უკუკავშირი;

- მოსმენის კულტურა;

თეზაურუსი (კომუნიკანტთა ფონური ცოდნა);

- ინტერკულტურული კომპეტენცია.

ინფორმაციის გადაცემის პროცესში ინდივიდთა რეაქციას განსაზღვრავს მათ მიერ ამა თუ იმ მოვლენის, ქმედების აღქმა და არა, ან ნაკლებად, ობიექტური სინამდვილე. რეცეფციაზე (აღქმაზე) გავლენა აქვს არაერთ ფაქტორს, რომელთა გათვალისწინება კომუნიკაციური ბარიერებისა და მისკომუნიკაციის პრევენციისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია, ამგვარი ფაქტორებია, მაგ.,

ორგანიზაციის წევრთა გამოცდილება;

- მენეჯმენტის კომუნიკაციის კულტურა;

ორგანიზაციის შიგა კომუნიკაციური კლიმატი;

კონტექსტი და სიტუაცია.

7.4. კომუნიკაციის ინსტრუმენტარულის სტრატეგიული მიქსი:

ინტეგრირებული კომუნიკაციები

ინტეგრირებული კომუნიკაციები (IMC = Integrated Marketing Communications) სა-
კომუნიკაციო პოლიტიკაში უმაღლესი მენეჯმენტის დონეზე დაგეგმილი კომპ-
ლექსური, ყოვლისმომცველი, სტრატეგიული, მიზანმიმართული, ერთიანი, მრავალ-
არხიანი, სინქრონიზებული კომუნიკაციებია, რომლებიც აერთიანებს მარკეტინგის,
რეკლამისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR = Public Relations) ინ-
სტრუმენტებს (Ender 2008). ინტეგრირებული კომუნიკაციების მიზანია პოზიტიური
ურთიერთობების ფორმირება ორგანიზაციებს, ორგანიზაციულ სტრუქტურებსა და
მიზნობრივ ჯგუფებს შორის; შესაბამისად ინტეგრირებული კომუნიკაციები მოიცავს
ორგანიზაციების, ინსტიტუციების, ორგანიზაციული სტრუქტურების, ინდივიდების
გარე და შიგა კომუნიკაციების ანალიზს, დაგეგმვას, სტრუქტურირებას, ორგანიზაცი-
ას, ბიუჯეტირებას, წარმართვას, კონტროლსა და ზოგადად კომპლექსურ მენეჯმენტს
თანამიმდევრული, ცალკეულ კომპონენტებზე მორგებული საერთო კორპორაციული
საკომუნიკაციო პოლიტიკის ფორმირების მიზნით. თანამედროვე კორპორაციები
განსხვავებულ მიზნობრივ ჯგუფებთან ეფექტური კომუნიკაციის დასამყარებლად
და უზრუნველსაყოფად სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხსა და მედიუმს იყენებენ. ინ-
ტეგრირებული კომუნიკაციების ამოცანა საკომუნიკაციო არხისა და მედიუმის მრავალ-
ფეროვან სპექტრში შესაბამისი, კომუნიკაციის მიზანთან თავსებადი მედიუმის,
ინსტრუმენტარულის, აქტივობების იდენტიფიკაცია და საერთო კომუნიკაციურ სი-
სტემაში მათი ჰარმონიული ინტეგრაცია; ამასთან უმნიშვნელოვანესია თანამიმ-
დევრულობის პრინციპის გათვალისწინება და შენარჩუნება, ორგანიზაციის, კორპო-
რაციის, ინსტიტუციის საერთო სახესა და ფილოსოფიასთან მიმართებით. ინტეგრირ-
ებული კომუნიკაციები ორდონიანი სქემისა (Ender ibid.):

პირველი დონე: საერთო კომუნიკაციური პოლიტიკა: დაგეგმვა, კოორდინაცია;

- მეორე დონე: კომუნიკაციის ინსტრუმენტების დივერსიფიკაცია;

ინტეგრირებული კომუნიკაციების მახასიათებლებია:

- კორპორაციული კომუნიკაციების მეთოდика;
- უმაღლესი დონის მენეჯმენტის პროცესი;
- შიგა და გარე კომუნიკაციების მექანიზმების ერთობლიობა;
- ერთიანი, კომპლექსური საკომუნიკაციო პოლიტიკა;
- კომუნიკაციის ეფექტურობის ხარისხის ამაღლება;
- პრიორიტეტების განსაზღვრა;
- სინერგიზმის ეფექტის მიღწევა და მართვა;

ინტეგრირებული კომუნიკაციების მიზნებია:

კლიენტურის წრეთა მაქსიმალური მოცვა;

მიმღებლობის მიზანმიმართული ზრდა კლიენტურის წრეებში;

თანამშრომელთა მოტივაციისა და იდენტიფიკაციის მაჩვენებელთა ამაღლება;

- დაინტერესებული მხარეების, საზოგადოების ცალკეული სეგმენტების, - მიმღებლობის ზრდა;

კომუნიკაციის დახვეწა მიზნობრივ ჯგუფებთან და ე.წ. ინფორმაციული გადატვირთვის (*Information Overload*) გამორიცხვა;

ჰარმონიზაცია - შესაბამისობა საკუთარ აღქმას, თვითიდენტიფიკაციასა (*Corporate Identity*) და კორპორაციის იმიჯს, სხვების მიერ აღქმას შორის (*Corporate Image*);

კონკურენტებისგან დიფერენცირებული შესაძლებლობების ფორმირება;

ფუნქციონალურ ფაქტორებთან ერთად ფსიქო-ემოციურ ფაქტორთა გათვალისწინება და ასოციაციების, ალუზიებისა და კონოტაციების ეფექტით გამორჩეული, დაუვიწყარი იდენტობის პროდუქტის შექმნა;

გლობალიზაციის, საერთაშორისო კონკურენტული ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისი აქტივობების დაგეგმვა-განხორციელება;

კორპორაციის სპეციფიკისა და პრობლემატიკის გათვალისწინებით პარტნიორთა პოტენციალის მაქსიმალური გამოყენება;

ვერბალური მესიჯების აუდიო-ვიზუალურ კოდებთან ჰარმონიული ინტეგრაცია;

მედიალანდშაფტის ცვლილებების დროული რეგისტრაცია და მათზე ადეკვატური რეაგირება, - ბეჭდური, ტელე და ელექტრონული მედიის ხვედრითი წილების დეტალური ანალიზი;

- კომუნიკაციური აქტივობების ეფექტურობის კონტროლის გაუმჯობესება;
- ხარჯთა შემცირების პოტენციალის კვლევა და რეალიზება.

ინტეგრირებული კომუნიკაციების ფორმები გულისხმობს შინაარსის, ფუნქციის და ინსტრუმენტარიუმის ინტეგრაციას.

შინაარსობრივი ინტეგრაცია საერთო კორპორაციული საკომუნიკაციო მიზნის / მიზნების შესაბამისი, **თემატურად და კონტექსტუალურად** ურთიერთდაკავშირებული გზავნილების, მესიჯების ფორმირება და გამოიხატება საკვანძო განცხადებების, ცნობების, არგუმენტების, სლოგანების ვერბალურ და აუდიო-ვიზუალურ კოდირებაში (Brubak 2004).

ფუნქციონალური ინტეგრაციის ცენტრალური საკითხი საერთო კომუნიკაციური მიზნის რეალიზაციისთვის კომუნიკაციური ინსტრუმენტებისა და მექანიზმების

ანალიზი. ფუნქციონალური ანალიზის ფარგლებში განისაზღვრება (Bruhn ibid., Ender 2008):

ამოცანათა სპექტრი და მათი შესაბამისი კომუნიკაციური მექანიზმი (მაგ., საინფორმაციო ფუნქცია, პროფილირების ფუნქცია, პოზიციონირების ფუნქცია, მოტივაციის ფუნქცია, დიალოგის ფუნქცია და სხვ.);

კონკრეტულ ამოცანათა იდენტიფიკაცია, რომელთა შესრულება კომუნიკაციის სხვადასხვა ინსტრუმენტის ერთობლივი გამოყენებით მაქსიმალურ ეფექტს გამოიწვევს;

კონკრეტულ ამოცანათა იდენტიფიკაცია, რომელთა შესრულება არ არის დამოკიდებული კომუნიკაციურ ინსტრუმენტარიუმზე.

ინსტრუმენტარიუმის ინტეგრაცია გულისხმობს სხვადასხვა კომუნიკაციური აქტივობის, ინსტრუმენტის, მექანიზმის ერთიან საკომუნიკაციო პოლიტიკის სისტემაში ჩართვას და მათ საერთო განსაზღვრული მიზნისთვის დაქვემდებარებას. ინტეგრაციის პროცესში ჩართულია ჰორიზონტალური და ვერტიკალური კომუნიკაციის ქვეტიპები, ფორმალური კოდეზი და დროის ფაქტორი, ე.წ. „*Timing*“, დროის პერიოდების სტრატეგიული განსაზღვრა. კომუნიკაციის ინსტრუმენტარიუმი შესაძლოა იყოს (Ender 2008):

სარეკლამო სტრატეგია;

PR-სტრატეგია;

- სპონსორინგი;

სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგია (*CSR*);

- პროექტების მენეჯმენტი;

ღონისძიებების მენეჯმენტი;

ტრადიციული და ახალი მედია;

სოციალური მედია.

7.5. ბარიერები და მათი რეგულირება კორპორაციულ კომუნიკაციებში

კორპორაციულ კომუნიკაციებში, ინფორმაციის გაცვლის პროცესში ხშირია კომუნიკაციური ბარიერების წარმოქმნის საფრთხე, რომელიც პირობადებულია:

ინფორმაციის, ცნობის, გზავნილის დეფორმირებით (დამახინჯებით);

- საინფორმაციო ქსელის გადატვირთვით;

ორგანიზაციული სტრუქტურის არაეფექტურობით;

სხვადასხვა მმართველობით დონეებს შორის უკუკავშირის სიმცირით;

კადრების კვალიფიკაციის სისუსტით;

კადრების არამიზანმიმართული ჩართულობით;

ფორმალურ და არაფორმალურ ჯგუფებს შორის კონფლიქტით;

ინფორმაციის დეფორმირება შესაძლოა გამოწვეული იყოს ინტერპერსონალური (პიროვნებათშორისი) კომუნიკაციის გაუცნობიერებელი პრობლემებით ან კომუნიკატორთა წინასწარგანზრახულობით, სხვაგვარი ფორმულირებით მიზანმიმართულად, რასაც ძირითადად აღმავალი კომუნიკაციისას აქვს ადგილი და მისი მოტივი მენეჯმენტის ფსევდომამბელობის სურვილია, - იგულისხმება სუბიექტურად პოზიტიურ ჭრილში მიწოდებული ცნობები და სხვ.

ტრანსნაციონალური გიგანტი კორპორაციების საინფორმაციო ნაკადები განსაკუთრებული ინტენსივობით გამოირჩევა, ამდენად, არც თუ იშვიათია საინფორმაციო ქსელის გადატვირთვის საფრთხე; ინფორმაციის დეფორმირების ალბათობას ზრდის ორგანიზაციული სტრუქტურის არაეფექტურობა, რამდენადაც იგი მართვის ცალკეულ დონეებზე ინფორმაციის გაფილტვრასა და კორექტირებასთანაა კავშირში, - შესაძლოა მნიშვნელოვანი ინფორმაცია სუბიექტური თვალთახედვით ნაკლებად მნიშვნელოვნად იყოს მიჩნეული და უგულვებელყოფილი.

კორპორაციულ კომუნიკაციებში ზემოთ მითითებული ხარისხების რეგულირება, მინიმიზაცია და მისკომუნიკაციის და შესაბამისად მენეჯმენტის პრობლემების პრევენცია შესაძლოა:

- საინფორმაციო ნაკადების რეგულირებით;
ინფორმაციაზე წვდომის მექანიზმების გაზრდით და შესაბამისად გამჭვირვალობის ხარისხის ამაღლებით;
- ჰორიზონტალური კომუნიკაციის წახალისებით;
- მენეჯმენტის სტრუქტურების რეორგანიზებითა და ფუნქციების ეფექტური გადალაგებით;
- მენეჯმენტის სხვადასხვა დონეს შორის უკუკავშირის მონიტორინგითა და სრულყოფით;
- საინფორმაციო ტექნოლოგიების მაქსიმალური ათვისებით;
- ინოვაციური პროცესების მიმართ გახსნილობით;
- კორპორაციული იდენტიფიკაციის ხარისხის ამაღლებით;

საინფორმაციო ნაკადების რეგულირება შესაძლებელია ინფორმაციის მოთხოვნისა და საჭიროების რაოდენობრივი და ხარისხობრივი ასპექტების ანალიზით, უკუკავშირის სისტემის მონიტორინგი და სრულყოფა უზრუნველყოფს ინფორმაციის ადრესანტსა და ადრესატს შორის აღქმის პროცესში დაშვებული უზუსტობების, ბუნდოვანების, ორაზროვნების, შეცდომების დროულ გამოვლენასა და რეაგირებას.

კორპორაციული კომუნიკაციური პოლიტიკის სწორი მართვა გულისხმობს მენეჯერთა უმაღლესი დონისთვის აქტუალური და რელევანტური ინფორმაციის მიწოდებას, ინფორმაცია უნდა იყოს ზუსტი, რეალობის ამსახველი და ობიექტური; დაუშვებელია უმაღლესი რგოლის მენეჯერთა კორპუსის გადატვირთვა გაუფილტრავი, დაუზუსტებელი, გადაუმოწმებელი ცოხებით. ინფორმაცია ზუსტად უნდა შეესაბამებოდეს:

კონკრეტულ პრობლემატიკას;

მიზანს, მიზნობრივ ჯგუფს ან ჯგუფებს;

დროის მონაკვეთს;

სიტუაციას;

კონტექსტს.

7.6. კონფლიქტი. კონფლიქტისა და სტრესის მართვა

კონფლიქტი შეხედულებათა დაპირისპირება ან უთანხმოება, წარმოსახვითი ან რეალური შეუთავსებლობაა ორ ან მეტ ინდივიდს, მხარეს თუ ჯგუფს შორის გარკვეული საკითხის ან საკითხთა სპექტრის, მიზნების, ღირებულებებითა და ფასეულობათა სისტემის, მოლოდინების თაობაზე.

კონფლიქტის, კონფლიქტური სიტუაციის აღქმა, შეფასება და მართვა განსხვავებულია კულტურებში, სოციალიზმსა და ორგანიზაციებში. თანამედროვე კონცეფციების მიხედვით კონფლიქტი აღარ განიხილება ცალსახად უარყოფით ფენომენად, რომელიც ტრადიციულად ასოცირდება აგრესიასთან, ნეგატიურ ემოციებთან, დაძაბულობასთან და სხვ. კონფლიქტის პოზიტიური რეინტერპრეტაცია განიხილავს მას, როგორც ნორმალურ, სასარგებლო პროცესს მრავალმხრივი შესაძლებლობებით:

ალტერნატივების გაჩენა: განსხვავებული მოსაზრებებისა და იდეების გამოვლენა;

- **ოპტიმალური გადაწყვეტილებები:** დამატებითი ინფორმაციის წყარო მართვის ეფექტიანობის ასამაღლებლად და გადაწყვეტილების მიღების პროცესის დასახვეწად;

დაძაბულობის მოხსნა / განეიტრალება;

ურთიერთობათა გადახედვა / განახლება;

მოლაპარაკების, დარწმუნების ხელოვნების კულტივირება;

პირდაპირი დაპირისპირების შემდგომ შერიგების პროცესის ფასეულობა;

- პიროვნული ზრდის პერსპექტივა;
- პატივისცემის ფაქტორის გაზრდა კონფლიქტის წარმატებით მართვისას;

გაზრდილი ძალაუფლება დარეგულირებული კონფლიქტის ფონზე.

კონფლიქტის როლი, საზოგადოდ, დამოკიდებულია მის მართვაზე; მართვის ეფექტურობის ხარისხისათვის განმსაზღვრელია კონფლიქტის არსის გარკვევა და მისი გამომწვევი ფაქტორების ღრმა ანალიზი.

განასხვავებენ კონფლიქტის ოთხ ძირითად ტიპს:

ინტერპერსონალური (პიროვნებათშორისი) კონფლიქტი;

პიროვნების შინაგანი კონფლიქტი;

კონფლიქტი პიროვნებასა და ჯგუფს შორის;

ჯგუფთაშორისი კონფლიქტი;

ინტერკულტურული (კულტურათშორისი) კონფლიქტი.

კონფლიქტის წარმოშობის საფრთხე და შესაძლებლობა დიდია ურთიერთდამოკიდებულებრივი ურთიერთობების პირობებში და განსხვავებულია სხვადასხვა ორგანიზაციულ სტრუქტურაში. კონფლიქტის წარმოშობის ერთ-ერთი მიზეზი შესაძლოა ინდივიდთა მხრიდან მხოლოდ საკუთარი შეხედულებების, ალტერნატივებისა და სიტუაციების აქცენტუაცია გახდეს, რომლებსაც ისინი სასარგებლოდ მიიჩნევენ მათი ჯგუფისა თუ პირადად საკუთარი თავისთვის. კონფლიქტის წყარო ძალიან ხშირად ინდივიდთა განსხვავებული ხედვა, შეხედულება, ქცევის მანერა, ცხოვრებისეული გამოცდილება, მოტივაცია, მიზანი, მოლოდინი და მცდარი, არასათანადო კომუნიკაციური პოლიტიკაა; ნიშნდობლივია, რომ კომუნიკაციების არასწორი მართვა შესაძლოა გახდეს კონფლიქტის არა მხოლოდ მიზეზი, არამედ შედეგიც, რამდენადაც არასწორი, დაუზუსტებელი ან არასრული ინფორმაცია ართულებს სიტუაციაში გარკვევას და ზრდის კონფრონტაციას.

როგორც აღინიშნა, კონფლიქტისა და მისი შედეგების აღქმა არ არის უნიფიცირებული, უნივერსალური და სპეციფიკურია განსხვავებულ კულტურებში; შესაბამისად

დიფერენცირებულია კონფლიქტით გამოწვეული რეაქციებიც. არაერთ კულტურაში კონფლიქტი ურთიერთობის ცალსახად არაპროდუქტიულ პროცესად ითვლება და განიხილება როგორც:

მშვიდობიანი ატმოსფეროსა და ჰარმონიის დესტრუქციული დარღვევა;

სოციალური სისტემის მიმართ ადაპტაციის უუნარობა;

გამანადგურებელი და არაეფექტური კონფრონტაცია;

სუსტი თვითკონტროლი და არასაკმარისი დისციპლინა.

კონფლიქტის არასწორმა მართვამ შესაძლოა გამოიწვიოს დისფუნქციური შედეგები:

მოტივაციის შემცირება ან უკიდურეს შემთხვევაში, გაქრობა;

კადრების გადინება;

- მომავალი თანამშრომლობისა და კოოპერაციების პერსპექტივების შეზღუდვა, შემცირება ან გაქრობა;

კომუნიკაციური კულტურის დაქვეითება;

იდენტიფიკაციის ხარისხის დაცემა ან გაქრობა;

არაფორმალური ჯგუფებისა ან ორგანიზაციების მიმართ ლოიალურობა;

სტრუქტურების რღვევა;

კონფლიქტისა და კონფლიქტური სიტუაციების მართვის აპრობირებული ხერხია:

ავტორიტეტი - კონფლიქტის მართვის სტილი, რომელიც დიდი ავტორიტეტისა და გავლენის მქონე პირების, საზოგადოებრივი აზრის ლიდერების, საყოველთაო ნდობით აღჭურვილი პიროვნებების ავტორიტეტს და მათი პირადი მაგალითის ძალას ეფუძნება;

დომინანცია - კონფლიქტის მენეჯმენტის ტიპი, რომელიც ეფუძნება ეგოსა და ეგოცენტრიზმს, თვითმმართველ პირსა თუ ჯგუფებს;

ინტეგრაცია - კონფლიქტის მართვის მეთოდი, რომელიც ემოციების ღია და პირდაპირ გაცვლას ეფუძნება, ორიენტირებულია კონფლიქტის ყველა მხარისთვის მისაღებ და დამაკმაყოფილებელ ოპტიმალურ გადაწყვეტილებებზე;

- **სოციალიზაცია** - კონფლიქტის მენეჯმენტის ტიპი, რომელიც აპელირებს ვალდებულებებსა და საერთო ინტერესებზე, ანეიტრალურ განსხვავებულობისა და განსხვავების აღქმას;

ინტერპერსონალური კონფლიქტის მართვის მეთოდიკა გულისხმობს:

- იგნორირებას;

- შერბილებას;

იმპულებას;

კომპრომისს;

პრობლემის გადაჭრას.

ტრანსნაციონალურ ორგანიზაციებში, ინსტიტუციებში მულტიკულტურული პერსონალით, საერთაშორისო გლობალურ ბაზარზე მოქმედ კორპორაციებში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ჰარმონიული კომუნიკაციური კლიმატის შექმნა-ჩამოყალიბება სხვადასხვა კულტურის აქტორებს შორის და მათი შეგნების დონის ამაღლება კულტურული დიფერენციაციებისა და პრეფერენციების მიმართ.

კულტურათშორისი კონფლიქტების წყარო ურთიერთშეუწყნარებლობა, ინტერკულტურული კომპეტენციის უქონლობა, დაბალი მიმდებლობა, ტოლერანტობის დეფიციტი და განსხვავებათა უგულვებელყოფაა. კულტურათშორისი კონფლიქტი, ისევე როგორც კონფლიქტის სხვა ქვეტიპი, თავისი ხასიათით უნიკალურია და კონფლიქტის მართვისა და გადაჭრის სპეციფიკურ მეთოდიკას მოითხოვს. კულტურათშორისი კონფლიქტის პრევენციის თვალსაზრისით განსაკუთრებული ყურადღება უნდა გამახვილდეს ფაქტორთა კომპლექსზე, კერძოდ, გასათვალისწინებელია:

სოციალური / ორგანიზაციაში კატეგორიზაციის მაღალი ინდექსი;

ეთნოცენტრიზმი;

სტერეოტიპული აზროვნება;

სიტუაციების მცდარი აღქმისა და შეფასების მაღალი რისკი;

ფაქტების დეფორმირება;

განსხვავებული კულტურული ღირებულებებისა და პრაქტიკის უგულ-
ვებელყოფა, უპატივცემულობა, შეუწყნარებლობა, მიუღებლობა;

კულტურათშორისი კონფლიქტების ინდიკატორებია:

უკუშპრომისო მიზნების არტიკულაცია;

სტერეოტიპების სიმრავლე;

პრობლემატური კომუნიკაცია და კომუნიკაციური ბარიერები;

ჰიპერნეგატიური ტენდენციები განსხვავებული ჯგუფების მიმართ.

კულტურათშორისი კონფლიქტის მართვის მეთოდთა გულისხმობა:

კათარზისის კონცეფციას და ნდობის ატმოსფეროს ფორმირებას;

უსაფრთხო სივრცის უზრუნველყოფას;

საერთო მიზნების ხაზგასმას;

ინტერკულტურული დიალოგის სტიმულირებას თანაბარი სტატუსის
პირობებში;

ემპათიის, ასერტიულობის (10.1.), ემოციის მართვის სტიმულირებას;

კონფლიქტის სტრატეგიულ აღწერას;

კონფლიქტის გადაჭრის სურვილს, მოლაპარაკებასა და კონსენსუსის მი-
ღწევას;

პერსპექტივების ფორმირებასა და მათ გაფართოვებას.

გარკვეული პერიოდი, რაც ანთროპოლოგები კულტურულ განსხვავებებს დიალექტიკურ კრილში განიხილავენ და კონფლიქტის ფსიქოლოგიაზე კულტურული სპეციფიკის გავლენას იკვლევენ (Martin & Nakayama 2009). განსხვავებული სოციალური ეთნოსისა და ერის კროსკულტურულმა კონტრასტულმა ანალიზმა ცხადყო, რომ სტრუქტურული, ინდივიდუალური, ინტრაპერსონალური ხასიათი, მენტალობა და ტრადიციები რელიგიური ფაქტორებია კონფლიქტის მიმართ მიდრეკილების ძვალსაზრისით. კვლევებში განხილულია ჩრდილოეთ ირლანდ-დიური და ნორვეგიული სოციალური შტუდიები: ჩრდილოეთ ირლანდიის სოციალური სეგრეგრირებულია, მძლავრობს სტერეოტიპები, საზოგადოებაში მკვეთრად ფორმირებულია იერარქია, გამოკვეთილია დისკრიმინაციის ტენდენციები, ნაკლებია სოციალური ნდობა, ჭარბობს ემოციური დისტანცია; მითითებული მახასიათებლები არ იწვევს მოულოდნელობის განცდას ჩრდილო ირლანდიის ისტორიული რეალების გათვალისწინებით, - ჩრდილო ირლანდიაში მრავალი წლის განმავლობაში აქტუალური იყო და პერიოდული გამწვავებებით მიმდინარეობდა კონფლიქტი დაპირისპირებულ რელიგიურ ჯგუფებს, - კათოლიკეებსა და პროტესტანტებს შორის, რამაც სოციალურში შესაბამისი კვალი დატოვა. ნორვეგიული საზოგადოება ხასიათდება სოციალური ჰომოგენურობით, სოლიდარობის მაღალი განცდით, მტკიცე კავშირით, პირდაპირი კომუნიკაციის მანერით, ემოციის კონტროლით, ნებისმიერი ტიპის დაპირისპირებისა და გამწვავების მიმართ განსაკუთრებული სენსიტიურობით, მობილიზებულობით, გაწონასწორებული ცნობიერებით, რაც სოციალური კონფლიქტის მიმართ რეზისტენტულობას ამყარებს, შესაბამისად არ არის გასაკვირი, რომ ნორვეგიულ სოციალურ კონფლიქტი ძალზე იშვიათია.

თანამედროვე საზოგადოება ცხოვრების სწრაფ და ცვალებად ტემპს ამკვიდრებს, შესაბამისად სტრესული სიტუაციები ყოველდღიურობის თანამდე მოვლენად იქცა. სტრესის პროვოცირება სხვადასხვა ფაქტორითაა პირობადებული, მათ შორის:

დროის ქრონიკული დეფიციტით;

ინფორმაციული გადატვირთვით;

მოულოდნელი ცვლილებებით, რომლებიც კონტროლს არ ან რთულად ექვემდებარება;

გაზრდილი კონკურენციით;

მოთხოვნათა და მოლოდინთა მრავალფეროვნებით;

წარმატების მიღწევის წნებით;

ინტერპერსონალური ურთიერთობების სირთულით;

ფუნქციათა, - როლთა გადანაწილების შეუსაბამობით;

სიტუაციური კონფლიქტებით, მათ შორის პრობლემის იდენტიფიკაციისა და საკითხის გადაწყვეტის მეთოდების გარშემო;

- პიროვნული შეუთავსებლობებით;
- ღირებულებათა კონფლიქტით და სხვ.

სტრესის მართვა გულისხმობს სტრესის არსის, გარეგანი (სტრესორები) და შინაგანი (დისპოზიციები) ფაქტორების ცოდნას, სტრესის პრევენციას.

ქოუფინგი (ინგლ. coping „დაძლევა, გამკლავება“) პრობლემის გადაჭრისა და სტრესული სიტუაციის მართვის უნარია. სტრესული სიტუაციების მართვის აპრობირებული ფორმებია (Folkman & Lazarus 1990: 313-332):

ამოცანაზე ორიენტირებული ქოუფინგი;

ემოციური ქოუფინგი;

- სოციალური მხარდაჭერა.

კონსტრუქციული ქოუფინგის სტრატეგიები მოცემულ კონტექსტზე და სტრესის გამომწვევ ფაქტორებზეა დამოკიდებული. შესაბამისად სტრესის წარმატებით მართვა გულისხმობს სტრატეგიების კონტექსტისა და სიტუაციის მიხედვით მოდიფიკაციას.

ემპირიული კვლევების მიხედვით, ცხოვრებით კმაყოფილების განცდაზე გენდერთან, წარმომავლობასა და შემოსავალთან შედარებით დიდ გავლენას ახდენს ფსიქოლოგიური ცვლადები, პიროვნული ტენდენციები, ახლო ურთიერთობები და კულტურული სპეციფიკა. შესაბამისად სტრესის მართვაში აუცილებლად გასათვალისწინებელია ეთნოკულტურული თავისებურებებიც.

7.7. კრიზისული მენეჯმენტი: კრიზისული კომუნიკაციები. სტრატეგიული მენეჯმენტი

ნებისმიერი ორგანიზაციის, - ინსტიტუციის, კომპანიის, კორპორაციის, - უმნიშვნელოვანესი აქტივი მისი რეპუტაციაა: ძლიერ რეპუტაციას გავლენა აქვს ორგანიზაციის საქმიანობის ყველა ეტაპზე მრავალი თვალსაზრისით: ლოიალურობის, იდენტიფიკაციის, სანდოობის და სხვ. მაჩვენებელთა მიხედვით. პოზიტიური რეპუტაცია ორგანიზაციებისათვის კრიზისების პრევენციის საუკეთესო საშუალებაა, დამდგარი კრიზის შემთხვევაში კი - ნეგატიური ეფექტის შემამცირებელი, მოლაპარაკებათა წარმოების მყარი საფუძველი და დადებითი შედეგების აღზატობის გამზრდელი. შესაბამისად რეპუტაციის ჩამოყალიბება, შექმნა, კორექცია და მართვა კრიზისების პრევენციის ან მინიმიზაციის ერთ-ერთი ასპექტია.

პოზიტიური რეპუტაციის კონკრეტული მახასიათებლები ორგანიზაციების ტიპის მიხედვით ვარირებს, თუმცა უნივერსალური დეტერმინანტებია:

სანდოობა;

- გამჭვირვალობა;

გახსნილობა;

- ინოვაციებზე ორიენტაცია;
- სოციალური პასუხისმგებლობა;

მნიშვნელოვანია განსაზღვრული რეპუტაციის კონკრეტული მახასიათებლების ეფექტური მიწოდება ზოგადი კომუნიკაციური კამპანიის ფარგლებში როგორც ორ-განიზაციის შიგნით, ისე გარე მიზნობრივი ჯგუფებისა და პუბლიკისათვის.

კრიზისული მენეჯმენტის ცენტრალური ასპექტი ანტიკრიზისული სტრატეგიის შემუშავება, კრიზისული კომუნიკაციის განსაზღვრა, დაგეგმვა და მართვაა. კრიზისის მასშტაბიდან, ხასიათიდან, გამომწვევი ფაქტორებიდან, სიტუაციიდან და სპეციფიკიდან გამომდინარე, განსხვავებულია კრიზისული კომუნიკაციების მართვის კომპონენტები და ფოკუსი, თუმცა საბაზისო სტრატეგია უნივერსალურია, რომელიც გულისხმობს:

კრიზისის იდენტიფიკაციას და ლოკალიზაციას: გარე ფაქტორების შეფასების, ანალიზის, კვლევების, ინტერვიუთა ციკლის საფუძველზე კრიზისის ჩამოყალიბებისა და განვითარების ყველა მოსალოდნელი სცენარის განსაზღვრას;

კრიზისის შედეგების მინიმიზაციას;

განსაზღვრული სცენარის ფარგლებში ოპერატიული ქმედებების დაგეგმვას;

კომუნიკაციის არხების ცენტრალიზებას;

მოვლენათა და ქმედებათა კომპეტენტურ და ლაკონიურ კომენტირებას;

კულუარული ინფორმაციისა და დეზინფორმაციის განეიტრალებას ოფიციალური ინფორმაციული არხით;

მესოჯ-ზოქსების ფორმირებას;

ინფორმაციის დამუშავებას და ძირითადი გზავნილების გენერირებას;

კონტენტანალიზს;

სპიკერების შერჩევას;

სპიკერების ტრენინგს;

- მედიასაშუალებათა ფილტრაციას, სელექციასა და მასალის დამუშავებას;
- დროის მენეჯმენტსა და კონტროლს.

კრიზისების პროვოცირების ერთ-ერთი ფაქტორი შესაძლოა, ერთი მხრივ, ორგანიზაციის, კომპანიის, კორპორაციის შიგნით ცვლილებების აუცილებლობასა ან თავად ცვლილებების განხორციელება-განუხორციელებლობაში მდგომარეობდეს. ცვლილებებში იგულისხმება მენეჯმენტის მიერ ორგანიზაციის, კომპანიის, კორპორაციის მიზნების, სტრუქტურის, ამოცანების, ტექნოლოგიების, ინდივიდუალური ფაქტორისა და (ან) ადამიანური რესურსების თვალსაზრისით ერთი ან რამდენიმე ცვლადის შეცვლა, კორექტირება ან რეფორმირება.

ეფექტურ კომუნიკაციას, საზოგადოდ, განსაკუთრებით კი ცვლილებების პერიოდში, უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ორგანიზაციის, კორპორაციის, კომპანიის წარმატებაში, რადგან კომუნიკაცია, როგორც უკვე არაერთხელ იყო აღნიშნული, მენეჯმენტის განუყოფელი, ორგანული მდგენელია, - კომუნიკაციის საშუალებით ხორციელდება დაგეგმვა, რესურსების ორგანიზაცია, ლიდერობა, დელეგირება, კონტროლი / მონიტორინგი. კომუნიკაცია ცვლილებების შესახებ მნიშვნელოვანია ორგანიზაციის ყველა დონეზე. კომუნიკაციის ეფექტურობის შეფასების კრიტერიუმის განსაზღვრა ორგანიზაციის განვითარებისა და წარმატებისაგან დამოუკიდებლად შეუძლებელია, - იგი ყოველთვის თავად ორგანიზაციის მიზნებთან და მენეჯმენტთან კავშირში განიხილება, სხვაგვარი ფორმულირებით წარმატებულ და რენომირებულ ორგანიზაციაში მართვა და შესაბამისად კომუნიკაციური პროცესებიც ეფექტურია, რამდენადაც დასახული მიზნები მიღწეულია და მუდმივად აქტუალურია ახალი პერსპექტივების, მიზნების, ამოცანების, სიმძლავრებისა და გამოწვევების ერუილება.

ცვლილებების საჭიროების / განხორციელების პროცესში მენეჯმენტის პოზიცია პროაქტიური (აქტიური ქმედება, პოზიციონირება) ან რეაქტიურია (სიტუაციის მოთხოვნებზე რეაგირება). ტექნოლოგიებისა და ამოცანების ცვლილებები იწვევს ახალი მოწყობილობებისა ან მეთოდების მოდერნიზაციას, ნორმატივების, რეგულა-

ციების, სტრუქტურების მოდიფიკაციას; ადამიანური რესურსის ცვლილებები, უპირველესად, დაკავშირებულია ინდივიდუალურ შესაძლებლობებთან, პოტენციალთან, აგრეთვე ინტერპერსონალურ და ჯგუფურ კომუნიკაციასთან, მოტივაციასთან, სამუშაოს შესრულების ხარისხთან და სხვა მრავალ ასპექტთან. ცვლილებათა აუცილებლობის დროული შეგრძნება და განხორციელება ეფექტიანი მენეჯმენტის ერთ-ერთი ყველაზე რთული, თუმცა აუცილებელი და პრესტიჟული ამოცანათაგანია. ცვლილებების მართვის კომპლექსური პროცესი, როგორც აღინიშნა, მათი აუცილებლობისა და გარდაუვალობის გაცნობიერებით იწყება. ცვლილებათა აუცილებლობა შესაძლოა სხვადასხვა ფაქტორით ან ფაქტორთა ერთობლიობით იყოს პირობადებული, მაგ.,

კონკურენციით;

ეკონომიკური სიტუაციით;

საკანონმდებლო რეგულაციებით;

წარმოების შემცირებით;

მზარდი დანახარჯებით;

- კადრების დენადობით;

კონფლიქტებით;

ცვლილებათა მართვის პროცესში უმნიშვნელოვანესი ეტაპი პრობლემის დიაგნოსტიკაა, რომლის საფუძველს ამოწურავი და სრული ინფორმაციის მოძიება და ანალიზი წარმოადგენს, რაც, თავის მხრივ, პრობლემის ან პრობლემების გამომწვევი მიზეზის განსაზღვრის წინაპირობაა.

ცვლილებების განხორციელებისთვის აუცილებელია თანამშრომელთა კორპუსის დარწმუნება ცვლილებათა აუცილებლობაში, მათი განსაკუთრებული მობილიზება და მოტივაცია, მათი მაქსიმალური ჩართულობა ცვლილებების დაგეგმვისა და ალტერნატივების მოძიების პროცესში.

ცვლილებების მიმართ თანამშრომელთა შესაძლო წინააღმდეგობის აღბათობას სხვადასხვა მიზეზი აქვს, მათ შორის, ერთ-ერთი მთავარი, შედეგის განუსაზღვრელობაა. ცვლილებებისადმი წინააღმდეგობათა დაძლევა და მათი პრევენცია კრიზისული კომუნიკაციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია და გულისხმობს თანამშრომელთა ინფორმირებას, მათ მაქსიმალურ ჩართულობას, საინფორმაციო ნაკადების ეფექტურ და მიზანმიმართულ ფუნქციონირებას. კარგად დაგეგმილი კრიზისული კომუნიკაციისა და მენეჯმენტის სამართლიანი პოლიტიკის ფონზე, როგორც წესი, თანამშრომელთა კორპუსი ერთ გუნდად არის შეკრული, გაცნობიერებული აქვს ცვლილებათა აუცილებლობა, მოტივირებულია და მხარს უჭერს ორგანიზაციის პროგრესულ რეფორმირებასა და მოდერნიზაციას.

სტრატეგიული მენეჯმენტი, სტრატეგიული მართვა, მაღალი კონკურენციის პირობებში ორგანიზაციის გარე გარემოს ცვლილებებთან ადეკვატური ადაპტირების აქცენტირებული მართვის სტილია. ცვლილებებზე რეაქციის მიხედვით დიფერენცირდება სტრატეგიული მენეჯმენტის რამდენიმე ტიპი:

რეაქტიური ადაპტაცია: ორგანიზაციის რეაქცია ცვლილებებზე მოვლენათა დასრულების შემდგომ, მართვა შესრულების შედეგების კონტროლის საფუძველზე. ცვლილებათა ტემპის ზრდის პირობებში მიუღებელია, რამდენადაც მოითხოვს დიდ დროს ცვლილებათა გარდაუვალობის გაცნობიერებისთვის;

გამელვადიანი დაგეგმვა: მართვა ექსტრაპოლაციის³ საფუძველზე, - მომავლის პროგნოზირება შესაძლებელია წარსული ტენდენციების ექსტრაპოლაციის გზით;

სტრატეგიული დაგეგმვა: მართვა ცვლილებების წინასწარ პროგნოზირების საფუძველზე და სამომავლო ტენდენციების სპეციფიკაცია და მათზე რეაქციის განსაზღვრა;

³ ექსტრაპოლაცია (ლათ. *extra* „გარედან“, „გარეშე“ *polatio* „განახლება“, „შეცვლა“) მეცნიერული კვლევის მეთოდი, რომელიც არსებული მონაცემების ანალიზის საფუძველზე ტენდენციას, ტრენდს განსაზღვრავს.

- **სტრატეგიული მენეჯმენტი:** მართვა მოქნილ, ექსტერნულ გადაწყვეტილებათა საფუძველზე.

სტრატეგიული დაგეგმვისა და სტრატეგიული მენეჯმენტის პრაქტიკის მიხედვით სტრატეგიული დაგეგმვის წარმატება ორგანიზაციაში დაგეგმვის მეთოდებზე მეტად გარემოს საერთო კულტურაზე დამოკიდებული. ორგანიზაციის კულტურისა და იმიჯის სიძლიერესა თუ სისუსტეს კი მისი რეპუტაცია განაპირობებს.

7.8. ინოვაციების მენეჯმენტი. საერთაშორისო ოპერირების სპეციფიკა

ინოვაციები ახალი პროდუქტის, სერვისის, ბიზნესმოდელის, სტრუქტურის შიგა და საერთაშორისო ბაზარზე რეალიზაციის პროცესის შედეგია. ერთი თვისობრიობიდან სხვა თვისობრიობაზე გადასვლა საჭიროებს სხვადასხვა რესურსის, - დროის, ენერგიის, ინტელექტის, ფინანსის, ინვესტიციის დანახარჯებს. ინოვაციათა ფორმების მრავალფეროვნების, ინოვაციური პროცესის ძირითადი კომპონენტებია:

ნოვაციის ბაზრის ცენტრალური პროდუქტი: ინტელექტუალური საქმიანობა, - სამეცნიერო და სამეცნიერო-ტექნოლოგიური ინოვაციები, - დაცული საერთაშორისო, ეროვნული, კორპორაციული საავტორო უფლებებითა და ლიცენზიებით;

ნოვაციის სასიცოცხლო ციკლის ეტაპები: იდეის დაბადებიდან მის დაბეჭდვამდე, განვითარება გავრცელებამდე;

კონკურენციის ბაზარი: კონკურენცია აიძულებს ორგანიზაციებს ნოვაციის ბაზარზე მონაწილეობას ან მის ფორმირებას;

ინვესტიციების ბაზარი: გრძელ- და საშუალოვადიანი ინვესტიციები;

შესაბამისად, ინოვაციების სფერო ინოვატორების, კონკურენტუნარიანი პროდუქტის / სერვისის წარმოებლების, ინვესტორებისა და განვითარებული საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის ურთიერთშედეგების სისტემას წარმოადგენს.

ინოვაციური პროცესების მართვა, - ინოვაციების მენეჯმენტი სტრატეგიული მენეჯმენტის ერთ-ერთი მთავარი და პრიორიტეტული მიმართულებაა, რომელიც მენეჯმენტის უმაღლესი დონის მიერ ხორციელდება და გულისხმობს:

ინოვაციური საქმიანობის პროგრამების დამუშავებას;

ინოვაციური პროდუქტების / სერვისების შექმნის პროექტების განხილვას;

ერთიანი ინოვაციის პოლიტიკას;

ადაპტური სტრუქტურების, - დროებითი მიზნობრივი ჯგუფების ფორმირებას ინოვაციურ პროცესში პრობლემების კომპლექსურად გადაწყვეტისათვის;

იაპონური კორპორაციების უდიდესი წარმატება საერთაშორისო ბაზარზე სწორედ ინოვაციებისა და პროდუქციის ახალი სახეების დამუშავების მიმართ კომპლექსურ მიდგომასა და ხედვაში მდგომარეობს.

ინოვაციების მენეჯმენტი და ორგანიზაციათა, კორპორაციათა, კომპანიათა საერთაშორისო ოპერირებები ერთმანეთთან პირდაპირ ურთიერთკავშირშია, რამდენადაც გლობალურ ბაზარზე მძაფრი კონკურენციის პირობებში ნოვაციასა და ინოვაციას ნებისმიერ სფეროში გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება და მოცემული ორგანიზაციის, კორპორაციის, კომპანიის მომავალზე ორიენტირის განმსაზღვრელი ხდება.

თანამედროვე სამყაროში, მზარდი გლობალიზაციის ფონზე, ორი გამოკვეთილი ტენდენციაა, ერთი მხრივ, სულ უფრო მეტი ორგანიზაციის, კორპორაციის, კომპანიის საქმიანობა სცილდება საკუთარი ქვეყნის ფარგლებს, რომლებიც სხვა ქვეყნების ტრადიციების, მენტალიტეტის, კულტურის გაცნობით, ახალ პოლიტიკასთან და ტრადიციებთან ადაპტირებას ცდილობს, მეორე მხრივ კი, განვითარებადი ქვეყნების კომპანიები, საერთაშორისო ასპარეზზე ოპერირების სურვილიდან გამომდინარე, საერთაშორისო სტანდარტების დამკვიდრებაზე აკეთებენ აქცენტს, რაც ცალსახად და-

დებითი პროცესია, რადგან ტექნოლოგიების, სტანდარტების, ცოდნის გაზიარებას გულისხმობს.

საერთაშორისო კორპორაციების მენეჯმენტი და ოპერირების სპეციფიკა კომპლექსურია მასშტაბებისა და ზემოქმედების ფაქტორების მრავალრიცხოვნებიდან გამომდინარე. საერთაშორისო არენაზე მოქმედ ფაქტორთა ტიპობრივი დიფერენცირებით განასხვავებენ შემდეგ კომპლექსებს:

ეკონომიკურ გარემოს;

პოლიტიკურ-სამართლებრივ გარემოს;

სოციოკულტურულ გარემოს;

საინფორმაციო-ტექნოლოგიურ გარემოს.

ეკონომიკური გარემოს ანალიზი, თავის მხრივ, გულისხმობს ინდიკატორებისა და მაჩვენებლების კვლევას, მათ შორის:

ოპერირების ქვეყანაში ეკონომიკის განვითარების დონის;

მთლიანი ეროვნული პროდუქტის ინდიკატორის;

ინფრასტრუქტურული ქსელის განვითარების;

დაბეგვრის სისტემის;

მოქმედი ვალუტის სტაბილურობის;

ცხოვრების დონის, რომელიც განისაზღვრება მოხმარებული პროდუქტისა და სერვისების რაოდენობითა და ხარისხით;

ოპერირების ქვეყნის საერთაშორისო ფინანსური ვალდებულებების.

პოლიტიკურ-სამართლებრივი გარემოს ანალიზი ეხება:

პოლიტიკური სტაბილურობის ხარისხის შეფასებას;

სახელმწიფო-ბიუროკრატიულ აპარატს;

- სახელმწიფო-საინვესტიციო პოლიტიკას;
- ფულადსაკრედიტო სისტემის მარეგულირებელ კანონმდებლობას;
- საინვესტიციო კანონმდებლობას;

ზოგად საინვესტიციო გარემოს;

სოციოკულტურული კვლევები ორგანიზაციების, კორპორაციების, კომპანიების საერთაშორისო ოპერირების დაგეგმვაში ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორთა კომპლექსია, რამდენადაც სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენლები ბაზრის განსხვავებული აღქმით, ქცევითა და ტრადიციებით ხასიათდებიან; სოციოკულტურული ანალიზისათვის მნიშვნელოვანია შემდეგი ასპექტები:

- ოპერირების ქვეყნის კულტურულ თავისებურებათა ანალიზი;
განსაზღვრული კულტურული სპეციფიკის მენეჯმენტში იმპლემენტაციის სტატეგია;
- პოტენციური კლიენტურის პრეფერენციებისა და ქცევის ანალიზი;
კულტურის თავისებურებებთან ადაპტაციის გეგმა;
ოპერირების ქვეყანაში მიღებული ვერბალური და ნონვერბალური კოდების დაუფლება;
- საერთაშორისო კომუნიკაციური კომპეტენცია;
ოპერირების ქვეყანაზე მორგებული მარკეტინგული სტრატეგიის განსაზღვრა და დამუშავება;

საინფორმაციო-ტექნოლოგიური გარემოს შესწავლა გულისხმობს ოპერირების ქვეყნის საინფორმაციო-ტექნოლოგიური პოტენციალის მაქსიმალურ შესწავლას, ათვისებას და გამოყენებას, მათ შორის:

საინფორმაციო ტექნოლოგიების ცვლილებების მუდმივ მონიტორინგს ოპერირების ქვეყანაში და ცვლილებების შესაბამის კორექტირებას მართვის სისტემებში;

ოპერირების ქვეყნის საინფორმაციო ქსელის მიმართ პოტენციური კლიენტურის პრეფერენციების შესწავლას;

7.9. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR)

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა (*Corporate Social Responsibility*) შედარებით ახალი და ძალიან სწრაფად მზარდი ტენდენციაა; იგი დასავლეთში ბიზნესფილოსოფიის ერთ-ერთი ფუნდამენტური კონცეფციაა, რომელიც ბიზნესის პასუხისმგებლობას გულისხმობს იმ ზეგავლენაზე, რომელსაც ორგანიზაციები საკუთარი საქმიანობით ახდენენ საზოგადოებასა და გარემოზე (Jonker et al. 2011). სოციალური პასუხისმგებლობა ბიზნესის მოდელში ინტეგრირებული კორპორაციული თვითრეგულაციის ფორმაა, ყოველი კონკრეტული ორგანიზაციის მიერ გამოხატული კეთილი ნება, იმოქმედოს მაღალი ეთიკური სტანდარტებით, გაითვალისწინოს საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის საჭიროებანი და დადებითი გავლენა იქონიოს ქვეყნის განვითარებაზე, საკუთარი რესურსებით, კანონმდებლობით განსაზღვრულ ფუნქციებს მიღმა, წვლილი შეიტანოს სოციალური, ეკონომიკური და ეკოლოგიური პრობლემების მოგვარებაში.

კორპორაციულ სოციალურ პასუხისმგებლობას დადებითი გავლენა აქვს არა მხოლოდ საზოგადოებაზე, არამედ თავად კორპორაციაზე, კერძოდ, იგი ხელს უწყობს:

მენეჯმენტის პროცესების გაუმჯობესებას;

თანამშრომელთა და მომხმარებელთა ლოიალურობის ზრდას;

ორგანიზაციის იმიჯის პოზიტიურ ფოკუსს;

საზოგადოებასთან ეფექტურ ურთიერთობას;

„კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის“ ცნება წინა საუკუნის 60-იან - 70-იან წლებში დამკვიდრდა და ძირითადად სამ კომპონენტს, - კომპანიას, მომხმარებელსა და დაინტერესებულ პირებს, ე. წ. „სტეიკჰოლდერებს“ (*Stakeholders*) აერთიანებს (**Freeman & Moutchnik 2013**).

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ადრეული განსაზღვრებები მითითადად ფილანტროპიულ და საქველმოქმედო საქმიანობებზე კონცენტრირდებოდა.

მსოფლიოში ერთ-ერთმა ყველაზე დიდმა ფილანტროპმა, შოტლანდიური წარმოშობის ამერიკელმა მულტიმილიონერმა **ენდრიუ კარნეიმ** საკუთარ ესეების კრებულში „აყვავების სახარება“ (1900) ქველმოქმედების დოქტრინა ჩამოაყალიბა (Nasaw 2007).



ენდრიუ კარნეი (1835 - 1919)

ენდრიუ კარნეის უპრეცედენტო მასშტაბის ქველმოქმედებით, - დაახლოებით 350 მილიონი დოლარი, - ქონების 90%, სხვადასხვა საქველმოქმედო ფონდსა თუ სოციალურ პროექტში იქნა მიმართული. კარნეის საქველმოქმედო ფონდების ნუსხა უაღრესად შთამბეჭდავია, მათგან უმნიშვნელოვანესია:

კარნეის ფონდი შოტლანდიის (ედინბურგის) უნივერსიტეტებისათვის;

კარნეის ინსტიტუტი პიტსბურგში;

კარნეის ინსტიტუტი ვაშინგტონში;

კარნეის გმირთა ფონდი;

კარნეის სწავლების განვითარების ფონდი ნიუ-იორკში;

მშვიდობის საერთაშორისო ფონდი;

კარნეის კორპორაცია ნიუ-იორკში;

XX საუკუნის პირველ ნახევარში ენდრიუ კარნეის საქველმოქმედო საქმიანობას ამერიკის უმდიდრესმა ოჯახებმა მიბაძეს. 1940 წლისთვის საკუთარი ფონდები 12

დინასტიას ჰქონდა, მათ შორის იყვნენ როკფელერები, ფორდები, რეინოლდსები, მელონები, მაკკორმიკები, დიუპონები ...

თანამედროვე ფილოსოფიით, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა არ გაიგება, როგორც კლასიკური ქველმოქმედება, - იგი ბიზნესის წარმოების ახალი მეთოდია, რომელიც სოციალური და ეკოლოგიური პრობლემების ჩართვასა და გათვალისწინებას გულისხმობს ბიზნეს სტრატეგიასა და ორგანიზაციის, კორპორაციის, კომპანიის საქმიანობის ყველა სფეროსა და კომპონენტში, რაც, თავის მხრივ, ნებისმიერი ბიზნეს გადაწყვეტილების მიღებისას თუ ბიზნეს ოპერაციის განხორციელებისას ბუნებრივ გარემოზე, საზოგადოებასა და სოციო-ეკონომიკურ სისტემებზე მოცემული გადაწყვეტილებისა თუ საქმიანობის შესაძლო ზეგავლენის გაცნობიერება და უარყოფითი გავლენის მინიმიზაციისა და დადებითი ეფექტის მაქსიმიზაციის მცდელობაა.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა მოიცავს:

- კორპორაციულ მართვას;

კორპორაციულ ეთიკას;

ადამიანის უფლებათა, შრომითი საქმიანობის უფლებათა დაცვას თანამშრომლების, მომწოდებლების და კლიენტურის მიმართ;

გარემოს დაცვას და მასზე უარყოფითი ზემოქმედების მაქსიმალურ შემცირებას;

საზოგადოებრივ საჭიროებებზე ზრუნვას;

უკანასკნელი წლების კვლევების მონაცემების მიხედვით კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა საზოგადოების წინაშე მხოლოდ მორალურ ვალდებულებათა შესრულება როდია, მას ცალსახად პოზიტიური გავლენა აქვს ორგანიზაციის, კომპანიის უშუალო საქმიანობაზეც არაერთი ფაქტორის გამო, კერძოდ:

ხელს უწყობს ორგანიზაციის, კომპანიის, კორპორაციის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას;

- ორგანიზაციის, კომპანიის, კორპორაციის იმიჯს;
- რისკების პრევენციასა და მართვას;
- ინვესტორთა დაინტერესებასა და მოზიდვას;
- ორგანიზაციული კლიმატის გაუმჯობესებას;
- თანამშრომელთა, მომწოდებელთა და კლიენტურის ურთიერთობებსა და ლოიალურობას;
- მულტინაციონალური კომპანიების გლობალური მოწოდების ჯაჭვში ჩაბმას;
- წარმოების პროცესის სოციალური და ეკოლოგიური პარამეტრების დახვეწას;
- ფინანსურ მაჩვენებელთა გაუმჯობესებას;

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტანდარტები უაღრესად მნიშვნელოვანია ინტერკულტურულ კონტექსტში, რამდენადაც საერთაშორისო ურთიერთობების ფორმატებში მას უფრო და უფრო დიდი მნიშვნელობა ენიჭება: გაფორმებულია და ფორმდება მრავალი მთავრობათშორისი ხელშეკრულება, რეგიონულ და საერთაშორისო დონეზე ხორციელდება სხვადასხვა მთავრობის კოოპერაციის პროექტები, შემუშავებული და იმპლემენტირებულია საერთაშორისოდ შეთანხმებული დირექტივები, რომელთა მთავარი ან ერთ-ერთი მთავარი მიზანი კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის, როგორც სტაბილური განვითარების მიზნების მიღწევის ეფექტური ინსტრუმენტის, განვითარებაა.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სოციო-ეკონომიკური კომპონენტი გულისხმობს:

- შრომითი საქმიანობის საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობას;
- საზოგადოების სოციოეკონომიკური პარამეტრების გაუმჯობესებას,

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის გარემოსდაცვითი კომპონენტი მოიცავს:

- გარემოს დამოუკიდებელი ტექნოლოგიების განვითარებასა და დანერგვას;
- ენერგოეფექტურობის ამაღლებას;
- განახლებადი ენერგიის გამოყენებას;
- ნარჩენების რეციკლირებას;

საინვესტიციო გადაწყვეტილებების მიღებისას საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტები დიდ ყურადღებას უთმობენ სოციალური პასუხისმგებლობის კრიტერიუმებსა და სტანდარტებს. აეროპის მდგრადი ინვესტირების ფორუმის" (<http://www.eurosif.org/>) (Eurosif) კვლევების მიხედვით, 2009 წლისთვის ევროპაში სოციალურად პასუხისმგებელი ინვესტირების პრინციპით მართული კაპიტალი 5 ტრილიონ ევროს უტოლდებოდა, 2010 წელს აშშ-ში კი - 3 ტრილიონ დოლარს. სოციალური პასუხისმგებლობისა და ინვესტირებისთვის სულ უფრო მზარდი ტენდენციები და ტენდენციები ლათინურ ამერიკასა და აზიაში.

სოციალური პასუხისმგებლობა უშუალო კავშირშია ბიზნესის ეთიკასთან. როგორც არამხოლოდ ქვეყნის სოციალურად საპასუხისმგებლო პრობლემატიკას, არამედ მმართველი (მართვის სუბიექტი) და მართული (მართვის ობიექტი) ქვესისტემების ქვეყნის ინვარტების ფართო სპექტრს მოიცავს. ბიზნესის ეთიკის ფოკუსშია მმართველი და მართული ქვესისტემების მიზნები და მათი მიღწევის საშუალებები; შესაბამისად თანამედროვე მენეჯმენტის პრიორიტეტებია:

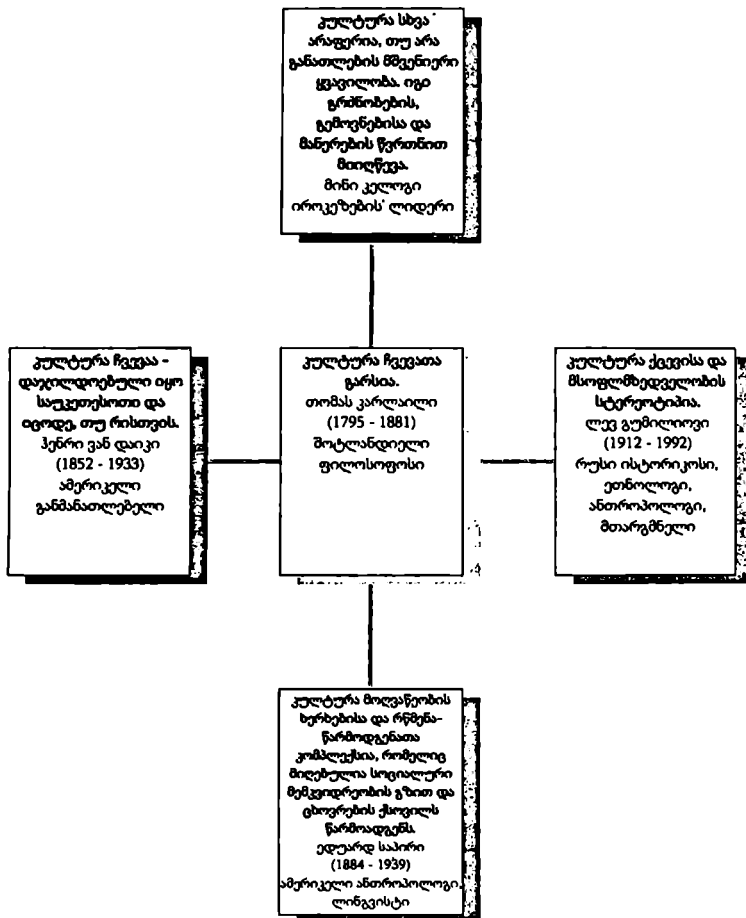
რენტაბელობა;

განვითარება;

ფართო ხედვა, - ორგანიზაციისა და სოციალური ინტერესების შესაბამისად საზოგადოებაში და მის ცალკეულ სეგმენტში ჩამოყალიბებული გონივრული მოლოდინებისა და საჭიროებათა დაკმაყოფილება;

8. კულტურა და საზოგადოება

8.1. კულტურის დეფინიციითა კალეიდოსკოპი



* იროკეზები - ინდიელთა ექვსი ტომის საერთო სახელწოდება, რომლებიც ჩრდილოეთ ამერიკაში ცხოვრობდნენ ევროპელთა კოლონიზაციამდე.



ედუარდ ბერნეტ ტაილორი (1832 - 1917), ბრიტანელი ანთროპოლოგი

ედუარდ ბერნეტ ტაილორი (Tylor 1920 [1871]:1):

კულტურა, - ცივილიზაცია, ფართო ეთნოგრაფიული აზრით, შედგება ცოდნის, რწმენა-წარმოდგენების, ხელოვნების, ზნეობის, კანონების, ზნე-ჩვეულებების და ზოგი სხვა უნარ-ჩვევისგან, რომელიც შეძენილია ადამიანის, როგორც საზოგადოების წევრის მიერ.



ალფრედ კრიობერი (1876 - 1960), ამერიკელი ანთროპოლოგი

ალფრედ კრიობერი (Kroeber & Kluckhohn 1952: 357):

კულტურა აღქმისა და რეაგირების სქემატიზებული და ეტალონური წესია, რომელიც იქმნება და გადაეცემა, უმთავრესად, სიმბოლოების მეშვეობით. კულტურის ბირთვს შეადგენს ტრადიციული (ისტორიულად შერჩეული და გადაცემული) იდეები და ამ იდეებთან დაკავშირებული ფასეულობები.



ნეილ სმელზერი (1930), ამერიკელი სოციოლოგი

ნეილ სმელზერი (Smelser 1962: 67):

კულტურა რწმენათა, ფასეულობათა და გამომსახველობით საშუალებათა ერთობლიობაა, რომელიც საერთოა რომელიმე ჯგუფისათვის და მის წევრთა გამოცდილების მოწესრიგებასა და ქცევის რეგულირებას ემსახურება.



კლაიდ კლაკჰონი (1905 - 1960), ამერიკელი ეთნოლოგი და სოციოლოგი

კლაიდ კლაკჰონი (Kroeber & Kluckhohn 1952 ibid.):

კულტურა არის:

- ❖ ხალხის ცხოვრების განზოგადებული წესი;
- ❖ სოციალური მემკვიდრეობა, რომელსაც ინდივიდი თავისი ჯგუფისაგან იღებს;
- ❖ ქცევის აბსტრაქცია;
- ❖ ადამიანთა ჯგუფის ქცევის ანთროპოლოგთა მიერ შექმნილი ვერსია; კოლექტიური ცოდნის საგანძური;
- ❖ შესწავლადი ქცევა;
- ❖ გარემოსა და სხვა ადამიანებთან შეგუების ხერხთა ერთობლიობა;
- ❖ ნაღეჭი, რომელსაც ისტორია ტოვებს;
- ❖ მატრიცა;

კულტურა კომპლექსური, მრავალდონიანი პოლისემიური ცნებაა, შესაბამისად რთული და მრავალფეროვანი ფენომენი. კულტურის ცნების გაგების, აღქმის, შემეცნების, ინტერპრეტაციის, დატვირთვის, იდენტიფიკაციის ძალიან განსხვავებული

კონცეფციები თუ ხედვებია, - სწორედ აღნიშნულის დემონსტრირებას ემსახურება კულტურის განსაზღვრების სიმრავლიდან (კულტუროლოგიაში კულტურის ცნების ასეულობით დეფინიცია) ციტატების ფრაგმენტაცია.

კულტურის ფენომენი სხვადასხვა რაკურსში განიხილება, როგორც:

სოციალური ინსტიტუტი;

საზოგადოების მარეგულირებელ ნორმათა სისტემა;

სოციალური გამოცდილების გადაცემის მექანიზმი;

- ინდივიდის განვითარების დონის მახასიათებელი;

თვითდეტერმინაციის საშუალება;

ინდივიდისა და საზოგადოების ფორმათა ერთობლიობა, რომელიც ინდივიდის სოციალიზაციისა და საზოგადოების ჰუმანიზაციის ხარისხს განსაზღვრავს;

ინდივიდისა და ჯგუფის ცხოვრების სტილი, რომელიც გენერაციებს (თაობებს) კომუნიკაციის პროცესში გადაეცემა;

კულტურის ცნების პოლისემიურობის მიუხედავად, თანამედროვე კრიტიკაში დამკვიდრდა მისი **სინთეზური ინტერპრეტაცია**, რომლის მიხედვით კულტურა არამხოლოდ ინდივიდის, ჯგუფის, ორგანიზაციის, ეპოქის ცხოვრების წესი, ინტელექტუალური და მემოქმედებითი აქტივობები, პრაქტიკა ან ფრაგმენტაციებია, არამედ ინტელექტუალური, სულიერი და ესთეტიკური ევოლუციის ზოგადი პროცესი.

თითოეული კულტურა განუმეორებელი სამყაროა, საკუთარი კულტურისაგან განსხვავებული კულტურის წარმომადგენლებთან დიალოგი კი თანამედროვე ცნობიერების ორგანული ფუნქცია.

8.2 კულტურის არსი

კულტურის როლი ინდივიდისა და საზოგადოების ცხოვრებაში უმნიშვნელოვანესია, რამდენადაც იგი განსაზღვრავს:

- ორგანიზებას;
- სოციალიზაციას;
- ქცევების რეგულირებას;

კულტურული ღირებულებები ადამიანების გამოცდილებისა და ქცევის გარკვეულ სახეობათა შერჩევის საფუძველზე ყალიბდება, ყოველი საზოგადოება თავად ირჩევს კულტურულ ფორმებს. ყველა კულტურული თავისებურება მოცემული საზოგადოების ისტორიით არის პირობადებული და მოვლენათა უნიკალური განვითარებით ფორმირდება. თითოეული კულტურის სრულყოფილი გაგება და აღქმა მხოლოდ მოცემული კონკრეტული კულტურის კონტექსტშია შესაძლებელი, - ღირებულებები, რიტუალები, ტრადიციები და სხვა ეთნოკულტურული სპეციფიკაციები ერთიან კონტექსტში იძენენ განსაკუთრებულ დატვირთვას, შესაბამისად მათი სათანადო ანალიზი კომპლექსურ, სისტემურ მიდგომას მოითხოვს; მაგ., 4 ივლისის, - აშშ-ის დამოუკიდებლობის დღის მნიშვნელობა სრულყოფილად მოცემული დღესასწაულისა და აშშ-ის კულტურის ურთიერთკავშირში იკითხება, ანალოგიურად 3 ოქტომბრის, - ერთიანობის დღის აღნიშვნა გერმანელთათვის მათი უახლესი ისტორიული-კულტურული რეალიებით არის პირობადებული და ა.შ.

კულტურა არა მხოლოდ ამტკიცებს ადამიანთა შორის სოლიდარობას, არამედ კონფლიქტის მიზეზიც ხდება, რაც ნათლად ჩანს ენის, - უმთავარესი კულტურული მდგენელის სპეციფიკური გამოყენების მაგალითებით; ერთი მხრივ, ურთიერთობის, კომუნიკაციის შესაძლებლობა ხელს უწყობს სოციალური ჯგუფის წევრთა სიმტკიცეს, რამდენადაც ენის ერთობა ენის მატარებლებს აერთიანებს, მეორე მხრივ, საერთო ენის ფარგლებში გამოიყოფა კონკრეტული ენის გამოყენების განსხვავებული ვარიანტები, - ინვარიანტები, სხვადასხვა იდიოლექტი და სოციოლექტი. ცნობილია, რომ დიდ ბრიტანეთში სხვადასხვა სოციალური კლასის წარმომადგენლის სოციოლექტი

ერთმანეთისაგან ფრიად განსხვავებულია, კიდევ უფრო მეტად საგრძნობია ინგლისური ენის ინვარიანტების მრავალფეროვნება ამერიკის შეერთებულ შტატებში, რასაც მისი ზოგადკულტურული კონტექსტი განაპირობებს.

ლინგვისტურ-კოგნიტიური ანთროპოლოგიისა და ინტერკულტურული კვლევების ერთ-ერთი ავტორიტეტული წარმომადგენლის, ამერიკელი ანთროპოლოგის უორდ გუდენაუს სისტემატიკის მიხედვით კულტურის რელევანტური კომპონენტებია (Goodenough 1957: 167-173; 2003: 1-12):

ცნებები (კონცეპტები): სამყაროს ენობრივი დანაწევრებისა და აღქმის, გამოცდილების ორგანიზების საფუძველი; მოცემული კონკრეტული ენის ლექსიკურ-სემანტიკური ფონდი ინდივიდის მიერ საკუთარი გამოცდილების შერჩევისა და ორგანიზაციის საფუძველზე გარემოცველ სამყაროს აღქმასა და ორიენტაციაში ეხმარება;

მიმართებები: კულტურები არამხოლოდ ცნებათა დატვირთულობით, მნიშვნელობებით განსხვავდება, არამედ მათი მიზეზ-შედეგობრივი ინდიკაციებითა და იმპლიკაციებით; ყოველ კულტურაში რეალურ სამყაროსა და ტრანსცენდენტურ, ზებუნებრივ სფეროს ცნებებს შორის ურთიერთმიმართებებზე გარკვეული წარმოდგენები და ასოციაციები ყალიბდება, მაგ., ქრისტიანულ კოსმოლოგიაში სამყარო ღვთის მიერ არის შექმნილი, შესაბამისად ღმერთისა და ადამიანთა ურთიერთ-მიმართებებზე არაერთი პოსტულატი არსებობს;

ღირებულებები: საყოველთაოდ მიღებული და აღიარებული შეხედულებები ადამიანთა მისწრაფებების, მიზნის ან მიზნების შესახებ; ზნეობრივი პრინციპების საფუძვლები; განსხვავებული კულტურები სხვადასხვა ღირებულებას აქცევს პრიორიტეტად, მაგ., ქრისტიანულ მორალში ათი მცნება. ყოველი საზოგადოება საკუთარ ღირებულებათა სისტემას ქმნის, სხვადასხვა ღირებულებას ანიჭებს უპირატესობას და განსაზღვრავს, რა არის მისთვის მეტად ღირებული და რა ნაკლებად, მაგ., თავგანწირვა, ასკეტიზმი, თავისუფლება და სხვ.

წესები / ნორმები: წესები / ნორმები გარკვეული კულტურის ღირებულებათა სისტემის ჩარჩოებში კულტურის მატარებელთა, საზოგადოების წევრთა ქცევებს არეგულირებს.

მითითებული კომპონენტები ერთმანეთთან ურთიერთკავშირში ქმნის ზოგად კულტურულ კონტექსტს. ღირებულებები, თავის მხრივ, ქმნის ადამიანთა შორის ურთიერთობის, კომუნიკაციის ნორმებსა და სტანდარტებს; მაგ., ანომამეს ტომის ინდიელები (სამხრეთ ვენესუელა, ჩრდილოეთ ბრაზილია) საკუთარ წარმოშობას მთვარის სულის სისხლს უკავშირებენ, მათთვის სიმკაცრე ფუნდამენტური ღირებულებაა; ანომამეს კულტურის ღირებულებების მიხედვით მამაკაცი მეომარი და მკაცრი უნდა იყოს; მამაკაცის მიერ საკუთარი ღირსების დაცვის მოლოდინი მოცემული ღირებულების შესაბამისი ნორმაა.

იდეოლოგია (ბერძ. *ιδεολογία* „სწავლება იდეების შესახებ“) ადამიანების გარკვეულ ჯგუფში მიღებულ ნორმად აღიარებული იდეების, შეხედულებათა და დებულებათა ერთობლიობაა. ამერიკელთათვის დამახასიათებელი ერთ-ერთი მთავარი იდეოლოგიური მრწამსი თანაბარი შესაძლებლობების პრინციპის აღიარებაა.

ერთი კულტურის სხვადასხვა მოდელის ფორმირება ერთიანი პრინციპების საფუძველზე მიმდინარეობს, მაგ., ფეოდალური საზოგადოების ზოგადი პრინციპია იერარქიაზე დაფუძნებული წესრიგი.

8.3. ანომია vs. დევიაცია vs. კულტურული ფაზების შუალედები

XIX საუკუნის 90-იან წლებში ფრანგმა სოციოლოგმა, ფილოსოფოსმა და ეთნოლოგმა **ემილ დიურკემმა** შემოიღო ცნება „**ანომია**“ (ბერძნული კომპოზიტი α „უ-, გარეშე“ $\nu\omicron\mu\omicron\varsigma$ „წესრიგი, კანონი“, პირველად გამოიყენა ნაშრომში *Le suicide* „სუიციდი“ 1897), რომელიც ნათლად ფორმულირებული სოციალური ნორმების არარსებობის გამო კულტურის რღვევას გულისხმობს.



ემილ დიურკემი
(1858 - 1917)



რობერტ მერტონი
(1910 - 2003)



უილიამ ფილდინგ ოგბორნი
(1886 - 1959)

ტერმინი „დევიაცია“ (ლათ. *deviatio* „გადახრა“) კი საზოგადოებაში აღიარებული ნორმების საწინააღმდეგო ქცევის აღმნიშვნელია. ამერიკელი სოციოლოგის, რობერტ მერტონის განმარტებით, დევიაცია, დევიანტური ქცევა, სიტუაციითა და კონტექსტით არის განსაზღვრული, მაგ., მკვლელობა დევიანტურია მშვიდობიან სივრცეში, მაშინ როცა საბრძოლო მოქმედებების სიტუაციებში, - ომის კონტექსტში, - ჩვეულებრივი და გარკვეულად კანონზომიერია (Merton 1968: 283-313).

ქცევის დევიანტურობა დამოკიდებულია საზოგადოებაში, კულტურაში დამკვიდრებულ ნორმებზე. დევიაციის პრობლემატიკა თანამედროვე საზოგადოებისთვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი გამოწვევაა.

განსაკუთრებულია მედიის როლი დევიანტურობის განსაზღვრების ფორმირებასა და ევოლუციაში, რამდენადაც, ერთი მხრივ, მედია, მორალური პრინციპებიდან გამომდინარე, ემოჯენტა დევიაციას, მეორე მხრივ კი, დაინტერესებულია დევიანტური ქცევით, - როგორც მაღალი საინფორმაციო ღირებულების მატარებლით, რომელიც მიმღები აუდიტორიის მყისიერ ყურადღებას იპყრობს.

კულტურული ფაზების შუალედების (*cultural lag / kulturelle Verschiebung*) თეორიის ავტორის, ამერიკელი სოციოლოგის, უილიამ ფილდინგ ოგბორნის (Ogburn 1922) მიხედვით, ე. წ. კულტურული ფაზების შუალედების გაჩენის წინაპირობას თანამედროვე ინდუსტრიულ საზოგადოებებსა და კულტურებში ტექნიკური პროგრესის, - აღმოჩენების, მიგნებების, მეთოდების, ტექნოლოგიების, ინოვაციების - არა-მატერიალური კულტურის, - ინსტიტუციების, ფასეულობების, ნორმების, ორგანიზაციების, მრწამსის, ადათ-წესების, ფილოსოფიური სისტემების, მმართველობის კა-

ნონებისა და ფორმების, - ტრანსფორმაციის წინსწრება ქმნის. მატერიალური და არა-მატერიალური კულტურის განვითარების შეუსაბამობა საზოგადოებაში მრავალი სახის პრობლემის მიზეზი ხდება. - მატერიალური და არამატერიალური კულტურის განვითარების ასიმეტრია სოციალურ სოციალური სტრუქტურის ცვლილებასა და კონფლიქტებს იწვევს, მაგ., ერთი მხრივ, ატომური შეიარაღება, როგორც დამოუკიდებელი ცვლადი, მეორე მხრივ კი, მშვიდობიანი მოსახლეობის დაცვა, როგორც დამოკიდებული, ადაპტური ცვლადი კულტურული ფაზების შუალედების კონტექსტში განიხილება.

8.4. კულტურათა ურთიერთგავლენა: დიფუზია. კულტურული კონფლიქტი. ასიმილაცია. აკულტურაცია. კულტურული ცვლილება. კულტურული შოკი

კულტურათა ურთიერთქმედება ხანგრძლივი და კომპლექსური პროცესია, რომელშიც გადაწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება გარე იმპულსების გავლენით პირობადებულ ფასეულობათა, ინდიკატორთა, მახასიათებელთა, კულტურული აქტივობების ფორმათა ცვლილებასა და ახალი ორიენტირების ჩამოყალიბებას.

კულტურათა ურთიერთქმედების პროცესში რამდენიმე დონე დიფერენცირდება:

ეთნიკური დონე: ურთიერთობა ეთნოსებს, ისტორიულ-ეთნოგრაფიულ, ეთნოკონფესიურ და სხვა ჯგუფებს შორის;

ეროვნული დონე;

ცივილიზაციური დონე;

განასხვავებენ **დონორ** (გამცემი) და **რეციპიენტ** (მიმღებ) კულტურებს. ურთიერთქმედების პროცესში, შესაძლოა დონორისა და რეციპიენტის როლები კულტურებს შორის შეიცვალოს. ყოველ კულტურაში დაცვითი მექანიზმების სისტემებია, რომლებიც მას სხვა კულტურათა განსაკუთრებით ინტენსიური ზემოქმედებისაგან იფარავს.

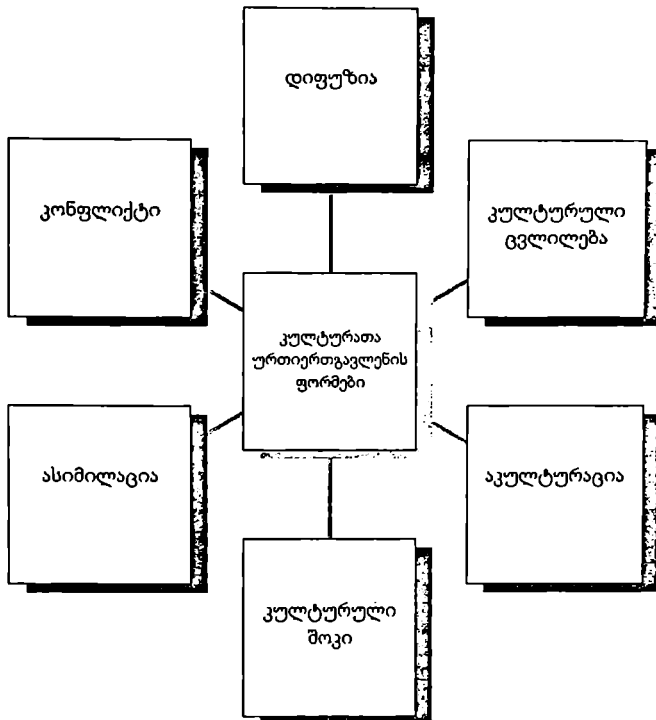
ინტერკულტურული ურთიერთობის სამი ტიპი არსებობს:

კონფრონტაცია;

- სიმბიოზი;

სინთეზი;

კულტურათა ურთიერთგავლენის ფორმები:



დიფუზია საზოგადოების ორი ან მეტი კულტურული მახასიათებლის სივრცეში გავრცელება და სხვა საზოგადოებაში შეღწევა; იგი კულტურის მოძრაობა-გავრცელების განსაკუთრებული ფორმაა და არ გულისხმობს მიგრაციულ პროცესებს. კულტურული დიფუზიის კონცეფციის რადიკალურ ავტორთა მიერ კაცობრიობის მთელი ისტორია კულტურული დიფუზიის პროცესად აღიქმება. კულტურული დიფუ-

ზია შესაძლოა მიმდინარეობდეს არა მხოლოდ სხვადასხვა კულტურებს, არამედ ჯგუფებსა და კლასებს შორისაც, შესაბამისად დიფერენცირდება ორი მიმართულება:

- დიფუზია ეთნოსებს, გარკვეული სტატუსის ინდივიდების ჯგუფებს შორის;
- სტრატიფიკატორული დიფუზია, - კულტურული ელემენტების ვერტიკალური გავრცელება არათანაბარი სტატუსის სუბიექტებს შორის;

კულტურათა ურთიერთგავლენა სპონტანური და ავტომატურია ორი განსხვავებული ეთნოსის შეხების არეალში. ურთიერთგავლენის პროცესი განსაკუთრებული ინტენსივობით მიმდინარეობს XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან, რაც შემდეგი ფაქტორებით არის განპირობებული:

ახალი ტექნოლოგიების განვითარება: უსწრაფესი, მაღალეფექტური ტექნოლოგიები არამხოლოდ კულტურული ფასეულობების მედიუმია, გამტარ-გამავრცელებელია, არამედ მათი დამოუკიდებელი მატარებელიცაა, ტექნოლოგიები თავად გახდა კულტურის ელემენტი;

მასობრივი კულტურის პოპულარობა და მოთხოვნადობა: კულტურა, უპირატესად კი მასობრივი კულტურა, იქცა პროდუქტად, რომლის უდიდესი ნაწილის ფორმირება-გავრცელება საბაზრო ურთიერთობების კანონებით რეგულირდება.

ახალი ტექნოლოგიების ტრანსფერი კულტურული სტერეოტიპების გავლენით მოიცავს მსოფლიო კულტურების უნიფიცირების ტენდენციებსა და მათ ტრანსფორმაციებს აქტუალური ტრენდების შესაბამისად.

კულტურული კონფლიქტი პირდაპირ კორელაციაშია ტოლერანტობის, გახსნილობის, ღიაობის და სხვა კულტურათა მიმართ ინტერესის პრობლემემატიკასთან. კონფლიქტის სუბიექტების სპექტრი ფრიად მრავალფეროვანია და კონფლიქტის მხარეებად შესაძლოა გულისხმობდეს:

ცალკეულ პიროვნებებს;

ჯგუფებს;

- პიროვნებებსა და ჯგუფებს;

პიროვნებასა და საზოგადოებას;

- ჯგუფსა და საზოგადოებას;

სხვადასხვა ერთობასა და კოალიციას;

კულტურული კონფლიქტის სუბიექტების მსგავსად ასევე ფართოა კონფლიქტის წარმოქმნის ფაქტორთა ჩამონათვალიც, - კონფლიქტის ჩასახვის, აღმოცენებისა და განვითარების მიზეზი შესაძლოა იყოს სხვადასხვა ტიპის განსხვავება ან განსხვავებულიობა, მათ შორის:

ფასეულობათა;

ნორმატივების;

ორიენტაციის;

მსოფლმხედველობის;

აღმსარებლობის (კონფესიის);

- პოზიციათა შეუთავსებლობის;

განსხვავებული სოციალური გამოცდილების და სხვ.

ნებისმიერი კონფლიქტის უნივერსალური მახასიათებლებია:

დინამიკურობა;

უნიკალურობა;

კონფლიქტის გადაჭრის პროცესი მოიცავს გარკვეულ სტადიებს:

კონფლიქტის ანალიზს: კონფლიქტის გამომწვევი გარემოების ან გარემოებების არსში წვდომას;

კონფლიქტის გადაჭრის სტრატეგიის განსაზღვრას;

- კონფლიქტის რეგულირების ტაქტიკის დაგეგმვას;
 - ბარიერების, წინააღმდეგობების დაძლევა;
 - მოლაპარაკების ხელოვნებას;
 - კონფლიქტის მხარეთა შორის ახალი კონტაქტების დამყარებას;
- კომპრომისის ხელოვნებას;

კონფლიქტის ალტერნატიული გამოსავალი შესაძლოა აგრეთვე იყოს კონფლიქტის მოგვარების სამომავლოდ გადადება, მისი იგნორირება ან ბრძოლა საბოლოო გამარჯვებამდე.

ასიმილაცია კულტურათა ურთიერთქმედების ტიპია, რომელიც ერთ-ერთი კულტურის თვითმყოფადობის დაკარგვასა და მისი მეორე კულტურის მიერ სრულ ან ნაწილობრივ შთანთქმას გულისხმობს. კულტურული ასიმილაციის პროცესის მიმდინარეობა შესაძლოა იყოს ბუნებრივი ან ძალადობრივი. ჩიკაგოს სოციოლოგიური სკოლის წარმომადგენლები, ამერიკელი და კანადელი სოციოლოგები, **რობერტ პარკი** და **ერნსტ ბერგესი** ასიმილაციას განსაზღვრავენ, როგორც ურთიერთშეღწევისა და შეხვედრის პროცესს, რომელშიც ინდივიდები ან ჯგუფები იძენენ სხვა ინდივიდების ისტორიულ მემკვიდრეობას (Park & Burgess 1969).



რობერტ პარკი
(1864 - 1944)



ერნსტ ბერგესი
(1886 - 1966)



მილტონ გორდონი
(1918)

ასიმილაციის სხვადასხვა ხარისხისა თუ სტადიის დიფერენციაცია ეკუთვნის ამერიკელ სოციოლოგს, **მილტონ გორდონს** (Gordon 1964). გორდონისეული კლასიფიკაცია ასიმილაციის შვიდ სხვადასხვა ხარისხს / სტადიას მოიცავს, რომელიც თანამედროვე კვლევებში ორ ძირითად ტიპად არის სუბსუმირებული:

კულტურული ასიმილაცია;

სტრუქტურული ასიმილაცია;

სრული ასიმილაცია ძალზე იშვიათია, როგორც წესი, უმცირესობის კულტურა სხვადასხვა ხარისხით ტრანსფორმირდება დომინანტი ეთნიკური ჯგუფის კულტურის ზეგავლენის საფუძველზე; ასიმილაციის კონტექსტში ასევე არ არის გამორიცხული თავად უმცირესობის კულტურის ძლიერი უკუგავლენებიც, - შესაბამისად ცალმხრივი ასიმილაციის პროცესში უმცირესობის კულტურა ტრანსფორმირდება დომინანტი კულტურის ზეგავლენით, კულტურათა შერევის პროცესში კი - დომინანტი და დაქვემდებარებული ჯგუფების ელემენტების აღრევა წარმოშობს ახალ კომბინაციებს და დასაბამს აძლევს ახალი კულტურის ჩამოყალიბებას.

აკულტურაცია ასიმილაციისა და ეთნიკური პროცესების ერთ-ერთი ფორმა, სუბტიპია. ტერმინი გამოიყენება ეთნოგრაფიასა და კულტუროლოგიაში; იგი აღნიშნავს კულტურათა ურთიერთგავლენებს, რის საფუძველზეც ერთი კულტურა სრულად ან ნაწილობრივ ითვისებს მეორე, როგორც წესი, მეტად განვითარებულ კულტურას. აკულტურაცია ასევე გულისხმობს კულტურის თაობიდან თაობაზე გადაცემას, თუმცა ამგვარ კონტექსტში **ენკულტურაციისა და სოციალიზაციის** ცნებები უფრო გამოყენებადია.

აკულტურაცია შეეხება ინდივიდის / საზოგადოების აზროვნების, ცნობიერების, შეგრძნებების, გაზიარებული ღირებულებებისა და მოქმედებების ყალიბებს. **აკულტურაციის პროცესში კომუნიკაცია და მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები გადამწყვეტ ფაქტორებად მიიჩნევა**, - ინტეგრაციული კომუნიკაციისა და კროსკულტურული თეორიის ავტორის, ინტერკულტურული კვლევების საერთაშორისო აკადემიის პრეზიდენტის, პროფესორ **იანგ ოუნ კიმის** თანახმად (Kim 1997: 404-417), **მასმედია** ინფორმაციის ერთობ სასარგებლო წყარო იქნება მათთვის, ვინც ახალ კულტურასთან აკლიმატიზაციას ცდილობს, რამდენადაც მედიაშეტყობინებები თავის თავში მოიცავენ შეხედულებებს მსოფლიოს შესახებ, მითებს, რწმენას, ღირებულებებს, კულტურის ნორმებს. ინდივიდის აკულტურაციას **ტრანსკულტურაციასაც** უწო-

დებენ. ტრანსკულტურაციის ტემპი სხვადასხვაგვარია და დამოკიდებულია მიმღები ინდივიდის ინტერესსა და მოტივაციაზე.



იანგ ოუნ კიმი

კულტურული ცვლილება, - საზოგადოების კულტურული ნიმუშების მუდმივი ცვლილების პროცესი, - განსაზღვრულ კონტექსტსა და გარკვეულ პირობებში მიმდინარეობს; ამასთან ცვლილებების ტიპი და ტემპი განსხვავებულია ყოველ კონკრეტულ მოცემულობაში. კულტურული ცვლილებების გამომწვევი, მაპროვოცირებელი ფაქტორი არაერთგვაროვანია; ფაქტორთა მრავალფეროვანი სპექტრიდან კულტურულ ცვლილებებზე ზეგავლენა შესაძლოა იქონიოს:

- დემოგრაფიულმა ცვლილებებმა;
- სოციალურ-სტრუქტურულმა ცვლილებებმა;

ეკონომიკურმა ფაქტორებმა;

რელიგიურმა ფაქტორებმა;

- შინაგანი კულტურის დინამიკამ;

სხვა კულტურებთან კონტაქტმა;

ბრიტანელი ანთროპოლოგი ალფრედ რედკლიფ-ბრაუნი ყურადღებას ამახვილებს, ერთი მხრივ, სოციოკულტურულ მთლიანობათა დამახასიათებელ ტენდენციებზე, კეროდ, შინაგანი წონასწორობის შენარჩუნებაზე, მეორე მხრივ კი, ცვლილებათა გარდაუვალობაზე, რომელიც, თავის მხრივ, უკუენტროლო სოციალური და ბუნებრივი ფაქტორების ზეგავლენით დარღვეული წონასწორობის აღდგენას უზრუნველყოფს.



ალფრედ რედელიფ-ბრაუნი
(1881 - 1955)



კლოდ ლევი-სტროსი
(1908 - 2009)



რომან იაკობსონი
(1896- 1982)

ფრანგი ფილოსოფოსის, ეთნოლოგისა და სოციოლოგის, XX საუკუნის ერთ-ერთი უდიდესი ინტელექტუალის, სტრუქტურალისტური ანთროპოლოგიის ფუძემდებლის, კლოდ ლევი-სტროსის კონცეფციის ჩამოყალიბებაში ძალიან დიდი როლი სტრუქტურალისტური ლინგვისტიკის ფუძემდებლის, ენათმეცნიერ ფერდინანდ დე სოსიურის (2.) გავლენა. სოსიურის თეორიის მიხედვით, მეტყველების ინდივიდუალური აქტის მიღმა ენა და მისი განმსაზღვრელი სტრუქტურული ნიშნუშვებია (გრამატიკა). ლევი-სტროსმა სტრუქტურალისტური მეთოდი ადამიანის გონების ფუნდამენტური მენტალური სტრუქტურების კვლევის სფეროში გამოიყენა: მეტყველების პროცესში მშობლიური ენის გრამატიკული სტრუქტურების გავლენიერებლობის მსგავსად არც სოციალური სტრუქტურების გავლენიერება ხდება ყოველდღიურობაში. სტროსის თანახმად, სტრუქტურები, რომლებიც საზოგადოების „სიღრმისეულ გრამატიკას“ აყალიბებენ, გონებაში წარმოიშობა და არაგნობიერად მოქმედებს (Lévi-Strauss 1958 / 1967). პრალის სტრუქტურალისტური ლინგვისტიკის სკოლისა და რომან იაკობსონის ბინარული ოპოზიციების თეორია ლევი-სტროსმა გონების უნივერსალური სტრუქტურების კვლევებში გადაიტანა; მისი თვალსაზრისით, ოპოზიციები სოციალური სტრუქტურებისა და კულტურის საფუძველია. კულტურა, ლევი-სტროსის თანახმად, დიალექტიკური პროცესია თუზა - ანტითუზა - სინთუზი. ბინარული ოპოზიციის ძირითად წყვილს „ხუნება vs. კულტურა“ წარმოადგენს. ლევი-სტროსის კონცეფციით სტრუქტურები უნივერსალურია, შინაარსის სპეციფიკურობა კი - კულტურით განსაზღვრული. კულტურას, როგორც ადამიანური ყოფიერების უნივერსალურ ატრიბუტს, სხვადასხვა საზოგადოებაში დაახლოებით ერთნაირი ნიშნები აქვს. ცნობიერება, ლევი-სტროსის მიხედვით, არსებობს მხოლოდ ადამიანის

სულის უამრავი არაცნობიერი სტრუქტურის გადაკვეთაზე, რომელთაგან თითოეული სოციალური რეალობის გარკვეულ დონეს შეესაბამება. არაცნობიერი სტრუქტურებისადმი განსაკუთრებულმა ინტერესმა განსაზღვრა კიდევ მისი ანალიზის ობიექტთა სელექციაც. - რიტუალები, ნიღბები, როგორც ნიშანთა თავისებური სისტემები, უპირველესად კი, **მითები** (ლევ-სტროსი მითების სტრუქტურული ტიპოლოგიის ფუძემდებლად ითვლება), - როგორც კოლექტიური ცნობიერების არსი.

ლევ-სტროსი განასხვავებს ე.წ. **„ცხელ“** და **„ცივ“** კულტურებს (Lévi-Strauss 1962/1968), რომელთაგან პირველი სწრაფად ცვალებადია, მოიხმარს მაქსიმალურ ენერგიას და ინფორმაციას, მეორე კი ტრადიციული კულტურული ნიმუშების მდგრადობის მაღალი ხარისხით ხასიათდება. „ცივ“ საზოგადოებაში შენარჩუნებულია თავდაპირველი კავშირი ადამიანის გარემომცველ სინამდვილესა და მისი ცნობიერების სიმბოლოებს შორის; სწორედ „ცივი“ საზოგადოების არსებობა აძლევს საშუალებას თანამედროვე ადამიანს, შეიმეცნოს არაცნობიერ სფეროში განდევნილი საკუთარი გონების სტრუქტურა.

ევროპული შემეცნების ისტორიის კვლევაში სტრუქტურალისტურ მეთოდიკას ეყრდნობა **მიშელ ფუკო**, რომელიც **სამ ეპისტემას** (ცოდნის საერთო სივრცე, „სიტყვებსა“ და „საგნებს“ შორის ურთიერთდამოკიდებულებათა სისტემა, რომელზეც დაფუძნებულია სხვადასხვა ეპოქისათვის დამახასიათებელი აღქმის, შემეცნების, პრაქტიკის კოდები, ცალკეული იდეები თუ კონცეფციები) გამოყოფს (Foucault 1966/1971), რომელთა თავისებურება სხვადასხვა ეპოქის, - აღორძინების, კლასიკური რაციონალიზმისა და თანამედროვეობის აზროვნების სახის განმსაზღვრელია. **აღორძინების ეპისტემაში** „სიტყვები“ და „საგნები“ მსგავსია, **კლასიკური რაციონალიზმის** ეპოქაში ისინი გაშუალებულია აზრობრივი წარმოდგენებით, თანამედროვე ეპოქაში კი სიტყვა იქცა მხოლოდ ნიშნად სხვა ნიშანთა სისტემებში, რამდენადაც სიტყვებსა და საგნებს შორის მრავალი სხვა ნიშანთა სისტემებია იმპლიცირებული. ეპისტემის ცვლილება მთელი შემეცნებითი საქმიანობისა და სამყაროში ადამიანის ადგილის ცვლილებას ნიშნავს. კულტურის სტრუქტურულ ცვლილებათა წვდომისათვის, ფუკოს აზრით, განსაკუთრებით საინტერესოა ეპისტემათა შორის განხეთქილებანი.

კულტურულ ცვლილებათა პროცესებს ამერიკელი ანთროპოლოგი, კულტურული რელატივიზმის თეორიის ფუძემდებელი **მელვილ ჰერსკოვიცი** კულტურული ფოკუსის კონცეფციით ხსნის (Herskovits 1949). ყოველ კულტურას, ჰერსკოვიცის აზრით, უნიკალური, მყარი ტრადიციით განსაზღვრული მოდელი აქვს, რომელიც ყველა ხალხისთვის დამახასიათებელი ფასეულობათა სპეციფიკური სისტემით ვლინდება. კულტურული ფოკუსის კონცეფციის თანახმად, ყოველი კულტურა შედგება, ერთი მხრივ, ელემენტებისაგან, რომლებიც უკრიტიკოდ მიიღება, მეორე მხრივ, კი, რაციონალურ საფუძველზე შეთვისებული ელემენტებისგან, რომლებიც საზოგადოების განსაკუთრებული ყურადღების, მსჯელობისა და კამათის საგანია; სწორედ ეს უკანასკნელნი ქმნიან კულტურულ ფოკუსს და ადვილად ექვემდებარებიან ცვლილებებს, დასავლური, განსაკუთრებით ამერიკულ კულტურისთვის ამგვარი ფოკუსია, მაგ., ტექნოლოგიების განვითარება, შუა საუკუნეების ევროპისათვის - რელიგიური იდეოლოგიის ბატონობა და სხვ.



მელვილ ჰერსკოვიცი (1895 - 1963)

კულტურული შოკი არის სიტუაცია, როდესაც ერთმანეთს უპირისპირდება ინდივიდისათვის ჩვეული და უცხო კულტურების ფასეულობები, ნორმები, ენა და ყოველდღიური ყოფიერება. კულტურული შოკის ფენომენით პირველად 1951 წელს ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორი, კულტურის ანთროპოლოგიისა და ინტერკულტურული კომუნიკაციების ერთ-ერთი საკვანძო მკვლევარი, **კორა ალის დუბოისი** დაინტერესდა; მოგვიანებით კი კულტურული შოკის ცნება რენომირებულმა ანთროპოლოგმა **კალერვო ობერგმა** განავითარა და კულტურული შოკის სხვადასხვა სტადიის / ფაზის კლასიფიკაცია წარმოადგინა (Oberg 1960: 177-182).



კორა ალის დუმბოსი
(1903 - 1991)



კალერგო გობერგი
(1901 - 1973)

შოკური რეაქციის სიმძლიერე განისაზღვრება კულტურათა შორის განსხვავებების ხარისხით. კულტურულ შოკს მეტ-ნაკლები ხარისხით განიცდის ყველა, ვინც პირველად ხვდება უცხო კულტურულ გარემოში, ან ინტენსიური კულტურული დიფუზიის შედეგად თავს იჩენს კონფრონტაცია ძველ და ახალ ფასეულობებს, ნორმებსა და ქცევის მოდელებს შორის. კულტურული შოკის დამძლევის შესაძლებლობებია:

- გეოგრაფია: დამხვედური კულტურის ფარგლებში იზოლირებული ან-კლავების, - გეტოების ჩამოყალიბება საკუთარი ტრადიციებისა და ქცევის მოდელების შენარჩუნების მიზნით (მაგ., ჩინური უბნები / China Town);
- ასიმილაცია: ახალი კულტურის ფასეულობების, ნორმების, ქცევის მოდელების შეთვისება;
- ურთიერთქმედება: ახალი და ძველი კულტურული ელემენტების გაერთიანების მცდელობა, ორივე კულტურული ელემენტის შეთავსება, კულტურათა კომუნიკაციის მოწესრიგება;

კოლონიზაცია: საკუთარი ქცევის მოდელების დანერგვა.

კულტურული შოკი ხელს უწყობს კულტურათა ურთიერთქმედებასა და გამდიდრებას, ტრადიციულ კულტურაში სხვა კულტურულ ელემენტთა ინტეგრაციას, კულტურათა ღიაობის ზრდას.

უცხო კულტურაში ხანგრძლივი ცხოვრების შემდეგ მშობლიურ კულტურაში დაბრუნებით გამოწვეული რეაქცია რევერსიული კულტურული შოკია.

8.5. კულტურის ტიპების მრავალფეროვნება: მასობრივი კულტურა. სუბკულტურა. კონტრკულტურა. მარგინალური კულტურა. პოპკულტურა

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებმა ზღვარი ე. წ. მაღალ, ელიტურ კულტურა-სა და სახალხო კულტურას შორის წაშალა, რამაც მასობრივი კულტურის ფორმირებას დაუდო სათავე, რომელიც არ არის დაკავშირებული რეგიონულ, რელიგიურ ან კლასობრივ სუბკულტურებთან. მასობრივი კულტურის კანონიერი განსაზღვრება **რთულია**, თუმცა გარკვეული კრიტერიუმებით შესაძლოა მისი პროდუქტის დახასიათება; მასობრივი კულტურის პროდუქტი არის:

უნიფიცირებული;

სტანდარტიზებული;

საჯაროდ გავრცელებული;

უსასრულოდ რეპროდუცირებადი;

ადვილად ხელმისაწვდომი;

პეტეროგენული;

დესაკრალიზებული;

კომერციული;

მასობრივი კულტურა ყველაზე ფართო აუდიტორიის მიერ ყოველდღიური მოხმარებისთვის განკუთვნილი კულტურაა, რომელიც მას სხვადასხვა არხით, მასობრივი კომუნიკაციების ქსელით მიეწოდება; იგი აყალიბებს პასიურ, არაკრიტიკულ აუდიტორიას, ორიენტირებულია ხელოვნურად შექმნილ სახეებსა (იმეჯი) და სტერეოტიპებზე, ასრულებს ილუზორულ-კომპენსაციურ სოციალურ ფუნქციას.

სუბკულტურა გარკვეული სოციოკულტურული ჯგუფისათვის დამახასიათებელი სოციალური ნორმების, ღირებულებების, ქცევის მოდულების მთლიანობაა. სუბკულტურა იქმნება სხვადასხვა სოციალური მახასიათებლების ფონზე, როგორიცაა:

ეთნიკურობა;

კლასობრიობა;

- განსახლების არეალი;
- რელიგიურობა;
- ორიენტაცია;

ცხოვრების სტილი;

სუბკულტურის წარმომადგენლები დაინტერესებული არიან საკუთარი განსხვავებულობის შენარჩუნებით. სუბკულტურის ღირებულებები განმსაზღვრელია ჯგუფის წევრთა პიროვნული ჩამოყალიბებისათვის. როგორც წესი, სუბკულტურა არ უპირისპირდება დომინანტურ კულტურას.

კონტრკულტურა - ალტერნატიული კულტურა, - სუბკულტურის ტიპია, რომელიც დომინანტურ კულტურასთან კონფლიქტშია; მისი ფასეულობები, ნორმები წინააღმდეგობაშია დომინანტური კულტურის ფასეულობებთან და ნორმებთან. ტერმინი „კონტრკულტურა“ ამერიკელ ისტორიკოსსა და სოციალურ კრიტიკოსს, თეოდორ როზაკს ეკუთვნის (*Roszak 1969 / 1971*). მართალია, კონტრკულტურა სუბკულტურის ტიპია, თუმცა მას რამდენიმე სპეციფიკური მახასიათებელი აქვს, კერძოდ:

კონტრკულტურის ანტიფასეულობები იქმნება, როგორც დომინანტური კულტურის ოპოზიციად;

კონტრკულტურას მხოლოდ დომინანტი კულტურის წარმომადგენლები ქმნიან, რამდენადაც კონტრკულტურა საკუთარი კულტურის მიმართ დომინანტი კულტურის წარმომადგენელთა პროტესტია;

- კონტრკულტურა იბრძვის დომინანტობისათვის;

სუბკულტურასთან შედარებით კონტრკულტურა გაცილებით იშვიათი და სპეციფიკური მოვლენაა. კონტრკულტურის წარმოშობის მიზეზები არ არის სოციალ-ეკონომიკური ან პოლიტიკური ხასიათის; კონტრკულტურა, შეიძლება ითქვას, საზოგადოების გარკვეული ნაწილის სულიერი კრიზისის გამოპახილია, რომელიც პირო-

ბადებულია დომინანტ კულტურასთან მისი ცნობიერებისა და მსოფლმხედველობის შეუთავსებლობით.

			
თეოდორ როზაკი (1933 - 2011)	ჯეკ კერუაკი (1922 - 1969)	ალენ გინსბერგი (1926 - 1997)	უილიამ ბეროუზი (1914 - 1997)

დასავლეთის საზოგადოებაში ცნობილი კონტრკულტურაა მაგ., ე. წ. „Beat Generation“, ცნობილი ამერიკელი ავტორების, ჯეკ კერუაკის, ალენ გინსბერგისა და უილიამ სიუარდ ბეროუზის - ლიტერატურული წრე, რომელსაც ე. წ. „დაკარგული თაობის“, - ფრენსის სკოტ ფიცჯერალდისა და ერნესტ მილერ ჰემინგუეის, - შემდგომ ახალი სტილის დამკვიდრების განაცხადი ჰქონდა. „Beat Generation“ ბოჰემურ ცხოვრებას მისდევდნენ, თავისუფალი იყვნენ პირობითობებისაგან, უარყოფდნენ ტაბუ-ირებებს, ერთფეროვნებას, ზედაპირულობას, მატერიალიზმს.

მარგინალური კულტურის დეფინიცია სამეცნიერო ლიტერატურაში არ არის კანონიკური; ხშირად იგი მარგინალური ინდივიდის ან სუბკულტურის ანალოგიით გამოიყენება. კულტურული მარგინალობის პრობლემატიკის კვლევა ამერიკულ სოციოლოგიაში XX საუკუნის 20-იანი წლებიდან ჩიკაგოს სოციოლოგიური სკოლის დამფუძნებლით, რობერტ პარკით (Park 1928: 881-893) იწყება და ამავე სკოლის წარმომადგენლის, ევერეტ სთონესის ნაშრომებში ღრმავდება (Stonequist 1937). მარგინალური კულტურის ცნება განსაკუთრებით საინტერესოა ცივილიზაციათა მიჯნაზე მცხოვრებთათვის, რომლებიც ცალსახად ვერ განსაზღვრავენ საკუთარ ცივილიზაციურ კუთვნილებას.

პოპულარული კულტურა, პოპკულტურა, სოციოლოგიასა და კულტუროლოგიაში საზოგადოებრივ ფენომენს აღნიშნავს, რომლითაც პრაქტიკულად მთელი კულტურული სპექტრია მოცული, - მასმედია, ტრივიალური ლიტერატურა თუ ხელოვნების სხვა მიმართულებები. პოპკულტურა, როგორც ელიტარული კულტუ-

რისაგან განსხვავებული ტიპი, შესაძლოა სუბკულტურის წიაღში წარმოიშვას და განვითარდეს, თუმცა, ხშირ შემთხვევაში, ტრენდად ჩამოყალიბდეს და ე. წ. მაინსტრიმად (*Mainstream* „ძირითადი დინება“ გაბატონებული თვალსაზრისი, ტენდენცია) ტრანსფორმირდეს. კულტუროლოგი, კომუნიკაციების სპეციალისტი **ზარი ბრუმეტი** მიიჩნევს, რომ პოპკულტურა არტეფაქტებია, რომელსაც ხალხის უმეტესობა იცნობს და იზიარებს (Brummett 2006).



ზარი ბრუმეტი
(1951)



თეოდორ ადორნო
(1903 - 1969)



მაქს ჰორკჰაიმერი
(1895 - 1973)

პოპკულტურის არსი კონფორმისტულია; ფრანკფურტის ფილოსოფიური სკოლის წარმომადგენლები: **თეოდორ ადორნო** და **მაქს ჰორკჰაიმერი** პოპკულტურის კონტექსტში „კულტურის ინდუსტრიაზე“ (*Kulturindustrie – Aufklärung als Massenbetrug*) საუბრობდნენ, რომელიც ნეგატიური კონოტაციით მცდარი ცნობიერებისა და გაბატონებული იდეოლოგიის აღუზიებს იწვევდა (Horkheimer & Adorno 2006).

კულტუროლოგიურ ტრადიციაში პოპკულტურა დიფერენცირებულად განიხილება, ნაკლებად ექცევა იდეოლოგიის პრიზმაში; **ანტონიო გრამშის** ჰეგემონიის თეორიისა და პოსტსტრუქტურალისტური დისკურსის ანალიზის მიხედვით, პოპკულტურა გაიგება, როგორც საზოგადოებრივი კონფლიქტებისა და ცვლილებების კულტურული მანიფესტაციის სივრცე (Gramsci 2012). პოპკულტურაში, განსაკუთრებით კი კულტურულ რეფეცეივებში, როგორც ბრიტანელი სოციოლოგი **სტიუარტ ჰალი** და მედიის, კულტუროლოგიისა და კომუნიკაციების მკვლევარი **ჯონ ფისკი** მიიჩნევენ, შესაძლოა პოლიტიკური დაუმორჩილებლობა და სუბვერსია გამოიხატებოდეს (Hall 2002: 95-117; Fiske 2001).



ანტონიო გრამში
(1891 - 1937)



სტიუარტ პოლი
(1932 - 2014)



ჯონ ფისკი
(1939)

პოპკულტურის ძირითადი მახასიათებლებია:

- კულტურული ინდუსტრიის გენერირება;

ყოველგვარი ამბივალენტურობის უკუგდება;

აქტუალურობა;

მასმედიის, როგორც პოპკულტურის წარმოქმნისა და გავრცელების ცენტრალური მედიუმის, მაქსიმალური ათვისება-გამოყენება;

რეციპიენტების მაქსიმალური ჩართულობა მათთან ინტერაქციით;

სუბკულტურული და რევოლუციური იმიჯი;

სწრაფი ცვლილებები და ემოციური ინტენსიობის მაღალი ხარისხი;

მძაფრი შეგრძნებები და დინამიკურობა;

სოციალური ფუნქციის შეთავსება;

პოპკულტურის, კერძოდ, პოპ-არტის ერთ-ერთ ფუძემდებლად და მის ლეგენდარულ წარმომადგენლად აშშ-ში ითვლება პოპ-არტის მეფედ წოდებული ენდი უორ-ჰოლი, - მხატვარი, ავანგარდისტი, კინოხელოვანი, მწერალი, მუსიკალური პროდიუსერი და გამომცემელი.



ენდი უორჰოლი (1928 - 1987)

უორჰოლმა, XX საუკუნის 60-იანი წლების ნიუ იორკის ავანგარდული და ბოჰემური ცხოვრების ტონის მიმცემმა, კინო-ანდერგრაუნდის ერთ-ერთმა ლიდერმა, მანჰეტენში, 47-ე ქუჩაზე დააარსა არტ-სტუდია *Factory*, სადაც იქმნებოდა ცნობილ პიროვნებათა პოპ-არტები, - მერლინ მონროს, ჟაკლინ კენედის, ჯუდი გარლანდის, ელიზაბეტ ტეილორის, მიკ ჯაგერის, მაიკლ ჯექსონის, ელვის პრესლის, ბრიჯიტ ბარდოს და სხვათა კიჩური პორტრეტები.



Transmitting
**Andy
Warhol**

Factory გახდა სივრცე, სადაც შეიქმნა პოპკულტურის რეალობა და ლეგენდები, სადაც თავს იყრიდა XX საუკუნის 60-იანი წლების ნიუ-იორკის ბომონდი.

ენდი უორჰოლი ცნობილია ფრაზებით: „მომავალში ყველა გახდება მსოფლიოში ცნობილი თხუთმეტი წუთით“, და მისივე რეინტერპრეტაცია, - „თხუთმეტ წუთში

ყველა ცნობილი გახდება“, - თანამედროვე რეალიზმის გათვალისწინებით, სოციალური მედიის ბუმის ეპოქაში განსაკუთრებით აქტუალურია.

8.6. კულტურული რელატივიზმი

კულტურული რელატივიზმის თეორიის საწყისები თანამედროვე ანთროპოლოგიის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მოღვაწის, გერმანულ-ებრაული წარმოშობის ამერიკელი ეთნოლოგის, ლინგვისტის, ფიზიკოსისა და გეოგრაფის, **ფრანკ ბოასის** ისტორიულ სკოლას უკავშირდება. ბოასის თვალსაზრისით, კულტურული ტრადიციების, წეს-ჩვეულებათა თავისებურებების ახსნა არა ევოლუციის ზოგადი ტენდენციების საფუძველზე, არამედ მხოლოდ კონკრეტული კულტურული კონტექსტით არის შესაძლებელი. ბოასის კვლევის ამოსავალი თეზისი ყოველი კულტურის განვითარების საკუთარი, უნივერსალური ზრის აღიარებაა (Boas 1922).



ფრანკ ბოასი (1858 - 1942)

ამერიკელი ანთროპოლოგის, მეღვილე ჰერსკოვიცის თვალსაზრისით, სხვადასხვა კულტურა განვითარების საკუთარი კრიტერიუმებითა და კანონზომიერებებით ხასიათდება (Herskovits 1972). ყოველი კულტურა, ერთი მხრივ, სტაბილურია, რამდენადაც მისი მდგრადი სტრუქტურების რღვევა მოცემული კულტურის თვითმყოფადობის დაკარგვისა და დეგრადაციის წინაპირობაა, მეორე მხრივ, ყოველი კულტურისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია ცვლილებებიც, როგორც ენერგიისა და ახალი იმპულსების წყარო, ცვლილებების არარსებობა მოცემული კულტურისათვის განადგურების ტოლფასია.

ჰერსკოვიცის თეორიის ერთ-ერთი ცენტრალური ცნება ინკულტურაციაა, - კულტურული გამოცდილების ათვისების პროცესი. ავტორი ინკულტურაციის ცნებას მიჯნავს სოციალიზაციის ცნებისაგან. ინკულტურაცია, ჰერსკოვიცის დეფინიციით, ინ-

დივიდის მიერ კონკრეტული კულტურისა და მისთვის დამახასიათებელი აზროვნების, ქცევის მოდელის შესწავლის პროცესია, სოციალიზაცია კი - საერთო საკავო-ბრიო ცხოვრების წესის. ინკულტურაციის პირველი ეტაპი კულტურის სტაბილურობას, მეორე კი, ცვლილებებსა და ალტერნატიულ შესაძლებლობებს უზრუნველყოფს.

კულტურული რელატივიზმის მთავარი იდეა სხვადასხვა კულტურათა და ფასეულობათა თანასწორობის აღიარებაა. კულტურული რელატივიზმის კონტექსტში თანასწორობა გულისხმობს ყოველი კულტურისათვის დამახასიათებელი უნიკალური ღირებულებების საფუძველზე კულტურული თავისებურებებისა თუ მახასიათებლების სწორ აღქმას; სხვაგვარი ფორმულირებით, განსხვავებული კულტურის ღირებულებათა, ფასეულობათა, ქცევის მოდელებისა თუ მოტივაციის ადეკვატური შეფასება შეუძლებელია საკუთარი კულტურის კრილში, - სწორი აღქმისათვის მოცემული კონკრეტული კულტურის კონტექსტის გაგება მნიშვნელოვანი. შესაბამისად აიხსნება კულტურათა შორის დიფერენციაციები, მაგ., რაც მისაღები და მორალურია ერთი კულტურის კონტექსტში, შესაძლოა აბსოლუტურად მიუღებელი იყოს სხვა კულტურულ სივრცეში და ა.შ.

კულტურული რელატივიზმი უარყოფს კულტურათა უნივერსალურობას, აქცენტს აკეთებს კულტურათა პლურალიზმზე, ხაზს უსვამს კულტურათა ურთიერთშედარებისა და სხვა კულტურის საკუთარი კულტურული პერსპექტივიდან შეფასების მიზანშეუწონლობასა და გაუმართლებლობას. გარკვეული ინტრაკულტურული ქცევის ფორმები, კულტურული რელატივიზმის თანახმად, აუცილებელია განხილულ იქნეს შესაბამისი ღირებულებებისა და სოციალური სისტემების, კულტურული კონტექსტის პრიზმაში. კულტურული რელატივიზმი კულტურას განიხილავს ემიკურთ⁴ მეოდოლოგიის საფუძველზე, რაც კულტურულ-სპეციფიკურობის შესწავლას გულისხმობს. ემიკური პერსპექტივა კონკრეტული კულტურის მოცემული კულტურის მატარებლის პოზიციიდან კვლევაა.

⁴ ტერმინი ცკუთენის ამერიკელ ლინგვისტს კ. ლ. პაიკს (Pike 1967)

8.7. კულტურული არქეტიპები

არქეტიპი (ბერძ. ἀρχή [archē] „პირველსახე, საწყისი“ τύπος [typos] „ანაბეჭდი, გამოსახულება“) წარმოდგენათა გაუცნობიერებელი, ბაზისური სქემა, რომელიც უნივერსალურია ყველა ინდივიდისათვის, მათი ენის, ეთნიკური კუთვნილებისა და ტრადიციების მიუხედავად.

კულტურული არქეტიპები კულტურის საბაზისო ელემენტებია, რომლებიც კულტურული გამოცდილების სისტემატიზაციისა და სქემატიზაციის პროცესში ფორმირდება.

ეთნოკულტურული არქეტიპი გამოხატავს ეთნოსის, როგორც კულტურული მთლიანობის საბაზისო თვისებებს; შესაბამისად ყოველ კულტურაში საკუთარი ეთნოკულტურული არქეტიპი დომინირებს, რომელშიც მოცემული ეთნოსის კოლექტიური გამოცდილებაა კონცენტრირებული.

კულტურული არქეტიპი გამოვლინების მრავალფეროვანი სპექტრით ხასიათდება, იგი აღბეჭდილია:

მითოლოგიურ სახეებში;

რელიგიურ მოძღვრებებსა და რიტუალებში;

ეროვნულ იდეალებში;

8.8. ტრადიცია

ტრადიცია (ლათ. tradicio „გადაცემა“) ისტორიულად ჩამოყალიბებული, თაობიდან თაობებზე გადაცემული იდეები, შეხედულებები, ჩვეულებები, ქცევის წესებია. ტრადიციის ცნება, per definitionem, განგრძობითობისა და შემკვიდრეობითობის იმპლიკაციებს გულისხმობს.

სოციოლოგიური თვალსაზრისით, ტრადიციები, სოციოკულტურული მემკვიდრეობის ელემენტებია, რომლებიც გენერაციათა ცვლის პროცესში სოციუმში ჩნდება,

ყალიბდება და გარკვეული ხანგრძლივობით ნარჩუნდება. ტრადიციები დიფერენცირდება სხვადასხვა პარამეტრის მიხედვით:

- შინაარსი (იდებები, ნორმები და სხვ.);
- ფუნქცია (არსი (ადათი) vs. ფორმა (რიტუალი);
- გადმოცემის ფორმა (ზეპირსიტყვიერი vs. წერილობითი);
- შეფასებითი კატეგორია (პოზიტიური vs. ნეიტრალური vs. ნეგატიური);
- სოციო-ისტორიული კონტექსტი (პლემბური vs. ელიტური);

ისტორიულ პროცესში ტრადიციის ნორმატიული როლი თანდათან მცირდება ინდივიდის ან ჯგუფის არჩევანის შესაძლებლობის სასარგებლოდ, მაგ., ეტიკეტის დარღვევა გარკვეულ ეპოქაში დასჯას ექვემდებარებოდა, შემდგომ განვიცხვას, დღეს კი განსაზღვრულ წრეებში მხოლოდ ცუდ ტონად არის მიჩნეული.

საინტერესოა ტრადიციებისა და ნოვაციების კორელაცია, რომელშიც ოთხ სტადიას გამოყოფენ:

- დაპირისპირება;
- თანაარსებობა;
- პალიაცია (ურთიერთშერევის საფუძველზე კომპრომისული ფორმის წარმოქმნა);
- ინოვაციის ტრადიციად ფორმირება;

8.9. სტერეოტიპი

სტერეოტიპი (ბერძ. στερεός [steredós] „მყარი, მტკიცე“ τύπος [typos] „ფორმა, გამოსახულება“) სოციალურ ფსიქოლოგიაში ინდივიდთა ჯგუფის ან კატეგორიის შესახებ ერთხელ შექმნილი წარმოდგენა, განზოგადებული აზრია, რომელიც ჯგუფის ყველა წევრზე ვრცელდება, კონკრეტული პიროვნების აღნიშნულ წარმოდგენასთან

შესაბამისობის თუ შეუსაბამობის მიუხედავად. სტერეოტიპი ერთგვარი სქემა, კოგნიტური ფონია ინდივიდის სოცოკულტურული გარემოდან მიღებული ინფორმაციის ინტერპრეტაციისათვის, რომელსაც გავლენა აქვს ინფორმაციის როგორც შეფასებაზე, ისე სელექციაზე, - ჩვეულებრივ ინდივიდების პრეფერენციები სასურველი ინფორმაციების მიმართ მათი სტერეოტიპების მიხედვით ყალიბდება - ინდივიდები მიდრეკილი არიან, უგულვებელყონ საკუთარ სტერეოტიპებთან არაკონსისტენტური, არათავსებადი ინფორმაციები და საინფორმაციო ნაკადები.

სტერეოტიპები მრავალგვარია: რასისტული, ეთნიკური, გენდერული, რელიგიური და სხვ.

სტერეოტიპების შესახებ ადრეული თეორიების ავტორი ჰუმანისტური ფსიქოლოგიის ერთ-ერთი დამფუძნებელი, ამერიკელი ფსიქოლოგი გორდონ ოლპორტი (Allport 1954).



გორდონ ოლპორტი (1897 - 1967)

ოლპორტის თანახმად, ჯგუფის გარეთ ინდივიდების მიმართ ანტიპატია ვლინდება, რასაც კროსკულტურული კონტექსტიც ამყარებს.

სტერეოტიპები ხშირად ამბივალენტურია, მაგ., სითბო და კომპეტენტურობა ხშირად შეჯიბრებითობასა და სტატუსთან არის დაკავშირებული, - ჯგუფები, რომელთა წევრები ჯგუფის ფარგლებში ერთმანეთს არ ეჯიბრებიან, აღიქმება თბილად, მაღალი სტატუსის მატარებელნი კი - კომპეტენტურად.

მკვლევრები სტერეოტიპების ფორმირებას კოგნიტიური სიძუწით ხსნიან; მათი არგუმენტაციით, თითოეულ ინდივიდზე ცალკე მსჯელობასთან შედარებით, რაც თავისთავად მეტ კოგნიტიურ ძალისხმევას მოითხოვს, გაცილებით მარტივია ინდი-

ვიდის გარკვეულ კატეგორიაში მოქცევა და მისთვის მოცემული კატეგორიისათვის დამახასიათებელი თვისებების მიწერა.

ცრურწმენა უარყოფითი დამოკიდებულებაა კულტურული ჯგუფის, სამიზნე ობიექტის მიმართ, რომელიც მინიმალურ მტკიცებულებებზეა აგებული; სხვაგვარი ფორმულირებით, მცდარი შეხედულება კვალიფიცირდება ცრუ რწმენად, თუ იგი სიმცდარის ნათელი მტკიცებულებების მიუხედავად ეწინააღმდეგება ცვლილებას.

ცრურწმენები გარკვეული ფილტრის როლს ასრულებს, რომელიც ადამიანებს სხვებისაგან მიჯნავს და მათ ერთხელ განხორციელებული სოციოკულტურული კატეგორიზაციის საფუძველზე სამიზნე ჯგუფს მიაკუთვნებს. კატეგორიზაციის ყველაზე მარტივი ფორმა ინდივიდის მიერ იმის განსაზღვრაა, თუ ვინ არის მისი მსგავსი და ვინ - არა, სხვაგვარი ფორმულირებით ოპოზიციები: „მე vs. არა მე“ „ჩვენ vs. ისინი“. შესაბამისად ადამიანები სოციალურ სამყაროს ორად ყოფენ:

- შიგა ჯგუფებად - ჯგუფები თვითიდენტიფიკაციით;
- გარე ჯგუფებად - ჯგუფები, რომლებთანაც ინდივიდი ვერ იდენტიფიცირდება;

სწორედ აღნიშნული კოგნიტიური განსხვავების შედეგია შიგაჯგუფური მიკერძოება; ამასთან მინიმალურად შესამჩნევი მინიშნებაც კი საკმარისია ტენდენციურობისა და ცრურწმენის ჩამოსაყალიბებლად გარე ჯგუფის წევრების მიმართ.

ამერიკელი ფსიქოლოგი, ინტერკულტურული ფსიქოლოგიისა და კომუნიკაციის მკვლევარი რიჩარდ ბრისლინი (Brislin 1980: 47-82; 1986) ცრურწმენების ფუნქციების კლასიფიკაციას გვთავაზობს და მათ აჯგუფებს, როგორც:

- უტილიტარულს;
- თავდაცვით ეგოს;
- ღირებულებითს;



რიჩარდ ბრისლინი (1945)

სამწუხაროდ, ცრურწმენის შექმნა მარტივია, მისი დაძლევა კი - რთული, თუმცა სოციალური ფსიქოლოგების მიერ ჩატარებულმა ექსპერიმენტებმა დაადასტურა, რომ ცრურწმენების დაძლევის ერთ-ერთი ეფექტური მეთოდი მტრულ ჯგუფებს შორის პირადი კონტაქტების წახალისება და მათთვის საერთო მიზნების დასახვაა.

კროსკულტურული კვლევების მონაცემებიც (Gudykunst & Kim 2003), რომლის ფარგლებში საფრანგეთში, ნიდერლანდებში, ინგლისსა და გერმანიაში 4000 ადამიანი გამოიკითხა, ადასტურებს მეგობრობის ფაქტორს გარე ჯგუფების მიმართ ცრურწმენების დაძლევის თვალსაზრისით. მეგობრობის ფაქტორის ეფექტურობას განაპირობებს მეტი ინფორმირებულობა გარე ჯგუფის წევრთა ნორმებისა და ჩვეულებების შესახებ, რაც, თავის მხრივ, იდენტიფიკაციისა და დეპროვინციალიზაციის შესაძლებლობებს აჩენს.

8.10. იდენტობა vs. იდენტიფიკაცია vs. თვითიდენტიფიკაცია

იდენტობა (ლათ. *idem* „იგივე“) პოლისემიური ცნებაა, რომელიც ზოგადი დეფინიციით სიდიდეთა და მოცემულობათა დამახასიათებელ თავისებურებათა ერთობლიობაა, რომელიც მათ ყველა დანარჩენისაგან განასხვავებს.

იდენტურობა, როგორც ორ სიდიდეს შორის მიმართება, მათ სრულ თანხვედრას გულისხმობს. სამყაროს დისკურსში ორი საგნის ყველა თვისების იგივეობა თვისობრივ იდენტურობად არის განსაზღვრული, ხოლო თუ ორი საგანი ერთი და იგივე ობიექტია, მაშინ - რაოდენობრივ იდენტურობად.

ენის ფილოსოფიასა და პორტრიალის ლოგიკაში იდენტურობა ერთი და იმავე ექსტენსიისა და ინტენციის ანალოგად გამოიყენება.

ფსიქოლოგიასა და სოციოლოგიაში პერსონალური იდენტობა ადამიანის ფსიქოლოგიური წარმოდგენა საკუთარ „მე“-ზე, რომლის მეშვეობით პიროვნება საკუთარ თავს აიგივებს გარკვეულ ტიპოლოგიურ კატეგორიებთან, როგორიცაა:

- სახელმწიფო;
- სოციალური სტატუსი;
- კულტურა;
- ეროვნება;
- ასაკი;
- სქესი;
- პროფესია;

შესაბამისად სოციალურ მეცნიერებაში დიფერენცირდება სოციალური, კულტურული, ეთნიკური და ჯგუფური იდენტობები. იდენტობებს მნიშვნელოვანი როლი აქვს სოციალური სტრუქტურისა და კულტურული ტრადიციების შენარჩუნებასა და გადაცემაში.

ამერიკელი ფილოსოფოსის, სოციოლოგისა და ფსიქოლოგის, ჩიკაგოს სკოლის წარმომადგენლის, ჯორჯ ჰერბერტ მიდის თანახმად, იდენტობა სოციალურად კონტაქტით არის განსაზღვრული და ენის საშუალებით სოციალურ ინტერაქციაში ყალიბდება (Mead 1934 / 1968).



ჯორჯ ჰერბერტ მიდი
(1863 - 1931)



მორის ჰალბვაქსი
(1877 - 1945)



პიერ ნორა
(1931)

განსაკუთრებით საინტერესოა პერსონალური, ინდივიდუალური იდენტობის დიკუსია მეხსიერების, კერძოდ, პერსონალური და კოლექტიური მეხსიერების ასპექტებთან მიმართებით.

ფრანკფურტის ფილოსოფიური სკოლის წარმომადგენელი იურგენ ჰაბერმასი (3.4.) ინდივიდუალური იდენტობის ფორმირების პროცესში პერსონალური მეხსიერებისა და ენის კორელაციის განსაკუთრებულ მნიშვნელობაზე აკეთებს აქცენტს, რამდენადაც მისი თვალსაზრისით, ინდივიდთა სოციალიზებული იდენტობა ფორმირდება ენის, როგორც მედიუმის საშუალებით, რის საუბრელებზე სხვების გაგება და, აქედან გამომდინარე, სიცოცხლის ისტორიული და ინტრასუბიექტური გაგებით საკუთარი თავის გაგებაც შესაძლებელი ხდება (Habermas 1981), თუმცა ინდივიდუალური იდენტობის ფორმირებაში ერთ-ერთი ფაქტორი კოლექტიური მეხსიერების კონტექსტია, რადგან იგი პერსონალური მეხსიერების დეტერმინანტია (განმსაზღვრელია), მაგ., ნაციონალური იდენტობის ფორმირებისათვის, შესაძლოა ითქვას, აუცილებელი წინაპირობაც. „კოლექტიური მეხსიერების“ ცნება სამეცნიერო ლიტერატურაში XX საუკუნის დასაწყისიდან დამკვიდრდა ფრანგი ფილოსოფოსისა და სოციოლოგის, მორის ჰალბვახსის მიერ (Halbwachs 1939 / 1991). ფრანგი ისტორიკოსი, პიერ ნორა კოლექტიურ მეხსიერებას განსაზღვრავს, როგორც ერთობათა აქტიურ გამოცდილებაში დაღეილს, ისტორიულ მეხსიერებას კი სპეციფიკური ჯგუფის, - ისტორიკოსების კოლექტიურ მეხსიერებად მიიჩნევს. ნორასული განმარტებით, მეხსიერება მუდმივ ევოლუციას განიცდის, იგი დამახსოვრებისა და დავიწყების დიალექტიკური ერთიანობაა (Nora 1998).

უკანასკნელი ორი ათწლეულის ინტერდისციპლინარულ კვლევებში განსაკუთრებით აქტუალურია კულტურისა და მეხსიერების ურთიერთმიმართების, კერძოდ კი, კულტურული მეხსიერების პრობლემატიკა. კულტურული მეხსიერება მრავალგანზომილებიანი ცნებაა, რომელიც ზოგადი მნიშვნელობით თანამედროვეობისა და წარსულის ურთიერთქმედებაა სოციოკულტურულ კონტექსტში.

ცნობილი გერმანელი ეგიპტოლოგისა და კულტუროლოგის, იან ასმანის კულტურული მეხსიერების კონცეპტის მიხედვით კულტურული მეხსიერების მახასიათებლებია (Assmann 2007):

- **იდენტობის „შეზრდა“:** ცოდნის მარაგი, რომელიც ჯგუფს საკუთარი ერთობისა და განსაკუთრებულობის თვითცნობიერებას უწყალებს;
- **რეკონსტრუქციის უნარი:** მეხსიერება წარსულს ინახავს იმდენად, რამდენადაც საზოგადოება ყოველ ერაში აწმყოს პერსპექტივებიდან გამომდინარე და მათ შესაბამისად რეკონსტრუირებს მას;
- **ფორმაცია:** ლინგვისტური, მხატვრული და რიტუალური ფორმაცია;

ორგანიზაცია: ერთი მხრივ, კომუნიკაციური დისკურსი, მეორე მხრივ კი, კულტურული მეხსიერების მატარებლები;

ვალდებულება: ჯგუფის მიმართება საკუთარ ხატთან (თვით-ხატი) წარმოქმნის ღირებულებათა სისტემასა და განსხვავებებს, რაც, ერთი მხრივ, სიმბოლოების სტრუქტურირების საფუძველს ქმნის, მეორე მხრივ კი, კულტურულ ცოდნას უზრუნველყოფს;

რეფლექსურობა: ერთი მხრივ, საერთო პრაქტიკების ინტერპრეტაცია, მეორე მხრივ კი, თვით-რეფლექსია;

კულტურული მეხსიერება ფენომენთა ფართო სპექტრს მოიცავს, - პერსონალურ (ინდივიდუალურ) მეხსიერებას, ჯგუფურ მეხსიერებას, ნაციონალურ მეხსიერებას და ტრანსნაციონალურ მეხსიერებასაც, - მაგ., ჰოლოკოსტის კონტექსტს. კულტურული მეხსიერების ცნება ნაციის მიერ შექმნილ საკუთარი წარსულის სურათსა და ნაციონალურ იდენტობას შორის იმპლიციტურ კავშირს გულისხმობს. წარსულთან შეხება მხოლოდ საკუთარი კულტურის გადასახედიდან, მისი კატეგორიების, მოდელებისა და სტრუქტურების საშუალებით არის შესაძლებელი. შესაბამისად, ამ თუ იმ საზოგადოების ფასეულობითი ორიენტაცია თანამედროვეობით განისაზღვრება.



იან ასმანი (1938)

პოლიტიკური ელიტების, მათ მხარდამჭერთა და ოპონენტთა ძალისხმევა, გარკვეული მნიშვნელობა მიანიჭონ წარსულს და დაამკვიდრონ იგი საზოგადოებაში, ინსტიტუციურ მეხსიერებად განისაზღვრება.

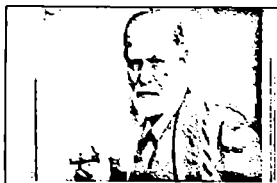
საერთო მეხსიერება და მის საფუძველზე ჩამოყალიბებული საერთო ფასეულობები აყალიბებს ინდივიდისა და ჯგუფების განსხვავებულ იდენტობებს. წარსულის რეპრეზენტაცია, - გაზიარებული ერთობის, - საზოგადოების წევრთა მიერ, - აყალიბებს „ჩვენ“-ჯგუფის განცდას. წარსულისადმი დამოკიდებულება ნარატივში აისახება და უკავშირდება იდენტობის ფორმირების პროცესს, რადგან იდენტობა არ არის „თავის-თავადი“ ფენომენი, იგი კონსტრუირდება და რეკონსტრუირდება მეხსიერების აქტების საფუძველზე, - წარსული „მე“ / „ჩვენ“ დაკავშირებით აწმყო „მე“ / „ჩვენ“-თან. ნაციონალური ნარატივი, - როგორც კანონიზებული (დომინანტური), ისე კონტრ-ნარატივი (საპირისპირო), - კი, თავის მხრივ, კონკრეტული ისტორიული ეპოქისა და იდეოლოგიური ტენდენციების საფუძველზე ყალიბდება.

სოციოლოგიური კონცეფციის ფარგლებში იდენტობა გარკვეულ სოციალურ კონსტრუქციებთან ასოცირებული თავისთავადობის შეგრძნების აღმნიშვნელია. სოციალურ იდენტობათა სიმრავლეს ინდივიდის თვითგნობიერებაში სხვადასხვა სოციალურ როლთა ინტეგრაცია და იერარქიულობა განაპირობებს.

პოსტმოდერნისტები იდენტობას პიროვნების მოძრავ სიტუაციურ ასპექტად განიხილავენ, რომელიმე სოციალური ერთობის კუთვნილებით, მაგ., სქესობრივი, ასაკობრივი, ეთნიკური, ეკონომიკური, პროფესიული და სხვ. იდენტობები. სოციალური იდენტობის ეთნოკულტურული ასპექტი დაკავშირებულია მოცემული კულტურის წარმოდგენებთან პიროვნული მოდელის შესახებ, მაგ., დასავლურ კულტურებში ხაზგასმულია პიროვნების ერთიანობა, კოლექტივისტური ორიენტაციის კულტურებში კი, „მე“-ს მრავლობითობაა აქცენტირებული, რაც არა მხოლოდ იდეოლოგიის (რელიგიური, ფილოსოფიური), არამედ ყოველდღიური ცნობიერების დონეზეც აისახება.

იდენტიფიკაცია (ლათ. *identificare* „გაიგივება“) სოციოლოგიასა და სოციალურ ფსიქოლოგიაში ინდივიდის სოციალიზაციას, სოციალური როლების მიღებასა და ადაპტაციას, სოციოკულტურული მოდელების ათვისების პროცესს გულისხმობს.

ფსიქოანალიზის ფუძემდებლის, **ზიგმუნდ ფროიდისა** და მისი სკოლის მიხედვით, იდენტიფიკაცია „მე“-ს თვითგანვითარების ცენტრალური მექანიზმია (Freud 1921 / 2005).



ზიგმუნდ ფროიდი (1856 - 1939)

იდენტიფიკაცია შესაძლებელია არამხოლოდ პიროვნებებთან ან ჯგუფებთან, არამედ იდეებთან და ზოგადად მსოფლხედვასთან.

კულტუროლოგიაში იდენტიფიკაციის ცნება ამბივალენტურია, რამდენადაც მითითებულ კონტექსტში პროცესი არა იმდენად უშუალოდ სხვასთან გაიგივებას, არამედ ფიქტიურ ფიგურებთან თვითგანცდას უფრო გულისხმობს; შესაბამისად კულტუროლოგთა ნაწილი იდენტიფიკაციის ცნების ნაცვლად **ემპათიის** ცნებას ანიჭებს უპირატესობას.

რეცეფციის თეორეტიკოსების განსაკუთრებულ ინტერესს მსმენელის, მაყურებლის, მკითხველის, შემფასებლის მიერ პიესის, ფილმის, ტექსტისა და სხვ. ფიგურებთან იდენტიფიკაციის განმსაზღვრელ ფაქტორთა ანალიზი იწვევს; მკვლევართა აზრით, რეციპიენტთა გარკვეულ ფიგურებთან იდენტიფიკაცია პიროვნული, საზოგადოებრივი და კულტურული მოცემულობით არის პირობადებული, ამასთან მნიშვნელოვანია **რეციალიენტთა ინფორმირება მოცემული ფიგურების მოტივების, მიზნების, ემოციების შესახებ**, რაც ხელს უწყობს მათ (რეციპიენტსა და კონკრეტულ ფიგურას) შორის ურთიერთმიმართების ჩამოყალიბებას.

იდენტობის სუბიექტური განცდა თვითიდენტიფიკაცია ინდივიდის ინდივიდუალური განვითარების კვალდაკვალ სოციალიზაციის, საზოგადოებაში პიროვნების ინტეგრაციის შედეგად ფორმირდება. ინდივიდის მიერ სოციოკულტურული მოდელების, ნორმების, ღირებულებების ათვისება-გაზიარება კომპლექსური, არაერთგვაროვანი პროცესია, რომლიც გარკვეული ცვლილებებითაც ხასიათდება.

ინდივიდის ასაკობრივი, ფსიქოლოგიური კრიზისის ან სოციოკულტურული გარემოს შეცვლის მძაფრად აღქმისას შესაძლოა იდენტობის შელახვის ან დაკარგვის საფრთხის წარმოშობაც.

8.11. ინტერკულტურული კომუნიკაციის კონტექსტისათვის რელევანტური ტერმინები

ტოლერანტობა
(ლათ. *tolere* „ატანა“
tolerantia „დათმენა“)

სტიგმატიზაცია
(ბერძ. *στίγμα* „ლაქა“)

კონფორმიზმი
(ლათ. *conformare*
„სათანადო ფორმის მიღება“
conformis „ერთგვარი,
მსგავსი“)

ეთნოცენტრიზმი
(ბერძ. *ἐθνός* „ერი“
κέντρο „ცენტრი“)

სეგრეგაცია
(ლათ. *segregatio* „დაყოფა,
დაცალკევება“)

კლიშე
(ფრანგ. *cliché*
„საბეჭდი ფორმა“)

მულტიკულტურალიზმი



დისკრიმინაცია
(ლათ. *discrimination*
„განსხვავება“)

ტოლერანტობა ფილოსოფიურ-სიღრმისეული, ფართო მნიშვნელობით, შესაძლოა განიმარტოს, როგორც თავისუფლება მრავალფეროვნებაში, რამდენადაც იგი კულტურებში, რელიგიებსა და ანთროპოლოგიურ ტიპებში გამოხატული მსოფლიოს მრავალფეროვნებას აღიქვამს.

ვალფეროვნებით გამოწვეული სიყვარულია. „ტოლერანტობის პრინციპების დეკლარაციის“ (1995) თანახმად, ტოლერანტობა მსოფლიოს კულტურათა მდიდარი მრავალფეროვნების, თვითგამოხატვის ფორმებისა და ადამიანის ინდივიდუალობის გამოვლინების შესაძლებლობათა პატივისცემა, მიღება და მართებული გაგებაა. ტოლერანტობის მიმართ ცნობიერებას ამაღლებს ფაქტორთა სპექტრი, მათ შორის:

ცოდნა;

ღიაობა;

კომუნიკაცია;

აზრისა და სინდისის თავისუფლება.

სოციოკულტურულ კონტექსტში ტოლერანტობა დისკრიმინაციის ანტითეზისა, პრაგმატული თვალსაზრისით კი მულტიკულტურალიზმის, როგორც კაცობრიობის განვითარების ერთ-ერთი მთავარი პირობის, ფუნქციონალური აღიარება.

სტიგმატიზაცია გარკვეული კატეგორიის ადამიანების სოციალურ-ფსიქოლოგიური დისკრიმინაციის ტიპია, რომელსაც მნიშვნელოვანი როლი აქვს ნეგატიური იდენტობის ფორმირებაში; სტიგმატიზაცია იყო და არის ყველა დროის საზოგადოებისათვის დამახასიათებელი მოვლენა, - მაგ., ანტიკურ საბერძნეთში სტიგმატიზაცია გულისხმობდა მონებისა და დამნაშავეთა შანთით დადასტვებას მათი სტატუსის ნიშნად.

სტიგმა მრავალგანზომილებიანი ცნებაა და შესაბამისად სხვადასხვა კონტექსტში გამოიყენება. სტიგმა შესაძლოა განისაზღვროს, როგორც სოციალური დამლა, რომელსაც საზოგადოება პიროვნებას გაცნობიერებულად თუ გაუცნობიერებლად ასვამს. კულტურული სტიგმა გულისხმობს კულტურული მახასიათებლების ზაზგასმას განსხვავებულობისა და გარკვეული კულტურული კუთვნილების საფუძველზე. გარკვეული მახასიათებლის ან ნიშნის სტიგმად ქცევის წინაპირობა გარკვეული ჯგუფის მიერ მისი გაზიარებაა. სხვათა სტიგმატიზირება პიროვნებისათვის, შესაძლოა, რამდენიმე ფუნქციას ასრულებდეს, მათ შორის თვითშეფასების გაზრდას, კონტროლის დაცვას და სხვ.

სოციალური იდენტობის თეორიის მიხედვით ადამიანთა დაჯგუფება გარე და შიგა ჯგუფებად, აძლიერებს ჯგუფის პოზიტიური განსხვავებულობის შეგრძნების მოტივაციას. საკუთარი ჯგუფის უპირატესად აღიარება კი, შემდგომში დადებითად მოქმედებს როგორც ჯგუფურ, ისე პიროვნულ თვითშეფასებაზე.

კონფორმიზმი საკუთარი პოზიციის არქონა, არსებული წესების, გაბატონებული მოსაზრებების, თვალსაზრისების პასიური მიღება, შემგუებლობაა. კონფორმულობა სოციალური ქცევის ტიპია, რომელსაც მოვლენათა, ღირებულებათა, ნებისმიერი მოდელისა თუ სტერეოტიპის უპრინციპო მიღება ახასიათებს. ამერიკელი სოციოლოგის, **რობერტ მერტონის** თვალსაზრისით, კონფორმისტული ქცევა სტაბილური სოციოკულტურული გარემოს მახასიათებელია (Merton 1968: 283-313).

ამერიკელები, სოციალური ფსიქოლოგი და კონფლიქტოლოგი, **მორტონ დოიჩი** და ექსპერიმენტული სოციალური ფსიქოლოგი **ჰაროლდ ჯერარდი** კონფორმიზმის ორ ტიპს გამოყოფს, - ნორმატიულსა და ინფორმაციულს. ინდივიდის მისწრაფებას, მოწონებულ იქნეს ჯგუფის მიერ, დოიჩი და ჯერარდი **ნორმატიულ კონფორმულობად** განსაზღვრავს, რომელიც სოციალური კონფორმულობის დომინანტური ფორმაა; ორაზროვან სიტუაციებში სხვათა აქტივობებისა და ქცევის მიხედვით მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე საკუთარი ქცევის ცვლილებას კი მკვლევრები **ინფორმაციულ კონფორმულობას** უწოდებენ (Deutsch & Gerard 1955: 629-633).



მორტონ დოიჩი (1920)



ჰერბერტ კელმანი (1927)

აგსტრამერიკელი სოციალური ფსიქოლოგი, კონფლიქტოლოგი, სოციალური ეთიკის მკვლევარი, **ჰერბერტ კელმანი** კონფორმულობის გამომწვევ სოციალურ გავლენაზე ამახვილებს ყურადღებას და შემდეგ ფაქტორებს გამოყოფს (Kelman 1958: 51-60):

დამთმობლობა;

იდენტიფიკაცია;

ინტერნალიზაცია (გათავისება);

ეთნოცენტრიზმი სხვა კულტურათა და ერთა საკუთარი კულტურის პოზიციიდან, საკუთარი ჯგუფური კუთვნილების უპირატესობით აღქმა. ტერმინი ეკუთვნის ამერიკელ სოციოლოგს, უილიამ გრაჰამ სამნერს (Sumner 1906 / 2007:13), რომელიც ეთნოცენტრიზმს სამყაროს საკუთარი ჯგუფის პოზიციიდან ხედვას და ამ პერიოდში სხვა დანარჩენის განსაზღვრასა თუ შეფასებას უწოდებს.



უილიამ გრაჰამ სამნერი (1840 - 1910)

სოციალური კოგნიციის თეორიის თანახმად, ეთნოცენტრიზმის ტენდენციები ადამიანური აღქმითი ქცევის უნივერსალურ პირობებშივე დევს, თუმცა ინტერ-კულტურულ კონტაქტში ეთნოცენტრისტული ხედვა შესაძლოა კონფლიქტის ან კომუნიკაციური ბარიერების მიზეზად იქცეს. ეთნოცენტრიზმის ანტონიმი ინტერ-კულტურული ტოლერანტობის ცნება და ფრანც ბოასის კულტურული რელატივიზმის თეორიაა (Boas 1922) (8.6.).

სეგრეგაცია ადამიანთა კატეგორიზაციაა საზოგადოებაში განსხვავებული სოციალური სტატუსების საფუძველზე. სეგრეგაცია ასევე დისკრიმინაციის ერთ-ერთი ფორმაა, რომელიც ეთნიკური ნიშნით ჯგუფების მიზანმიმართულ იზოლაციას გულისხმობს (გეტოიზაცია, აპარტეიდი).

კლიშე ერთგვარი სამეტყველო სტერეოტიპია, თუმცა იგი შესაძლოა გაცვეთილ იდეასთანაც ასოცირდებოდეს, ნეგატიური კონოტაციით. ნეგატიური კლიშეები ხშირად სტერეოტიპებად ყალიბდება.

მულტიკულტურალიზმი თანამედროვეობის ერთ-ერთი ყველაზე აქტუალური თემაა, რომელიც კულტურათა მრავალფეროვნებას, კულტურულ ჰეტეროგენულობას გულისხმობს და ორ სხვადასხვა ჭრილში განიხილება:

პოლიტიკურ ფილოსოფიასა და პოლიტიკის თეორიაში კონციპირებული სპეციფიკური თეორია კულტურული მრავალფეროვნების მართვის შესახებ;

კულტურული ჰეტეროგენულობის ისტორიული გამოცდილება და პოლიტიკა;

მულტიკულტურალიზმი, როგორც ტერმინი, 1957 წ. შვედეთში გაჩნდა, თუმცა კანადა იყო პირველი, რომელმაც 1960 წ. მულტიკულტურალიზმი ოფიციალურ სახელმწიფო პოლიტიკად გამოაცხადა. აღსანიშნავია, რომ მულტიკულტურული პათოსი ჰომოგენურმა ქვეყნებმაც აიტაცეს (გერმანია, იაპონია).

მულტიკულტურალიზმი იდეოლოგიაა და ხშირად პოლიტიკური სტრატეგიის ზოგადი ჩარჩო-პარადიგმაც. მულტიკულტურული პოლიტიკის პრინციპები, ერთი მხრივ, განსხვავებულობის, კულტურული უნიკალურობის, მეორე მხრივ კი, ჯგუფური ინტერესების დაფასებაა. მულტიკულტურალიზმის მიზანი პოლიტიკური თემის კოპეზიურობის შენარჩუნებაა მისი ქვეჯგუფებისა და სუბკულტურების ჰარმონიული თანაარსებობის საფუძველზე. მულტიკულტურალიზმის მახასიათებლებია:

მდიდარი და მრავალფეროვანი ღია სამოქალაქო საზოგადოება;

ინტერკულტურული (კულტურათშორისი) კომუნიკაციის მაღალი კომპეტენცია;

საერთო სოციაპოლიტიკურ სივრცეში ერთმანეთისგან განსხვავებულ ჯგუფთა თანაარსებობა და კოოპერაცია (თანამშრომლობა);

უმრავლესობისა და უმცირესობის ჯგუფებს შორის გაზრდილი ნდობა;

ინდივიდების ფართო ცნობიერი კულტურული ჰორიზონტი;

ყველა საზოგადოებრივი სეგმენტისა და სუბკულტურის მაქსიმალური მოცვა და ჩართულობა აქტუალურ საჯარო-საზოგადოებრივ აქტივობებში;

პროაქტიური მულტიკულტურული პოლიტიკა;

თანასწორუფლებრივი გარემო;

დისკრიმინაცია თანასწორობის პრინციპის შემლახავი, ადამიანის ღირსების ხელმყოფი, განსხვავებული დამოკიდებულება ინდივიდის ან ჯგუფთა მიმართ. დისკრიმინაცია და დისკრიმინაციული პოლიტიკა შეუთავსებელია დემოკრატიული, სამართლებრივი სახელმწიფოს ძირითად პრინციპებთან. დისკრიმინაცია იკრძალება უმაღლესი კანონის, სხვადასხვა დეკლარაციისა თუ კონვენციის საფუძველზე, როგორცაა:

კონსტიტუცია;

ადამიანის უფლებათა საყოველთაო დეკლარაცია (1948);

ევროპული კონვენცია ადამიანის უფლებათა და ძირითად თავისუფლებათა დაცვის შესახებ (1950);

კონვენცია რასობრივი დისკრიმინაციის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ (1969);

საერთაშორისო კონვენცია დანაშაულებრივი აპარტიდის აღმოფხვრისა და დასჯის შესახებ (1973) და მრავალი სხვ.

დისკრიმინაციის ფორმებია:

რასიზმი (დისკრიმინაცია რასობრივი და / ან ეთნიკური კუთვნილების ნიშნით);

სექსიზმი (დისკრიმინაცია გენდერული კუთვნილების ნიშნით);

ანტიმემიტიზმი (ებრაელთა დისკრიმინაცია);

ეიჯიზმი (დისკრიმინაცია ასაკობრივი ნიშნით);

- ქსენოფობია (დისკრიმინაცია უცხო და განსხვავებული ნიშნით);
- ჰომოფობია (დისკრიმინაცია ჰომოსექსუალობის ნიშნით);
- რელიგიური შეუწყნარებლობა (დისკრიმინაცია კონფესიის კუთვნილების ნიშნით);

8.12 კოლექტური ინტელექტი

კოლექტური ინტელექტის ცნება კომუნიკაციისტიკასა და კულტუროლოგიაში ბოლო ორი ათწლეულის მანძილზე განსაკუთრებით აქტუალურია და მისი აქტუალიზაცია ფრანგ ფილოსოფოსს, სოციოლოგს, კულტუროლოგსა და მედიის მკვლევარს, პიერ ლევის და მის კონცეფციას უკავშირდება, რომლის საყრდენი ცნებებია კოლექტური ინტელექტი, ჰიპერტექსტი და კიბერკულტუა (Lévy 1997 / 2002).



პიერ ლევი (1956)

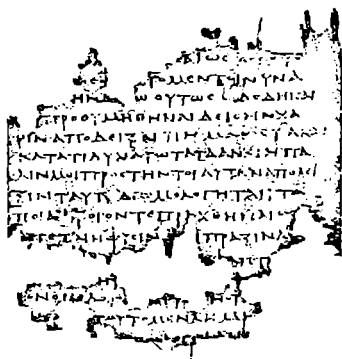
აღსანიშნავია, რომ ლევის კონცეფცია ტორონტოს კომუნიკაციური თეორიის სკოლის ტრადიციებიდან იღებს სათავეს, რომელიც ფრანკფურტის სკოლისაგან განსხვავებით, მართალია, არ წარმოადგენდა კლასიკური ტიპის აკადემიურ სკოლას, თუმცა, მიუხედავად ამისა, მედიისა და ზოგადად კომუნიკაციისადმი კომპლექსური მიდგომის საფუძველზე შექმნა მსოფლიო მნიშვნელობის მქონე დისკურსი თანამედროვე გარესამყაროს, საზოგადოებასა და ადამიანზე ზემოქმედების შესწავლაში. ტორონტოს კომუნიკაციური სკოლის მოდელი პერცეფციულია, - ამდენად, უახლესი ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების განვითარების კვალობაზე იზრდება მისი გამოყენებითი მნიშვნელობაც.

ტორონტოს კომუნიკაციურმა სკოლამ განსხვავებული პროფილის, - ლიტერატორების, პოლიტოლოგების, სოციოლოგების, ანთროპოლოგების, არქეოლოგების, ფილოსოფოსების, ლინგვისტების, ურბანისტების, ფსიქოლოგების და სხვა მიმართულებების საუკეთესო მეცნიერთა პლეადა გააერთიანა კომუნიკაციისა და კომუნიკაციური პროცესების გაელენის ინტერდისციპლინარული პერსპექტივით კვლევის მიზნით. აღნიშნულ კონტექსტში ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტი ძველბერძნულ სამყაროში კომუნიკაციის ზეპირი ფორმიდან წერილობით ფორმაზე გადასვლის ისტორიული პროცესის სიღრმისეული შესწავლა იყო, რასაც ანტიკური კულტურის ცნობილმა მკვლევარმა, ერიკ ალფრედ ჰეველოკმა მისცა დასაბამი (Havelock 1986 / 1992). კულტუროლოგიისა და კომუნიკაციისტიკის გადაკვეთის კონტექსტში განსაკუთრებით საინტერესოა მედიუმის, როგორც საკომუნიკაციო საშუალების ევოლუციის იდეა, - ქვა, თიხა, პაპირუსი, პერგამენტი, ქაღალდი, პოსტინდუსტრიულ ეპოქაში კი - რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი.

პაპირუსი, ფრაგმენტი

პლატონის დიალოგიდან

„სახელმწიფო“ (ბერძ. Πολιτεία), ჩვენს წელთაღრიცხვამდე 380 წ.



მედიისა და კომუნიკაციის თეორიის მკვლევარმა, პოლიტეკონომისტმა ჰეროლდ ინისმა შეისწავლა საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გავლენა საზოგადოებრივი ორგანიზების ფორმებზე, იმპერიების წარმოშობა-დაცემასა და სამეცნიერო რევოლუციებზე (Innis 1950). ინისის აზრით, სწორედ ეფექტური კომუნიკაცია წარმოადგენდა უზარმაზარი ტერიტორიების მართვის მეთოდსა და საშუალებას; მაგ., ეგვიპტიდან გავრცელებული პაპირუსი საუკეთესო მედიუმში აღმოჩნდა რომის იმპერიის ცენტრალიზებული მმართველობისათვის.



ზოგად ტენდენციებზე დაკვირვება ცხადყოფს, რომ ძალაუფლების მქონე ჯგუფები, საზოგადოებაზე გავლენისა და ცოდნაზე მონოპოლიის შენარჩუნების მიზნით, მანიპულირებენ საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებით.

XX საუკუნის 40-იანი წლების მიწურულიდან ტორონტოს კომუნიკაციურ სკოლას შეუერთდნენ ცნობილი ფილოსოფოსი, მედიათეორეტიკოსი, კომუნიკაცივისტი, ლიტერატურის კრიტიკოსი მარშალ მაკლიუენი და ანთროპოლოგი ედმუნდ კარპენტერი.

ჰეროლდ ინისის შრომებში სოციალური ორგანიზაციისა და ცივილიზაციის კვლევა იყო ფოკუსირებული, მაკლიუენისა და კარპენტერის კონცეფციები კი პრიორიტეტულად კულტუროლოგიურ ხასიათს ატარებდა. მაკლიუენმა განავითარა ჰელოკის კონცეფცია საკომუნიკაციო საშუალებების თანამიმდევრული განვითარების გავლენის შესახებ. ტრივიუმის დისციპლინათა (გრამატიკა, ლოგიკა / დიალექტიკა, რიტორიკა) მეთოდოლოგიაზე დაყრდნობით მან ჩამოაყალიბა დისკურსი (McLuhan 1944: 266-276), რომლის მიხედვით ყველა მედიუმს საკუთარი გრამატიკა აქვს და ყოველი მედია ენის მსგავსად მოქმედებს; შესაბამისად სხვადასხვა საკომუნიკაციო საშუალებას განსხვავებული გავლენა აქვს ინდივიდთა ფსიქო-ფიზიოლოგიურ რეაქციებზე, ფასეულობათა ჩამოყალიბებაზე და სხვა ასპექტებზე. მაკლიუენის შრომებში ფოკუსირებულია მანიპულაციის შესაძლებლობები პოპკულტურასა და მედიაში; მის ნაშრომში „*The Gutenberg Galaxy*“ (McLuhan 1962 / 1968) შემოტანილი ცნება „*Global Village*“ („გლობალური სოფელი“) რეფერირებს თანამედროვე სამ-ყაროზე, რომელიც ელექტრონული ქსელებისა და ინტერნეტტექნოლოგიების განვითარების საფუძველზე თითქოს ერთ „გლობალურ სოფლად“ გადაიქცა. „*Global Village*“ დღეს უკვე ინ-

ტერნეტისა და გლობალური ვების (www) მეტაფორაა, რომელიც ერთ სივრცეში სხვა-დასხვა კულტურის, ეთნოსის, ქვეყნის წარმომადგენლებს აკავშირებს ერთმანეთთან და ერთიან საკომუნიკაციო პლატფორმას ქმნის.



„გლობალური სოფლის“ ცნების ავტორისეულ (მაკლიუენისეული) ინტერპრეტაციას ნეგატიური კონოტაცია აქვს, - მაკლიუენი ჯერ კიდევ XX საუკუნის 60-იან წლებში გვაფრთხილებს ახალი მედიისა და ეპოქისათვის დამახასიათებელი საფრთხისა და გამოწვევის თაობაზე, როგორიცაა:

ტოტალიტარიზმი;

ტერორიზმი;

- ინდივიდუალურობის დეკადანსი;

კოლექტიური იდენტობის გაძლიერება;

ირაციონალიზმი;

- ჰიპერრეალობა;

სიმულაციებით რეალობის ჩანაცვლების საფრთხეები;

მაკლიუენი ინტერნეტის ამზივალენტურობაზე მიუთითებს, ერთი მხრივ, ინფორ-
მაციის ხელმისაწვდომობისა და შესაბამისად სიტყვის თავისუფლების ცალსახად პო-
ზიტიური როლი და კონტექსტი, მეორე მხრივ კი, გარკვეული ტიპის ტექნოკრატთა
ხელში, - კონტროლის ძლიერი ტექნოლოგია.

სქემებისა და სახეების ეპოქაში ჰიპერტელობის საფრთხეებზე ასევე მიუთითებდა
ფრანგი ფილოსოფოსი, კულტუროლოგი, სოციოლოგი და მედიის თეორეტიკოსი ჟან
ბოდრიარი, რომლისთვისაც სიმულაცია დომინანტური სიმულაკრუმია მასობრივი
მედიის თანამედროვე საზოგადოებაში (Baudrillard 1994). ბოდრიარისათვის რეალობა
გატარებულია მედიის კრილში, სადაც სიმბოლო სინამდვილეზე უპირატესია, ეკო-
ნომიკა - წარმოსახვითი სივრცე, პოლიტიკა - თამაში, ომი კი - მედიამოვლენა.



ჟან ბოდრიარი (1929 - 2007)

გლობალური ქსელი ინფორმაციული ნაკადების უზარმაზარ სივრცეს ქმნის და შე-
საბამისად, მასთან უსწრაფესი წვდომის შესაძლებლობებს; იგი ამავდროულად იმი-
ჯების შექმნის და პოპულარიზაციის ყველაზე სწრაფი ალტერნატივაა არის. ზემო-
თქმულიდან გამომდინარე, გლობალური ქსელი შესაძლოა განვიხილოთ, როგორც
მრავალდონიანი კომპლექსური კომპონენტების შექმნისა და გავრცელების წინაპი-
რობა, მეთოდი და საშუალება, კერძოდ კი, როგორც:

- ცოდნის დემოკრატიზაციის;

ინფორმირებული სოციუმების ჩამოყალიბების;

კრიტიკული, ღია საშოქალაქო საზოგადოების ფორმირების;

- სხვადასხვა მოტივაციის ჯგუფების გენერირებისა და თვითორგანიზების

საშუალება.

კოლექტური ინტელექტი ინტელექტის საზოგადოებრივი ფორმაა, რომელიც კომპეტენციების ეფექტური კოორდინაციის, ინდივიდთა ურთიერთგამდიდრების, ურთიერთგანვითარების და შესაბამისად სოციუმის პროგრესის წინაპირობებს ქმნის (Lévy 1997 / 2002).

ვირტუალური სამყარო, კიბერსივრცე იქცა განზომილებად, სადაც ადამიანთა განსხვავებული კომპეტენციების სინერგია გახდა შესაძლებელი, რამაც იგი (ვირტუალური სამყარო) ჩამოაყალიბა არა მხოლოდ გარესამყაროზე ზეგავლენის საშუალებად, არამედ ინტერაქციული კომუნიკაციის კატალიზატორად; ამავდროულად ვირტუალური სამყარო არის განზომილება, სადაც ინტელექტი, შემეცნების პროცესი და შესამეცნებელი საგანი თუ მოვლენა ერთ მთლიანობად ყალიბდება; შესაბამისად ინდივიდუალური ინტელექტი კოლექტიურ ინტელექტთან შედარებით გაცილებით პასიურია.

პიერ ლევისეული კაცობრიობის განვითარების გზის სისტემატიკა ოთხ ანთროპოლოგიურ განზომილებას მოიცავს (Lévy ibid.):

მიწას: პირველყოფილი სამყარო;

ტერიტორიას: არქაული სამყარო და ცივილიზაციის სათავეები;

კაპიტალიზმს;

ცოდნას: ჯერარარსებული და მომავალი სამყარო;

თითოეულ განზომილებას ლევი სხვადასხვა კატეგორიის ჭრილში განიხილავს, კერძოდ კი:

სიჩქარის;

იდენტობის;

სემიოტიკის;

დრო-სივრცის;

ეპისტემიოლოგიის;

ორიენტირების საშუალებების;

- შემეცნების საგნის;
- ეკონომიკისა და პოლიტიკის კონტექსტებში;

ლექსის ანთროპოლოგიურ განზომილებათა სისტემატიკაში ინტერკულტურული კომუნიკაციის თვალსაზრისით განსაკუთრებით საინტერესოა რელევანტურობის ნიშნით რამდენიმე სელექციური კონტექსტი:

განზომილებები	კონტექსტი	
	იდენტობა	სემიოტიკა
მიწა	მიკროკოსმოსი	სიმბოლოსა და არსის ერთიანობა
ტერიტორია	სხეული - იერარქიული ორგანიზმი სული - მიკროპოლისი	სქეიზმა სიმბოლოსა და არსს შორის
კაპიტალიზმი	პიროვნების როლი წარმოების პროცესში	სიმბოლოსა და არსის განცალკევება რეპროდუქციულია, ყოფიერება გადასულია სიმბოლოში
ცოდნა	პიროვნება - კოლექტიური ინტელექტის შემადგენელი კვანძი	სამყაროს გარდაქმნა

	კონტექსტი	
განზომილებები	ეპისტემიოლოგია	შემეცნების საგანი
მიწა	კლანი, თემი, უბუცეები	შემოქმედება, საწყისი
ტერიტორია	კასტა ჩაკეტილი საზოგადოება	გეომეტრიულობა
კაპიტალიზმი	სამხედრო, ინდუსტრიული, მასმედიის ტექნოკრატთა მხრიდან საინფორმაციო ნაკადებზე გავლენა; ენციკლოპედიურობა	წარმოება, მომხმარებლობა, ინფორმაციის სიმრავლე
ცოდნა	პიროვნება არის ის, რაც მან იცის. ვირტუალური სივრცე - იმანენტური განზომილება (დიმენსია), სადაც კოლექტიური ინტელექტის სამყაროში ჩართული ინტერაქტიული პოტენცია ქმნის კოსმოპედიურ განზომილებას, რომელიც დინამიკური, ურთიერთმოქმედი, განგრძობადი და ზრდადი ცოდნის წინაპირობაა	ხელოვნების საზღვრებიდან განთავისუფლება; თავისუფლებისა და ცოდნის შერწყმის საფუძველზე ყოველი აღმოჩენა თავად ხდება შემოქმედება

განზომილებები	კონტექსტი	
	დრო-სივრცე	პოლიტიკა
მიწა	უხსოვარი დრო	დესპოტია
ტერიტორია	საზღვრების დაწესება; ისტორიის დაბადება	ბიუროკრატია
კაპიტალიზმი	სიჩქარე მანძილზე პრიორიტეტულია	დემოკრატია
ცოდნა	სუბიექტური დრო და შინაგანი განზომილებანი	თვითორგანიზებადი ჯგუფების მიერ განხორციელებული პირდაპირი (დიგიტალური) დემოკრატია

ლევის თვალსაზრისით, მითითებული ანთროპოლოგიური განზომილებები თანა-
არსებობს და ერთმანეთში გადადის. კოლექტიური ინტელექტისათვის დამახასიათე-
ბელი თვითორგანიზებით, ავტორის თანახმად, შესაძლებელია საზოგადოებრივი
პრობლემების ეფექტური გადაწყვეტა.

თანამედროვე დისკუსიებში კოლექტიური ინტელექტი ძირითადად ორ კონტექს-
ტში, სათათბირო დემოკრატიისა და ელექტრონული მმართველობის, - E-Gover-
nance კონტექსტში განიხილება.

კოლექტიური ინტელექტის განზომილება, მასში ჩართულ ინდივიდთა ინტერ-
აქციიდან გამომდინარე, კომუნიკაციური განზომილებაც.

ცნობილია, რომ ძველი საბერძნეთის პოლისებში პირდაპირი დემოკრატიის, მოდერნისტული ეპოქის ერ-სახელმწიფოებში კი, წარმომადგენლობითი დემოკრატიის საფუძველზე ხორციელდებოდა მმართველობითი ტრადიციები; კიბერსივრცე, დრო-სივრცითი ბარიერების გადალახვის ყველაზე ეფექტური განზომილება, კვლავ პირდაპირი და დისკურსული დემოკრატიის დაბრუნების შესაძლებლობებს ხსნის. შესაბამისად საჯარო სივრცეში ელექტრონული მმართველობის *E-Governance* - გავრცელება დამატებითი პრივილეგიაა, რომელიც მოქალაქეთათვის უფრო სწრაფი და ეფექტური, შედეგებზე ორიენტირებული სერვისების გარანტია სახელმწიფო ინსტიტუტების ღიად და გამჭვირვალედ ფუნქციონირებისათვის.

კოლექტიური ინტელექტი შესაძლოა აგრეთვე ინტერპრეტირებულ იქნეს განზომილებად, რომელშიც ეფექტურად ხორციელდება კომუნიკაციური ქმედებები; შესაბამისად შესაძლოა იგი იქცეს *იურგენ ჰაბერმას*ის „სიციოცხლის სამყაროდ“ (3.4.) (Habermas 1981); კოლექტიური ინტელექტის განზომილებაში ენა პიროვნებათა შორის ურთიერთქმედების მედიუმია, რომლის მეშვეობით კომუნიკაციური ქმედების ფუნქციური მხარე ცოდნის განახლება, გაზიარება და გამრავლებაა, ისევე როგორც სოციალური სოლიდარობა, ინტერაქცია და ინტეგრაცია, პიროვნებები კი ჰაბერმასისეული რაციონალური პრინციპებით მოქმედებენ, კერძოდ, ეფუძნებიან:

ურთიერთგაგებას;

- აღიარებას;

არგუმენტირებას (დასაბუთებულობის ოთხი ტიპი: (1) დიქცია; (2) ჭეშმარიტი მტკიცებულებები; (3) გულწრფელობა-სანდობა; (4) სამართლიანი, მტკიცე არგუმენტები);

კონსენსუსს.

შესაბამისად, კოლექტიური ინტელექტი საზოგადოებაში ავტორიტარული ტენდენციების გავრცელების საუკეთესო ალტერნატივა და პრევენციაა.

8.13. მულტიკულტურული განათლების ფუნდამენტური პრინციპები

როგორც შესაბამისს პარაგრაფებში უკვე იყო ნაჩვენები, სამეცნიერო ლიტერატურაში კულტურის პოლისემიური და მრავალდონიანი ცნების არა ერთი დეფინიცია თუ ინტერპრეტაციაა. აღნიშნულის გათვალისწინებით, კულტურა, **ჰანს იურგენ ჰერინგერის** ტერმინოლოგიით, განზოგადებულად შესაძლოა განისაზღვროს, როგორც პოტენციალის, პერფორმანსისა და მანიფესტაციის ერთობლიობა (**Heringer 2014: 110**); ამასთან პოტენციალი, პერფორმანსი და მანიფესტაცია, თავის მხრივ, სხვადასხვა სუბსისტემასა და სუბკომპონენტს მოიცავს, კერძოდ:



ჰანს იურგენ ჰერინგერი (1939)

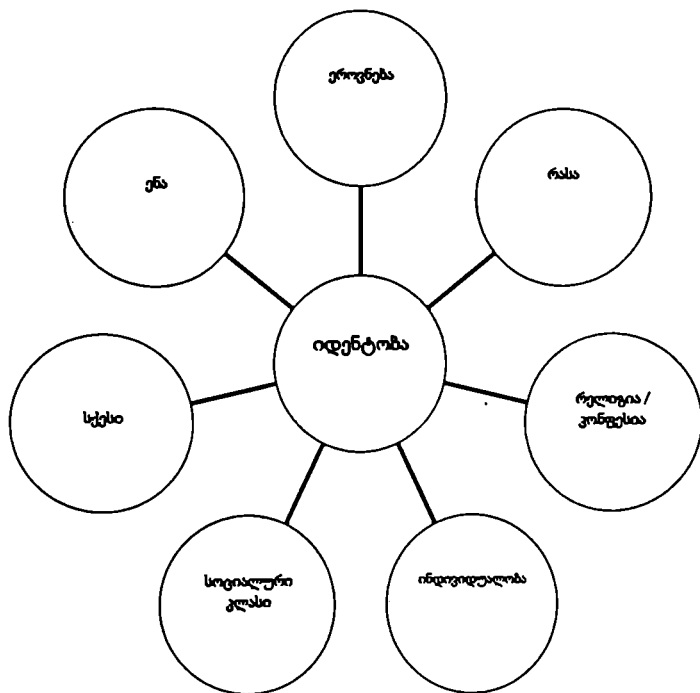
პოტენციალი	პერფორმანსი	მანიფესტაცია
ცოდნა	რეალიზაცია	არტეფაქტები
დამოკიდებულებები	აქტივაცია	ლიტერატურა
ენა	ქმედება	ხელოვნება
ადათ-წესები		ფილოსოფია
ღირებულებები / ფასეულობები		ტექნოლოგიები

კულტურის ანალიზი გულისხმობს მოცემული კონკრეტული ჯგუფის ცხოვრების წესის, მისი ენის, ლიტერატურის, ხელოვნების, ფილოსოფიის, მენტალობისა და ტექნოლოგიების შესწავლას.

მულტიკულტურული განათლება ეფუძნება ორ იდეალს:

- თანაბარ შესაძლებლობებს;
- კულტურულ პლურალიზმს;

თანაბარი შესაძლებლობები, თავის მხრივ, განსხვავებული იდენტობის მიუხედავად, ინდივიდებისათვის თანაბარი განვითარების პირობების შექმნას გულისხმობს. როგორც შესაბამის პარაგრაფში (8.10.) იყო განხილული, ინდივიდი ერთდროულად სხვადასხვა ჯგუფს ეკუთვნის და მისი იდენტობის ფორმირებას მრავალი ურთიერთდამოკიდებული ფაქტორი განაპირობებს:



მულტიკულტურული განათლება შეისწავლის რასის, ეთნიკური წარმომავლობის, კლასის, სქესის, რელიგიის, ენის ზემოქმედებასა და გავლენას ინდივიდის ქცევაზე და განვითარებაზე.

თანაბარი შესაძლებლობები კი, თავის მხრივ, საფუძვლად უდევს კულტურული პლურალიზმის იდეალს, რომელიც სხვადასხვა ეთნიკური კულტურის გაზიარებას

გულისხმობს საკუთარი იდენტობის, ენის, ოჯახის, გუნდური სოლიდარობის, რწმენისა და ტრადიციების შენარჩუნებისა და პატივისცემის წინაპირობით.

მულტიკულტურული განათლება კულტურული პლურალიზმის კონტექსტში აღიარებს მრავალმხრივ პერსპექტივებსა და ინტერპრეტაციის შესაძლებლობებს.

მულტიკულტურული განათლების კონცეპტში უმნიშვნელოვანესია ენის მრავალფეროვნების პრინციპი **ბილინგვიზმისა** (ორენოვნება) და **მულტილინგვიზმის / პლურილინგვიზმის** (მრავალენოვნება) მნიშვნელობა მრავალფეროვან გარემოში.

ევროპის ენობრივი მემკვიდრეობა, რომელიც დაახლოებით 225 ენას ითვლის, ძალიან მდიდარი და მრავალფეროვანია. ევროპის კულტურული მრავალფეროვნებისა და მრავალენოვნების, აგრეთვე ენების შესწავლის მნიშვნელობის წარმოსაჩენად **ევროპის საბჭომ** 2001 წელს დააწესა **ენების ევროპული დღე** (ეედ), რომელიც ყოველწლიურად 26 სექტემბერს აღინიშნება. მისი იდეა მულტილინგვიზმის პოპულარიზაცია და ევროპის საბჭოს 47 წევრ ქვეყანაში მცხოვრები რვაასი მილიონი ადამიანის წახალისებაა მეტი ენის შესასწავლად, რამდენადაც ლინგვისტური მრავალფეროვნება კულტურათმორისი თავისებურებებისა და ევროპის უმდიდრესი კულტურული მემკვიდრეობის ერთ-ერთი უმთავრესი და რელევანტური კომპონენტია.

2013 წლიდან ენების ევროპული დღე საქართველოშიც აღინიშნება. მნიშვნელოვანი ფაქტია, რომ 2015 წლიდან ევროპის ქვეყნებში გამართული ღონისძიებების ფარგლებში ქართული ენის პოპულარიზაციის თვალსაზრისით ახალი პერსპექტივები გახსნა ქართული ენის პრეზენტაციებმა (მასალები დაინტერესებული მკითხველისათვის ხელმისაწვდომია ქართულის, როგორც უცხო ენის ვებგვერდზე www.geonl.ge), ასევე ევროპის საბჭოს თანამედროვე ენების ევროპული ცენტრის ენების ევროპული დღისადმი მიძღვნილი სხვადასხვაენოვანი ვებგვერდის ქართულენოვანი ვერსიის შექმნამ.

მრავალენოვნება ყოველდღიური ცხოვრების ფაქტია აფრიკასა და აზიაში, ხოლო ევროპის ზოგიერთ რეგიონში, კერძოდ, ბენელუქსის, სკანდინავიისა და ხმელთაშუა ზღვის ქვეყნებში - ნორმა.

ინგლისური ენის საერთაშორისო გავრცელებისა და როლის გათვალისწინებით მისი შესწავლა პრიორიტეტულია ენის შემსწავლელთა უმრავლესობისათვის, - **ევრობარომეტრის** (http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm) გამოკითხვის თანახმად, ყოველი მესამე აცხადებს, რომ შეუძლია ინგლისურ ენაზე მეტყველება.

გლობალიზებული მსოფლიოს ერთ-ერთი ტენდენცია შესაძლოა ინგლისური ენის, როგორც *lingua franca*-ს განსაკუთრებული მნიშვნელობის დაკნინებასა ან სულაც დაკარგვაში გამოვლინდეს, რამდენადაც ინგლისური ენის გარდა სხვა ენის ფლობა, ზოგადად **მულტილინგვალური კომპეტენცია** დამატებით განსაკუთრებულ უპირატესობას წარმოადგენს დასაქმებისა და განათლების თვალსაზრისით. ინგლისური ენის, როგორც მშობლიური ენის მატარებლებს, სულ უფრო და უფრო მზარდ კონკურენციას უწევენ კანდიდატები, რომლებიც ინგლისურის გარდა მშობლიურ ენასა და სხვა დამატებით ენებზე კომუნიცირებენ, რამდენადაც **მულტილინგვალური კომპეტენცია თანამედროვე გლობალიზებულ სამყაროში შესაძლოა ეკონომიკურ წარმატებაზე რელევანტურიც კი იყოს**, რადგან იგი:

- ზრდის ღიაობას სხვათა კულტურების მიმართ, მათ შორის მათთან დამოკიდებულების თვალსაზრისით;
- ხელს უწყობს გონებრივ მოქნილობას, როგორც რეპრეზენტაციის სხვადასხვა სისტემისა და მობილური პერსპექტივების ფარგლებში მოქმედების საშუალებას;
- უზრუნველყოფს სხვა ქვეყნების ხალხების, კულტურებისა და ტრადიციების სწორ აღქმასა და წვდომას;

ზრდის ტოლერანტულობის ხარისხს;

მონოლინგვურობა (ერთენოვნება) ზღუდავს პიროვნების შესაძლებლობას, რამდენადაც იგი ზრდის დამოკიდებულების ხარისხს სხვა ადამიანების ენობრივ უნარებსა და კეთილგანწყობაზე.

სხვა ენის შესწავლა მხოლოდ სასარგებლო ან საკურო უნარის შეძენაზე გაგილებით მეტია, ყოველი ახალი ენის დაუფლება ახალი ჰორიზონტის გახსნა და ამა-

დროულად ახალი დამოკიდებულების შეძენაც არის, - სხვათა იდენტობისა და კულტურის პატივისცემა და, ზოგადად, ტოლერანტობა კულტურული მრავალფეროვნების მიმართ.

ევროპის საბჭოს პროგრამა „ევროპული ენობრივი პორტფოლიო“ **European Language Portfolio (ELP)** (<https://www.coe.int/en/web/portfolio>) დაინტერესებულ პიროვნებას საშუალებას აძლევს, თავად განსაზღვროს ენის ფლობის კონკრეტული დონე. პროგრამის მიზანია:

- ენის შემსწავლელთა მოტივაციის გაზრდა;
 - ენობრივი უნარების გაფართოება და გამრავალფეროვნება ენის ფლობის ყველა დონეზე;
 - შეძენილი ენობრივი უნარების გამოვლენა;
- ენის ფლობის დონის ამაღლებისათვის საჭირო უნარების დადგენა;
- მომავალი საფეხურების დაგეგმვა, - კარიერული ზრდის, - უმაღლესი განათლების ან დასაქმების პერსპექტივების შესაბამისი დონის განსაზღვრა სამშობლოში ან საზღვარგარეთ;

ენობრივი უნარების განვითარებისა და ენების ევროპული დღის შესახებ დამატებითი ინფორმაციის მოძიება შესაძლებელია მითითებულ ბმულებზე:

- <http://www.coe.int/edl> - ენების ევროპული დღის ვებგვერდი;
- <http://www.coe.int/lang> - ევროპის საბჭოს ენობრივი პოლიტიკის განყოფილება (სტრასბურგი, საფრანგეთი);
- <http://www.coe.int/portfolio> - ევროპული ენობრივი პორტფოლიო;
- <http://www.ecml.at> - თანამედროვე ენების ევროპული ცენტრი (გრატი, ავსტრია);
- <http://www.europass.cedefop.eu.int> - ევროკავშირის ვებგვერდი;

<http://www.coe.int/minlang> - რეგიონულ ან უმცირესობათა ენების ევროპული ქარტია.

მულტიკულტურული განათლების კონტექსტში ძალიან მნიშვნელოვანია საკითხების, ამოცანებისა და პრობლემების მიმართ კომპლექსური მიდგომები, რაც, თავის მხრივ, მულტიკულტურული განათლების ფუნდამენტურ პრინციპებს ეფუძნება, როგორცაა:

როლური მოდელების მრავალფეროვნება, როგორც სტერეოტიპების დაძლევის ერთ-ერთი რელევანტური ფაქტორი;

- პრაქტიკულ ქმედებებზე ორიენტირებული განათლება;

კრიტიკული აზროვნების უნარის, როგორც საზოგადოების ცვლილებებზე ზემოქმედების შესაძლებლობის, განვითარება;

- სოციალური კომპეტენციის ჩამოყალიბება;

დიალოგისა და მოსმენის კულტურის, განსხვავებული შეხედულებების პატივისცემის, განსხვავებული თვალსაზრისის გაზიარების უნარების ჩამოყალიბება და დახვეწა;

განათლების როლის, როგორც პრობლემათა გადაჭრის ინსტრუმენტის აქტუალიზაცია;

საზოგადოებრივი ჩართულობის მაქსიმალური ამაღლება;

კრიტიკული აზროვნება XXI საუკუნის ლიდერის და, ზოგადად, წარმატებული პიროვნების ერთ-ერთი მთავარი უნარია; იგი გარემოს შეფასების ობიექტური მეთოდია, რომელიც ყოველმხრივ მოძიებული ინფორმაციის ანალიზსა და ყოველი ნაბიჯის, რეაქციის კონკრეტულ შეფასებას ეფუძნება. კრიტიკული აზროვნება გულისხმობს:

- გამოკითხვის სტრატეგიების გამოყენებას;

შეკითხვების ჩამოყალიბებასა და მათზე პასუხის გაცემას;

- თავაზიან სკეპტიციზმს;
- ამა თუ იმ საკითხის, პრობლემის სხვადასხვა პრიზმაში დანახვას;
- ალტერნატივების ანალიზს;
- დამოუკიდებელ, არაერთგვარად და არაერთგვაროვან მიდგომას მოვლენათა მიმართ;

კრიტიკულად მოაზროვნე ადამიანით **მანიპულირება** პრაქტიკულად შეუძლებელია. XXI საუკუნეში კრიტიკული აზროვნება სასიცოცხლოდ აუცილებელია, რადგან **ინფორმაციული ინდუსტრიის ეპოქაში** ყოველდღიური დღის წესრიგის ნაწილია მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების მიღება და **სწრაფად ცვალებად გარემოში** არჩევანის გაკეთება.

პერსპექტივებზე ორიენტირებული განათლების ორი ძირითადი პრინციპია:

- **ინფორმაციის მზარდ ნაკადში სწრაფი ორიენტაციისა და საჭირო მასალის მოძიების უნარი;**

მიღებული ინფორმაციის სწორად გააზრებისა და გამოყენების უნარი;

ინფორმაციულ ნაკადებთან მიმართებით აუცილებელია ინფორმაციის **ფილტრაცია**, რაც, მათ შორის, გულისხმობს რელევანტურის მეორეხარისხოვანისაგან დიფერენციაციას (განსხვავებას, გამოყოფას), ანალიზს, ინტერპრეტაციასა და გათავისებას. მრავალფეროვან ინფორმაციულ ნაკადში სწორი ორიენტირების გარეშე შესაძლოა გარკვეული პასუხების მოძიება, თუმცა შეუძლებელია მათი რეფლექსია.

კრიტიკულად მოაზროვნე პიროვნების მახასიათებლებია:

- სიახლის მიმართ ღიაობა;
- სამყაროს მრავალფეროვანი აღქმა;
- ღირებულებათა საკუთარი სისტემის არსებობა და მისი პრინციპული დაცვის უნარი;
- იდეების, მოსაზრებების სიღრმისეული გააზრების უნარი;

ეგოცენტრულობა რეალობის პიროვნული აღქმით ჩანაცვლებათა, რომელიც ხასიათდება თანამიმდევრულობისა და სიცხადის მიმართ არასაკმარისი, არაჯეროვანი ინტერესით. ეგოცენტრული პიროვნება მოკლებულია უნარს, გააანალიზოს და მიიღოს ის თვალსაზრისი, იდეა თუ ფაქტი, რომელიც უპირისპირდება მის წარმოდგენებსა და დამოკიდებულებებს. რამდენადაც ყველა ადამიანი სოციალიზებულია, ეგოცენტრულობა ნაწილობრივ **სოციოცენტრულობის** ჩარჩოებში ვითარდება.

ეგოცენტრულობისა და სოციოცენტრულობის ნეიტრალიზაცია შესაძლებელია, ერთი მხრივ, კრიტიკული აზროვნების, მეორე მხრივ კი, **თვითშეგნების** საფუძველზე. ეგოცენტრული ტენდენციების შეცვლის წინაპირობა მათ ობიექტურ გაცნობიერებაშია, რაც ეგოცენტრიზმის ირაციონალურობისა და დაუსაბუთებლობის ანალიზს გულისხმობს.

ბრაზილიელი განმანათლებლის, ფილოსოფოსის, XX საუკუნის პედაგოგიკის გამორჩეული და გავლენიანი თეორეტიკოსის, **პაულუ ფრეირეს** კონცეფციის კვინტენსენცია ადამიანის, როგორც **თავისუფალი** არსების გააზრების აუცილებლობაში მდგომარეობს (Freire 1970; 1998).



პაულუ ფრეირე (1921 - 1997)

ფრეირეს მიხედვით, ადამიანის თავისუფლება მის მიერ საკუთარი, დამოუკიდებელი სამეტყველო ენის გამოყენების შესაძლებლობაში გამოიხატება. ენა თავისთავად მოიცავს მოქმედებისა და აზროვნების მოდულებს, ნიშნუშებს, ადამიანები კი ენას აზროვნებისა და ქმედების პროცესში არსით „აესებენ“. ფრეირეს თვალსაზრისით, შეუძლებელია ენა ყალბი სიტყვებით იყოს სავსე, რადგან ადამიანის ცხოვრება გულწრფელი სიტყვებით იკვებება ... მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ფრეი-

რესთვის „ყალბი“ იმ ცნებებსა თუ სიტყვებს გულისხმობს, რომელთა გამოყენება ადამიანს სხვა დაუწესა და სურს, რომ ადამიანმა სამყაროს პასიური დამკვირვებლის როლი იკმაროს. ფრერეს აზრით, თავისუფალი ადამიანები იყენებენ გულწრფელ სიტყვებს, რომელთა წარმოთქმის წინაპირობა, იმპლიკაცია მოაზროვნე და ქმედითი არსებაა, რომელსაც სამყაროში საკუთარი განზრახვები, ინტენციები და აზრები მოაქვს, რომელთა საფუძველზე იგი ცვლის სამყაროს საკუთარი თავის გარშემო.

ფრერე დარწმუნებულია, რომ ადამიანის თავისუფლება პიროვნების შინაგან ცვლილებებთან არის დაკავშირებული, თუმცა ადამიანს იგი არ განიხილავს მარტოსულ, იზოლირებულ, ავტონომიურ და თვითკმარ არსებად. ფრერე ხაზს უსვამს სიღრმისეული დიალოგის, როგორც ურთიერთობისა და კომუნიკაციის ერთადერთი ფორმის მნიშვნელობას, რომლის იდეალურ-პროტოტიპული მოდელი გამორიცხავს ადამიანთა დათრგუნვას და, ზოგადად, დომინირებას.

ფრერეს კონცეფციაში დიალოგის, როგორც სოციალური, ეგზისტენციალური კომუნიკაციის ფუნდამენტური ტიპის განვითარება აუცილებელია ადამიანური პოტენციალის რეალიზაციისათვის, რადგან დიალოგის ფორმატში იმპლიცირებულია:

- თანაზიარობა;
- ნდობა;
- ღიაობა;
- თანამონაწილეობა;

ერთად სწავლის, განვითარებისა და შემოქმედების მზაობა, სურვილი;

ჩამოთვლილი იმპლიკაციის საპირისპირო ტენდენციები კი იზოლირებულობა, გაუცხოება, უნდობლობა, უხეშობა, ფორმალიზმი და ავტორიტარიზმი.

ინტერკულტურულ კომუნიკაციაში ცოდნის გამოყენების პირველ ნაბიჯს სწორედ დიალოგის აუცილებლობის აღიარება წარმოადგენს.

დიალოგის წარმართვა გაგნობიერებისა და დაახლოებისათვის განსხვავებული კულტურის მატარებლებთან ორმხრივ მოსმენასა და გაგებაზე უნდა იყოს ფოკუსირებული.

ინტერკულტურული კომუნიკაციების კვლევების წამყვანი ექსპერტების, კომუნიკაციისტიკის პროფესორების, გოუ-მინგ ჩენისა და უილიამ სტაროსტას თვალსაზრისით, კომპეტენტური ინტერკულტურული მსმენელი ცვლის რა ნარატივების კომპლექსებს, - კოჭერენტულ მნიშვნელობათა ქსელებს, - აფართოებს სამყაროს აღქმის შესაძლებლობათა რეპერტუარს, რომლის საბაზისო ერთეულები ცნობის მოყვარება, ღიაობა და ემპათიაა (Chen & Starosta 2005).



გოუ-მინგ ჩენი



უილიამ სტაროსტა

განსხვავებულ კულტურათა მატარებლები ჰარმონიულ დისკურსში, მეტაფორული გაგებით, ინარჩუნებენ საკუთარ ხმას, რაც ინდივიდუალური აზრის ზოგად დისკურსთან, ე. წ. მეტანარატივთან კომბინაციას, თანამიმდევრულობასა და ლოგიკურ სიმწყობრეს, კოჭერენტულობას გულისხმობს.

8.14. მარიო ვარგას ლიოსას თავისუფლების კულტურა

ნებისმიერი კულტურა, განსაკუთრებით, თუ მას თანამედროვე და ცოცხალი შეიძლება ეწოდოს, ევოლუციის ნაყოფი და ახალი ჩამოყალიბებულია, თუმცა გარკვეულწილად რამდენიმე თაობის წინამორბედ სახესაც აირეკლავს. აღნიშნული ტიპის ევოლუციის სადემონსტრაციო მაგალითებია საფრანგეთში, ესპანეთსა და ინგლისში ბოლო ნახევარი საუკუნის განმავლობაში განხორციელებული ძალზე მნიშვნელოვანი ცვლილებები; საეჭვოა მარსელ პრუსტს, ფრედერიკო გარსია ლორკასა და ვირჯინია ვულფს იმ საზოგადოებათა მემკვიდრეებად მიეჩნიათ დღევანდელი ევროპელები, რომლებმაც ისინი ჩამოაყალიბეს, ხოლო მათ, თავის მხრივ, საკუთარ ნაწარმოებებში

გააცოცხლეს, - წერს თავის ერთ-ერთ სტატიაში მარიო ვარგას ლიოსა, - 2010 წლის ნობელის პრემიის ლაურეატი, პრინსტონის უნივერსიტეტის მოწვეული პროფესორი, პერუელი მწერალი, ჟურნალისტი, ნოველისტი და ესეისტი, ლიტერატურათმცოდნეების შეფასებით, მოდერნიზმის უდიდესი წარმომადგენელი.

ლიოსას აზრით, „კულტურული იდენტურობა“ პოლიტიკურ პლანში საფრთხეს უქმნის კაცობრიობის ყველაზე ფასეულ მონაპოვარს - თავისუფლებას (Llosa 2001).

ლიოსა არ უარყოფს თვალსაზრისს, რომ ერთსა და იმავე ტერიტორიაზე დაბადებულ და მცხოვრებ, იდენტური პრობლემატიკის მქონე, ერთი ენის, რელიგიისა და წეს-ჩვეულებათა ადამიანები საერთო თვისებებით ხასიათდებოდეს, თუმცა კოლექტიური ნიშნით საზოგადოების ცალკეულ წევრთა სრულყოფილი დახასიათება მას შეუძლებლად მიაჩნია. ლიოსა თვლის, რომ „საერთო“ სპობს ან მეორე პლანზე გადააქვს უნიკალური ნიშნებისა და თავისებურებების იმ ერთობლიობას, რომლითაც თითოეული ინდივიდი სხვისაგან ან სხვებისაგან განსხვავდება და გამოირჩევა. ლიოსას მიხედვით, იდენტურობის კონცეფცია მხოლოდ ინდივიდუალურ დონეზეა გამოყენებადი; სხვა შემთხვევაში კი იგი, რაჟ. იდენტურობის კონცეფცია, ერთგვარი კოლექტივისტური და იდეოლოგიური აბსტრაქციაა, თავისი არსით რედუქციონისტული⁵ და დეჰუმანისტური.

ქვემარტი იდენტურობის წყარო, ლიოსას კონცეფტში, არის პიროვნების უნარი, არ დამორჩილოს გენეტიკური მემკვიდრეობით, გეოგრაფიული პირობებით ან სოციალურ ურთიერთობათა წნეხით პირობადებულ ფაქტორთა ზემოქმედებას და დაუპირისპიროს მას საკუთარი თავისუფალი ქმედებები.

ახალ ათასწლეულში ლიბერალიზმის ლიოსასეული ხედვა, რომელიც ტოტალიტარული იდეოლოგიებისაგან განსხვავებით, არადოქტრინულია, თანამედროვე საზოგადოების არსებობის ყველაზე მყარ საფუძვლად ადამიანის უფლებების დაცვას მიიჩნევს. კაცობრიობის ისტორიაში, ლიოსას აზრით, არაფერია წინასწარგანსაზღვრული და სამუდამო; ამდენად, თუ თავისუფლების კულტურის დაცვას ვერ შევძლებთ,

⁵ უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, თბილისი: მერიდიანი: 2007, მთ. რედაქტორი გ. აბსანძე; რედუქციონიზმი (ლათ. *reductio* „დაბრუნება, აღდგენა“) ვარაუდი, რომლის თანახმად შესაძლებელია რთული მოვლენის სრულად ახსნა უფრო მარტივი დამახასიათებელი კანონების საფუძველზე.

ის დაეცემა და თავისუფალი საზოგადოება ავტორიტარული კოლექტივიზმისა და ტრაიბალიზმის,⁶ - რომლებმაც ნაციონალიზმისა და რელიგიური ფანატიზმის წილა-ში მოირგეს, კომუნიზმი ჩაანაცვლეს და დემოკრატიის საშიშ მტრად იქცნენ, - ზეწო-ლის ქვეშ მოექცევა.

ლიბერალებისათვის თავისუფლების როლისთვის ბრძოლა, უპირველესად, ინტე-ლექტუალური იდეების შერკინებაა. თანამედროვე საზოგადოება და ადამიანის ად-გილი ამ საზოგადოებაში განიხილება, როგორც:

- ფართო;
- ჰორიზონტალური;

პლურალისტური;

დემოკრატიული;

ჩამონათვალის ანტიპოდებია:

შეზღუდული;

ვიწრო;

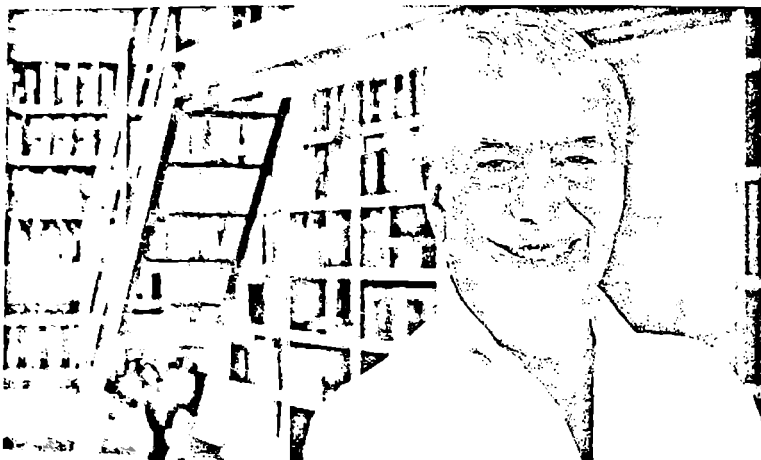
რასისტული;

დისკრიმინაციული;

ვერტიკალური;

კანონიერებისა და თავისუფლების კულტურის გლობალიზაციის გარეშე, ლიოსას აზრით, ეკონომიკური გლობალიზაცია სერიოზულ საფრთხეს უქმნის ცივილიზა-ციის მომავალს, განსაკუთრებით კი ჩვენი პლანეტის ეკოსისტემას. ლიოსა, თავისუფ-ლების კულტურის ირგვლივ გაერთიანებული მსოფლიოს იდეას არა უტოპიად, არა-მედ მიღწევად და განხორციელებად რეალობად მიიჩნევს.

⁶ <http://www.nplg.gov.ge/gwdicr/index.php?a=term&d=3&t=40210>: ტრაიბალიზმი (ინგლ. *tribalism*) გვაროვ-ნულ-ტომობრივ წყობილებასთან დაკავშირებული არქაული ინსტიტუტები და ორგანიზაციები, სო-ციალური განვითარების არქაულობა, ეთნიკური პროცესების დაბალი დონე, ტომთაშორისი წინააღ-დეგობანი და სხვ. ფართოდ იყენებენ კოლონიზატორები ეროვნულ-განმათავისუფლებელი მოძრაობის შესასუსტებლად (ცერძოდ, აფრიკაში).



მარიოს ვარგას ლიოსა (1936)

მარიოს ვარგას ლიოსას თავისუფლების კულტურის ესთეტიკასა და დიაპაზონს, ფეიქრობთ, კარგად წარმოაჩენს რამდენიმე, ინტერკულტურული კონტექსტისთვის განსაკუთრებით რელევანტური ამონარიდი, - ციტატა მისი საკმაოდ ვრცელი და უაღრესად საინტერესო საწიგნო ლექციიდან „კითხვის ჩვევისა და ლიტერატურისადმი პატივის მისაგებად“:⁷

(1) „... ფლობერისაგან ვისწავლე, რომ ნიჭი უტეხი დისციპლინა და უსასრულო მოთმინებაა; ფოლკნერისაგან, - რომ ფორმა, - წერა და სტრუქტურა, - საგნებს ადამაღლებს ან პირიქით, განმარცხავს და აღარიბებს. მარტორელმა, სერვანტესმა, დიკენსმა, ბალზაკმა, ტოლსტოიმ, კონრადმა, თომას მანმა მასწავლეს, რომ მასშტაბურობა და ამზიგია რომანისთვის ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც სტილური სრულქმნილება და თბრობის სტრატეგია. სარტრმა, - რომ სიტყვები ქმედებებია, რომანი, პიესა, ან თუნდაც ესე კი აწმყო დროსა და უკეთეს არჩევანს შეიცავს და ისტორიის მდინარების შეცვლა ხელეწიფება; კამიუმ და ორუელმა, - რომ მორალურის განცდისგან განმარცვული ლიტერატურა არაადამიანურია, მაღრომ, - რომ ჰერო-

⁷ წყარო: <http://www.univsumplus.ge/?p=653> / ინგლისურიდან თარგმნა ქეთი ქანთარია.

იზმი და ეპიკუროზა დღესაც ისევეა შესაძლებელი, როგორც არგონავტების, „ოდისეას“ და „ილიადას“ ხანაში.“

(2) „... იმ კარგი წიგნების გარეშე, რომლებსაც ვკითხულობთ, უფრო ცუდები ვიქნებოდით, უფრო კონფორმისტები, ნაკლებ ჟინიანები და უფრო მორჩილები, თვითკრიტიკული სული, პროგრესის მამოძრავებელი ძალა არ იარსებებდა.“

(3) „... კარგი ლიტერატურა ადამიანებს შორის ხიდებს დებს და როცა სიხარულს გვანიჭებს, ტანჯვას განგვადევინებს ან ჩვენს გაოცებას ახერხებს, ენის, აღმსარებლობის, წეს-ჩვეულებების და მიკერძოებული დამოკიდებულებების - იმ ყველაფრის გადალახვით გვაერთიანებს, რაც ერთმანეთისაგან გვყოფს.“

(4) „... როცა ტოტალიტარული იმპერიები ინგრეოდა, იმედი მოგვეცა, რომ ერთად, მშვიდობიანად ვიცხოვრებდით, პლურალიზმი და ადამიანის უფლებების დაცვა მსოფლიოს ჰოლოკოსტებს, გენოციდებს, დაპყრობითი ომების და ადამიანთა ხოცვა-ჟლეტის ხანას დაგვაშორებდა.“

(5) „... დემოკრატიული კულტურის და ღია საზოგადოების ხელახლა აღმოჩენას ისეთ მოაზროვნეებს ვუმაღლი, როგორებიც რაიმონდ არონი, ჟან ფრანსუა რეველი, ისაია ბერლინი და კარლ პოპერი იყვნენ.“

(6) „... წავიკითხე ზორხესი, ოქტავიო პასი, კორტასარი, ფუენტესი, კაბრერა ინფანტე, რულფო, ონეტი, კარპენტერი, ედუარდსი, დონოზო და ბევრი სხვა, ვისი ნაწერებიც ესპანური ენის რევოლუციურ ნარატივს ქმნიდა და რომელთა წყალობით ევროპამ და მსოფლიოს დიდმა ნაწილმა აღმოაჩინა, რომ თურმე ლათინური ამერიკა მხოლოდ გადატრიალებების, ოპერეტებიდან გადმოსული დესპოტების, წვერებიანი პარტიზანების, მამბოს და ჩა-ჩა-ჩას კონტინენტი კი არ არის, არამედ იდეების, შემოქმედებით ფორმათა ძიების, ლიტერატურული ფანტაზიით უხვად მომადლებული მხარე, რომელიც მის შესახებ ხატოვან წარმოდგენებს შორს გასცდა და უნივერსალურ ენაზე ალაპარაკდა.“

(7) „... მე თვითონ არც ევროპაში, და კაცმა რომ თქვას, არც სადმე სხვაგან, თავი უცხოელად არასდროს მიგრძენია. სადაც არ უნდა მეცხოვრა, პარიზში, ლონდონში,

ბარსელონაში, მადრიდში, ბერლინში, ვაშინგტონში, ნიუ-იორკში, ბრაზილიაში თუ დომინიკის რესპუბლიკაში, თავს ისე ვგრძნობდი, როგორც საკუთარ სამშობლოში. არა მგონია, იმ ფაქტს, რომ ჩემდაუნებურად მსოფლიო მოქალაქე შევიქენი, ჩემი „ფესვები“, საკუთარ ქვეყანასთან კავშირი შეესუსტებინოს, რადგან ასე რომ მომხდარიყო, პერუდან გამოყოფილი წარსული და გამოცდილება მწერლად ვერ მაქცევდა. ... პირიქით, ასე მგონია, რომ საკუთარი ქვეყნის გარეთ დიდხანს ცხოვრება ამ კავშირს მეტ სიმბაფრეს და ნათელ პერსპექტივას სძენს, ნოსტალგია კი მიჩქმალული განცდიდან მამოძრავებელ ძალად იქცევა და მოგონებებს უჩვეულო ძალით აცოცხლებს.... პერუ მე გულით თან დამაქვს. ... ერთმანეთისგან უნდა გავმიჯნოთ და არ აგვერიოს შეზღუდული ნაციონალიზმი, „სხვის“ უარყოფა, ყოველთვის ძალადობის მარცვალს რომ შეიცავს და პატრიოტიზმი, კეთილისმყოფელი, კეთილშობილი გრძნობა იმ მიწისადმი, რომელზეც ვიშვით, სადაც ჩვენი წინაპრები ცხოვრობდნენ, სადაც ჩვენი ოცნებები იწრთობოდა, სადაც პეიზაჟებიც კი ნაცნობი და ახლობელია, საყვარელ ადამიანებთან ერთად მესხიერების ნიშნულებად გვექცევა ხოლმე და მარტოობისგან გვიფარავს.“

9. გლობალიზაცია და ინტერკულტურული კომუნიკაცია

გლობალიზაციის ცნება გულისხმობს სოციუმებში მიმდინარე ცვლილებებს, რომლებიც ქვეყანათა ურთიერთდამოკიდებულების ხარისხს ზრდის საერთაშორისო ვაჭრობის, ინვესტიციების, ინტერნეტტექნოლოგიებისა და კომუნიკაციების, კულტურული გაცვლის, განათლების მიღებისა და აღიარების საერთაშორისო პლატფორმების, ერთიანი სტანდარტების, ბარიერების შემცირების ან მოხსნის საფუძველზე.

გლობალიზაციის კრიტიკა, როგორც წესი, ნაკლებად ეხება გლობალიზაციის ეკონომიკურ კომპონენტს; იგი უპირატესად უკავშირდება სოციალურ, ეთიკურ და კულტურულ ასპექტებს.

გლობალიზაციის კრიტიკოსთა არგუმენტაციის თანახმად, ნაციონალური საზღვრების გაქრობა და ბაზრებით გაერთიანებული სამყაროს ფორმირება ძლიერ საფრთხეს შეუქმნის რეგიონულ და ეროვნულ კულტურებს, ტრადიციებს, წეს-ჩვეულებებს, მითებს და ყველაფერს, რაც ამა თუ იმ ქვეყნის ან რეგიონის კულტურულ იდენტობას განსაზღვრავს. სექტეციკოსთა აზრით, მსოფლიოს უმეტეს ნაწილს არ შესწევს უნარი, წინ აღუდგეს განვითარებული და ძლიერი სახელმწიფოების კულტურულ ექსპანსიას, რომელიც ტრანსნაციონალური გიგანტი კომპანიებისა და კორპორაციების ექსპანსიის აუცილებელ თანამდევ პროცესად ჩამოყალიბდება; აღნიშნული პროცესი კი, თავის მხრივ, სამყაროს სტანდარტიზაციასა და კულტურულ თავისებურებათა მდიდარი პალიტრის განადგურებას გამოიწვევს, - გარკვეული ერები, განსაკუთრებით კი მცირერიცხოვანი ერები, - საკუთარი იდენტობის დაკარგვის საფრთხის წინაშე აღმოჩნდებიან; გლობალიზაციის კრიტიკოსთა აზრით, ზესახელმწიფოები კაპიტალზე, სამხედრო ძლევამოსილებასა და სამეცნიერო ცოდნაზე დაყრდნობით, სხვა ქვეყნებს თავს მოახვევს საკუთარ ენასა და სააზროვნო სისტემას.

აღსანიშნავია, რომ სამყაროს ნეგატიური ანტიუტოპია, გლობალიზაციის შედეგად ლინგვისტურ და კულტურულ იდენტურობას რომ კარგავს, არა მხოლოდ მცირერიცხოვანი ერებისა და განვითარებადი ქვეყნების სკეფსისის, არამედ განვითარებული და მაღალკულტურული სახელმწიფოთა ნაწილის სიფრთხილის საფუძველიცაა, მაგ., **საფრანგეთში**, არაერთი ინტელექტუალი და პოლიტიკოსი გამოთქვამს შემფო-

თებას, რომ მონტენის, დეკარტესა და ზოდლერის სამშობლოში ამერიკანიზაციისა და ამერიკანოცენტრიზმის ტენდენციები მძლავრობს.

ამერიკანოცენტრიზმი ამერიკის შეერთებულ შტატებს ახალი კულტურის ციტადელად განიხილავს, რომელიც ახალ, განსხვავებულ კულტურას ქმნის.

XXI საუკუნეში მართლაც არის გარკვეული საფრთხე, თანდათან განიდევნოს კაცობრიობის ფოლკლორულ-ეთნოგრაფიული მრავალფეროვნება, რამდენადაც სულ უფრო მეტი ადამიანი ირჩევს თანამედროვე რეალიზმთან შესაბამის ცხოვრების ფორმებს. ერთფეროვნების ტენდენციები კი თავის მხრივ მოდერნიზაციის ნაყოფია, რომლის ერთ-ერთ შედეგს და არა მიზეზს თავად გლობალიზაცია წარმოადგენს.

9.1. გლობალიზაციის სხვადასხვა ასპექტი: პოლიტიკური ასპექტი.

სოციოლოგიური ასპექტი. კულტურული ასპექტი. განათლების ასპექტი

გლობალიზაციის, როგორც მრავალშრიანი ფენომენის განხილვა აუცილებელია ინტერკულტურულ კონტექსტში ინტერდისციპლინარული კვლევის სხვადასხვა ასპექტის გათვალისწინებით. უმნიშვნელოვანესი ეკონომიკური, კულტურული, პოლიტიკური, სოციალური და ფილოსოფიური ტენდენციების მოკლე მიმოხილვა არსებითაა გლობალიზაციის არსის წვდომისათვის.

აღნიშნული საკითხის ირგვლივ გამართულ დისკუსიებში ვლინდება, რომ კომუნიკანტებს გლობალიზაციის ცნება განსხვავებულად ესმით:

- გლობალიზაცია vs. „ვესტერნიზაცია“;
- გლობალიზაცია vs. კოსმოპოლიტიზმი;

XXI საუკუნის გამოწვევებზე ადეკვატური პასუხი შეუძლებელია მოვლენათა სწორი გააზრების გარეშე. ეკონომიკური, სოციოლოგიური, კომუნიკაციის თეორიის, პოსტმოდერნისტული ფილოსოფიის კვლევები ცხადყოფს გლობალიზაციის არსსა და როლს თანამედროვე მსოფლიოში. აქტუალური რეალიზმის გათვალისწინებით, გარკვეული სფეროები განსაკუთრებულ დატვირთვას იმენს, კერძოდ:

ცოდნის მენეჯმენტი;

ციფრული და ინფორმაციული ტექნოლოგიები;

XXI საუკუნის გლობალიზაცია თავისი მასშტაბებითა და სპეციფიკით უპრეცედენტოა. ცივილიზაციათა ომის, ეკოლოგიური კატასტროფებისა და სხვა არაერთი პრობლემის თუ გამოწვევის წინაშე მდგარი მსოფლიო გაცილებით უფრო ფრთხილი და სენსიტიურია.

გლობალიზაციის თემის აქტუალიზაცია XX საუკუნის 90-იანი წლებიდან იღებს სათავეს, თუმცა გლობალიზაციის ისტორიული პრეცედენტები როგორც XIX საუკუნის მეორე ნახევრის იმპერიულ სახელმწიფოთა დაპირისპირების ეპოქაში, ისე ძველი მსოფლიოს ისტორიის წიაღშიც მოიძებნება (რომის იმპერია, პართია). გლობალიზაციის resp. გლობალიზმის ვერბალური (ენობრივი) მანიფესტაციაა ე. წ. **ბილინგვიზმი** და *lingua franca*, - გარკვეულ რეგიონში სხვადასხვა ეთნოსის წარმომადგენელთა საკომუნიკაციო ენა.

გლობალიზაციის ცნების არაერთი დეფინიცია არსებობს. ერთ-ერთი დეფინიციის მიხედვით გლობალიზაცია გეოგრაფიული და ორგანიზაციული საზღვრებს მიღმა ბიზნესის ინტეგრაციაა. გლობალიზაციის ცნების ეკონომიკურ კონტექსტში გამოყენების ტრადიცია უკავშირდება ჰარვარდის უნივერსიტეტის ბიზნესსკოლის პროფესორს, გერმანიაში დაბადებულ და ამერიკის შეერთებულ შტატებში ემიგრირებულ ებრაელ მეცნიერს, **თეოდორ ლევიტს (Levitt 1983)**.



თეოდორ ლევიტი (1925 - 2006)

ეკონომიკური გლობალიზაციის ძირითადი აქტორები მულტინაციონალური კოლდინგები, კორპორაციები, კონცერნები და ფირმებია. გლობალიზაცია პრაქტიკულად ყველა სფეროშია აქტუალური და რეალურად ხელშესახები, - საფონდო ბირჟებზე, რომლებიც მთელი მსოფლიოს მასშტაბით მუდმივ რეჟიმში ოპერირებენ, საერთაშორისო აღიარების საკრედიტო ბარათების სისტემებში.

თანამედროვე ეკონომიკური გლობალიზაცია უფრო და უფრო ინტენსიური ხდება, რაც სხვადასხვა ფაქტორითაა განპირობებული, კერძოდ:

- ტექნოლოგიათა დახვეწით;
- პროდუქტის, სერვისის და კაპიტალის გაცვლის ოპერაციათა ლიბერალიზაციით;
- პროდუქტის მოდერნიზაციით;
- საერთაშორისო კონვენციების ადაპტაციით;
- საერთაშორისო ინსტიტუციების (საერთაშორისო სავალუტო ფონდი, მსოფლიო ბანკი, ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკი, მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია) ავტორიტეტითა და ნდობით.

გლობალიზაციის აქტუალობასა და მის უშუალო გავლენას კომუნიკაციების კონტექსტში სხვადასხვა ფაქტორი განსაზღვრავს.

- ციფრული ტექნოლოგიების განვითარებისა და დახვეწის ტემპები;
- მრავალფეროვანი ელექტრონული მედიასივრცე;
- სოციალური ქსელების, პლატფორმების მარტივი ხელმისაწვდომობა;
- ინდივიდუალური ინიციატივების პოპულარიზაციისა და ტირაჟირების გამარტივებული მექანიზმები;

მოკლედ მიმოვიხილოთ გლობალიზაციის სხვადასხვა ასპექტი.

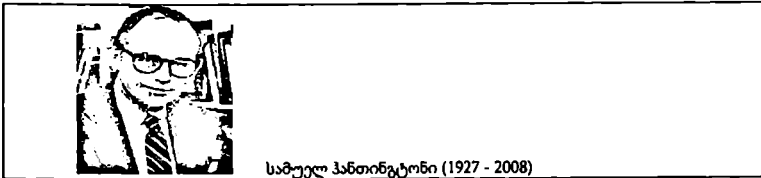
პოლიტიკური ასპექტი

გლობალური ეკონომიკური პრობლემების გადაჭრა ქვეყნების ერთობლივ ძალისხმევას მოითხოვს (ევროკავშირი). მალამ შეიძინა რეგიონული, ტრანსნაციონალური, გლობალური მნიშვნელობა. სახელმწიფო მმართველობის სტრუქტურებში ორი ტრენდი დომინირებს:

- მზარდი დეცენტრალიზაცია;
- მზარდი ინტეგრაცია;

გლობალიზაციის პროცესის ინტენსიფიკაციამდე, მსოფლიო პოლიტიკა უმთავრესად ორგანიზებული იყო ე.წ. **ვესტფალიის სისტემის** (ვესტფალიის ზავი 1648) საფუძვლებზე, რომლებიც დომინირებდა მსოფლიოში სამი საუკუნის მანძილზე. ვესტფალიის სისტემის საყრდენი **სახელმწიფოებრიობისა** და **სუვერენიტეტის** პრინციპი იყო, მოდერნისტული სახელმწიფო კი ცენტრალიზებული, ფორმალურად ორგანიზებული საზოგადოებრივი სახელისუფლო აპარატი. იგი ახორციელებდა ყოვლისმომცველ, უზუნაეს, შეუზღუდავ და ექსკლუზიურ კონტროლს განსაზღვრული ტერიტორიის ჩარჩოებში. სუვერენულ სახელმწიფოთა სისტემა მმართველობის განსაკუთრებულ ჩარჩოს ქმნიდა, რომელიც იქმნებოდა გარკვეულ დროში სპეციფიური პირობების შედეგად.

ცნობილი ამერიკელი პოლიტოლოგის **სამუელ ჰანტინგტონის** აზრით, ცივილიზაცია წარმოადგენს ყველაზე ვრცელ კულტურულ ჯგუფს, ადამიანთა კულტურული იდენტობის ყველაზე ფართო დონეს (Huntington 1996 / 1998).



ცივილიზაციის **დეტერმინანტად** (განმსაზღვრელად) მიჩნეულია შემდეგი მახასიათებლები:

- რელიგია;
- ენა;
- ისტორია (საერთო მეხსიერება);
- ტრადიციები;
- ინსტიტუტები / ინსტიტუციები;
- თვითიდენტიფიკაცია.

ცივილიზაცია ყველაზე დიდი ერთობაა, რომელსაც ადამიანი საკუთარ თავს მიაკუთვნებს, სადაც ადამიანი, კულტურული თვალსაზრისით, თავს „შინ“ გრძნობს.

ჰანთინგტონის აზრით, ე. წ. „ცივი ომის“ ეპოქის დამთავრებასთან ერთად დასრულდა საერთაშორისო პოლიტიკის განვითარების დასავლური ფაზა; წინ წამოიწია ურთიერთობამ დასავლურ და არადასავლურ ცივილიზაციებს შორის. **იდეოლოგიის „რკინის ფარდა“ კულტურის „ხავერდის ფარდამ“ შეცვალა.** ჰანთინგტონის დასკვნით, თვალსაწიერ მომავალში არ ჩამოყალიბდება ერთიანი უნივერსალური ცივილიზაცია (თუმცა დასავლეთში ბევრმა ირწმუნა დასავლურ ფასეულობათა უნივერსალურობა და მათ საფუძველზე მსოფლიოს გაერთიანებების პერსპექტივა), თითოეულ ცივილიზაციას მოუწევს სხვებთან თანაარსებობა, რომელიც, უმთავრესად, დაპირისპირებისა და კონფლიქტის ფორმით გამოვლინდება (Huntington ibid.).

გლობალური პოლიტიკის მთავარ ტენდენციად იქცა რეგიონალიზმი. რეგიონული ფორმაციები ქმნის მსოფლიოს ახალ წესრიგს, რომელიც არსებითად განსხვავდება ვესტფალიური სისტემისაგან.

თანამედროვე საერთაშორისო ურთიერთობებში მძლავრია ორი პარადიგმა: ამერიკის შეერთებული შტატების ეროვნული ინტერესი და ევროკავშირის რეგიონალიზმი. მზარდი რეგიონალიზმა ნიშნავს გეოგრაფიული სივრცის ტრანსფორმაციას პასიური ობიექტიდან აქტიურ სუბიექტამდე, - აქტორამდე, რომელსაც შეუძლია ტრანსნაციონალური ინტერესის არტიკულაცია. რეგიონალიზმის ცნება გამოხატავს კონკრეტული რეგიონის ერთობის პირობებსა და ხარისხს, რომელიც ეფუძნება:

ხანგრძლივ ენდოგენურ ისტორიულ განვითარებას / პროცესებს

ან

- ნებაყოფილობით გაერთიანებას, რომელიც რეგიონალიზმის თანამედროვე გაგებისა და ლოგიკის შესაბამისია.

თანამედროვე პოლიტიკური ფილოსოფია დგას **უნილატერალიზმისა და მულტილატერალიზმის** დილემის წინაშე, რომლის გადაწყვეტა არ იქნება მხოლოდ პოლიტიკური დისკურსის საკითხი; დიდი ალბათობით, გლობალიზაციის სხვა ასპექტები გავლენას მოახდენს პოლიტიკური დუალიზმების სისტემებზე.

სოციოლოგიური ასპექტი; ინფორმაციული საზოგადოება

გლობალიზაციის სოციოლოგიურ კონტექსტში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ტენდენციები, როგორიცაა:

მიგრაცია (სხვადასხვა მოტივაციით);

მანუფაქტურულ სისტემებთან შედარებით სერვისის სფეროს მზარდი როლი;

ეკონომიკური პოლარიზაცია;

- სოციალური კრიზისები;

ბაზრების დივერსიფიკაცია (მათ შორის სამუშაო ბაზრის);

გაზრდილი კონკურენცია;

არასამთავრობო სექტორის როლისა და ავტორიტეტის მზარდი ტენდენციები;

სოციალური მოძრაობები;

მოქალაქეთა გარკვეული ჯგუფების მარგინალიზაცია.

სოციალურ მოძრაობებს, როგორც მოქმედების სპეციალურ მოდელსა კომპლექსს, შესაძლოა მსოფლიო მმართველობაზე მნიშვნელოვანი გავლენა ჰქონდეს.

სოციალური მოძრაობების აქტუალიზაცია, თავის მხრივ, უკავშირდება XX საუკუნის 60-იანი წლებიდან პოსტინდუსტრიული საზოგადოების ფორმირების პროცესებს.

მოდერნის პროექტი გულისხმობდა მეტანარატივს, სამყაროს შეცვლის ფილოსოფიურ კონცეფციას, რომლის მიზანი ერთიანი ჭეშმარიტების ძიებაა. პლურალიზმი, დეცენტრალიზაცია და ფრაგმენტაცია პოსტმოდერნის ცენტრალური ცნებებია.

ახალი ტექნოლოგიების განვითარება ხელს უწყობს, ერთი მხრივ, სოციალურ მრავალფეროვნებას, მეორე მხრივ კი, ინდივიდუალიზმს. პლურალიზმთან დაკავშირებულია დეცენტრალიზაციის ცნებაც, რომელიც გულისხმობს სოციალური ცენტრის არარსებობასა და ე.წ. მოზაიკური საზოგადოების ჩამოყალიბებას.

			
ჯაკ დერიდა	ედმუნდ ჰუსერლი	მარტინ ჰაიდეგერი	მანუელ კასტელსი
(1930 - 2004)	(1859 - 1938)	(1889 - 1976)	(1942)

ფრანგი ფილოსოფოსი, **ჯაკ დერიდა**, რომელიც სტრუქტურალისტური ლინგვისტიკის ფუძემდებლის, **ფერდინანდ დე სოსიურის**, პრადის ლინგვისტური სკოლის (**რომან იაკობსონის**), გერმანელი ფილოსოფოსების, - ტრანსცენდენტალური ფენომენოლოგიის ფუძემდებლის, **ედმუნდ ჰუსერლისა** და ეგზისტენციალიზმის ფუძემდებლის, **მარტინ ჰაიდეგერის** (ჰაიდეგერისეული „დესტრუქცია“) დიდ გავლენას განიცდიდა, აყალიბებს ფილოსოფიურ მოძღვრებას - **დეკონსტრუქტივიზმს** (Derrida 1979; 1983; 2003). დერიდასეული დეკონსტრუქცია არ არის მხოლოდ განყენებული ფილოსოფიური სტრატეგია (მაგ., ფემინიზმი და ფემინისტური მოძრაობა).

ესპანელი სოციოლოგი **მანუელ კასტელსი** „ინფორმაციული საზოგადოების“ სტრუქტურის მიმოხილვისას საუბრობს ქსელებზე, რომლებიც კვალიფიციური, ცოდნით შეიარაღებული ადამიანების ჩართვას მოითხოვენ, რასაც მოსდევს საპირისპირო თვისებების მქონე მოქალაქეების მარგინალიზაცია (Castells 2009; 2001-2003).

კულტურული ასპექტი

გლობალიზაციისა და დიგიტალიზაციის პროცესი აწესებს გარკვეულ ტრენდებს (აქტუალურ ტენდენციებს), მათ შორის:

- ინდივიდუალური პრეფერენციების ჩამოყალიბებას;
- ინდივიდუალური გემოვნების მრავალფეროვან სპექტრში დახვეწას;
- ბრენდის ინდივიდუალიზაციასა და პოპულარიზაციას;
- პოპკულტურის აქტუალიზაციას;

იტალიელი კულტუროლოგის, ფილოსოფოსის, მწერლისა და თანამედროვე სემიოტიკის ერთ-ერთი ფუძემდებლის, უმბერტო ეკოს თვალსაზრისით, ინტერნეტი ცოდნის დენაციონალიზაციის წყაროა, იგი სამყაროს ერთგვარი მიკრომოდელია, რომელიც სამყაროს შესახებ უდიდეს ინფორმაციის იტევს და გენერირებს (Eco 2009).



უმბერტო ეკო (1932 - 2016)

ეკონომიკური პოლიცენტრიზმის ეკვივალენტია მულტიკულტურალიზმი, - სხვადასხვა კულტურის კომბინაცია და ინტერნაციონალური ან ზენაციონალური კავშირების გაღრმავება. გლობალიზაცია და მულტიკულტურალიზმი ერთმანეთს არ გამოიცხადებს; ახლად წარმოქმნილი გლობალური კულტურა სულ უფრო და უფრო დიფერენცირდება დომინანტ ერთა კულტურისაგან.

განათლების ასპექტი

გლობალიზაციის ეკონომიკური, პოლიტიკური, კულტურული და სოციალური კონტექსტები აუცილებლად უნდა აისახოს საუნივერსიტეტო სივრცეში. განათლების თანამედროვე სტანდარტი კომპლექსურად უნდა იყოს კონცეპტუალური და გულისხმობდეს თაობათა მომზადებას ახალი გამოწვევებისათვის. უნივერსალური განათლების მოდელი საბაზისოდ უნდა ითვალისწინებდეს:

ცოდნის მენეჯმენტი;

ტრადიციებისა და ინოვაციების სინთეზი;

საინფორმაციო საზოგადოების მოთხოვნებთან და მოთხოვნილებებთან სრულ ადაპტაციას;

სოციუმებში მზარდი დინამიზმის ტენდენციებს;

ელექტრონული სწავლების ე. წ. *E-learning*-ის შესაძლებლობების ფართო სპექტრის გამოყენებას;

კორპორატიულ საუნივერსიტეტო მოდელს;

- არამხოლოდ თეორიული, არამედ პრაქტიკული ცოდნის ელემენტზე ფოკუსირებულ კურიკულუმებსა და სილაბუსებს;
სწავლების ინტერდისციპლინარულ მეთოდოლოგიას;
ინტერკულტურულ კონტექსტს;

გლობალიზაციის ეპოქაში აქსიომად იქცა განათლების როლი წარმატებული, პროგრესული და ინოვაციებზე ორიენტირებული საზოგადოების ფორმირების თვალსაზრისით; შესაბამისად ინვესტიცია განათლების სფეროში მომავლის ინვესტიციაა.

გლობალიზებულ მსოფლიოში, მულტიკულტურული განათლების ზოგად კონტექსტში, ერთ-ერთი ძირითადი ტენდენცია ინტერდისციპლინარული მეთოდის აქტუალიზაციასთან ერთად სწავლების ინტერაქციული კომპონენტის გაძლიერება და ამ უკანასკნელზე ფოკუსირებით, მისი ფაქტობრივად მეინსტრიმად ქცევაა. ინტერაქციული მეთოდი ძირითადად გულისხმობს:

- როლურ და სიმულაციურ მოდელებს;
შემთხვევის ანალიზს;

ინტერაქციული მეთოდი აგებულია რეფლექსიის მაღალი ხარისხის უნარის განვითარებისა და გადაწყვეტილებების მიღებაზე ორიენტირებული ქცევის სტიმულირების პრინციპებზე.

9.2 ცივილიზაციათა დიალოგი. ცივილიზაციათა ალიანსი

ცივილიზაციათა ურთიერთობის პრობლემამ განსაკუთრებული მნიშვნელობა შეიძინა თანამედროვე გლობალიზებულ მსოფლიოში, სადაც სხვადასხვა კულტურისა და ცივილიზაციის წარმომადგენელთა კონტაქტი ყოველდღიური ცხოვრების შემადგენელ ნაწილად იქცა.

ცივილიზაციათა დიალოგის ინიციატივა 1998 წ. CNN-ისთვის მიცემულ ინტერ-
ვიუში ირანის ისლამური რესპუბლიკის იმჟამინდელმა პრეზიდენტმა, **მოჰამედ ხა-
თამიმ** წამოაყენა, რასაც მთელი მსოფლიო დიდი რეზონანსით გამოეხმაურა.



მოჰამედ ხათამი (1943) საპრეზიდენტო მოღვაწეობა (1997 - 2005)

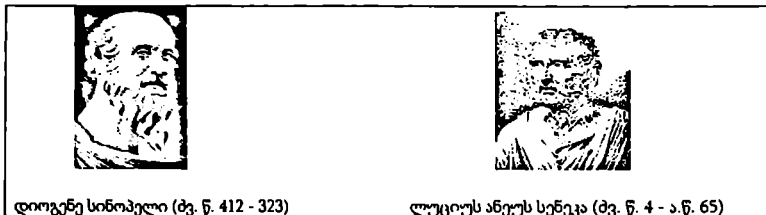
2000 წლის სექტემბერში ნიუ-იორკში გამართული მილენიუმის სამიტის ფარგ-
ლებში პრეზიდენტ ხათამის ინიციატივითა და იუნესკოს ეგიდით ჩატარდა ცივილი-
ზაციათა დიალოგის პრობლემატიკისადმი მიძღვნილი კონფერენცია. 2001 წელი გა-
ერთიანებული ერების ორგანიზაციის მიერ ცივილიზაციათა დიალოგის წლად
გამოცხადდა, თეირანში კი იმავე წელს ცივილიზაციათა დიალოგის საერთაშორისო
ცენტრი დაფუძნდა.

ცივილიზაციათა დიალოგის იდეის ხელშეწყობას ისახავს მიზნად გაეროს გენერა-
ლური მდივნის ინიციატივა, - ცივილიზაციათა ალიანსი, რომელიც ეფუძნება შე-
მწყნარებლობას, ურთიერთგაგებას, განსხვავებული ფასეულობებისა და რწმენის პა-
ტივისცემას, რაც მსოფლიოში სტაბილურობისა და უსაფრთხოების უზრუნველყო-
ფის თვალსაზრისით ცალსახად პოზიტიური დატვირთვის გზავნილია. ცივილიზა-
ციათა ალიანსის პრაქტიკული განხორციელება დაწყებულია 2009 წლიდან.

ცივილიზაციათა ალიანსის იდეა 2005 წლს გაეროს 59-ე გენერალურ ასამბლეას
შესთავაზა ესპანეთის პრემიერ-მინისტრმა **ხოსე ლუის როდრიგეს საპატერომ**, რო-
მელსაც მხარი თურქეთის პრემიერმა, **რეჯეფ თაიფ ერდოღანმა** დაუჭირა. ინიცია-
ტივის საპასუხოდ გაეროს იმჟამინდელმა გენერალურმა მდივანმა **კოფი ანანმა** ჩამოა-
ყალიბა მაღალი დონის ჯგუფი (HLG – High-level Group) 20 ცნობილი პიროვნების
შემადგენლობით. ცივილიზაციათა ალიანსის განსაკუთრებული ყურადღების ფოკუ-
სში ახლო აღმოსავლეთის კონფლიქტია.

9.3. კოსმოპოლიტიზმი

მსოფლიო მოქალაქედ საკუთარი თავი პირველად დიოგენე სინოპელმა მოიხსენია, შეკითხვაზე, თუ სადაურია, იგი პასუხობდა: „მსოფლიოს მოქალაქე ვარ.“



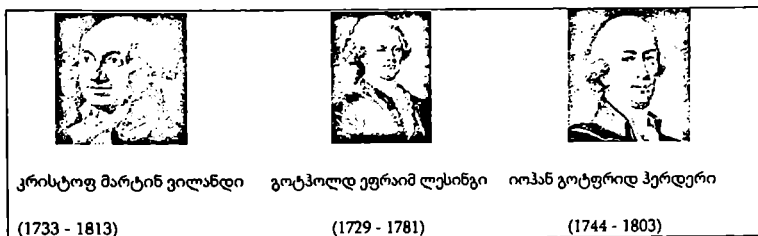
კოსმოპოლიტიზმი (ბერძ. κοσμοπολιτης „მსოფლიოს მოქალაქე“) სტოიკოსების (ზენონ კიტიელი, ლუციუს ანელს სენეკა) სწავლება იმის შესახებ, რომ ყველა ადამიანი ერთიანი მსოფლიო სახელმწიფოს - კოსმოპოლისის მოქალაქეა. სტოიკოსებმა გაშალეს კოსმო პოლიტეს-ის სახე და აჩვენეს, რომ ყოველი ადამიანი ორ ერთობაში ცხოვრობს: ადგილობრივ ერთობაში, რომელშიც დაიბადა და ადამიანური მოსაზრებებისა და მისწრაფებების ერთობაში, რომელიც „ნამდვილად დიადი და საერთოა, სადაც ერთი კუთხიდან მეორეს კი არ ვაწყდებით, არამედ მზის მეშვეობით ვადგენთ ჩვენი ხალხის საზღვრებს.“ (სენეკა, „მოცალოების შესახებ“). არსობრივად ამგვარი ერთობა მორალურ ვალდებულებათა წყაროა. სტოიკოსების აზრით, მსჯელობა, უპირველეს ყოვლისა, ზოგადსაკაცობრიო პრობლემებს, გონსა და ზნეობრიობას უნდა ეხებოდეს და არა ეროვნულ იდენტურობასთან დაკავშირებულ საკითხებს.



სტოიკოსები, ჩიკაგოს უნივერსიტეტის სამართლისა და ეთიკის პროფესორის, ფილოსოფოსისა და გრეცისტის, მარტა ნუსბაუმის აზრით, არ ითხოვდნენ პოლიტიკური ორგანიზაციის ადგილობრივი და ეროვნული ფორმების გაუქმებას, მათი იდეა

არა მმართველობის ფორმის, არა დროებითი ხელისუფლების, არამედ ყველა ადამიანის მიერ შექმნილი მორალური ერთობის ერთგულება; ნუსბაუმის თანახმად, მსოფლიოს მოქალაქის იდეა იმანუელ კანტის „მიზანთა მეფობის“ იდეის პირველსახეა (Nussbaum 1998: 1-25).

სტოიციზმი განიხილავს ჯგუფის პოლიტიკურ ცხოვრებაში ფრაქციულობისა და ადგილობრივი მიჯაჭვულობის მიერ წარმოქმნილ ზიანს. სტოიკოსების მტკიცებით, კარგი მოქალაქის აღზრდა მსოფლიოს მოქალაქის აღზრდაა.



კოსმოპოლიტიზმი - მსოფლიო მოქალაქეობა, - როგორც ფილოსოფიურ-პოლიტიკური მსოფლმხედველობა სხვადასხვა ეპოქაში ყალიბდებოდა, როგორც ამა თუ იმ იმპერიის (ალექსანდრე მაკედონელის, რომის იმპერიები) იდეოლოგია. რენესანსის, ჰუმანიზმისა და განმანათლებლობის ეპოქებში იგი ინდივიდუალური თავისუფლების იდეის საფუძველად იყო მიჩნეული. კრისტოფ მარტინ ვილანდი, გოტჰოლდ ეფრაიმ ლესინგი, იოჰან გოტფრიდ ჰერდერი კოსმოპოლიტიზმის იდეას საკუთარი თხზულებებით ეხმარებოდნენ (Nussbaum 2002). იმანუელ კანტი კი ესეში „*Zum ewigen Frieden*“ (1795) („მარადიული მშვიდობისათვის“) კოსმოპოლიტიზმს სამართლის ფილოსოფიად აქცევს. კანტის კონცეფციაში სამართლებრივი სისტემატიკის პრინციპებია:

სამართალი, რომელიც ვრცელდება პიროვნებაზე იმდენად, რამდენადაც იგი ამა თუ იმ სახელმწიფოს წევრია;

სამართალი, რომელიც მყარდება სახელმწიფოებს შორის და რომელიც რიგ შემთხვევაში პიროვნებაზე ვრცელდება;

- სამართალი, რომელიც ვრცელდება ინდივიდზე, როგორც მსოფლიო მოქალაქეზე;

სამართლებრივი სისტემატიკის უკანასკნელი ტიპი, კანტის მიხედვით, ხალხთა და ადამიანთა ურთიერთობის სხვებთან შედარებით უფრო მაღალი ფორმაა, რამდენადაც სახელმწიფოები ერთმანეთთან ისეთ ურთიერთობაში შედის, რომელიც თითოეულ ინდივიდს საშუალებას აძლევს, განხილულ იყოს ზოგადკაცობრიული სახელმწიფოს მოქალაქედ.

სამოქალაქო მშვიდობა, კანტის თანახმად, სახელმწიფოში უნდა ემყარებოდეს:

- საზოგადოების წევრთა თავისუფლებას;
- ყველა ქვეშევრდომის დამოკიდებულებას ერთიან კანონმდებლობაზე; ყველა მოქალაქის თანასწორობას;

სახელმწიფო ბუნებაზე მსჯელობის შემდგომ კანტი განიხილავს მსოფლიო სახელმწიფოს იდეას, რომელსაც მარადიული მშვიდობის გარანტიად მიიჩნევს.

ლიბერალიზმი, თავისი არსით, კოსმოპოლიტური იდეოლოგიაა, ლიბერალი, ყველაზე ფართო გაგებით თავისუფლებისმოყვარეს (< liberty „თავისუფლება“) ნიშნავს. ლიბერალიზმის თავისუფლების ზოგადი კონცეფცია ეკონომიკურ თავისუფლებაზეა აგებული, რომელიც, თავის მხრივ, კერძო საკუთრებას ეფუძნება. კერძო საკუთრება უნივერსალური ღირებულებაა. ლიბერალური თვალსაზრისით იგი არ დაიყვანება მხოლოდ მატერიალურ ფასეულობებზე და მოიცავს ადამიანის საკუთრების ისეთ ფორმებს, როგორიცაა აზროვნება, რწმენა, აღმსარებლობა, მათი გამოხატვის საშუალებები და სხვ. ლიბერალურ თეორიაში განსაკუთრებით რელევანტურია ინდივიდუალიზმი, რომელიც პიროვნების დამოუკიდებლობას, თვითდამკვიდრებას გულისხმობს და ნებისმიერი სოციალური ჯგუფის წინაშე მის უზენაესობას აღიარებს. ინდივიდუალიზმი ადამიანთა საყოველთაო თანასწორობას ემყარება, ხოლო პიროვნული თავისუფლება ადამიანური ღირსების გარანტიაა. ლიბერალური კონცეფციის მიხედვით, თანასწორობაში არა სოციალური, არამედ უფლებრივი და სამართლებრივი თანასწორობა მოიაზრება - თანაბარი შესაძლებლობები, კანონის წი-

ნაშე ყველა ადამიანის თანასწორობისა და პოლიტიკური თანასწორობის პრინციპების აღიარება (ერთი ამომრჩეველი - ერთი ხმა).



ენდრიუ ჰეივუდი (1952)

პოლიტიკური იდეოლოგიების ცნობილი მკვლევრის, ენდრიუ ჰეივუდის თანახმად, XIX საუკუნის შუა ხანების კონტინენტურ ევროპაში ნაციონალიზმი ლიბერალიზმთან იყო გაიგივებული და პირიქით (Heywood 2002).

საქართველოში ლიბერალურ ღირებულებათა დამკვიდრება, ქართული აზროვნებისა და პოლიტიკური კულტურის ევროპეიზაცია ილია ჭავჭავაძის, აკაკი წერეთლის, ვაჟა-ფშაველას, ნიკო ნიკოლაძის სახელებს უკავშირდება.



ილია ჭავჭავაძე

(1837 - 1907)

აკაკი წერეთელი

(1840 - 1915)

ვაჟა-ფშაველა

(1861 - 1915)

ნიკო ნიკოლაძე

(1843 - 1928)

ნიკო ნიკოლაძე ერთ-ერთი პირველთაგანი იყო, რომელმაც ევროპული პრაგმატიზმის, კულტურის, ტექნიკისა და პროგრესის შემოტანა საქართველოში ჯერ კიდევ 1870-იან წლებში დაიწყო.

როგორც მარტა ნუსბაუმი აღნიშნავს, კოსმოპოლიტური ტრადიციის მიმდევარი არც ერთი დიდი მოაზროვნე არ უარყოფდა საკუთარი რელიგიური და ეროვნული ერთობების მიმართ განსაკუთრებული ყურადღების აუცილებლობას, რამდენადაც

ეროვნული სახელმწიფო ჩვენი ყოველდღიური ყოფისა და საქმიანობის წინაპირობებს განსაზღვრავს (Nussbaum 2002).

ნუსბაუმი მიიჩნევს, რომ კოსმოპოლიტიზმის პრობლემატიკა უიერარქიო მრავალფეროვნების განვითარების კონტექსტს ეხება. მრავალფეროვნების ზოგიერთი ფორმა, მისი აზრით, ისტორიულად იერარქიულ წესრიგთან იყო დაკავშირებული. აღნიშნულის მაგალითებად მას სხვადასხვა ტიპის განსხვავებები მოყავს, - რასობრივი, გენდერული, რელიგიური, ეთნიკური. ნუსბაუმი კოსმოპოლიტიზმის ამოცანად განსხვავებულობის არაიერარქიულ გაგებას თვლის (Nussbaum *ibid.*).



ჩარლზ ტეილორი (1931)

კანადელი პოლიტოლოგი და ფილოსოფოსი ჩარლზ ტეილორი მიიჩნევს, რომ არ შეიძლება კოსმოპოლიტური იდენტობა პატრიოტიზმის ალტერნატივად იქნას განხილული, რადგან თანამედროვე მსოფლიოში პატრიოტიზმი აუცილებელ ღირებულებას წარმოადგენს. ტეილორი აცხადებს, რომ საზოგადოებები, რომელთა ჩამოყალიბებისკენ მივისწრაფვით, - თავისუფალი, დემოკრატიული, თანასწორობისაკენ მისწრაფების მქონე საზოგადოებები, საკუთარი მოქალაქეების მხრიდან ძლიერ იდენტიფიკაციას მოითხოვენ. სამოქალაქო-ჰუმანისტურ ტრადიციაში აუცილებელია მიჯაჭვულობის ძლიერი გრძნობა, რასაც მონტესკიე სათნოებას (*la vertu*) (ლათ. *virtus* ბერძ. ἀρετή გერმ. *Tugend* ინგლ. *virtue*) უწოდებს (Taylor 1989).



შარლ ლუი დე მონტესკიე (1689 - 1755)

პატრიოტიზმისა და კოსმოპოლიტიზმის ურთიერთმიმართების (რელაციის) ზოგადი ჩარჩო-კონტექსტი, ვფიქრობთ, ზედმიწევნით ნათლად ჩნდება ვაჟა-ფშაველას

1905 წლის სტატიაში „პატრიოტიზმი და კოსმოპოლიტიზმი“, რომელსაც აქტუალობა არც XXI საუკუნის გლობალიზებულ ეპოქაში დაუკარგავს, რასაც მითითებული ტექსტიდან ეს ციტატაც მოწმობს: „ზოგს ჰგონია, რომ ნამდვილი პატრიოტიზმი ეწინააღმდეგება კოსმოპოლიტიზმს, მაგრამ ეს შეცდომაა. ყოველი ნამდვილი პატრიოტი კოსმოპოლიტია, ისე როგორც ყოველი გონიერი კოსმოპოლიტი პატრიოტია. ... ვინც უარყოფს თავის ეროვნებას, თავის ქვეყანას იმ ფიქრით, ვითომ კოსმოპოლიტი ვარო, ის არის მახინჯი გრძნობის პატრონი, იგი თავისავე შეუმჩნევლად დიდი მტერია კაცობრიობისა, რომელსაც ვითომ ერთგულებას და სიყვარულს უცხადებს.“

კოსმოპოლიტიზმის ანტიპოდი არა პატრიოტიზმი, არამედ ნაციონალიზმია, მისი უარყოფითი გაგებით, კერძოდ, როგორც ერთი ერის მეორეზე უპირატესობის მტკიცებაზე დამყარებული ერთაშორისი შუღლის გაღვივებისკენ მიმართული იდეოლოგია და პოლიტიკა.

კოსმოპოლიტური იდეალის ჭეშმარიტი გაგება კი კულტურების, ენებისა და ცხოვრების ფორმების მრავალფეროვნებით აღფრთოვანებას გულისხმობს.

9.4. ინტერკულტურული კომუნიკაცია

ინტერკულტურული კომუნიკაცია გულისხმობს ურთიერთობას სხვადასხვა სოციალური, რასობრივი, ეთნიკური, კულტურული და/ან ენობრივი ჯგუფების წარმომადგენლებს შორის. წარმატებული ინტერკულტურული კომუნიკაციის წინაპირობაა, ერთი მხრივ, საკუთარი ფასეულობების რწმენა, მეორე მხრივ კი, კომუნიკაციის პარტნიორთა ურთიერთაპატივისცემა.

თანამედროვე გლობალურ სამყაროში სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელთა კომუნიკაცია ყოველდღიური ყოფის ბუნებრივი ნაწილია. კულტურულ სხვაობათა გაგნობიერება, ადეკვატური აღქმა და ანალიზი საინტერესო, მიმზიდველი და ნაკლებად კონფლიქტური ცხოვრებისა და თანაცხოვრების საფუძველია. პიროვნებას, რომელიც ფლობს მულტიკულტურულ გარემოში ორიენტაციისა და კომუნიკაციის

უნარ-ჩვევებს, წარმატებული კარიერისა და კურიკულუმის მეტი შესაძლებლობები
აქვს როგორც საკუთარ სამშობლოში, ისე მის ფარგლებს გარეთ.

ინტერკულტურული კომპეტენციის განვითარებასა და დახვეწაში მნიშვნელოვან მეთოდოლოგიურ რესურსს წარმოადგენს ე. წ. ინტერკულტურული ურთიერთობის ავტობიოგრაფია და ინტერკულტურული კომპეტენციის მოდელი.

ინტერკულტურული ურთიერთობის ავტობიოგრაფია ასახავს, როგორც უშუალო, ისე ვიზუალური და სოციალური მედიის საშუალებით, ინტერკულტურული ურთიერთობების ეპიზოდებს, რომლებმაც მნიშვნელოვანი კვალი დატოვა კონკრეტული ინდივიდის ცხოვრებაში. ინტერკულტურული ავტობიოგრაფიის, როგორც კულტურათმშორისი ურთიერთობის შინაგანი ინტერპრეტაციისა და რეინტერპრეტაციის ინსტრუმენტის საფუძველზე პიროვნება იაზრებს და თავს უყრის საკუთარ ინტერკულტურულ გამოცდილებას, შესაბამისად ფართოებს ინტერკულტურულ კომპეტენციას. ინტერკულტურული ავტობიოგრაფიის შექმნის პროცესში ავტორი საკუთარ ინტერკულტურულ კომპეტენციას კულტურათმშორისი ურთიერთობების არსებული გამოცდილების კრიტიკული ანალიზის საშუალებით ავითარებს. კულტურათმშორისი ურთიერთობების გალკეული ეპიზოდების შერჩევისა და აღწერის პროცესში, ინდივიდი აანალიზებს რა საკუთარ ინტერკულტურულ გამოცდილებას, იგი სრულიად ახლებური პერსპექტივით ფასებს კულტურათმშორისი ურთიერთობების მრავალდონიან განზომილებას, შესაბამისად ინდივიდი აყალიბებს საკუთარი ინტერკულტურული კომპეტენციის ფარგლებს.

ინტერკულტურული კომპეტენციის მოდელი მოიცავს, ერთი მხრივ, დამოკიდებულებებსა და გრძნობებს, მეორე მხრივ კი, ცოდნასა და უნარებს.

დამოკიდებულებები და გრძნობები გულისხმობს:

- სხვათა იდენტობების აღიარებას;
- განსხვავებულის პატივისცემას;
- ემპათიას (თანაგრძნობას, თანაგანცდას);
- დადებითი და უარყოფითი ემოციების განსაზღვრას;

ტოლერანტობას: აღიარებას, რომ სხვადასხვა კულტურული წარმომავლობის ადამიანს განსხვავებული შეხედულებები და ღირებულებები გააჩნია; აქედან გამომდინარე, შესაძლებელია არსებობდეს ნებისმიერი კონკრეტული სიტუაციის მრავალი პერსპექტივა და ინტერპრეტაცია;

მოქნილობას: ქცევის ადაპტაციას ახალ სიტუაციასა და კომუნიკაციის პარტნიორთა მოლოდინთან;

კომუნიკაციურ ცნობიერებას - კომუნიკაციის ფორმების მიმართ მგრძნობელობას: სხვადასხვა ენაში მეტყველებისა და კომუნიკაციის ფორმების განსხვავებულობის ან ერთი და იმავე ენის განსხვავებული გამოყენების აღიარებას;

ცოდნა და უნარები გულისხმობს:

ცოდნას კომუნიკაციის პარტნიორთა შესახებ;

- ინფორმაციის მოძიებას, კითხვების დასმას;

ინტერპრეტაციას და დაკავშირებას;

საკუთარი ვარაუდების, შეხედულებების, სტერეოტიპებისა და მიკერძოებული აზრის გაცნობიერებას;

კრიტიკულ კულტურულ ცნობიერებას;

მითითებული პრინციპები პოტენციურ კომუნიკანტებს ეხმარება ერთმანეთის უკეთ გაგნობას, შეგნობასა და ურთიერთობაში, რაც გრძელვადიანი პერსპექტივით არამხოლოდ წარმატებული კულტურათშორისი კომუნიკაციის, არამედ, ზოგადად, სამყაროს უკეთესობისაკენ შეცვლის საწინდარია.

9.5. იდო აბრამის ABCD-მოდელი

ნიდერლანდელმა ფილოსოფოსმა, ებრაული კულტურისა და იდენტობის მკვლევარმა, ინტერკულტურული განათლების შესახებ არაერთი პუბლიკაციის ავტორმა,

იდო აბრამმა შეიმუშავა ე. წ. ABCD-მოდელი (resp. ABCD-გვირგვინი / ABCD-crown), რომელიც ინტერკულტურული დიალოგის ზოგად ჩარჩოს გვთავაზობს (Abram 2001).



იდო აბრამი (1940)

ABCD-მოდელი გულისხმობს:

A - ავტობიოგრაფიას (იდენტობას);

B - ბიოგრაფიას (იმიჯს);

C - კონფლიქტს (კონფრონტაციას);

D - დიალოგს (შეხვედრას);

ავტობიოგრაფია (A), როგორც საკუთარი ცხოვრების ისტორია, ერთგვარი თვით-იმეჯია, საკუთარი თავის ხედვა პირველი პირის პერსპექტივიდან, ბიოგრაფია (B) კი მთხრობელის მიერ დანახული იმიჯია პიროვნებისა, რომლის შესახებაც მოგვითხრობენ. აბრამის თვალსაზრისით, განსაკუთრებით საინტერესოა ბიოგრაფია, რომელსაც განსხვავებული კულტურის წარმომადგენლები ქმნიან ერთმანეთის შესახებ. აბრამის მოდელს საფუძვლად უდევს მოსაზრება, რომ სხვადასხვა ავტობიოგრაფია resp. ბიოგრაფია შესაძლოა კონფლიქტის (C) პროვოცირების ერთ-ერთ წყაროდ იქცეს: ბიოგრაფიების საფუძველი ავტობიოგრაფიებია, რომლებშიც იმპლიცირებულია მოვლენათა სუბიექტური თვალთახედვითი ასახვა, რაც, აბრამის აზრით, კონფლიქტის მიზეზია. კონფლიქტები ხშირად მშვიდობის შენარჩუნებისა და კონფრონტაციის თავიდან აცილების მოტივაციით ინიცირება, რეალურად კი, როგორც წესი, შენიღბული კონფლიქტი კონტრპროდუქტიულია, რადგან დამაბულობის ზრდის ფონზე, შენიღბულ, არგამოთქმულ კონფლიქტს ემოციათა უკონტროლო აფეთქება მოსდევს. აღნიშნულიდან გამომდინარე, უმნიშვნელოვანესია კონფლიქტების იდენტიფიკაცია, გაცნობიერება და ანალიზი, რაც, თავის მხრივ, შესაძლოა ჩაითვალოს შემდგომი პო-

ტენციური კონფლიქტების პრევენციის წინაპირობად. აბრამის თანახმად, მხოლოდ სახელდებული კონფლიქტის შემდგომ არის მხარეთა შორის დიალოგის (D) წარმოება შესაძლებელი. ინტერკულტურული დიალოგის წარმართვა რთული ამოცანაა, რადგან ინტერკულტურული დიალოგის მიზანს მონაწილეთა გამარჯვების უზრუნველყოფა წარმოადგენს, - წარმატებულ ინტერკულტურულ დიალოგს არ უნდა ჰყავდეს „მცდარი“ და „მართალი“, „დამარცხებული“ და „გამარჯვებული“ მხარეები. ინტერკულტურული დიალოგის მიმართ ამგვარი მიდგომა არ ნიშნავს კომუნიკანტთა შორის აუცილებელ ურთიერთთანხმობას: დიალოგი იწყება აზრთა, მოსაზრებათა ოპონირების რეჟიმით; განსხვავებათა განხილვის საფუძველზე დიალოგის მონაწილე მხარეებს შესაძლოა სრულიად ახლებური ხედვა ჩამოუყალიბდეთ; რა თქმა უნდა, ყველას აქვს უფლება ჰქონდეს საკუთარი აზრი, თუმცა დიალოგისა და საღი დისკუსიის ფორმატში შესაძლოა აზრთა და მოსაზრებათა კრიტიკულად გადახედვა, გადასინჯვა, მოდიფიკაცია, შეცვლა ან სრულყოფა. განსხვავებულთა ურთიერთგაგების გზა მხოლოდ დიალოგია და მას არ აქვს ალტერნატივა. დიალოგის მეშვეობით სხვადასხვა კულტურის მატარებლები იწყებენ ერთმანეთის კულტურის აღიარებას, დაფასებასა და პატივისცემას.

დიალოგის წარმოება შესაძლებელია როგორც სხვებთან, ისე საკუთარ თავთანაც. დიალოგსა და კონფლიქტს შორის ძალიან მცირე ზღვარია, მათ შორის მიჯნა მეტაფორულად ბეწვის ხიდს შეიძლება შევადაროთ, რადგან დიალოგი, როგორც წესი, ურთიერთსაწინააღმდეგო მოსაზრებების პერსპექტივით იწყება. კონტრასტებზე საუბრისას კომუნიკანტები ახლებურად იწყებენ ფიქრს.

მნიშვნელოვანია დიალოგისა და დისკუსიის (კამათის) ერთმანეთისაგან გამოიჯნა: დისკუსიის ფორმატში მონაწილე მხარეები ერთმანეთის დარწმუნებას ცდილობენ, რასაც ბუნებრივად რომელიმე მხარის უპირატესობა მოსდევს, დიალოგის ფორმატში კი უმთავრესი მიზანი ჩართულ მხარეთა თანაბრობის პრინციპის აღიარება და დაცვაა. დიალოგის პროცესში კომუნიკანტები ეცნობიან ერთმანეთის სტანდარტებს, ღირებულებებსა და შეხედულებებს, რაც ერთგვარი ღია სივრცის შექმნის საწინდარია, რომელშიც კომუნიკანტებს ერთმანეთის მიმართ პოზიტიური განწყობა უყალიბდებათ.

ინტერკულტურულ დიალოგში ჩაბმისთვის აუცილებელი წინაპირობა ჯგუფში უსაფრთხოებისა და ნდობის ატმოსფეროს შექმნაა. როცა დიალოგის პროცესში კომუნიკანტები თავისუფლად აყალიბებენ საკუთარ სტანდარტებს, ღირებულებებსა და შეხედულებებს, მნიშვნელოვნად იზრდება ღია სივრცე, შესაბამისად მცირდება კონფლიქტის წარმოქმნის რისკებიც. კომუნიკანტთა ცოდნა განსხვავებული კულტურული ფასეულობებისა და სტანდარტების დაშვებულობის შესახებ ინტერკულტურული კონფლიქტების პრევენციის საუკეთესო შესაძლებლობაა.

ინტერკულტურული დიალოგის წარმართვის ძირითადი პრინციპებია:

- სხვადასხვა კულტურის მატარებელთა პატივისცემა;
დიალოგის მხარეთათვის თანაბარი შესაძლებლობების მიცემა საკუთარი ისტორიის გასაზიარებლად (მოსათხრობად);
- მზაობა / მოლოდინი შესაძლო კითხვებისთვის კომუნიკანტთა მხრიდან საკუთარი ისტორიის გაზიარებამდე;
კომუნიკაციის ფორმად პირველი პირის შერჩევა, მაგ., „ვფიქრობ“, „ჩემი აზრით“, „მიმაჩნია“ და სხვ. ნაცვლად მესამე პირისა „თქვა“, „თქვეს“, „ამბობენ“ და სხვ.;
- პრიორიტეტების სწორი განსაზღვრა: შესწავლა vs. განსჯა;
საჭიროებისამებრ ფიქრისათვის დროის გამოყოფა;

ინტერკულტურულ დიალოგის კომპლექსურ პროცესზე არაერთი ფაქტორი ახდენს გავლენას, მათ შორის კომუნიკანტთა:

სოციალურ-შემეცნებითი ინტელექტი;

- სტილი;
- ბიოგრაფია (ყოველდღიური მოვლენები და ხდომილებები);
- თეზაურუსი (გამოცდილება);
- კოგნიტიური განვითარება (აბსტრაქტული აზროვნება, სტრატეგიები);
- სოციალური ცნობიერება: ემოციური თავისუფლება, ემპათია;

თვითმენეჯმენტი: თვითიმიჯი (თვითგანსაზღვრა), თვითრეგულაცია (თვითკონტროლი);

კულტურული იდენტობა: ენა, სტანდარტები, ღირებულებებისა და ფასეულობათა პატერნები (ზოგადი ჩარჩოები);

რეფლექსიის უნარი;

გარესამყაროსთან ჰარმონიზაციის ხარისხი (მგრძნობელობა და პასუხისმგებლობა);

სოციალური სტატუსი და კავშირი;

- მატერიალური კაპიტალი და რესურსები;

სოციო-ეკონომიკურ-კულტურულ-პოლიტიკური კლიმატი;

9.6. კრიტიკული ინციდენტი

კრიტიკული ინციდენტის მრავალი დეფინიციაა. იგი განიმარტება, როგორც:

პირადი გამოცდილების, განსჯისა და ცოდნის ტრანსფორმაცია;

უმნიშვნელოვანესი მომენტი, რომელიც ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში გავლენას ახდენს ცხოვრებაზე;

მოვლენა, რომელიც გვაიძულებს, დავფიქრდეთ და გავაანალიზოთ მომხდარი შემთხვევა საკუთარი თავისა და სხვების უკეთ შესწავლის მიზნით;

კროსკულტურული ფსიქოლოგიის ფუძემდებელი, ბერძნული წარმოშობის ამერიკელი მეცნიერი, ილინოისის უნივერსიტეტის პროფესორი ჰარი ტრიანდისის კვლევის ფოკუსი სხვადასხვა კულტურაში დამოკიდებულებათა, ნორმების, როლური მოდელების, სტანდარტებისა და ფასეულობათა გამოხატულებანია. ტრიანდისმა 1960-იან წლებში პირველმა გამოიყენა კრიტიკული ინციდენტი კულტურულ ასიმილაციურებთან ერთად კულტურათმორისი კომპეტენციის განვითარებისათვის (Triandis 1977: 19-45; 1984: 301-330).



ჰარი ტრიანდისი (1926)

ინტერკულტურული კომუნიკაციის კონტექსტში კრიტიკული ინციდენტი სიტუაციების მოკლე აღწერაა, როცა კულტურული განსხვავებებისა ან კულტურათშორისი ადაპტაციისა და კომუნიკაციის პროცესში წამოჭრილი საკითხების ან თემების საფუძველზე გაუგებრობა, პრობლემა ან კონფლიქტი იჩენს თავს.

კრიტიკული ინციდენტის თითოეული ქეისი საკმაოდ ინფორმატიულია, - მასში, როგორც წესი, აღწერილია ხდომილება; შესაძლოა მონაწილეთა გრძნობები და ემოციებიც იყოს გადმოცემული, თუმცა სიტუაციების აღწერაში არ არის მოცემული კულტურულ განსხვავებათა ახსნა. კრიტიკულ ინციდენტებში კულტურულ სხვაობათა იდენტიფიცირება აქტივობის წახალისებაა სხვათა კულტურის მიმართ დაინტერესებისა და აღიარებისათვის. კრიტიკული ინციდენტის მიზანი ინტერკულტურული კომპეტენციის განვითარება, ახალ კულტურასთან შეგუება და წამოჭრილ სირთულეებთან გამკლავებაა. ინტერკულტურული კომპეტენციის ერთ-ერთი მსაზღვრელია ინტერკულტურული სენსიტიურობა (მგრძნობელობა) (9.7.), რომელიც შესაძლოა განიმარტოს, როგორც კულტურათშორისი მინიმალური განსხვავებების აღქმის, დაფიქსირებისა და გაგნობიერების, სხვადასხვაგვარი მიდგომის ფლობის უნარი, ინტერკულტურული სენსიტიურობა, როგორც გაზრდილი შემეცნებითი დახვეწილობის მაჩვენებელი, ინტერკულტურული თვალსაზრისით განვითარებულ პერსპექტივად მიიჩნევა.

კრიტიკული ინციდენტის ანალიზი ამალღებს ინტერკულტურულ სენსიტიურობას, რამდენადაც იგი ამალღებს ცნობიერებას კულტურული მრავალფეროვნების კუთხით. აღსანიშნავია, რომ არ არის აუცილებელი კომუნიკანტი კრიტიკული ინციდენტის უშუალოდ აქტიურ მოქმედ პირს წარმოადგენდეს; მისი გამოცდილებისა და,

შესაბამისად, ცნობიერების აქტივიზაციის თვალსაზრისით სავსებით საკმარისია კომუნიკანტის დამკვირვებლის როლიც.

ნებისმიერი ტიპის კრიტიკული ინციდენტის ანალიზი მოიცავს კითხვათა კომპლექსს. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია დილემის ანალიზი, აგრეთვე ეთიკური პრობლემატიკა და შესაძლო ცვლილებები ინციდენტის მონაწილეთა დამოკიდებულებებში, გრძნობებსა თუ კულტურულ ცნობიერებაში, რომლებიც გამოვლინდა კონკრეტულ კრიტიკულ სიტუაციაში.

კრიტიკული ინციდენტის მეთოდოლოგია გამოიყენება კულტურული კომპეტენციის ტრენინგების ფარგლებში, კრიტიკული აზროვნების განვითარებისა და ტრანსფორმაციისათვის. ინტერკულტურული კომუნიკაციის კონტექსტში კრიტიკული ინციდენტის მიზეზი შეიძლება გახდეს:

ენობრივი ბარიერი: ენობრივი კომპეტენციის არქონა ან არასათანადო ენობრივი კომპეტენცია;

კულტურული ნორმებისა და ღირებულებების არცოდნა ან მათი უგულვებელყოფა;

კრიტიკული ინციდენტის ანალიზი ავითარებს:

ინტერკულტურულ დამოკიდებულებას, რომელიც გულისხმობს ჯანსაღ ცნობისმოყვარეობასა და გამჭირვალეობას, ასევე შზაობას, გქონდეს საკუთარი თავის რწმენა და ნდობით მოეკიდო განსხვავებულ კულტურას;

ინტერპრეტაციისა და კომუნიკაციის უნარებს;

კრიტიკული კულტურული ცნობიერების ხარისხს;

კრიტიკული ინციდენტები რელევანტური და ფრიად სასარგებლოა, რამდენადაც აგებულია სხვათა პირად გამოცდილებაზე, ემოციურად დატვირთულია და მათი ანალიზის საფუძველზე დისკუსიის პროცესში გარკვეულწილად მონაწილეთა საკუთრებაც ხდება.

კრიტიკული ინციდენტის სიტუაცია: ქეისი: **დანიელი** და **ფინელი** სტუდენტების განსხვავებული ქცევის წესები დაბადების დღის მილოცვასთან მიმართებით. სიტუაცია დანიელი სტუდენტი გოგონას მონათხრობის პერსპექტივიდან (Heringer 2014):

ფინეთში სასწავლებლად მყოფ **დანიელ** სტუდენტ გოგონას **ფინელ** სტუდენტ გოგონასთან ერთად ჰქონდა საზიარო ოთახი. ერთად ცხოვრების **მეორე დღეს** ფინელმა გოგონამ ჩაიცვა ქურთუკი და წასასვლელად მოემზადა. დანიელი სტუდენტი დაინტერესდა, სად მიდიოდა მისი **მეგობარი**; აღმოჩნდა, რომ ფინელი გოგონა მეგობარ ბიჭთან ერთად კინოში აპირებდა წასვლას და დაბადების დღის აღნიშვნას. დანიელმა სტუდენტმა მის სამშობლოში (დანიაში) მიღებული წესის შესაბამისად, ფინელ გოგონას ლოყაზე კოცნა დაუპირა, თუმცა უმალ შენიშნა, რომ საკუთარი განზრახულობით იუბილარი დააფრთხო, რადგან ამ უკანასკნელმა მყისიერად რამდენიმე ნაბიჯით უკან დაიხია. დანიელი სტუდენტი, გოგონას შეშინებული მზერითა და უკან დახევით მიხვდა, რომ მისი ქცევა / განზრახულობა უჩვეულოდ იქნა აღქმული, თავადაც უკან დაიხია და კოცნის ნაცვლად ფინელ გოგონას ხელის ჩამორთმევით მიულოცა დაბადების დღე.

მოცემული კრიტიკული ინციდენტის აქტუალური საკითხებია:

მისაღმების ფორმები სხვადასხვა კულტურაში განსხვავებულია და დამოკიდებულია ნაცნობობის პერიოდზე, ხანგრძლივობასა და სიახლოვის ხარისხზე;

სხვადასხვა კულტურაში განსხვავებულია მეგობრისა და ნაცნობის ცნებები და მათი დატვირთვა;

კრიტიკული ინციდენტის სიტუაციის ანალიზი ცხადყოფს დიდ გაუგებრობას: დანიელი სტუდენტის განზრახულობა აბსოლუტურად შეესაბამება მის სამშობლოში, დანიაში მიღებულ თავაზიანობის ეტიკეტს. ფინურ კულტურაში კი კოცნა არა ნეიტრალურად თავაზიანობის, არამედ ძალიან პირადი სივრცის კოდია. ფინური კულტურის **პროქსემული კოდების** არგოდნა უზერხულ სიტუაციაში აგდება დანიელ

სტუდენტს. დანიაში, როგორც მაღალი კონტაქტის კულტურაში, სავსებით მიღებული ფორმაა მისალმებისა და მილოცვისას ერთმანეთის კოცნა.

კრიტიკული ინციდენტის ტექნიკის მიზანია კულტურათშორისი განსხვავებებისა და გაუგებრობების გამოვლენა, განსჯა და გაცნობიერება ინტერაქციული სიტუაციების სტრატეგიების შემუშავებითა და როლური სიტუაციური სიმულაციებით.

მალიან განზოგადებული გაგებით, ფილოსოფიური თვალსაზრისით, ნებისმიერი კომუნიკაცია შესაძლოა ინტერკულტურული კომუნიკაციის ტიპად განვიხილოთ, რადგან ყოველ ინდივიდს საკუთარი ისტორია (ავტობიოგრაფია / ბიოგრაფია), თეზაურუსი, უნიკალური იდიოლექტი, იდენტობა და ინდივიდუალური კულტურა აქვს.

9.7. ბენეტის ინტერკულტურული მგრძნობელობის მოდელი (*Bennett-scale Development Model of Intercultural Sensitivity / DMIS*)

ინტერკულტურული მგრძნობელობის მოდელის ავტორია ამერიკელი ფსიქოლინგვისტი და ინტერკულტურული კომუნიკაციების მკვლევარი მილტონ ბენეტი (Benett 1986: 179-196; 1993).



მილტონ ბენეტი

ბენეტი ინტერკულტურული მგრძნობელობის განვითარების ექვს საფეხურს გამოყოფს, რომლებიც, თავის მხრივ, ეთნოცენტრულ და ეთნორელატიურ ფაზებად იყოფა:

ეთნოცენტრული ფაზა	ეთნორელატიური ფაზა
☐ სხვაობათა უარყოფა	☐ სხვაობათა მიმღებლობა
☐ სხვაობათაგან თავდაცვა	☐ სხვაობათა ადაპტაცია
☐ სხვაობათა მინიმიზაცია	☐ სხვაობათა ინტეგრაცია

სხვაობათა უარყოფის საფეხურზე ინდივიდს არ გააჩნია კულტურული სხვაობების შემჩნევის უნარი და უარს ამბობს არსებულ მრავალფეროვან რეალობაზე.

სხვაობათაგან თავდაცვის ეტაპზე ინდივიდი აღიარებს კულტურულ სხვაობებს, თუმცა განსხვავებულ კულტურას მხოლოდ ნეგატიურ კონტექსტში აფასებს.

სხვაობათა მინიმიზაცია ეთნოცენტრული ფაზის ბოლო საფეხურია. ინტერკულტურული სენსიტიურობის ამ ეტაპზე ინდივიდი ზედაპირულად აღიარებს კულტურულ სხვაობებს, თუმცა ყველა ინდივიდს აღიქვამს, როგორც არსებითად მსგავსს.

ეთნორელატიურ ფაზაში, ზოგადად, იცვლება მიდგომა, რაც შემეცნებაში კულტურული სხვაობების უსაფრთხოდ აღქმით არის გამოხატული.

სხვაობათა მიმღებლობა გულისხმობს სხვაობის, როგორც ღირებულების პატივისცემასა და კულტურული სხვაობების მიმართ ინტერესს.

სხვაობათა ადაპტაციის ეტაპზე ინდივიდი ფლობს კულტურული ჩარჩოების გარღვევისა და ეფექტური ინტერკულტურული (კულტურათმშორისი) კომუნიკაციის უნარს.

სხვაობათა ინტეგრაცია ინტერკულტურული სენსიტიურობის განვითარების ბოლო სტადიაა, რომელიც რეალობაში მაღიან იშვიათია რთულად მიღწევადობის მიზეზით. აღნიშნულ ეტაპზე ინდივიდი თანაბარი ეფექტურობის ხარისხით აზროვნებს, მოქმედებს და ოპერირებს ორ ან რამდენიმე სრულიად განსხვავებულ კულტურულ ფარგლებში, არეალებში, სივრცეებში, განზომილებებში.

9.8. კულტურათშორისი კომუნიკაციის დონეები

გლობალიზებული სამყაროს სოციუმების პრობლემეტიკას, სხვა მრავალთა შორის, წარმოადგენს, ერთი მხრივ, კულტურულ სხვაობათა აღიარება, დაფასება, მათი ორგანიზაციისა და თვითმყოფადობის შენაჩუნება, მეორე მხრივ კი, საზოგადოებაში კულტურული ინტეგრაციის ტენდენციების აქტუალიზაცია და მხარდაჭერა.

ინტერკულტურული პრინციპების თანახმად, უმნიშვნელოვანესია სხვადასხვა კულტურის მატარებლებისთვის თანაბარი შესაძლებლობების მიცემა და ყოველგვარი დისკრიმინაციული კომპონენტის გამორიცხვა. ინტერკულტურული ცნობიერების ჩამოყალიბებისა და განვითარების ხელშეწყობისათვის აუცილებელია:

კულტურული სპეციფიკისა და სტანდარტების უკეთ გაგნობა თანამედროვე საზოგადოებაში;

სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელთა შორის კომუნიკაციის ფაქტობრივად უსაზღვრო შესაძლებლობები, რაც პრაქტიკულად უზრუნველყოფილია თანამედროვე ინტერნეტტექნოლოგიებით;

ლიაობა, გახსნილობა კულტურული მრავალფეროვნებისადმი;

პლურალიზმი და არჩევანის თავისუფლება;

საკუთარი კულტურული იდენტობის შენარჩუნება;

ყველა კულტურის კუთვნილებისა და ტრადიციის დაფასება;

კულტურათშორისი კომუნიკაციის კვლევის პრიორიტეტული მიზანი სტერეოტიპების დამსხვრევა, უცხოა და შეუცნობლის მიმართ სკეპტიციზმის განეიტრალება, სიახლის მიმართ კი ღია დამოკიდებულების ჩამოყალიბება. ინტერკულტურული კომუნიკაციის პროცესში კომუნიკანტები მუდმივად ახალ აღმოჩენებს აკეთებენ, იჯარითოვებენ ცოდნის დიაპაზონს, რაც, თავის მხრივ, მნიშვნელოვანი ფაქტორია ინდივიდის პიროვნული, სოციალური თუ გლობალური თვითრეალიზაციის თვალსაზრისით. განსხვავებული კულტურული შტრიხების უშუალო გაცნობა პროაქტიული კომუნიკაციისას ინტერკულტურული ცნობიერების ამაღლებისა და სხვა კულ-

ტურათა მიმართ გაუცხოების გადალახვისათვის საუკეთესო მეთოდია, რომელიც სეგრეგაციისა და ელიტიზმის საფრთხეების პრევენციასაც გულისხმობს.

საკუთარ ფასეულობებზე, კულტურულ ნორმებსა და შეხედულებებზე საუბრისას ერთმანეთის მიმართ კეთილგანწყობილი კომუნიკანტები ნდობისა და ურთიერთპატივისცემის ატმოსფეროს ქმნიან. რეალობის აღქმისა და გაანალიზების მრავალი გზა არსებობს. „ყველა საკუთარ სამყაროს ქმნის“ კულტურათშორისი ურთიერთობის ერთ-ერთი ძირითადი პოსტულატია. კულტურული სხვაობების შესახებ არსებული თეორიების მიხედვით, განსხვავებული კულტურის მატარებლებს რეალობის განსხვავებული აღქმა ახასიათებთ, მათ შორის ისეთი განზომილებების, როგორიც დრო და სივრცეა. შესაბამისად, კულტურათშორისი კომუნიკაციის მიზანი ადამიანთა პირადი თავისუფლებისა და ამავედროულად პასუხისმგებლობის ზრდა და განსხვავებულ პოზიციათა პატივისცემაა. ინტერკულტურულ კონტექსტში უმნიშვნელოვანესია აღიარო „სხვა“. „სხვისი“ აღიარება კი დიალოგით იწყება. კულტურათშორისი გამოცდილებისათვის, როგორც წესი, თანამდევია მრავალი სიახლის გაჩენა ინდივიდთა ცხოვრებაში, ისევე როგორც სოლიდარობის განცდის გამძაფრება და საკუთარი თავისა და შესაძლებლობების რწმენა. ინტერკულტურული კომუნიკაცია კომპლექსური პროცესია, რომლის ერთ-ერთი ცენტრალური ასპექტია ენა, როგორც უმნიშვნელოვანესი ფერბალური კულტურული კოდი, რა თქმა უნდა, არაფერბალური კომუნიკაციური კოდების მრავალფეროვან რეპერტუართან კომბინაციაში.

კულტურათშორისი ურთიერთობა, როგორც უაღრესად კომპლექსური პროცესი, მოიცავს, კულტურის როგორც გაცნობიერებულ არტეფაქტებს, ისე გაუცნობიერებელ კომპონენტებს (აისბერგის მოდელი).

აისბერგის მოდელი კულტურის ანალიზის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული სქემაა, რომლის პრინციპი კულტურის ხილვადი, გაცნობიერებული და უხილავი, გაუცნობიერებელი კომპონენტების დიფერენციალია (Schein 1995: 25).

კულტურის გაცნობიერებულ კომპონენტთა შორისაა:

ენა;

ხელოვნება;
ლიტერატურა;
არქიტექტურა;
მუსიკა;
კულინარიული ტრადიციები;
სამოსელი;
ფოლკლორი;

კულტურის ფუნდამენტური ნაწილი უხილავი ან შედარებით რთულად მისაწვდომია. უხილავია იმ ადამიანთა ისტორია, რომელიც ერთ კულტურას ქმნის, ის ნორმები, ფასეულობები და შეხედულებები სივრცის, ბუნებისა და დროის შესახებ, რომლებსაც ერთი კულტურის წარმომადგენლები იზიარებენ.

კულტურის გაუცნობიერებელ კომპონენტთა შორისაა:

- თავმდაბლობის ცნება;
- სილამაზის აღქმა;
- აღზრდის იდეალი;
- შთამომავლობის ცნება;
- თავაზიანობა;
- ცოდვის ინტერპრეტაცია;
- სამართლიანობის ცნება;
- სუბორდინირებული ქცევის ნიმუშები;
- კონკურენციისა და თანამშრომლობის პრინციპები;
- ლოგიკისა და ჭეშმარიტების ცნებები;
- ემოციების მართვა;
- არავერბალური კოდები;
- კომუნიკაციის ნიმუშები სხვადასხვა სოციალურ კონტექსტში;
- სივრცის აღქმა;
- დროის წყობა და სხვა მრავალი კომპონენტი.

აისბერგის მოდელის მიხედვით, კულტურის ხილვადი კომპონენტები უხილავი კომპონენტების გამოხატულებას წარმოადგენს. აისბერგის მოდელი ცდილობს ახსნას სხვადასხვა კულტურის მატარებელთა შორის წარმოქმნილი გაუგებრობების, - კრიტიკული ინციდენტების (9.6.), - გამომწვევი მიზეზები. სხვადასხვა კულტურული წრის კომუნიკანტთა ურთიერთობის საწყის ეტაპზე შესაძლოა კომუნიკანტები იგნორებდნენ განსხვავებული კულტურის ხილულ და გაცნობიერებულ კომპონენტებს, თუმცა მათ არ ჰქონდეთ გაცნობიერებული აისბერგის ფუნდამენტის ელემენტები.

ნიდერლანდელი კულტუროლოგისა და სოციალური ფსიქოლოგის, მაასტრიხტის უნივერსიტეტის პროფესორის, ორგანიზაციული ანთროპოლოგიისა და საერთაშორისო მენეჯმენტის ექსპერტის, გერტ ჰოფსტედეს კულტურული კატეგორიების მოდელი (Hofstede 1983: 46-74) დაფუძნებულია 1970-იან წლებში ჩატარებულ ერთ-ერთ ყველაზე მასშტაბურ ემპირიულ კროსკულტურულ კვლევაზე, რომელიც მას ინტერნეტექნოლოგიებისა და კონსალტინგის ბაზრის ტრანსნაციონალურმა კორპორაციულმა გიგანტმა IBM-მა (*International Business Machines Corporation*) დაუკვეთა.



გერტ ჰოფსტედე (1928)

კომპანიის მენეჯმენტი დაინტერესებული იყო დაედგინა, რატომ იყო საერთო პროცედურებისა და სტანდარტების შემუშავება სხვადასხვა ქვეყანაში შეუძლებელი; რა მიზეზი ჰქონდა, მაგ., ბრაზილიისა და იაპონიის საწარმოთა განსხვავებულ ფუნქციონირებას, - თანამშრომელთა განათლებისა და მომზადების მეტ-ნაკლებად მსგავსი დონისა და კომპანიის იდენტური სტრუქტურის ფონზე, - მუშაობის სტანდარტიზაციის მრავალი მცდელობის მიუხედავად.

გერტ ჰოფსტედემ კომპანია IBM-ის თანამშრომელთა მრავალეტაპიანი თვისობრივი ინტერვიუების შესწავლის საფუძველზე ეროვნული კულტურის თავისებურებებსა და კორპორაციული კულტურის თავისებურებებს შორის კონტექსტურ-

კორელაციური კავშირი დაადგინა და კულტურული კატეგორიების მოდელი შეიმუშავა, რომელიც მოიცავს ხუთ კატეგორიას:

ძალთა თანაფარდობას (იერარქიის ცნება, გადაწყვეტილების მიღების პროცესი);

გაურკვევლობის შიშს (შემთხვევითობის, იმპროვიზაციის, რისკების დაშვება);

ინდივიდუალიზმს / კოლექტივიზმს (საზოგადოების წევრებს შორის კავშირების სისუსტე / სიმძლიერე, შიგა / გარე ჯგუფები);

გენდერს (საზოგადოებაში გენდერული ნიშნის დეტერმინირების (განსაზღვრის) ხარისხი ქალისა და მამაკაცის როლებისა და ვალდებულებების გადანაწილების კუთხით);

დროის ელემენტს (საზოგადოების დამოკიდებულებები და მიმართებები ტრადიციებთან, წარსულთან, წარმომავლობასთან, მომავლის ხედვასთან და პერსპექტივასთან დაკავშირებით, ფოკუსის გადანაწილება აწმყოს, წარსულისა და მომავალის პრიორიტეტებს შორის);

ჰოფსტედეს მოდელის ძლიერი მხარე მასშტაბური ემპირიული კვლევების მონაცემთა ბაზის ანალიზია, თუმცა აღნიშნული მოდელის მიხედვით რთულია აიხსნას მხოლოდ და მხოლოდ ხუთი კატეგორიის დიფერენცირება; გარდა ხსენებული სისუსტისა, ჰოფსტედეს კატეგორიზაცია კულტურას განიხილავს სტატიკურ და არა დინამიკურ ჭრილში, იგი, კვლევის ინტერესიდან გამომდინარე, აქცენტირებს ერის მახასიათებლების თავისებურებებზე და პრაქტიკულად უგულვებელყოფს კულტურული მრავალფეროვნების ასპექტებს (სუბკულტურა, შერეული კულტურა და სხვ.).

ამერიკელმა ანთროპოლოგმა, ეთნოლოგმა, ინტერკულტურული კომუნიკაციის, როგორც სამეცნიერო დისციპლინის ერთ-ერთმა ფუძემდებელმა, ედვარდ თვითჩელ ჰოლმა მეუღლესთან, მილდრედ რიდ ჰოლთან ერთად კომუნიკაციის ტიპის, სივრცისა და დროის მიხედვით ჩამოაყალიბა კულტურულ სხვაობათა რამდენიმე კატეგორია (Hall & Hall 1990; 1998; Heringer 2014: 141-158):

- **სწრაფი** (რუბრიკის დასახელებები, სარეკლამო მესიჯები და სხვ.) **vs.** **ნელი** (ბელოვნება, დოკუმენტალისტიკა, ღრმა ურთიერთობები და სხვ.)
გზავნილები: ინფორმაციული გზავნილის გაშიფვრა და მასზე რეაგირების სისწრაფე;

მაღალი vs. დაბალი კონტექსტი: ამა თუ იმ მოვლენასთან დაკავშირებული ინფორმაცია; თუ გადაცემულ ინფორმაციულ გზავნილში მხოლოდ მცირე მოცულობის ინფორმაციაა და ინფორმაციის მეტ წილს მიმღები მხარე უკვე ფლობს, სიტუაცია მაღალი კონტექსტით ხასიათდება (მაგ., კომუნიკაცია მრავალი წლის თანაცხოვრების გამოცდილების მქონე პარტნიორებს შორის). **ჰოლი & ჰოლის** თანახმად, **ტიპური მაღალი კონტექსტის** კულტურებია: **იაპონური, არაბული და ხმელთაშუა ზღვის აუზის კულტურა**, სადაც მჭიდრო საინფორმაციო სისტემებისა და ახლო პირადი ურთიერთობის ტრადიციები დომინირებს; შესაბამისად, ყოველდღიური კომუნიკაციის პროცესი ვრცელი, შესავლის ტიპის ინფორმაციებით არ არის გადატვირთული. მაღალი კონტექსტის კულტურებში ადამიანები, როგორც წესი, ყოველთვის ინფორმირებული არიან მათთვის მნიშვნელოვანი ადამიანებისა და მოვლენების შესახებ. **ტიპური დაბალი კონტექსტის** კულტურებია: **ამერიკული, გერმანული, შვეიცარული და სკანდინავიური კულტურები**. დაბალი კონტექსტის კულტურებში პირადი ურთიერთობები, ადამიანთა მრავალფეროვანი ინტერესებისა და საქმიანობის სფეროს საფუძველზე წყდება. დაბალი კონტექსტის კულტურათა კომუნიკაციის პროცესში, როგორც წესი, ჩვეულებრივი და ხშირია შესავლის ტიპის ინფორმაციის გაცვლა. მაღალი და დაბალი კონტექსტის კომუნიკაციის სტილში სხვაობათა გაუთვალისწინებლობა შესაძლოა გაუგებრობების (კრიტიკული ინციდენტების) წყარო გახდეს. მაღალი კონტექსტის კულტურის მატარებელმა დაბალი კონტექსტის კულტურის წარმომადგენელი შესაძლოა აღიქვას, როგორც:

- ❖ ზედმეტად სიტყვაუხვი;
- ❖ ზედმეტად ზუსტი;

✦ არასაკირო, უსარგებლო ინფორმაციის მომწოდებელი და შესაბამისად, კომუნიკაციის პროცესის ხელოვნურად გადამტვირთავი;

დაბალი კონტექსტის კულტურის მატარებელმა კი, თავის მხრივ, შესაძლოა მაღალი კონტექსტის კულტურის წარმომადგენელი მიიჩნოს, როგორც:

✦ არაგულწრფელი (ინფორმაციის ნაწილის გამოუთქმელობის გამო: ინფორმაცია ნაგულისხმევია, იმპლიციტურია და არა ექსპლიციტური, ცხადად და ცალსახად ჩამოყალიბებული);

✦ არაკოოპერაციული ან ნაკლებად კოოპერაციული;

დაბალი კონტექსტის კულტურის წარმომადგენლებს გადაწყვეტილებების მისაღებად ესაჭიროებათ დიდი მოცულობის გაცნობითი ხასიათის ინფორმაცია, მაღალი კონტექსტის კულტურის მატარებლები კი გაცნობითი ხასიათის ინფორმაციის გარეშეც მიიღებენ გადაწყვეტილებებს, რადგან ისინი საკითხის გარშემო მიმდინარე მოვლენების შესახებ მუდმივად საქმის კურსში არიან.

ტერიტორიალიზმი: ფიზიკური სივრცის ორგანიზება; ადამიანის მიერ სივრცის და მათ გარშემო არსებული მატერიალური ნივთების აღქმა, რაც შესაძლოა ძალაუფლების დონეზეც მეტყველებდეს;

პირადი სივრცე: ე. წ. დამცავი რგოლები კომფორტული ზონების შესაქმნელად; შესაძლოა ერთ კულტურაში, დიალოგის პროცესში კომუნიკანტთა შორის დაცული დისტანცია საკმაოდ მოკლე იყოს და ინტიმურ სივრცეს უახლოვდებოდეს, მეორე კულტურაში კი იგივე დისტანცია შესაძლოა გაუგებრობის, უხერხულობის და განსხვავებული ინტერპრეტაციების საფუძველი აღმოჩნდეს;

მონოქრონული vs. პოლიქრონული დრო: დროის განაწილება. მონოქრონულ კულტურაში დროის მიმართ პრაქტიკული დამოკიდებულება დომინირებს, მას თითქმის ეხები და რესურსის სახით იყენებ: ხარჯავ, ფლანგავ, უფრო ხილდები და ა. შ. დრო უწყვეტ ძაფად აღიქმება, - წარსულის გარკვეული წერტილიდან იღებს სათავეს, შემდეგ კი აწმყოსა და

მომავალში გრძელდება. მონოქრონულ კულტურაში დროს იყენებენ თანამიმდევრულად, დღის დასაგეგმად, პრიორიტეტების ჩამოსაყალიბებლად. პოლიქრონულ კულტურაში კი თანადროულად ბევრი რამ იგეგმება და რეალიზდება, ადამიანები ერთმანეთთან მჭიდრო ურთიერთობებით ხასიათდება, დრო არ აღიქმება უწყვეტ მანძილად. დროის მონოქრონული აღქმა მჭიდროდ უკავშირდება დაბალი კონტექსტის კულტურას და სივრცის ისეთ განაწილებას, სადაც ცხოვრების ელემენტების დანაწევრება, სტრუქტურირება შესაძლებელია (ცხოვრების სხვადასხვა ასპექტი ერთმანეთისაგან გამოიჯნულია). პოლიქრონულ და მონოქრონულ კულტურებში, შესაბამისად, განსხვავებულია დროის მენეჯმენტი, შეხვედრათა წინასწარი დაგეგმვის პრინციპები, პუნქტუალურობის ნორმები და მათი აღქმა ზოგადად მიღებული სტანდარტიზებული ეტიკეტის ფარგლებში, სისტემაში ინფორმაციული ნაკადების მოძრაობის ტემპები, ინფორმაციის მიმოცვლის ფორმების პრეფერენციები, იერარქიული სტრუქტურა vs. მრავალმხრივი ქსელის მოდელი და სხვ.

ფრანგი ფილოსოფოსი, სოციოლოგი, პარიზისა და ბორდოს უნივერსიტეტების პროფესორი, იუნესკოს ექსპერტი, კოსმოპოლიტური ცივილიზაციისა და საზოგადოებათა ინტერკულტურული გენეზისის მკვლევარი ჟაკ დემორგონი და ფსიქოლოგი, სოციოლოგი, კულტუროლოგი მარკუს მოლცი (ლუქსემბურგის უნივერსიტეტი) მიიჩნევენ, რომ კულტურის კატეგორიზაცია მიუღებელია. დემორგონისა და მოლცის თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანია არა კატეგორიათა დიფერენციაცია და მოდელირება, არამედ კულტურულ სხვაობათა შესახებ დიალოგი. კულტურის შესახებ წინააღმდეგობრივ დისკუსიებში დემორგონი და მოლცი სამ ძირითად ტენდენციას გამოყოფს, კერძოდ (Demorgon & Molz 1996):

როგორ გაართვას თავი საზოგადოებებმა, ერთი მხრივ, კულტურულ სტაბილურობასა და კულტურულ სტრუქტურებს შორის დამაბულობას, მეორე მხრივ კი, კულტურულ ცვლილებებსა და კულტურულ სი-ახლეებს;

ურთიერთობები ერთი კულტურის ფარგლებში ან მრავალ კულტურათა შორის: კულტურათა თავისებურებების მნიშვნელობა ინტერკულტურული კომუნიკაციისათვის;

- კულტურულ-სპეციფიკური ინდივიდუალური მახასიათებლები vs. უნივერსალური გლობალური კულტურა;

პოლიტიკურ-კულტურული თვალსაზრისით განსაკუთრებით რელევანტურია საკითხთა კომპლექსი, კერძოდ:

- არის თუ არა მრავალფეროვნება ნებისმიერი კულტურის სამომავლო განვითარების წინაპირობა და რამდენად საფრთხის შემცველია ტრადიციული კულტურისათვის პოტენციური ცვლილებები და ტრანსფორმაციები;

არიან თუ არა ადამიანები ყველა ქვეყანაში თანასწორუფლებიანი (ინდივიდის უფლებათა ფრანგული მოდელი) თუ ინდივიდის უფლებები ამა თუ იმ სოციალური ჯგუფის კუთვნილების მიხედვით არის განსაზღვრული (საზოგადოების ჰოლანდიური მოდელი, რომლის თანახმად საზოგადოება ჯგუფებისგან შედგება და ამა თუ იმ ჯგუფს საკუთარი ინსტიტუტები აქვს);

დემორგონისა და მოღვის კონცეფციის თანახმად, კულტურა არის სტრუქტურა, რომელიც ამა თუ იმ სიტუაციის მიმართ გარკვეულ ორიენტაციას აყალიბებს; კულტურული ადაპტაცია კი ადამიანის გონებაში აზროვნების სქემათა ასიმილაციის ან შეგუების უნარში გამოიხატება. დემორგონისა და მოღვის დისკურსში კულტურა არ არის კავშირში ერის წარმომავლობასთან, იგი ინდივიდთა ჯგუფების ორიენტაციის მახასიათებელია: კულტურულ ორიენტაციას, ავტორთა მიხედვით, ოჯახი, მეგობართა წრე, მშობლიური ენის მატრიცა, საცხოვრებელი გარემო, კოლეგები განსაზღვრავს. ერთი და იგივე ჯგუფი შესაძლოა ერთსა და იმავე კულტურას resp. კულტურულ ორიენტაციას იზიარებდეს, - ადამიანები, როგორც წესი, ქვეყნის დადგენილ ნორმებს იღებენ, თუმცა შესაძლოა, კონკრეტული კონტექსტიდან გამომდინარე, აღნიშნული ნორმების ტრანსფორმაცია, მოდიფიკაცია ან შეცვლა.

კულტურათმორისი კომუნიკაციის პროცესში, დემორგონისა და მოღვის თვალ-საზრისით, კომუნიკანტებს გაგნობიერებული უნდა ჰქონდეთ საკუთარი კულტურული ორიენტაცია და მას სხვა სტანდარტებს ადარებდნენ. ორმაგი კულტურული ორიენტაციის შემთხვევაში კი კომუნიკანტები აფართოებენ ქცევის ნორმებს ორ სხვადასხვა კულტურაში დადგენილი სტანდარტების შესაბამისად. სხვადასხვა კულტურას შორის მედიატორის როლში გვევლინება კომუნიკანტები, რომლებიც ორივე კულტურის სტანდარტებს ფლობენ და შესაბამისად, სხვადასხვა მხარის ქცევის ნორმებს შორის საერთო წერტილებს აღმოაჩენენ.

შეიძლება ითქვას, რომ დემორგონისა და მოღვისეული კულტურული თეორიის ანალიზი გავლენაზე ფოკუსირებული კულტურული დისკურსია, რომელიც საკუთარი თავის შეცნობაზე, ქცევის სხვადასხვაგვარი შესაძლებლობის გააზრებასა და სირთულეებთან გამკლავებაზეა ორიენტირებული.

კულტურა და კომუნიკაცია ურთიერთზემოქმედებისა და ურთიერთგავლენის პროცესში ერთმანეთისაგან განუყოფელია: რეალობის აღქმა, ენობრივი მოდელები, ნორმები, მოლოდინები, როლები, სიმბოლოები, რიტუალები, ფორმატები, სტრუქტურები, ინსტიტუციები სწორედ კომუნიკაციისა და კულტურის კორელაციის კონტექსტში და კონტექსტით არის დეტერმინირებული (განსაზღვრული). კომუნიკაცია, - როგორც გაზიარების პროცესი, უპირველესად, მნიშვნელობის გაზიარებას გულისხმობს. ინტერკულტურული კომუნიკაციის სირთულეები თუ კრიტიკული ინციდენტები მაშინ ხდება აქტუალური, როცა კომუნიკანტთა საკომუნიკაციო ქცევა განსხვავებული კულტურის წესებითა და კანონზომიერებით არის მართული.

დღეს კულტურა ცდება ეროვნულ საზღვრებს - სხვადასხვა კულტურა მრავალ წერტილში კვეთს ერთმანეთს; შესაბამისად, უაღრესად მნიშვნელოვანია განსხვავებული პერსპექტივების, დამოკიდებულებებისა და მიმართებების გათვალისწინება: წარსულის, აწმყოსა და მომავლის ანალიზი, ინდივიდისა და საზოგადოების არც თუ იშვიათად წინააღმდეგობრივ საჭიროებათა და მოლოდინთა კონტრასტული შედარება. ერთ-ერთი არსებითი საჭიროება კი აღნიშნულ კონტექსტში დანაწევრებული გამოცდილების გაერთიანებაა: სხვადასხვა რეალიის, ისტორიის, ფასეულო-

მათა სისტემის, კაუზალური (მიზეზ-შედეგობრივი) კავშირის იდენტიფიცირება და ინტერპრეტაცია.

სოციალური ქცევის ნებისმიერი აქტი კომუნიკაციური აქტია. კომუნიკაცია კი გაზიარება იმისა, თუ ვინ ვართ და რა ვიცი. ინდივიდები ერთმანეთს უზიარებენ აზრებს, შეხედულებებს, ემოციებს, გრძნობებს, გამოცდილებას ... კომუნიკაცია - გაზიარება, - უნივერსალური ფენომენია, გაზიარების გზები, ფორმები კი კულტურულ-სპეციფიკური რეპ. სხვადასხვა კულტურულ წრეში განსხვავებული. სხვადასხვა კულტურის მატარებლებთან კონტაქტების გაფართოების პარალელურად სულ უფრო და უფრო იზრდება და აქტუალური ხდება კომპეტენტური ინტერკულტურული კომუნიკაციის აუცილებლობა და მნიშვნელობა.

კულტურათშორისი კომუნიკაცია მიმდინარეობს ორ დონეზე. - ცალკეულ ინდივიდებს შორის რეპ. ინდივიდუალური, ინტერპერსონალური (პიროვნებათშორისი) კულტურათშორისი კომუნიკაციის დონე ან კულტურულ ჯგუფებს შორის რეპ. ჯგუფთაშორისი ინტერკულტურული კომუნიკაციის დონე.

ინტერპერსონალურ (პიროვნებათშორის) კომუნიკაციას ისეთივე ხანგრძლივი ისტორია აქვს, როგორც თავად კაცობრიობას, - ჯერ კიდევ პრეისტორიულ ეპოქაში ვხვდებით ინდივიდთა შორის კომუნიკაციის საწყისებს, კლდეებისა და გამოქვაბულთა კედლების მოხატულობა კომუნიკაციის უძველესი საშუალებების ილუსტრაციაა, რომელიც აბორიგენტთა რელიგიურ, კულტურულ, ტერიტორიულ და ეკონომიკურ ურთიერთობებს გადმოსცემს.

ინტერპერსონალური კულტურათშორისი კომუნიკაციის პროცესის სუბიექტები ცალკეული ინდივიდები არიან; თუმცა თითოეული ცალკეული ინდივიდი გაცნობიერებულად თუ გაუცნობიერებლად კონკრეტული სოციალური, კულტურული ჯგუფის წევრია, ნაწილია, რომელსაც საკუთარი თავისებურებები, მარკერები და მახასიათებლები აქვს. შესაბამისად ყოველი ინდივიდის ქცევა საზოგადოებრივ-კულტურულ ჯგუფში აღიარებული და მიღებული ნორმათა სისტემების შესაბამისად განისაზღვრება; სხვაგვარი ფორმულირებით, კულტურული კონტაქტის ყველა მონაწილე აქტორს წესების საკუთარი სისტემა აქვს, რომელსაც მისი სოციალურ-კულტურული

კულტურის განვითარებას, ამავე დროს, სხვადასხვა კულტურის მატარებელთა კომუნიკაციის პროცესში უნდა გადაილახოს არა მხოლოდ ენობრივი ბარიერი, როგორც ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი კოდი (საერთო არხი, მედიუმი), არამედ არა-ენობრივიც, - კერძოდ, გარემოს აღქმის ეთნონაციონალური და სოციოკულტურული სპეციფიკური კოდები.

როგორც უკვე არაერთხელ იყო აღნიშნული, წარმატებული კომუნიკაციის ერთ-ერთი აუცილებელი წინაპირობა კომუნიკანტებს შორის ურთიერთპატივისცემა და ნდობაა. ნდობა, ძირითადად ორი ფაქტორით განისაზღვრება, - კომუნიკანტის პიროვნული ფაქტორითა და მისი განსწავლულობით, კომპეტენციით, თუმცა აღსანიშნავია, რომ სხვადასხვა კულტურაში პიროვნული და კომპეტენციის ფაქტორების ერთმანეთთან მიმართებით პრიორიტეტული აღქმა ფარდობითია. აღმოსავლურ ცივილიზაციაში, ნდობის მოპოვების თვალსაზრისით, კომპეტენციასთან შედარებით მეტად მნიშვნელოვანი და უპირატესია პიროვნული ფაქტორი, დასავლურ კულტურებში კი პირიქით, მეტად რელევანტური კომუნიკანტის კომპეტენციაა. ინტერპერსონალურ კულტურათშორის კომუნიკაციაში, ზოგადად კომუნიკაციური პროცესების მსგავსად, ინფორმაციის ინტერპრეტაციის თვალსაზრისით მნიშვნელოვანი ფაქტორებია აგრეთვე კომუნიკანტთა ასაკი, სქესი, პროფესია, სოციალური სტატუსი, თეზაურუსი (ფონური ცოდნა), მოტივაცია, მიზნები და ინტერესები.

ჯგუფთაშორისი ინტერკულტურული კომუნიკაცია სხვადასხვა ფორმით ხდება, მაგ., როგორც:

დაგეგმილი მოლაპარაკებები (სხვადასხვა ქვეყნის სახელმწიფო ინსტიტუციებისა და ორგანიზაციების წარმომადგენლებს შორის, დიპლომატიური კორპუსის მიღებებზე, სამთავრობო ვიზიტებზე, არასამთავრობო ორგანიზაციების საერთაშორისო შეხვედრებზე, ბიზნესწრეების წარმომადგენელთა ფორუმებზე, ბიზნესპარტნიორობა საქმიან შეხვედრებზე);

- **კომუნიკაცია განსაზღვრულ ჩარჩოებში** (აკადემიური წრეების წარმომადგენელთა გაცვლითი პროგრამები, საერთაშორისო სიმპოზიუმები,

საერთაშორისო კონფერენციები, სახელოვნებო წრეების წარმომადგენელთა შეხვედრები და სხვ.);

თავისუფალი კომუნიკაცია (სხვადასხვა ხასიათის დაუგეგმავი ურთიერთობები, მაგ., ტურისტული ჯგუფების მოგზაურობისას და სხვ.);

ჯგუფთაშორისი ინტერკულტურული კომუნიკაციის წარმატების ნაყოფიერებისა და ეფექტურობის ხარისხს განსაზღვრავს ჯგუფის წევრთა მხრიდან საკუთარი კომუნიკაციური ქმედებების მოცემული კულტურისა და ჯგუფის კონკრეტულ პირობებთან ადაპტაციის მზაობა და უნარი. მონოკულტურული ჯგუფის წევრები, როგორც წესი, იზიარებენ ჯგუფის საერთო ნორმებს, კულტურათშორისი ჯგუფის წევრები კი - მოქმედებენ, როგორც საკუთარი კულტურის წარმომადგენლები, ამასთან მათ სპეციფიკურ ღირებულებებს, რა თქმა უნდა, გაეღენა აქვს კომუნიკაციის მსვლელობასა და ხასიათზე.

არც თუ იშვიათად, კულტურათშორისი ჯგუფის წევრები დისკუსიებში საკუთარ კულტურულ სტერეოტიპებს ავლენენ. კულტურათშორისი კომუნიკაციის პრობლემათვის კორექტული გადაწყვეტა გულისხმობს საკუთარი კულტურული ჩარჩოების პატივისცემასა და დაცვას, კომუნიკანტთა მიერ ისეთი გადაწყვეტილებების მიღებას, რომლებიც არ მოითხოვს რადიკალურ კულტურულ ცვლილებებს.

კულტურათშორისი კომუნიკაცია დიდ ჯგუფებში, თავის მხრივ, მოიცავს კომუნიკაციის ეთნიკურ და ნაციონალურ დონეებს.

კულტურული ურთიერთქმედების ეთნიკური დონე მოიცავს კომუნიკაციას ლოკალურ ეთნოსებს, ისტორიულ-ეთნოგრაფიულ და სხვა ერთობებს შორის. **თანამედროვე ეთნოლოგიაში** ეთნოსად გარკვეულ ტერიტორიაზე ისტორიულად ჩამოყალიბებულ ადამიანთა ერთობლიობა ითვლება, რომელიც საერთო კულტურული თავისებურებებითა და თვითშეგნებით ხასიათდება. ეთნიკური კულტურა უშუალო კავშირში და შემხებლობაშია ეთნოსის ყოველდღიურობასთან; იგი მოიცავს ენას, ადათ-წესებს, რელიგიას, ფასეულობებს, განათლებას, ფოლკლორს, სამოსს და სხვ. როგორც ყველა კულტურა, მათ შორის ეთნიკური კულტურაც განახლებადია: განახლების წყარო, მიზეზი, საჭიროება შესაძლოა იყოს **ენდოგენური** (კულტურის შიგნით, კულ-

ტურის ფარგლებში, გარე ზემოქმედების გარეშე) ან ეგზოგენური (გარე ფაქტორთა ზეგავლენით) ფაქტორები.

ეთნიკურ დონეზე კულტურათშორის ურთიერთქმედებისას ორი ტენდენცია იკვეთება: კულტურის ელემენტების ურთიერთათვისება, ერთი მხრივ, ხელს უწყობს ინტეგრაციულ პროცესებს, კულტურის ურთიერთგაცვლასა და გამდიდრებას, გამრავალფეროვნებას, მეორე მხრივ კი, აძლიერებს ეთნიკურ თვითშეგნებასა და ეთნიკური სპეციფიკის გამყარებისა და დაცვის სწრაფვას.

ეთნოსის კულტურა უზრუნველყოფს მისი სისტემის ინტეგრაციასა და სტაბილურობას, ამავდროულად მას ეთნოდიფერენციალური (ეთნოგანმასხვავებელი) ფუნქციაც აქვს, რაც გამოიხატება დიქოტომიური (ბინარული) ოპოზიციის ფორმირებით: „ჩვენ“ vs. „სხვა“. ეთნოსებს შორის კულტურული კონტაქტები აყალიბებს ე. წ. ეთნოსებსშორის კულტურულ ელემენტებს, მაგ., ერთიან საკომუნიკაციო ენას, რომელიც არ არის სავალდებულოდ მოცემული ეთნოსების მშობლიური ენა.

კულტურათშორისი კომუნიკაციის ნაციონალური დონე ნაციონალური ერთობის არსებობის პირობებში ვლინდება. ნაციონალური ერთობა წარმოიქმნება როგორც მონოეთნიკურ, ისე პოლიეთნიკურ საფუძველზე. ნაციონალური კულტურა წარმოადგენს ტრადიციების, ნორმების, ფასეულობების, ღირებულებათა სისტემებისა და ქცევის წესების ერთობლიობას, რომელიც საერთოა ერთი ერის, ერთი სახელმწიფოს წარმომადგენლებისათვის. ერის გაგება, თავის მხრივ, მოიცავს სახელმწიფო-ორგანიზაციული საზოგადოების ცნებას. საზოგადოებას ახასიათებს სტრატეფიკაცია⁸ და სოციალური სტრუქტურა, ნაციონალური კულტურის გაგება კი მოიცავს სოციალური ჯგუფების სუბკულტურებს, რომლებიც შესაძლოა უცხო იყოს ეთნიკური კულტურებისთვის. ნაციონალური კულტურა მოიცავს როგორც ეთნიკურ, ისე სხვა ერების წარმომადგენელთა კულტურებს. მაგ., ამერიკული ნაციონალური კულტურა უაღრესად ჰეტეროგენურია, - ოგი მოიცავს ირლანდიურ, ესპანურ, იტალიურ, გერმანულ, ჩინურ, იაპონურ, მექსიკურ და სხვა კულტურებს. ნაციონალურ კულტურათა უმეტესობა პოლიეთნიკურია. ნაციონალურ დონეზე კომუნიკაციის ქვეტიპებია:

⁸ სტრატეფიკაცია (ლათ. *stratum* „ფენა, შრე“) სხვადასხვა სოციალური მახასიათებლის საფუძველზე საზოგადოების დაყოფა იერარქიულ ფენებად („მაღალი“ vs. „დაბალი“).

კომუნიკაცია სუბკულტურებს შორის ერთიანი ნაციონალური კულტურის ფარგლებში;

ნაციონალურ კულტურებს შორის კომუნიკაცია;

და ბოლოს, კულტურათშორისი ურთიერთობის ზოგად კონტექსტში, - მის ყველა დონეზე, - მნიშვნელოვანია გვახსოვდეს, რომ ვერბალურ (ენობრივ) კოდებთან ერთად აუცილებლად გასათვალისწინებელია არავერბალური კოდების რეპერტუარი. მათ შორის პროქსემული კოდები, როგორც კომუნიკაციის სივრცითი ორგანიზაციისა და კულტურული სივრცის ინტერპერსონალური კომუნიკაციის ხასიათზე განსხვავებული კულტურული ნორმებისა და სტერეოტიპების დიდი გავლენის ამსახველი კომპონენტი: სხვადასხვა კულტურაში ინდივიდთა რეაქცია იდენტურ სივრცით სიგნალებზე თითქმის ყოველთვის განსხვავებულია, თუმცა პროქსემული საზღვრები დამოკიდებულია არა მხოლოდ კულტურულ კონტექსტსა და კულტურულ წრეებში დამკვიდრებულ სტერეოტიპებზე (მაგ., კომუნიკანტთა შორის დამკვიდრებული განსხვავებული დისტანციები: ლათინოამერიკელები vs. ჩრდილოამერიკელები vs. ევროპელები), არამედ კომუნიკანტთა ინდივიდუალურ განწყობას, კონტაქტის მოტივაციასა და ხარისხზეც.

საინტერესოა პროქსემული კოდების კულტურულ-სპეციფიკური დისტრიბუცია სამუშაო გარემოსა და მმართველობით ფუნქციებთან მიმართებით: მაგ., ცნობილია, რომ აშშ-სა და გერმანიაში, უმაღლესი რგოლის მენეჯმენტის სამუშაო ოფისები და ბიუროები, როგორც წესი, შენობათა ზედა სართულებზეა განლაგებული, საფრანგეთში კი - შუა სართულებზე, რაც არაპირდაპირ მართვის სტილის ორიენტირისა და ექსტორის სიგნალია: მართვა / კონტროლი ხორციელდება ცენტრიდან.

მნიშვნელოვანია გავაცნობიეროთ, რომ პროქსემულ კოდებს არა მხოლოდ ინტერკულტურული, არამედ სოციოკულტურული დატვირთვაც აქვს, კომუნიკაციის სივრცითი ფაქტორი შესაძლოა ერთი კულტურის ფარგლებში სოციუმის წევრთა შორის იერარქიული დამოკიდებულებების გამომხატველი იყოს; მაგ., გავლენიან ფიგურებსა და საზოგადოებას შორის ბარიერებით, დაცვითა და სხვა ხერხებით კო-

მუნიციპალური სივრცითი პარამეტრების ცვლილება და დისტანციის ხელოვნური ზრდა იმოქმედებს ფორმირების ერთ-ერთ კომპონენტად ითვლება.

9.9. სოციალური მედია vs. ინტერკულტურული კომუნიკაცია

ისტორიის მრავალი ათასწლეულის განმავლობაში შეტყობინების გადაცემის სხვა-დასხვაგვარ საშუალებას მიმართავდნენ.

საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარებამ რადიკალურად შეცვალა საკომუნიკაციო მედიისა და კომუნიკატორთა როლი, უსაზღვროდ გააფართოვა ინდივიდთა კომუნიკაციის არეალი და შესაძლებლობები. კულტურათშორისი და ინტერპერსონალური ურთიერთობები აღარ არის დამოკიდებული დროით და სივრცით ფაქტორებზე. კომუნიკაციის პროცესის თითოეული მონაწილე, - ერთი მხრივ:

- ✦ ადრესატი / რეციპიენტი / მიმღები / აღმქმელი / დამთვალეიერებელი / მსმენელი / მკითხველი / აუდიტორია / პუბლიკა;

მეორე მხრივ:

- ✦ ადრესანტი / კომუნიკატორი / გამგზავნი / მთხრობელი / ნარატორი / ავტორი;

მესამე მხრივ:

- ✦ პერციპიენტი / პოტენციური რეციპიენტი / სამიზნე აუდიტორია, ჯგუფები

მეტაფორული გაგებით, ერთ კვანძად არის ქცეული გლობალურ ინტერნეტქსელში და ერთი უზარმაზარი საკომუნიკაციო სივრცის ნაწილია. სამყაროს ამგვარად შეკუმშული პერსპექტივა ცხადყოფს ურთიერთმიმდებლობისა და ურთიერთგავლენის მნიშვნელობის ეგზისტენციალურ (სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან, ვიტალურ) აუცილებლობას.

ინტერნეტტექნოლოგიები ცვლის არა მხოლოდ მანძილისა და დროის ცნებებს, არამედ აახლოვებს კულტურებს, მსოფლმხედველობებს, ტრადიციებსა და ფასეუ-

ლობებს, ონლაინინფორმაციების უსწრაფესი მიმოცვლის საფუძველზე კომუნიკანტებს აქვთ საშუალება, გაეცნონ, გაავრცელონ, გააზიარონ, გადაამისამართონ ინფორმაცია, საკუთარი აზრი გამოთქვან მსოფლიოში მიმდინარე პროცესების, ხდომილებებისა და მოვლენების შესახებ, გაიზიარონ ან არ გაიზიარონ ქსელის მონაწილეთა პოზიციები, ემოციები, გრძნობები. შესაბამისად, ნებისთი თუ უნებლოდ, კომუნიკანტები მეტად და მეტად, მზარდი ხარისხით იჭრებიან ერთმანეთის ცხოვრებაში. შესაბამისად, კომუნიკაციის ახალი ფორმები კულტურის არსებული კონტექსტის ფარგლებში ახალ სტრუქტურას აძალიბებს.

ინფორმაციის მიღების, დამუშავებისა და გავრცელების თანამედროვე კონფიგურაციები, როგორც უკვე აღინიშნა, განსხვავებული კულტურის მატარებელთა კომუნიკაციაზე resp. ინტერკულტურულ კომუნიკაციაზე პირდაპირ ასახვას პოვებს, რამდენადაც კულტურათშორისი კომუნიკაცია არის კომპლექსური პროცესი, რომელშიც სხვადასხვა კულტურის მატარებლები საერთო ვერბალურ და / ან არავერბალურ კოდებს, სისტემებსა და მედიას კონკრეტულ კულტურულ კონტექსტში იყენებენ.

ინტერნეტტექნოლოგიების უპრეცედენტოდ გაზრდილი ხელმისაწვდომობა და, აქედან გამომდინარე, გლობალურ ქსელთან კავშირის მასშტაბები სულ უფრო მეტი მომხმარებლისათვის აქრობს დროისა და სივრცის ტრადიციულ ბარიერებს, ზრდის საერთაშორისო ონლაინსივრცეს და უსაზღვროდ აფართოებს პირდაპირი, უშუალო და რეგულარული, - ხშირ შემთხვევაში ყოველდღიურ რეჟიმში, ინტერკულტურული კომუნიკაციის შესაძლებლობებს.

XXI საუკუნის გლობალიზაციის ეპოქაში სოციალური მედია რელევანტური და ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად განვითარებადი სივრცეა, რომლის ათვისება არა მხოლოდ გიგანტი ტრანსნაციონალური კომპანიებისა და კორპორაციების, არამედ პოლიტიკისა და საზოგადოების პრაქტიკულად ყველა სფეროსა და აქტორის პრიორიტეტულ მიზანს წარმოადგენს, რადგან სოციალური მედია მომხმარებლებთან მაქსიმალური და უშუალო კონტაქტის, კომუნიკაციის შესაძლებლობას ქმნის. შესაბამისად არ არის მოულოდნელი, რომ სოციალური მედიის მრავალმილიონიანი ინდუსტრია კომუნიკაციის უახლეს ტენდენციებს შორის ლიდერის პოზიციებზეა.

სოციალური მედია ონლაინკომუნიკაციის ფორმაა, რომელიც სხვადასხვა არხის, მედიუმის საშუალებით მომხმარებლებს სთავაზობს შესაძლებლობათა პლატფორმას, ჩაერთონ მათთვის საინტერესო, აქტუალური, საჭირობო პროექტების, მოვლენების, პროცესების შეფასებას, ანალიზს, დისკუსიას თუ განხილვაში. კომპანიები, რომელთაც მიზნობრივ აუდიტორიასთან კომუნიკაციის ფორმად სოციალური მედია აირჩიეს, ხაზგასმით აღნიშნავენ ლოიალურ მომხმარებელთა გაზრდილ მაჩვენებლებსა და შესაბამის ფინანსურ ეფექტებს (Behr & Trepte 2009: 225-251).

სოციალური მედიის არხების გამოყენების ეფექტი დამოკიდებულია მათ სწორ შე-
რჩევაზე, ინტენციასა (განზრახულობა / ჩანაფიქრი) და მიზნობრივ აუდიტორიაზე.
სოციალური მედიის არხებია:

- სოციალური ქსელები;

მულტიმედია (*YouTube, SlideShare, Flickr*);

- ბუქმარკინგი;

- პოდკასტი / პოდკასტინგი (ციფრული აუდიო-ვიდეო ფაილი ან ფაილთა წყება);

- ვიკი (თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგია, ჰიპერტექსტური გარემო, რომელშიც მრავალ ადამიანს ერთდროულად შეუძლია ტექსტური ინფორმაციის შექმნა, რედაქტირება და სტრუქტურირება, მაგ., *Wikipedia*);

- ბლოგები (< *web log* ერთი ან რამდენიმე ადამიანის მიერ წარმოებული ვებსაიტი რეგულარული ჩანაწერებით სხვადასხვა მოვლენათა შესახებ, როგორც წესი, უკუქრონოლოგიური თანამიმდევრობით. ტიპური ბლოგი აერთიანებს ტექსტსა და გრაფიკულ-აუდიო-ვიზუალურ მასალას, აგრეთვე ვებსაიტების ლინკებს / ბმულებს. მკითხველთა მიერ კომენტარების საშუალება ინტერაქტიულ ფორმატში ბევრი ბლოგისათვის მნიშვნელოვანი კომპონენტია. ბლოგების უმეტესობა ტექსტურია, თუმცა მრავალი სპეციფიკური და ფოკუსირებული ბლოგი, მაგ., *artlog* (ხელოვნების ფო-

კუსით), *photoblog* (ფოტოგრაფიის ფოკუსით), *vlog* (ვიდეომასალის ფოკუსით), *MP3blog* (მუსიკის ფოკუსით));

- მიკრობლოგები;

ფორუმები;

პროფესიული გაერთიანებები (მაგ. *XING / openBC – open Business Club, Bauprofessor.de*);

- სხვადასხვა ტიპის ვებპორტალები (*Yahoo, GMail*);
- ონლაინერთობები;

სოციალური ქსელებისა და მათი წინამორბედების მოკლე ისტორია ასეთია: 1995 წ. ინტერნეტსტარტაპკომპანიამ *theGlobe.com* საკუთარ მომხმარებელს გვერდზე კონტენტის გამოქვეყნებისა და ვიზიტორებთან კონტაქტის საშუალება მისცა, რამაც მას რამდენიმე მილიონის მოგება მოუტანა. 1997 წ. გამოჩნდა AOL-ის (ყოფილი *America Online Inc.*) ბრენდის მესენჯერი *AOL Instant Messenger (AIM)*. 2002 წ. შეიქმნა პირველი ოფიციალური სოციალური ქსელი *Friendster*, რომელმაც პირველ სამ თვეში სამილიონიანი მომხმარებელთა ზაზა შექმნა, აგრეთვე *WAYN* (აბრევიატურა / აკრონიმი: < *Where Are You Now*). 2003 წ. კიდევ რამდენიმე სოციალური საიტი გაჩნდა, მათ შორის *MySpace* (თოთხმეტ ენოვანი), *Linked.In* (მულტილინგვური / მრავალენოვანი), *Classmates.com* და სხვ. 2004 წ. კი გამოჩნდა დღეისათვის ბაზრის ლიდერი *Facebook* (მულტილინგვური / მრავალენოვანი), 2006 წ. - მიკრობლოგების სისტემა *Twitter* (მულტილინგვური / მრავალენოვანი), 2011 წ. - *Google +*.

9.10. ვირტუალური იდენტობების პრობლემატიკის რამდენიმე ასპექტი

ონლაინინტერაქციის გარკვეულ სიტუაციებში თუ ეპიზოდებში რთულია იდენტობის არავერხელად კოდების იდენტიფიკაცია.

თანამედროვე ტექნოლოგიებისა და კომუნიკაციის სფეროში მოღვაწე არაერთი მკვლევრის აზრით, იდენტობის არსი შესაძლოა კომპიუტერებით გაშუალებულ კო-

მუნიკაციისა და ინტერაქციის პროცესში მოდიფიცირდეს, რამდენადაც ტექსტზე დაფუძნებული ონლაინკომუნიკაციის არავერბალური კოდების სიმწირე შლის ინდივიდის იდენტობასთან დაკავშირებულ ბევრ მინიშნებას, მაგ.,

- რასას;

სქესს;

ჰაბიტუსს;

აქცენტს;

ინტონაციას;

ჩამოთვლილი მახასიათებლები რელევანტური ინდიკატორებია პიროვნების ამა თუ იმ კულტურული კუთვნილების განსაზღვრის თვალსაზრისით.

ონლაინკომუნიკაციის პროცესში იდენტობასთან დაკავშირებული პრობლემატიკის ჭრილში აგრეთვე მნიშვნელოვან ასპექტს წარმოადგენს ავატარები (სანსკრიტი अवतार *avatāra* „ჩამოსვლა“⁹), - სურვილისამებრ, გარკვეული ინტენციით (განზრახულობით) შექმნილი ინტერნეტპერსონაჟები, ვიზუალური ხატები, საკუთარი იდენტობის დაფარვის, შეცვლის, მისტიციზაციის ან მითოლოგიზაციის მიზნით.

ინტერნეტკომუნიკაციის პროცესში საყურადღებოა ონლაინპოსტების, ჩანართებისა და სხვადასხვა მასალის შესამე პირთა მიერ გაზიარების, შეცვლის და ხშირ შემთხვევაში, მითვისების სიმარტივე და შესაბამისად პირის იდენტობის კომპირების ან უზურპაციის პოტენციური საფრთხე. გასათვალისწინებელია ის გარემოებაც, რომ რაც უფრო მაღალია ინდივიდებისა თუ ჯგუფების კონტექსტზე დამოკიდებულების (cf. მაღალი vs. დაბალი კონტექსტის კულტურები) ხარისხი, რომელიც კომუნიკაციისათვის ადეკვატურ სიგნალებს, ქვეტექსტებსა და მინიშნებებს გულისხმობს, მით უფრო პრობლემატურია ონლაინიდენტობათა პლასტიკურობა და არამდგრადობა.

⁹ ღვთაების ჩამოსვლა დედამიწაზე, ღვთის გამოცხადება მოკვდავი ადამიანის ან ცხოველის სახით ინდუისტურ მითოლოგიასა და რელიგიაში. ინკარნაცია, გარდასახვა, ტრანსფორმაცია.

აღნიშნული ფაქტორების რელევანტურობა და აქტუალურობა იზრდება რეალობის მოთხოვნების კვალობაზე, კერძოდ, ორგანიზაციების, კომპანიების, ინსტიტუციების მხრიდან საერთაშორისო პროექტების განხორციელებაში ონლაინმედიის ჩართულობისა და გამოყენების სულ უფრო და უფრო მზარდი ტენდენციების გათვალისწინებით.

წარმატებული ინტერკულტურული (კულტურათშორისი) კომუნიკაციის კონტექსტში უაღრესად მნიშვნელოვანია კონტექსტისა და იდენტობის ცნებები. შესაბამისად საერთაშორისო ონლაინ ინტერაქციაში მონაწილე ინდივიდები დარწმუნებული უნდა იყვნენ, რომ მათ კომუნიკაციის სწორი კონტექსტი განსაზღვრეს. კონტექსტის დეტერმინაციისთვის არსებობს აპრობირებული სტრატეგიები:

- **გაცნობითი ონლაინსესია.**

გაცნობითი ონლაინსესია რეკომენდებულია წინ უძღვოდეს საერთაშორისო ჯგუფების / გუნდების მიერ ერთობლივ პროექტებზე მუშაობის დაწყებას. კომუნიკანტთა შორის ნდობის ფაქტორის ჩამოყალიბებას ხელს შეუწყობს ინდივიდის არსებობა, რომელიც ყველა მხარისთვის „სარწმუნო, სანდო წყაროდ“ აღიქმება, ავტორიტეტით სარგებლობს და კარგად იცნობს პროექტის თითოეულ მონაწილეს; სასურველია, რომ გაცნობითი სესიის კოორდინატორ-მედიატორად სწორედ ამგვარი პიროვნება იქნეს შერჩეული. პირველ ონლაინსესიაზე მონაწილეთა წარდგინებებისა და გაცნობის შემდეგ უნდა გამოვლინდეს **ჯგუფის ლიდერი** - მენეჯერი, რომელიც ადგენს (აზუსტებს) ჯგუფის თითოეული წევრის იდენტობას, ჩამოაყალიბებს პროექტის კონცეფციას, ამოცანებს, მიზნებს, მოლოდინს, ავთორიტეტულ შედეგებს, დროის ჩარჩოს და განსაზღვრავს თითოეული მონაწილის როლს პროექტის განხორციელების ფარგლებში.

**აუდიო-ვიზუალური სინქრონიზებული მედით რეგულარული
სარგებლობა**

დამოუკიდებლად მუშაობის პერიოდებმა საერთაშორისო ჯგუფის წევრების ყურადღება არ უნდა შეასუსტოს (მოადუნოს) კულტურულ-სპეციფიკური განსხვავებულობის სენსიტიური პრობლემატიკისა და განსხვავებულ კომუნიკაციურ უნარ-

ჩვევებთან, შესაბამისად მოლოდინთან მიმართებით. ჯგუფის წევრებთან ონლაინ-კომუნიკაციის ფორმატში უპირატესია აუდიო-ვიზუალური მედიის შერჩევა სინქრონიზებული ვიდეოკონფერენციებისა და სკაიპოლის სახით.

▪ დაცული ინტერაქცია.

საერთაშორისო პროექტებზე მუშაობისთვის უაღრესად რელევანტურია ინფორმაციის **დაცულობის უმაღლესი სტანდარტი**. შესაბამისად ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ ინტერაქცია პროექტის მონაწილეთა შორის განხორციელდეს დაცული ვებ-საიტებისა (ინტერნეტგვერდებისა) და საოპერაციო სისტემების ფარგლებში, სადაც კომუნიკაციაზე წვდომა ექსკლუზიურია მხოლოდ მონაწილე მხარეთათვის, მაგ., ბელგიელი ინფორმატიკოსის **დრის ზაიტარტის** (მასაჩუსეტსის ტექნოლოგიური უნივერსიტეტი / MIT) მიერ კონცეპირებული **კონტენტ-მენეჯმენტის სისტემა (Content-Management-System /CMS) Drupal**



დრის ზაიტარტი (1978)

ვებ-საიტების აღნიშნული სისტემის განვითარებაში მონაწილეობს მსოფლიოს ათასობით ორგანიზაცია, მათ შორის ამერიკის უნივერსიტეტები. *Drupal*-ს აქვს 4500 მზა მოდული, რომელთა დამატებითი ფუნქციების სახით გამოყენება ვებ-საიტის მიზნებიდან გამომდინარე შესაძლებელია. *Drupal*-ის სისტემა თარგმნილია მრავალ ენაზე, მათ შორის ქართულად¹⁰. *Drupal*-ის ძლიერი მხარეებია: მონაცემთა დაცვა, მომხმარებელთა მართვის დახვეწილი სისტემა, ინფორმაციის კლასიფიცირების მოდულები.

▪ საკომუნიკაციო პროტოკოლები

საკომუნიკაციო პროტოკოლში ფიქსირდება ინფორმაციის გამოთხოვის, კომენტარების წესები; განისაზღვრება ინფორმაციის მიწოდებისა და უზრუნველყოფის სტან-

¹⁰ შესრულებულია ეროვნული სამეცნიერო ბიბლიოთეკისა და საბიბლიოთეკო ასოციაციის მიერ.

დარტი, ინფორმაციის რაოდენობისა და ნაკადის მართვა, პოტენციური პრობლემებისა თუ კრიტიკული ინციდენტების იდენტიფიკაცია.

▪ **ინფორმაციის წყაროს განსაზღვრისა და რეგულაციის მექანიზმები**

ინფორმაციის კოპირებისა და მითვისების გამორიცხვის მიზნით აუცილებელია დაწესდეს რეგულაციები სხვადასხვა წყაროდან მიღებულ ინფორმაციასთან მიმართებით.

ვირტუალური იდენტობის დეტერმინაციის დიალექტიკურ ჰრილში რამდენიმე ასპექტია რელევანტური: ინტერკულტურული იდენტობის მნიშვნელოვანი მდგენელი ცოცხალი, სიტუაციითა და კონტექსტით პირობადებული გამოცდილებაა. ვირტუალური საზოგადოების სამყაროში კი კულტურული „მე“-ს იდენტობის გამოხატვა დამოკიდებულია არამხოლოდ კულტურულ ნორმებზე, არამედ ვირტუალური სივრცის კონკრეტულ სპეციფიკასა და კონტექსტზე. ვირტუალურ გარემოში, დროსა და სივრცეში შეკვეცილი კომუნიკაციის ფარგლებში, ონლაინ სამყაროს მომხმარებელთა იდენტობებს შორის საზღვრები უფრო და უფრო ფერმკრთალდება, ზოგჯერ კი იშლება კიდეც; ონლაინ კულტურული იდენტობები ტრანსფორმაციას განიცდის, ჩნდება ცვლილების, არამდგრადობის, ზოგჯერ დამაბულობის, ანონიმურობის შემგონებები, რაც, ხშირ შემთხვევაში, პირობადებულია ისეთი ცნებების ოპოზიციითა საფუძველზე, როგორიცაა, მაგ., წარმავლობა vs. დროებითობა vs. მუდმივობა.

ონლაინიდენტობის გამოხატვისთვის დამახასიათებელი დიალექტიკური ჩარჩო მოიცავს რამდენიმე კომპონენტს, რომელთაგან ინტერკულტურულ კონტექსტში განსაკუთრებით საგულისხმოა:

ციფრული თანასწორობა vs. მარგინალიზაცია;

ავთენტურობა vs. ანონიმურობა;

- სტაბილურობა (მდგრადობა) vs. არასტაბილურობა (არამდგრადობა);

- ნდობა vs. ეჭვი;

ციფრული თანასწორობისა და მარგიანალიზაციის ტერმინებით აღინიშნება ინტერნეტთან წვდომის შესაძლებლობა / შეუძლებლობა: ინტერნეტის ხელმისაწვდომობა ცალსახად პრივილეგიაა, რომლის მეშვეობით მომხმარებელი მოხერხებულად, ეფექტურად, პროდუქტიულად გამოხატავს საკუთარ იდენტობას - თვითპრეზენტაციის მეთოდიკით, რეკლამას უწევს საკუთარ თავს და აცნობს სხვადასხვა ადამიანს მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. ამ თვალსაზრისით, ხელმისაწვდომობის პარამეტრით, ინტერნეტმომხმარებლები თანასწორუფლებიანი არიან საკუთარი თავის წარდგენასა და სტატუსების გამოქვეყნებაში.

ციფრული ხელმისაწვდომობა, თავის მხრივ, ოთხ ფაქტორს მოიცავს, კერძოდ, მენტალურ, მატერიალურ, უნარებისა და მოხმარების ხელმისაწვდომობას.

მართალია, საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარებამ და დახვეწამ გაამართივა და კომფორტული გახადა ონლაინკომუნიკაცია, თუმცა ამავდროულად რიგ შემთხვევაში გაღრმავდა უფსკრული განსხვავებული კულტურული, რასობრივი, ეთნიკური და სოციოეკონომიკური კუთვნილების ჯგუფის წევრებს შორის, რამდენადაც შესაძლოა კომუნიკაცია სხვადასხვა კულტურის მატარებელ ჯგუფებს შორის განსხვავებული გზებით დამყარდეს; სხვაგვარი ფორმულირებით, ტექნიკური პროგრესი ხაზს უსვამს და შესაბამისად კიდევ უფრო ამკარას ხდის განსხვავებას, ერთი მხრივ, შესაძლებლობათა სპექტრს, მეორე მხრივ კი, არჩევანის მრავალფეროვნებას შორის. აღნიშნულის მიუხედავად, ტენდენცია მაინც ცალსახაა: სულ უფრო და უფრო მზარდი ციფრული თანასწორობის კვალდაკვალ, გლობალური ქსელის მოცულობის გაზრდის პარალელურად, ცალკეული ინდივიდების თუ ჯგუფებისათვის მეტი პერსპექტივა ჩნდება, დაძლიონ ინტერნეტის ხელმიუწვდომლობით პირობადებული მარგიანალიზაცია, იქცნენ ციფრული სამყაროს ნაწილად და ჰქონდეთ საკუთარი ვირტუალური იდენტობის შექმნისა და წარდგენის შესაძლებლობა.

ავთენტურობისა და ანონიმურობის ტერმინები მოცემულ კონტექსტში მიემართება ვირტუალური იდენტობების ბუნებას: ემპირიული კვლევებისა და გამოცდილების თანახმად, სოციალურ ქსელთა ვებგვერდებზე დაფიქსირებული ვირტუალუ-

რი იდენტობები შესაძლოა იყოს როგორც ავთენტური, ისე ანონიმური, რამდენადაც ყველა ინდივიდს სრული თავისუფლება აქვს საკუთარი სურვილის, ინტენციის (განზრახულობის), მოტივაციისა და შეხედულებისამებრ წარადგინოს საკუთარი ვირტუალური კულტურული იდენტობა სოციალური მედიის პლატფორმებზე; სხვაგვარი ფორმულირებით, ინდივიდები ვირტუალურ სივრცეში თვითპრეზენტაციისა და რეპრეზენტაციის გზით წარადგენენ და მართავენ საკუთარ იდენტობებს. ონლაინ-იდენტობის გამოხატვის კუთხით ავთენტურობა / ანონიმურობის დიალექტიკას განაპირობებს მნიშვნელოვანი ფაქტორი, - ონლაინკომუნიკაციის სივრცე, კერძოდ კი, ერთი მხრივ, ვებგვერდების სპეციფიკურობა, სოციალური ქსელების საიტები, სადისკუსიო ფორუმები, მყისიერი გზავნილები (მესიჯები), იმეილი (ელექტრონული ფოსტა), მეორე მხრივ, კომუნიკაციის არეალი, - მიზნობრივი აუდიტორია, ვირტუალური საჯარო (resp. ღია) ან პირადი (resp. დახურული) სივრცე. ღია საჯარო სივრცეში ინდივიდებს ვირტუალურ იდენტობათა შექმნის, ექსპერიმენტირების, საკუთარი კულტურული პრეზენტაციის იმპროვიზირების, მოდიფიცირებისა და ტრანსფორმაციისათვის პრაქტიკულად სრული თავისუფლება აქვთ; მაშინ როცა პირად კონტაქტზე დაფუძნებულ საკომუნიკაციო სისტემათა ფარგლებში (ელექტრონული ფოსტა, მოკლე ტექსტური შეტყობინებები), როგორც წესი, ავთენტური იდენტობები დაფიქსირებული და შესაბამისად, კომუნიკაციისა თუ ინტერაქციის პროცესში, კომუნიკანტები მეტ სიფრთხილეს იჩენენ, ითვალისწინებენ რა კომუნიკაციის ფორმებსა და სტილს.

სტაბილურობისა (მდგრადობისა) და არასტაბილურობის (არამდგრადობის) კომპონენტი აღნიშნავს ვირტუალური სივრცისათვის დამახასიათებელ დინამიკურობასა და ცვლილებებს: ვირტუალური სივრცე ფაქტობრივად ყოველწამიერად იცვლება, რამდენადაც თითოეული მომხმარებლის მიერ განხორციელებული აქტივობა, - ვირტუალური სივრცის სტუქტურა თუ მისი დატოვება, - თავისთავად ცვლის სივრცის მოცემულ პარამეტრებს. სხვაგვარი ფორმულირებით, სტაბილურობისა და არასტაბილურობის კომპონენტი პირდაპირ უკავშირდება ინტერნეტმომხმარებელთა აქტივობების რეჟიმს პოსტმოდერნულ ონლაინსივრცეებში, სადაც კომუნიკანტები გამუდმებით ცვლიან ურთიერთობის მოდუსებს *log in vs. log out* ოპერაციებით,

რეგისტრაციებითა და მათი გაუქმებით, გაწევრიანებით, ელექტრონული ექაუნთების რედაქტირებით და სხვ.

ნდობისა და ეჭვის ფაქტორები ონლაინკომუნიკაციის პროცესში დაკავშირებულია ინტერაქციის სიმბოლიკასა და, ზოგადად, ურთიერთობის მეტ-ნაკლებად შემოფარგლულ, შემოსაზღვრულ (მოცემულ შემთხვევაში ვირტუალურად გაშუალებულ და არაცოცხალ) ხასიათთან. ლინგვისტური სიმბოლოები სპეციფიკურ ნიშნებთან ერთად ხელს უწყობს კულტურული იდენტობის გამოხატვას, თუმცა შესაძლოა, ონლაინსივრცეში მოდიფიკაციის შედარებით მარტივი წვდომისა და მრავალფეროვანი შესაძლებლობების მიზეზით, კომუნიკანტებმა ოსტატურად შენიღბონ პიროვნული უარყოფითი შტრიხები, შესაბამისად საფრთხე შეუქმნან კომუნიკაციის გულწრფელობის ხარისხს.

თავისუფლებისა vs. რესტრიქციის (შეზღუდვის) დიალექტიკასთან უშუალო კავშირშია საკუთარი კულტურული იდენტობის ონლაინგამოხატვის საკითხი, რამდენადაც ონლაინკომუნიკაციის მახასიათებელი, ასინქრონულობა, ახალ სივრცეს აჩენს, რომელშიც ინდივიდებს აქვთ არჩევანი და შესაძლებლობა, მოცემულობის შესაბამისი კომუნიკაციის სინქრონული / თანადროული resp. ასინქრონული ფორმების მიხედვით თავისუფლად გამოხატონ, შექმნან, გარდაქმნან, საკუთარი იდენტობები. საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები მნიშვნელოვნად ამარტივებენ რა ვირტუალური იდენტობის მოდიფიცირების შესაძლებლობებს, მაგ., ინტერაქციის ასინქრონული ხუნებისა და ხშირ შემთხვევაში, ვიზუალიზაციის პარამეტრის განზრახ არქონისა / არ არჩევის გზით, გარკვეულწილად კულტურულ სხვაობათა ნიველირებას იწვევენ.

10. ინტერკულტურული კომუნიკაციის ასპექტები

10.1. თანაკულტურული კომუნიკაცია

რამდენადაც ჰეტეროგენულია საზოგადოება, იმდენად მაღალია კულტურული მრავალფეროვნების ხარისხი მოცემული სოციუმის ფარგლებში, რაც, თავის მხრივ, თანამედროვე ყოფის რეალობას, მოცემულობას წარმოადგენს; თუმცა აღსანიშნავია, რომ კულტურული მრავალფეროვნების, მრავალსახოვნებისა და მასთან შესაბამისად სოციუმში დომინანტი¹¹ და არადომინანტი ჯგუფების დიფერენციაციის პრობლემატიკა სხვადასხვა ქვეყნისათვის განსხვავებულია.

თანამედროვე კულტურის განვითარების ერთდერითი გზა, პოსტმოდერნისტების აზრით, კულტურული რელატივიზმია (8.6.), რომელიც ინდივიდსა და მრავალფეროვანი კულტურული იდენტობის ჯგუფებს შორის ჰარმონიულ თანაცხოვრებასა და წარმატებულ თანაკულტურულ კომუნიკაციას განაპირობებს.

თანაკულტურული კომუნიკაციის თეორიის (*Co-cultural Communication Theory*) ავტორი, კომუნიკაციური პროცესების მკვლევარი მარკ ორბი იკვლევს ენას და მასთან დაკავშირებული ფაქტორების კომპლექსს დომინანტ და არადომინანტ ჯგუფებს შორის კომუნიკაციის პროცესში (Orbe 1998). თანაკულტურული კომუნიკაციის თეორია, თავის მხრივ, აღმოცენებულია ე.წ. თვალსაზრისის თეორიის (*Standpoint Theory / Standpunkt Theorie*) ბაზაზე, რომელიც ინტერსუბიექტური დისკურსის ანალიზის პოსტმოდერნული მეთოდია.

¹¹ სოციოლოგები ტერმინებით „დომინანტი“ / „უმრავლესობა resp. „არადომინანტი“ / „უმცირესობა აღნიშნავენ ბალაუფლების განსხვავებულობას მოცემულ ჯგუფებს შორის და არ რეფერირებენ მათ შორის არსებულ რიცხოვრივ სხვაობაზე. დომინანტი ჯგუფი / უმრავლესობა საზოგადოებაში მეტი რესურსისა და უფლებების მფლობელია. დომინანტი ჯგუფი, როგორც წესი, განისაზღვრება რასისა და ეთნიკურობის ბაზაზე, თუმცა ასევე შესაძლოა განისაზღვროს გენდერული ნიშნით, სექსუალური ორიენტაციით ან სხვა მახასიათებლით.



მარკ ორბი (1964)

დომინანტი ჯგუფები, ორბის თანახმად, გაცნობიერებულად ან გაუცნობიერებულად ქმნიან საკუთარ მსოფლმხედველობაზე აგებულ კომუნიკაციურ სისტემას, რაც არადომინანტი ჯგუფის წევრებისთვის გარკვეულ დისკომფორტს იწვევს, რამდენადაც ეს უკანასკნელნი, დომინანტური ჯგუფებისთვის დამახასიათებელი კომუნიკაციის სპეციფიკაციისა და, ამ თვალსაზრისით, საკუთარი გამოცდილების არარსებობის საფუძველზე, ხშირად ხდებიან **სოციოკულტურული დისკურსის დიალექტიკური ჭიდილის ფიგურანტები**.

დომინანტ და თანაკულტურულ ჯგუფებს შორის კომუნიკაციის სამი ტიპი დიფერენცირდება, **ასერტიული, არაასერტიული და აგრესიული**. თანაკულტურული ჯგუფის წევრები, კომუნიკაციის პროცესში, ორბის თანახმად, **სხვადასხვა სტილის სტრატეგიას** იყენებენ; ამასთან კონკრეტული სტრატეგიის შერჩევა სხვადასხვა ფაქტორით არის განსაზღვრული, რომელთა შორის უპირატესია:

- **შედეგი / რეზულტატი;**

ღირებულება / ფასეულობა;

კონტექსტი.

ასერტიული სტილი ხელს უწყობს კონფლიქტის მოგვარებას და შესაბამისად დესტრუქციული დაპირისპირებების, ესკალაციების პრევენციას. ასერტიული კომუნიკაციის სტილი ხასიათდება:

კომუნიკანტთა საჭიროებებისა და გრძნობების პირდაპირი არტიკულირებით (ფორმულირებით, გამოხატვით);

- **საკუთარი და სხვათა უფლებების პატივისცემითა და ანგარიშის გაწევით;**

კომუნიკანტთა მოსმენის კულტურით;

რეფლექსიის (უკუკავშირის) მაღალი ხარისხით.

ასერტიული კომუნიკაციის პროცესში კომუნიკანტებს ღიაობისა და გახსნილობის მაღალი ხარისხი აქვთ, შესაბამისად მზად არიან მოლაპარაკებისა და ყველა მხარისთვის მისაღები კომპრომისისათვის, თუმცა არა საკუთარი სურვილებისა და ღირებულებების დათმობის ან მათი უგულვებელყოფის ხარჯზე.

ურთიერთობის ასერტიული სტილით კომუნიკანტი ავლენს სიძლიერესა და ემპათიას; ზეპირი ვერბალური კომუნიკაციის პროცესში კომუნიკანტის ხმა მშვიდი, მტკიცე და რეგულირებულია; თვალებით კონტაქტი დისკომფორტს არ ქმნის, პოზა კი გამართულია. ასერტიულობა, შეიძლება ითქვას, თვითგახსნის ფორმაა, რომელიც კომუნიკანტებს შორის ურთიერთობიდან ნდობის ჩამოყალიბებისათვის მეტად მნიშვნელოვანია.

არაასერტიული / პასიური კომუნიკაციის სტილის ფარგლებში კომუნიკანტები, ჩვეულებრივ, პირდაპირ არ ავლენენ საკუთარ საჭიროებებს, გრძნობებს, აზრებს, ინტენციას (განზრახვას), მიზნებს და მათ, როგორც წესი, **ნონვერბალური** (არავერბალური) კოდების გამოყენებით გამოხატავენ ან **მიანიშნებენ**. უმეტეს შემთხვევაში, არაასერტიული სტილის ურთიერთობებში კომუნიკანტები საკუთარ სურვილებს სხვებს უქვემდებარებენ ან მათ საერთოდ უარყოფენ, ამბობენ იმას, რასაც არ ფიქრობენ. არაასერტიული სტილის ზეპირი ვერბალური კომუნიკაცია ხასიათდება კომუნიკანტის საკუთარ თავში დაურწმუნებლობით, გადაუწყვეტელობით, სხვადასხვა სახის ბარიერითა და კომპლექსით, გაუბედავობით, პაუზების სიმრავლით, სუსტი ხმით; არაასერტიული კომუნიკაციის პროცესში ძალიან იშვიათია ან საერთოდ არ არის თვალით კონტაქტი, როგორც წესი, კომუნიკანტის სხეულის პოზა მოხრილია, - იგი თითქოს საყრდენის ძიებაშია.

აგრესიული ურთიერთობის სტილი ხასიათდება მკვეთრი და უხეში **ნონვერბალური კოდების** სიმრავლით, სხვათა გრძნობებისა და საჭიროებებისა და უფლებების უგულვებელყოფით, არაჯანსაღი ამბიციითა და მკვეთრად გამოხატული **ეგოცენტრულობით**, მოსმენის კულტურის დაბალი მაჩვენებლით ან მისი საერთოდ არქონით.

ნით. აგრესიული სტილის კომუნიკანტები გამოირჩევიან **კატეგორიულობით**, აგრესიული ტონითა და ქესტიკულაციით, სხვების მიმართ ირონიული დამოკიდებულებით.

თანაკულტურული კომუნიკაციის განმსაზღვრელი ძირითადი ორიენტირები და სტრატეგიები კომუნიკაციის ასერტიული, არასერტიული და აგრესიული სტილის მიხედვით მარკ ორბის კლასიფიკაციით (Orbe 1998):

კომუნიკაციის სტილი	კომუნიკაციის სტრატეგია			
		სეპარაცია / გამოყოფა / გახლეჩა	აკომოდაცია / შეგუება / შეწყობა / კომპრომისი	ასიმილაცია / ტრანსფორმაცია
	არასერტიული	თავის არიდება ინტერპერსონალური ბარიერების შენარჩუნება	მზარდი სიცხადე სტერეოტიპების გაფანტვა	საერთო მახასიათებლების ხაზგასმა / აქცენტირება პოზიტიური სახის ჩამოყალიბება
	ასერტიული	ჯგუფთაშორისი ნეტვორკინგი სიძლიერის დემონსტრირება	ჯგუფთაშორისი ნეტვორკინგი კავშირების გამოყენება	სტერეოტიპებით მანიპულირება შეთანხმებები / გარიგებები
	აგრესიული	თავდასხმა საბოტაჟი	კონფრონტაცია უპირატესობის მიღება	გამიჯვნა სტრატეგიული დისტანცირება

თანაკულტურული კომუნიკაციის პროცესში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება კომუნიკანტთა **თეზაურუსს** (ფონურ ცოდნას), **სოციოკულტურულ კომპეტენციას**, **გახსნილობას** და **სენსიტიურობას**. თანაკულტურულ კომუნიკაციაში იდეალურია ოქროს შუალედის დაცვა, - ერთი მხრივ, საკუთარი იდენტობისა და ინდივიდუალობის, მეორე მხრივ კი, განსხვავებული კულტურული ჯგუფის წევრის პატივისცემა, რის საფუძველსაც ურთიერთობის ასერტიული სტილი ქმნის.

ვერბალური კოდი, ენა, უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია ინტერ- და თანაკულტურულ კომუნიკაციებში, რამდენადაც ენა რელევანტურია იდენტობის განსაზღვრისათვის, ასევე ზოგადი დისკურსისათვის, როგორც სოციოკულტურული ფენომენი. ვერბალური კოდების, - ცალკეული სიტყვების, - ზუსტი დეკოდირება გულისხმობს მოცემული კოდების მნიშვნელობათა რეპერტუარის სრულ ცოდნას, კერძოდ: პირდაპირი, დენოტაციური, გადატანითი, მეტაფორული, ასოციაციური / პირობითი / კონოტაციური, კონტექსტუალური მნიშვნელობების ზუსტ აღქმას, გააზრებას, ფლობას, გამოყენებას, რეფერირებასა და რეფლექსიას,

ინტერ- და თანაკულტურული კომუნიკაციების, აგრეთვე მულტიკულტურული (მრავალკულტურული) კომუნიკანტების კვლევის კონტექსტში საინტერესო ფენომენია ლინგვისტური კოდების გაცვლა / ჩართვა, - *Code-switching*, - სოციოლინგვისტიკაში ტექნიკური ტერმინი (*Terminus technicus*), რომელიც მეტყველების ორი ან მეტი ტიპის, ვარიანტის მონაცვლეობას გულისხმობს და მოიცავს როგორც თავად ენების ცვლილებას, ისე დიალექტებს, ენობრივ რეგისტრებს, აქცენტს. კოდების გაცვლა, როგორც წესი, მიმდინარეობს მულტილინგვიზმის / პოლილინგვიზმის, ბილინგვიზმის ან დიგლოსიის¹² ფონზე. კოდების ჩართვა-მონაცვლეობა შესაძლოა დისკურსის ნებისმიერ ეტაპზე, როგორც წინადადებებს შორის (ინტერსენტენციური), ისე ერთი წინადადების (ინტრასენტენციური) ან კონსტიტუენტის ფარგლებში, ლინგვისტური კოდების მონაცვლეობას სხვადასხვა პრაგმატული მოტივაცია აქვს: დისკურსის სუბიექტები, კომუნიკანტების განწყობები, კომუნიკანტთა შორის საუბრის მიმართების ცვლილება, საერთო ღირებულებებზე რეფერენცია და სხვ.

ლინგვისტური კოდების მონაცვლეობა არა მხოლოდ აირეკლავს სოციალურ სიტუაციებს, არამედ ქმნის კიდევ მათ, - მეტყველების მრავალსახეობის მიზანმიმართული გამოყენება გარკვეულ ეფექტს ახდენს პიროვნების პოზიციონირების თვალსაზრისით კლასის, სტატუსის, გენდერის, ეთნიკურობისა და სხვა მახასიათებლების ხაზგასმით.

ლინგვისტური კოდების ცვლილებას მიმართავენ:

¹² დიგლოსია (ბერძ. διγλωσσία [*diglossia*]) ბილინგვიზმის (ორენოვნების) განსაკუთრებული ტიპი.

- ერთი საკომუნიკაციო არხის / კოდის შესაქმნელად - სხვა ენაზე მოსაუბრესთან კომუნიკაციის დამყარების მიზნით;
- ალტერნატიული საკომუნიკაციო არხის / კოდის შესაქმნელად - სხვა ენაზე მოსაუბრესთან კომუნიკაციის თავიდან აცილების / არიდების მიზნით;
- საკუთარი კულტურული იდენტობის მახასიათებლების წარმოჩენისა და ხაზგასმის მიზნით.

დომინანტი ჯგუფის წევრებს, სასურველია, მეტი ინფორმაცია ჰქონდეთ თანაკულტურული ასპექტების შესახებ; ინფორმირებულობა კი მისკომუნიკაციისა და კონფლიქტების პრევენციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია, ინდივიდები სოციალიზაციის კომპლექსურ პროცესში ეცნობიან და იმენენ კონფლიქტების მოგვარების საკუთარ კულტურულ სივრცეში გავრცელებულ სტრატეგიებს.

10.2. პროდუქტიული vs. დესტრუქციული კონფლიქტი

კულტურისა და კომუნიკაციის კომპლექსურ ურთიერთგავლენაზე არაერთხელ მივუთითეთ. ადამიანთა შეხედულებებს, განწყობებს ამა თუ იმ თემის ირგვლივ კულტურული ღირებულებები განაპირობებს. კომუნიკაციის, ურთიერთობის, გაზიარების, გაცვლის პროცესი, შეიძლება ითქვას, თავის მხრივ, ქმნის კულტურული მოდიფიკაციის ან ტრანსფორმაციის საფუძველს და გარკვეულწილად ახალ რეალობას აყალიბებს, რაც ღირებულებათა გადაფასებას და ამავდროულად ინდივიდუალურობის შენარჩუნებას იწვევს.

ინტერკულტურული კონფლიქტების ერთ-ერთი მთავარი მიზეზი სხვადასხვა ღირებულებათა არსებობა და მათი მოუღებლობაა, სხვადასხვა კულტურული სივრცე განსხვავებულად პრიორიტეტული ღირებულება/ღირებულებით ხასიათდება;

ცნობილია სხვადასხვა კულტურათა განსხვავებული დამოკიდებულება ტემპორალური (დროითი) ორიენტაციის მიმართ; სხვაგვარი ფორმულირებით, სხვადასხვა კულტურის მატარებლებს დროის განსხვავებული ფოკუსი აქვთ, მაგ., გარკვეული

სოციუმები (აზიური საზოგადოებები), ძირითადად წარსულს, წინაპრებსა და ტრადიციონალიზმზე არიან ორიენტირებული, სხვათათვის ძირითადი ფოკუსი მომენტით ტკბობასა და აწმყოს ჰედონიზმში ვლინდება, სხვანი კი მომავლის განსაზღვრასა და უზრუნველყოფაზე არიან ორიენტირებული (Martin & Nakayama 2009; Heringer 2014).

განსხვავებულია აგრეთვე ძალაუფლების, დისტანციისა და იერარქიის აღქმა სხვადასხვა სოციუმებში; ახალ ზელანდიაში, დანიაში და ისრაელში აფასებენ და უპირატესობას ანიჭებენ ძალაუფლების საფუძველზე განსაზღვრული იერარქიული დისტანციის შემცირებას, შესაბამისად საუკეთესო მმართველებად, მენეჯერებად და კორპორაციულ ლიდერებად აღნიშნულ ქვეყნებში ის პირები ითვლებიან, ვინც საკუთარ თანამშრომლებთან თუ გუნდის წევრებთან არ იცავენ ან ამცირებენ იერარქიულ დისტანციას. სოციუმებში, სადაც პირიქით, გადაწყვეტილების მიმღებ პირთა მიმართ დისტანცირება ჩვეულებრივი პრაქტიკაა, მაგ., მექსიკაში, ფილიპინებსა და ინდოეთში, ურთიერთობა, კომუნიკაცია მენეჯერებსა და მათ დაქვემდებარებულ პირებს შორის მკაცრად ფორმალიზებულია, სხვაგვარი ფორმულირებით, მკაფიოდ განსაზღვრული სუბორდინაციული კომუნიკაციის ფორმები დომინირებს; შესაბამისად, აღნიშნულიდან გამომდინარე, ამგვარ სოციუმში ფორმალობების შესუსტებამ, დისტანციის შემცირებამ და, იერარქიული ურთიერთობის თვალსაზრისით, არასაკმარისმა სიცხადემ შესაძლოა დაბნეულობისა და ორაზროვნების, გაურკვევლობის ეფექტი გააჩინოს და დისკომფორტი შექმნას (Martin & Nakayama ibid.).

აღქმის განსხვავებული ხარისხია სხვადასხვა კულტურაში ისეთი პარამეტრის მიმართ, როგორიც არის მაგ., ფლუქტუაცია (გაურკვევლობა, მერყეობა, ბუნდოვანება, ცვალებადობა), რომელიც რეფერირებს ინდივიდების რეაქციებსა და მათ მიერ აღქმულ საფრთხეებსა თუ გამოწვევებზე ამბივალენტურ, არა ცალსახა სიტუაციებში; მაგ., დიდ ბრიტანეთში, შვედეთში, ჰოლანდიაში, ამერიკის შეერთებულ შტატებში ფლუქტუაციური ორიენტაციის სუსტი ხარისხია, შესაბამისად ამგვარ სოციუმებში დერეგულირების მეტი მოთხოვნილება და წესების ლიმიტირების, რისკის გაწვევის პრეფერენციები ჭარბობს; საბერძნეთში, პორტუგალიასა და იაპონიაში კი, ძლიერი ფლუქტუაციური ორიენტაციის ქვეყნებში, ორგანიზაციულ სტრუქტურებში ექსტენ-

სიურ რეგულაციებს ანიჭებენ უპირატესობას და საერთო მიზნების შესახებ კონსენსუსს აყალიბებენ (Martin & Nakayama ibid.).

ინტერ- და კროსკულტურული კომუნიკაციური კონფლიქტების კონტექსტში მითითებად ორი ცენტრალური საკითხი იკვეთება, კერძოდ, ერთი მხრივ, **კონფლიქტის ტიპის / ზუნების იდენტიფიკაცია**, - პროდუქტიულია თუ დესტრუქციული ესა თუ ის კონფლიქტი, ხოლო, მეორე მხრივ, კონფლიქტის ტიპიდან გამომდინარე, მისი **მართვა / მენეჯმენტი და კონფლიქტის მოგვარება**, მასთან გამკლავება.

კონფლიქტი ურთიერთობის განსაკუთრებული სუბტიპია ინდივიდებსა და /ან ჯგუფებს შორის, რომელიც განსხვავებული, შეუჯერებელი, შეუთანხმებელი შეხედულებების, პოზიციების, თვალსაზრისის, პლატფორმის, ხედვისა და ინტერესთა საფუძველზე წარმოიქმნება. საკუთრივ არსის, მეტადრე კი გამოსავლის, რეზულტატის (შედეგის) მიხედვით კონფლიქტი შესაძლოა დახასიათდეს, როგორც **პროდუქტიული**, ან - **დესტრუქციული**.

პროდუქტიულ კონფლიქტებში ინდივიდები / ჯგუფები ცდილობენ, შეკვეცონ საკონფლიქტო თემატიკა, სიტუაციები და გარემოებანი კონკრეტული საკითხის ან პრობლემატიკის ნათლად, მკაფიოდ განსაზღვრით, ჩამოყალიბებითა და მასზე ფოკუსირებით; ამგვარი მიდგომით, როგორც წესი, კონფლიქტის სიმწვავის განმუხტვა, მისი დეესკალაცია და კონსტრუქციულ ჭრილში წარმართვა ხდება შესაძლებელი. პროდუქტიულ კონფლიქტს პოზიტიური გავლენა აქვს კომუნიკაციის სტრუქტურაზე, მის დინამიკაზე, რამდენადაც იგი მიმართულია გაუგებრობის გამომწვევი მიზეზის იდენტიფიკაციაზე, სადავო საკითხის განხილვასა და სიღრმისეულ ანალიზზე, მის აღმოფხვრაზე, გარკვეული საკითხების გადაფასებაზე, აქცენტების ახლებურად დასმაზე, საფუძვლიანი და სამართლიანი გადაწყვეტილებების მიღებაზე, რაც შესაბამისად ხელს უწყობს საღი, ურთიერთობების განვითარებას, პიროვნების ზრდას. პროდუქტიული კონფლიქტის ფარგლებში პრობლემები წყდება ურთიერთშეთანხმების, კონსენსუსისა და საერთო კომპრომისის საფუძველზე; კონფლიქტის მხარეები საკუთარ თავს აღიქვამენ თანამონაწილედ და არა კონკურენტად; სადავო საკითხების გადაწყვეტის პროცესში, ოპონენტები იძენენ **კოოპერაციის, თანამშრომლობის** გამოცდილებას, რაც ძალიან ფასეულია; ურთიერთობები, კომუნიკაცია

ინდივიდებს / ჯგუფებს შორის სტაბილურდება და, რაც მთავარია, აზრთა სხვადასხვაობა აღარ აღიქმება გადაულახავ ბარიერად. კომუნიკანტებს შორის ისახება ან ღრმავდება ნდობა, რაც ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია ეფექტური კომუნიკაციისათვის.

დესტრუქციულ კონფლიქტებში კი პირიქით, სადავო, საკამათო გადაუჭრელ საკითხთა შემოსაზღვრისა და მათ ირგვლივ კონცენტრირების ნაცვლად ფართოვდება საკონფლიქტო პრობლემეტიკის ველი, რაც კონფლიქტის გამწვავებასა და ესკალაციას იწვევს.

დესტრუქციული კონფლიქტები ანადგურებს სტრუქტურირებულ კომუნიკაციას, გადაულახავ ბარიერებს წარმოქმნის წარმატებული ურთიერთობებისათვის და აბრკოლებს გადაწყვეტილებების მიღების პროცესს. დესტრუქციულ კონფლიქტებში კონფლიქტის მხარეები არ ერიდებიან ერთმანეთის ღია შეურაცხყოფას, არაარგუმენტირებულ, არასაგნობრივ დისკუსიას, დამცირებას, აგრესიულ ფრაზეოლოგიას, სიძულვილის ენას, ფსიქოლოგიურ ზეწოლას. დესტრუქციული კონფლიქტის მიზეზი შესაძლოა იყოს ინდივიდთა ფსიქოლოგიური შეუთავსებლობა, შეუწყნარებლობა, მიუღებლობა, არასწორად გაგებული, არაჯანსაღი კონკურენცია, თვითშეფასებისა და თვითკრიტიკის დაბალი კულტურა, მმართველი პირების არათანამიმდევრული, უსამართლო დამოკიდებულება დაქვემდებარებულ პირთა მიმართ და სხვა მრავალი ფაქტორი.

ამერიკელი სოციალური ფსიქოლოგიის მკვლევარი და კონფლიქტოლოგი **მორტონ დოიჩი** დაინტერესდა კონფლიქტურ სიტუაციებში ინდივიდებისა და ჯგუფების მიერ შეთანხმებული პროცესების ხელშეწყობის შესაძლებლობებით.



მორტონ დოიჩი (1920)

დოიჩის თვალსაზრისით, ურთიერთობების ატმოსფერო განმსაზღვრელი ფაქტორია სპეციფიკური პროცესებისა და აქტივობების ფორმირებაში, - მაგ., არაჯანსაღი კონკურენტული ატმოსფერო ზიდას აძლევს გაზრდილ წნებს, თვალთმაქცობას, ეჭვს, რიგიდულობას (სიტლანქეს, მოუხეშაობას) და შესაბამისად ზრდის არაპროდუქტიული, არაეფექტური, უშედეგო კომუნიკაციის ალბათობის რისკებს. ჯანსაღი კოოპერაციის ატმოსფერო კი ხელს უწყობს, სტიმულს აძლევს საერთო შეხების წერტილების აღქმას, ნდობას, ფლექსიბილურობას (მოქნილობას), რაც ეფექტური და გამჭირვალე კომუნიკაციის საწინდარია (Deutsch 1979). ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, სასურველი და რაციონალურია ინტერაქციის საწყის ეტაპზე ჩამოყალიბდეს პოზიტიური, კოოპერაციული ატმოსფერო, რადგან კონკურენტული ატმოსფეროს კოოპერაციულ ატმოსფეროდ ტრანსფორმაცია გაცილებით რთულია და განუზომლად მეტ ძალისხმევას საჭიროებს უკვე შექმნილი კონფლიქტური სიტუაციის ამისი ესკალაციის შემთხვევაში. კოოპერაციული ატმოსფეროს ფორმირებისთვის ესენიგიალური მნიშვნელობა აქვს ექსპლორაციას (კვლევას, შესწავლას). ექსპლორაცია განსხვავებულ კულტურაში შესაძლოა განსხვავებულად მიმდინარეობდეს, თუმცა იგი რამდენიმე ეტაპს უნდა მოიცავდეს, კერძოდ (Deutsch 1987: 38-49):

კონფლიქტის მხარეები არ ეხებიან კონფლიქტურ პრობლემატიკას, იკვლევენ სხვა შესაძლო ოფიციას (ალტერნატივას, შესაძლებლობას, გამოსავალს), ან მესამე მხარეზე გადააქვთ პრობლემის დელეგირება;

ტაბუირებულია ურთიერთდადანაშაულება, შესაბამისად შენარჩუნებულია სივრცე ახალი იდეებისა და პოზიციების გენერირებისათვის.

- არ არის სავალდებულო ექსპლორაცია იყოს ლოგიკურად კონსისტენტული (მყარი, თანამიმდევრული, უნიტარული) ან რაციონალური; საეცებით შესაძლებელია იგი იყოს პროვოკაციული, სპეკულაციური და ემოციური. ექსპლორაციის მთავარი იდეა მდგომარეობს ინდივიდების წახალისებაში, მოიძიონ კონფლიქტის ინოვაციურად, უჩვეულოდ, არასტანდარტულად და საინტერესოდ გადაჭრისა და გადაწყვეტის მეთოდები.

ინტერკულტურულ კონფლიქტთან გამკლავება და მისი მართვა კომპლექსური და მრავალმხრივი პროცესია, რომელიც რამდენიმე პრინციპზეა დაფუძნებული, კერძოდ:

1. მთავარი აქცენტი: ფოკუსირებულობა და არა პოლარიზაცია;
2. კონტაქტის შენარჩუნება;
3. განსხვავებული სტილის არსებობის აღიარება;
4. მისაღები და სასურველი სტილის იდენტიფიკაცია;
5. კრეატიულობა და საკუთარი სტილის რეპერტუარის გაფართოების მზაობა და სურვილი;
6. კონფლიქტის კონტექსტის მნიშვნელობის აღიარება და გათვალისწინება;
7. პატივისცემის, მიტევებისათვის მზაობა.

მნიშვნელოვანია, ინტერკულტურული კონფლიქტის მხარეებმა გადალახონ და დასაბუთონ სტერეოტიპული აზროვნება, ანაქრონიზმები, შეეცადონ გასცდნენ მხოლოდ საკუთარი გადმოსახედიდან ჩამოყალიბებულ შეფასებით კრიტერიუმებს, ისწავლონ თავშეკავება და პრობლემასთან გამკლავება, მოერიდონ სხვათა მოტივების რედუქციონისტულ ახსნას, დაამარცხოვრონ ანტაგონიზმი, შეინარჩუნონ ობიექტურობა, მზად იყვნენ მესამე მხარის ჩართვისა და მოსმენისთვის, ახალი იდეებისა და ხედვის გაზიარებისათვის.

კონფლიქტის მხარეებს შორის კონტაქტის შენარჩუნება არ გულისხმობს უშუალოდ კონფლიქტის სიტუაციაში, კონფლიქტურ ზონაში დარჩენას; რეკომენდებულია, კონფლიქტის ეპიცენტრს განერიდო, თუმცა სასურველია მხარეებმა კომუნიკაციის მინიმალური დონე მაინც შეინარჩუნონ და არ დაკარგონ ურთიერთობის ძაფი, არ მოექცნენ იზოლაციაში. კონფლიქტის მხარეები უნდა ესწრაფოდეს ერთმანეთთან დიალოგის დაწყებას, რადგან დიალოგი კომუნიკაციის განსაკუთრებული ფორმაა; დიალოგს კონფერაციისაგან, - საუბრისაგან, - განასხვავებს ზოგადი ჩარჩო, რომელიც გულისხმობს კომუნიკაციას ორ ინდივიდს / ჯგუფს შორის, რომელთა ძალა-

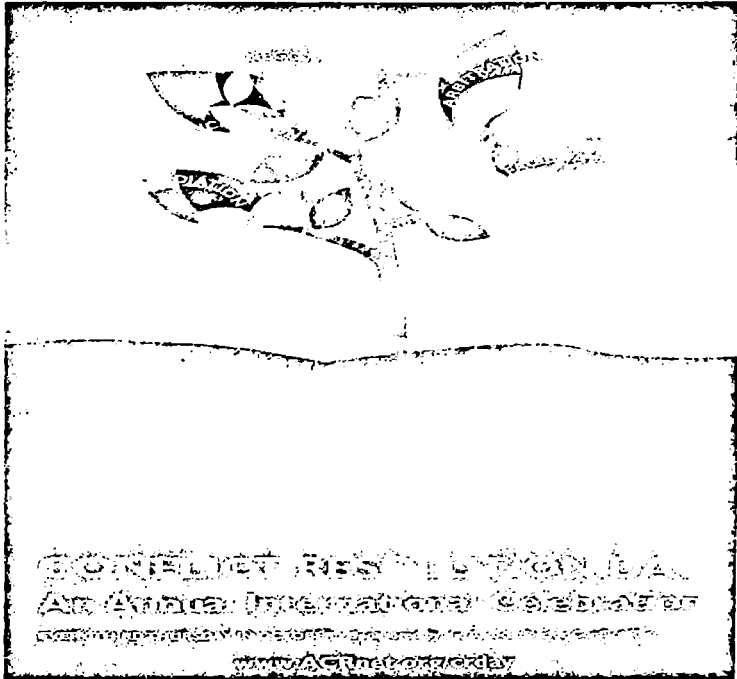
უფლებრივი ურთიერთობები მეტ-ნაკლებად დაბალანსებულია. სწორედ დიალოგის უალტერნატივო ფორმა, რომელიც ინტერკულტურულ კომპეტენციას ავითარებს, ზრდის ინტერკულტურული კონფლიქტის წარმოშობის მიზეზთა გავლენას და აღრმავებს ინტერკულტურულ გამოცდილებას.

კონფლიქტთან გამკლავების სტილის რეპერტუარის შეზღუდულობა შესაძლოა კულტურული ბეგრაუნდით (ფონით) იყოს პირობადებული, მაგ., გარკვეული კულტურული არეალისთვის მიუღებელია კონფლიქტების თემატიკება, კონფლიქტის პრობლემატიკის გაშუქება, რაც შესაბამისად ამგვარი კულტურის მატარებლებს ზღუდავს კონფლიქტებთან გამკლავებაში; ასეთ შემთხვევებში მიღებული პრაქტიკა კონფლიქტების „გაყინვა“ და მათი მიჩქმალვაა.

საზოგადოდ, შეიძლება ითქვას, რომ ინტერკულტურულ კომუნიკაციებში, ისევე როგორც ინტერპერსონალურ ურთიერთობებში, საუკეთესო სტრატეგია და ტაქტიკა ადაპტაციის კარგი უნარი და მაქსიმალური ფლექსიბილურობაა (მოქნილობა), რაც ინტერკულტურულ კონფლიქტთან გამკლავების ფრიად კარგ წინაპირობებს აჩენს. მნიშვნელოვანია აგრეთვე დომინანტური, კონფრონტაციული კომუნიკაციური სტილის შეგნებული უარყოფა და კომუნიკანტისათვის ვრცელი სასაუბრო დროის დათმობა, რათა მან სრულად და არგუმენტირებულად შეძლოს საკუთარი პოზიციის ჩამოყალიბება. ინტერკულტურული კონფლიქტების მედიატორთა ერთ-ერთი სტრატეგია სწორედ მოპასუხეთა შვიდ მოსმენაზეა აგებული.

ინტერკულტურული კონფლიქტების მართვის თვალსაზრისით რელევანტურია კონკრეტული კონფლიქტის კონტექსტი და მისი არსის სიღრმისეული ანალიზი, რადგან სოციალური, ეკონომიკური, პოლიტიკური, ისტორიული, ეთნოკულტურული და სხვა მნიშვნელოვან ფაქტორთა ფონის შესწავლა უმნიშვნელოვანესია კონფლიქტის მიზეზისა და გამოსავლის დასადგენად. ხშირად ერთი და იმავე საკომუნიკაციო თემატიკის განსხვავებული აქცენტები ან სულაც ინტერპრეტაცია სოციალური კონტექსტით არის პირობადებული.

კონფლიქტების მოგვარების ასოციაცია (*The Association for Conflict Resolution / ACR*) 2005 წლიდან ოქტომბრის ყოველ მესამე ხუთშაბათს კონფლიქტების მოგვარების დღეს (*Conflict Resolution Day*) აღნიშნავს.



10.3. ინტერპერსონალურ თანამოაზრედ ტრანსფორმაცია

ინტერპერსონალურ თანამოაზრედ ტრანსფორმაცია დიალექტიკურ მიდგომას გულისხმობს და, უპირველესად, მიზნად ინტერკულტური (ჯგუფთაშორისი) ურთიერთობების გაუმჯობესებას ისახავს.

თანამედროვე სამყაროში განსაკუთრებული სიმაფრით დგას მონო- და ინტერკულტურული კომუნიკაციის პრობლემატიკა. ინტერკულტურული კომუნიკაციის პროცესი, *per definitionem*, ავლენს ამა თუ იმ ეთნიკური ერთობის, ჯგუფის წარმომა-

დეგნელთა ფსიქოლოგიურ თავისებურებებსა და ეთნოკულტურულ მახასიათებლებს. ინფორმაციის გაცვლის კომპლექსური პროექტის სხვადასხვა, განსხვავებულ ინტერესთა ურთიერთგაცვლისა თუ ურთიერთშეჯერების ფონზე ხდება, რაც, თავის მხრივ, აჩენს საერთო გადაკვეთის წერტილებს, პოზიციათა თანხვედრას, საერთო ხედვას ან პირიქით, მოუღებლობას, განსხვავებებს, ანტიპათიას და სხვ.

ეთნოსთა ურთიერთობები აყალიბებს გარკვეულ ეთნოკულტურულ სტერეოტიპებს, კალკებს, კლიშეებს, როგორც საკუთარი ეთნიკური ჯგუფისთვის დამახასიათებელ ნიშან-თვისებათა გაცნობიერების შედეგს, - რამდენადაც ადამიანთა ცნობიერებაში ამა თუ იმ ეთნიკური ჯგუფის წევრისათვის გარკვეულ მახასიათებელთა (ცხოვრების, აგრესიულობის, სიბრყვითის და სხვ.) მინიჭება ეთნოკულტურული სტერეოტიპების ფორმირების საფუძველია.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, ეთნოკულტურული სტერეოტიპები განზოგადებული წარმოდგენებია ამა თუ იმ ერის ტიპურ თვისებათა შესახებ; ეთნოკულტურული სტერეოტიპებია მაგ., გერმანული აკურატულობა, ფრანგული გალანტურობა, ფინური სიჯიუტე, ებრაული მოხერხებულობა და სხვა მსგავსი.

ეროვნული ხასიათის მახასიათებლები, თავისთავად ზოგადსაკაცობრიო მნიშვნელობისაა და ერთობლიობაში ხალხთა ზნე-ჩვეულებებისა და ხასიათის თავისებურ ინვარიანტს წარმოადგენს. კულტურათა ღირებულებებისა და ფასეულობათა სისტემები განსხვავდება გავრცელების ხარისხით; ყველა ხალხისათვის მეტ-ნაკლებად დამახასიათებელი ისეთი თვისება, როგორც შრომისმოყვარეობა, განსხვავებულ დატვირთვას იძენს ცალკეული ეთნოსისათვის (Heringer 2014): მაგ.,

გერმანული შრომისმოყვარეობა ვლინდება:

- სიზუსტეში;
- საკმისადმი სიღრმისეულ, საფუძვლიან, ძირფესვიან მიდგომაში;
- კეთილსინდისიერებაში;
- დისციპლინირებულობაში;

- წინდახედულობაში;

ამერიკული შრომისმოყვარეობა კი

ენერგიულობას;

გაქანებას;

- ამოუწურავ აზარტს;
- ინიციატივებს;
- რისკს;

ნოვაციებს გულისხმობს.

ამგვარად, ამერიკელთა შრომისმოყვარეობის აღქმა განსხვავებულია გერმანელთა მიერ შრომისმოყვარეობის გაგებისაგან.

მეცნიერები ორი ტიპის სტერეოტიპს გამოყოფენ, - **ზედაპირულსა და სიღრმისეულს.**

ზედაპირული სტერეოტიპები განპირობებულია საერთაშორისო, ისტორიული თუ შიგაპოლიტიკური სიტუაციებით, რეალიებითა თუ ფაქტორებით, რომლებიც ტრანსფორმაციას განიცდის მსოფლიოში მიმდინარე ცვლილებების კვალობაზე და მათ კვალდაკვალ; შესაბამისად ზედაპირულ სტერეოტიპთა არსებობა დამოკიდებულია საზოგადოების, სოციუმის სტაბილურობაზე.

სიღრმისეული სტერეოტიპები, ზედაპირული სტერეოტიპებისაგან განსხვავებით, არ ექვემდებარება ცვლილებას; შესაბამისად სიღრმისეული სტერეოტიპები მდგრადობის მაღალი ხარისხით გამოირჩევა და განსაკუთრებით საინტერესოა ეროვნული ხასიათის მკვლევართათვის.

საყურადღებოა, რომ სტერეოტიპებში დომინანტად შესაძლოა იქცეს არა მხოლოდ ლოგიკურად მთავარი ნიშანი / კოდი, არამედ პრაქტიკულად ნებისმიერი ნიშანი. თვითმყოფადი სტერეოტიპების ანალოგები სხვა კულტურებში - ე. წ. კვაზისტერეოტიპები, - ზოგად შტრიხებში სტერეოტიპის მსგავსი, თუმცა ნიუანსებსა და დეტა-

ლებში განსხვავებულია, რაც პრინციპულ მნიშვნელობას სძენს მათ (კვაზისტერეოტიპებს).

ზოგიერთი ეთნოსის კულტურა შეიცავს ისეთ სტერეოტიპული ხასიათის ელემენტებს, რომლებიც, როგორც წესი, სხვა კულტურათა წარმომადგენლების მიერ არ აღიქმება; ყველაფერი, რაც აკულტურულ სამყაროში რეგიპიენტისათვისაა შესაძენი, თუმცა გაუგებარი ან გაურკვეველია, რაც მას უცნაურად ეჩვენება და ინტერპერტირების სივრცეს აჩენს, უცხო ეროვნული კულტურის ელემენტი, *resp.* ლაკუნა.¹³

კულტურულ მრავალფეროვნებაში, - მულტიკულტურალიზმში ზუნებრივად იმპლიცირებულია ინტერკულტურული (კულტურათშორისი) კომუნიკაციის კომპლექსური ზუნება, რომელიც, თავის მხრივ, წინა პლანზე ძალაუფლებისა და კონკურენციის კონტექსტს, აგრეთვე აღნიშნულ ცნებებთან დაკავშირებულ თუ ასოცირებულ თემატიკას წამოსწევს; აქედან გამომდინარე, ინტერპერსონალურ თანამოაზრედ ტრანსფორმაციის მეტად რთულ და არაერთგვაროვან, არასწორხაზოვან პროცესში უმნიშვნელოვანესი ეტაპია მიზნის დასახვა, კერძოდ კი, თანასწორუფლებიანი ალიანსების, კოალიციების, გაერთიანებების ფორმირება, რომლებიც, მართალია, სხვადასხვაობებზე, დიფერენციაციებზე, კონტრავერსულ (წინააღმდეგობრივ) სიმართლის აღქმასა და განსხვავებულ პერსონებზეა აგებული, თუმცა ჯგუფის წევრთა გაცნობიერებულ არჩევანს წარმოადგენს.

ნიუ-მექსიკოს უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკისა და კომუნიკაციების დეპარტამენტის პროფესორი მერი ჯეინ კოლიერი ინტერკულტურული ალიანსების იდენტიფიცირების სამ ინდიკატორს გამოყოფს (Collier 2002:301-310), კერძოდ:

ინტერკულტურული ალიანსის საფუძველია ძალაუფლება, პრივილეგია: ინტერკულტურული ჯგუფის წევრები აღიარებენ ეთნიკური, გენდერული და კლასობრივი დიფერენციაციის კავშირს ძალაუფლების ფენომენთან და ცდილობენ, მართონ ძალაუფლების ელემენტები;

ინტერკულტურული ალიანსის საფუძველია ისტორიული კონტექსტი: ინტერკულტურული ჯგუფის წევრები აცნობიერებენ და ითვალისწინებენ

¹³ ლათ. *lacuna* - დრბული, ფოსო.

ბენ ისტორიის გაგონებასა და როლს ინტერკულტურულ ინტერაქციაში (მაგ., ჰოლოკოსტის¹⁴, ანტისემიტიზმის მნიშვნელობა და დატვირთვა ებრაული წარმოშობის კომუნიკანტებისათვის);

ინტერკულტურული ალიანსის საფუძველია **განსხვავებულობის აღიარება, მიმდებლობა და პატივისცემა**: ინტერკულტურული ჯგუფის წევრებს მიაჩნიათ, რომ განსხვავებული ღირებულებები მათი იდენტობის მნიშვნელოვანი ასპექტებია.



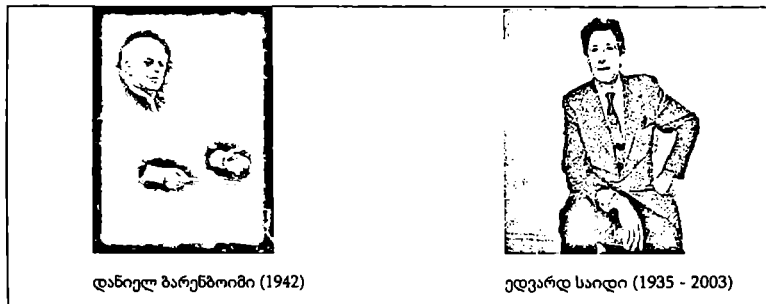
მერი ჯეინ კოლიერი

სხვადასხვა იდენტობებსა და კონტექსტებზე დაფუძნებული ინტერკულტურული კოალიციების საუკეთესო მაგალითია არგენტინაში, ბუენოს აირესში დაბადებული ებრაული წარმოშობის მულტიმოქალაქეობის მქონე, თანამედროვეობის ერთ-ერთი ყველაზე მეტად გამორჩეული და ცნობილი დირიჟორისა და პიანისტის, **დანიელ ბარენბოიმისა** და მისი მეგობრის, პალესტინელი ფილოსოფოსისა და პოლიტოლოგის, **ედვარდ საიდის** ინიციატივით 1999 წ. დაარსებული „**დასავლურ-აღმოსავლური დივანი**“¹⁵, სიმფონიური ორკესტრი (*West-Eastern Divan Orchestra*), რომელშიც ახალგაზრდა პალესტინელი, ისრაელელი, ეგვიპტელი, სირიელი, ლიბანელი და სხვა არაბული ქვეყნების წარმომადგენელი მუსიკოსები ერთად ასრულებენ კლასიკურ რეპერტუარს. „დასავლურ-აღმოსავლურ დივანს“ „მშვიდობის ორკესტრადაც“ მოიხსენიებენ, თუმცა დანიელ ბარენბოიმი აღნიშნავს, რომ მშვიდობას არა ორკესტრი, არამედ სხვა ბევრ კომპონენტთან ერთად სამართლიანობის განცდა სჭირდება. ბარენ-

¹⁴ ჰოლოკოსტი (*Holocaust* < ბλκκαυσთონ [holókauston] „სრულად დაწვა“) - სრულად განადგურების შეგნებული მცდელობა; მეორე მსოფლიო ომის პერიოდში ნაცისტური ხელისუფლების მიერ ებრაელთა გენოციდი.

¹⁵ იოჰან ვოლფგანგ ფონ გოეთეს ლექსების ციკლის „დასავლურ-აღმოსავლური დივანი“ (1813-1819) სახელწოდების მიხედვით, რომელიც მან სპარსელი პოეტის, ჰაფეზის ლექსთა კრებულის „დივანის“ ინსპირაციით შექმნა.

ბოიშის თანახმად, „დასავლურ-აღმოსავლური დივანი“ ახალგაზრდებს სთავაზობს ფორუმს, სადაც ისინი იკრიბებიან, მართავენ დიალოგს, ისმენენ სხვადასხვა მოსაზრებას. ბარენბოიში სიამაყით დასძენს იმის თაობაზე, რომ რაც დივანში ხდება, არ ხდება არსად სხვაგან: პალესტინელი და ისრაელელი, ან სირიელი და ისრაელელი ერთმანეთს არ ეთანხმებიან, მწვავე უთანხმოებაც აქვთ, თუმცა ერთმანეთს უსმენენ! ისინი ცდილობენ ჩაწვდნენ ერთმანეთის არგუმენტების ლოგიკას, რაც, თავის მხრივ, ცნობისმოყვარეობას იწვევს და ინტერესს ბადებს (Cheah 2009).



ზოგადად, ინტერპერსონალურ ურთიერთობებში, განსაკუთრებით კი ინტერკულტურული კომუნიკაციის კონტექსტში, ძალიან მნიშვნელოვანი ეთიკური გამოწვევა პასუხისმგებლობაა, რომელსაც ინტერკულტურული ცოდნა, იდეები და გამოცდილება აყალიბებს. პასუხისმგებლობის გააზრება და გაზიარება კი, თავის მხრივ, სოციალური სამართლიანობის / უსამართლობის, ზეწოლისა და უთანასწორობის არსებობის გაცნობიერებას გულისხმობს. სოციალური უთანასწორობის კონტექსტის ერთ-ერთ გავრცელებულ გამოვლინებას წარმოადგენს ბულინგი (ინგ. *Bullying*), - დამინება, ჩაგვრა, ტერორი. ბულინგს, როგორც განმეორებად აგრესიულ ქმედებას, ყოველთვის ჰყავს სამიზნე, რომლის მიმართ ინდივიდი ან ინდივიდთა ჯგუფი ძალადობს. ბულინგის გამოვლინებები მიკროაგრესიის ფორმების მიხედვით ვარირებს გაუაზრებელი ძალადობრიდან წინასწარგანზრახულ ძალადობამდე; შესაბამისად გამოიყოფა ბულინგის ქვეტიპები (Martin & Nakayama 2009):

ფიზიკური ბულინგი;

- ვერბალური ბუღინგი;
- ფარული / შენიღბული ბუღინგი;
- კიბერბუღინგი (ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებით);

ინტერკულტურული კომუნიკაციის პროცესში რელევანტური ფაქტორია მოსმენის კულტურა, ყურადღებით მოსმენის უნარი, რომელიც სტიმულს აძლევს ინტერკულტურულ და ინტერასობრივ ჰარმონიას, ურთიერთ გაგებასა და პატივისცემას, სამართლიანობის აღქმის სტანდარტებს, ხელს უწყობს სოციალური უთანასწორობის სხვადასხვა გამოვლინებათა ნიველირების პროცესსა და ამელიორაციას (გაუმჯობესებას).

ამერიკელი სოციოლოგი, რომანისტი და პუბლიცისტი **ალან ჯონსონი** სოციალური სამართლიანობისა და პერსონალური ტრანსფორმაციის საკითხების კვლევის საფუძველზე კონკრეტულ დებულებებსა და რეკომენდაციებს გვთავაზობს (Johnson 2001), კერძოდ:

- პრობლემის არსებობის აღიარებასა და გაგნობიერებას; როგორც წესი, ინდივიდები სხვადასხვა მეთოდით უარყოფენ ზეწოლას, - აკნინებენ მის მნიშვნელობას, ცდილობენ მის შენიღბვას სხვა სახელდებებით, ადანაშაულებენ ზეწოლის მსხვერპლს, - მიანიშნებენ მის სისუსტეზე და სხვ.;

ყურადღების გამახვილებას, მათ შორის ინტერკულტურული მოსმენისა და ადეკვატური, სწორი გაგების უნარების განვითარება-დახვეწის გზით; უთანასწორობის მიზეზთა ანალიზის პროცესში სასურველია განეიტრალდეს სოციალური მედიის მხრიდან მომდინარე ზეწოლა, მოძიებულ იქნეს სპეციალური ავტოქოტონური თუ საერთაშორისო ლიტერატურა ე. წ. მარგინალიზებულ აზრთა რეპრეზენტაციებით, რადგან, როგორც წესი, მედიის კომერციული ინტერესის მიღმა რჩება „უმძლურთა და მარგინალთა ამა ქვეყნისათა“ ხდომილებანი;

სამოქალაქო აქტივობის ზრდას, სამოქალაქო საზოგადოების მაქსიმალურ ჩართულობას; აქტიური მოქმედება, საკუთარი აზრის, პოზიციის,

დამოკიდებულების, მიმართების დაფიქსირება იმდენად არის მნიშვნელოვანი, რამდენადაც ზეწოლის სისტემები, ჩვეულებრივ, სიჩუმით „იკვებება“.



ალან ჯონსონი

ჯონსონის თვალსაზრისით, უმნიშვნელოვანესია სიჩუმის დარღვევა, დაძლევა, გადალახვა და ადამიანთათვის, კითხვათა დასმით, გარკვეული ტიპის დისკომფორტის შექმნა, მათი იბულება, ან თუნდაც წახალისება მეტი ფიქრისთვის, დაფიქრებისთვის, ჩადრმაგებისთვის, ანალიზისთვის, გარკვეულ ღირებულებათა გადაფასებისთვის, სტერეოტიპების დამსხვრევებისთვის. ჯონსონს მიაჩნია, რომ დაუშვებელია სათქმელის საკუთარ თავში შენახვა. მისი აზრით, აუცილებელია ინტერპერსონალური აღიანსებისა და კოალიციების შექმნა და აქტიურ ორგანიზაციებთან კოოპერაცია ცვლილებების, ტრანსფორმაციების განსახორციელებლად, აგრეთვე პრივილეგიებულთა სისტემებისა და ზეწოლის მექანიზმების დასამარცხებლად (Johnson ibid.).

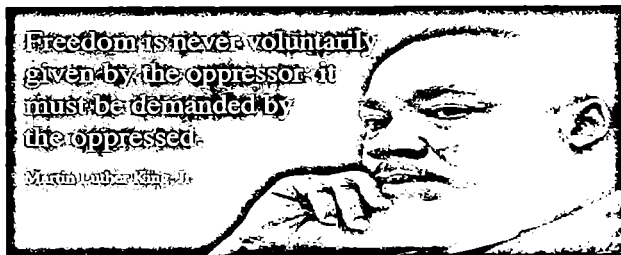
კულტურული მრავალფეროვნებისა და კულტურულ-სპეციფიკურ-ინდივიდუალურ მახასიათებლებს შორის საკმაოდ მევეთერ სხვაობათა გათვალისწინებით, იდეალისტური და რეალობას მოწყვეტილია იდეალურ-ტიპური კომუნიკაციის პროცესის დაშვება ყველა კომუნიკანტისათვის. სამწუხაროდ, არა ერთია მაგალითი, როცა ინტერკულტურული ცნობიერების ამადლების მუხლჩაუხრელი მსახურნი თავად ხდებიან კონტექსტის რეალური მსხვერპლნი, როგორც მაგ., 2002 წ. აშშ-ისა და ისრაელის ორმაგი მოქალაქე, „უოლ სტრიტ ჯორნალ“-ის (*The Wall Street Journal*) სამხრეთ აზიის ბიუროს ხელმძღვანელი, ჟურნალისტი დენიელ პერლი, რომელიც პაკისტანში გაიტაცეს და სასტიკად მოკლეს.



დენიელ პერლი (1963 - 2002)

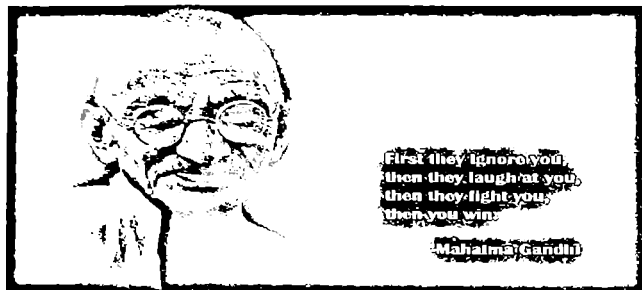
ინტერკულტურულ და, ზოგადად, ინტერპერსონალურ, როგორც კომუნიკაციის მოდელის საბაზისო ტიპის, თანამოაზრედ ტრანსფორმაციის კომპლექსურ პროცესში ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია პატიების უნარი, გნებავთ ნიჭი. პატიება არის ინტერკულტურული გაგებისა და ახალი გაერთიანების ერთ-ერთი გზა, ბევრად უფრო მეტი, ვიდრე მხოლოდ რიტუალი, კორექტულობა ან თუნდაც რელიგიურობა. შეიძლება ითქვას, რომ რეალური პატიება ძალიან ღრმა ინტელექტუალურ-ემოციური თავგანწირვაა, კათარზისია. რეალური პატიების შემდგომ ურთიერთობა ახალ ცხოვრებას იწყებს ტრანსფორმირებული მიმართებებით.

პატიების იდეის პოპულარიზაციისა და მისი მნიშვნელობის სიღრმის გათავისების თვალსაზრისით დიდი როლი ჰქონდათ ისეთ ლიდერებს, რომლებიც მთელს მსოფლიოში მაღალი ავტორიტეტით სარგებლობდნენ; ამგვარი ლიდერები იყვნენ, მაგ., ამერიკელი უფლებადამცველი, რასიზმისა და სოციალური უთანასწორობის წინააღმდეგ მებრძოლი, 1964 წლის ნობელის მშვიდობის პრემიის ლაურეატი მარტინ ლუთერ კინგი;



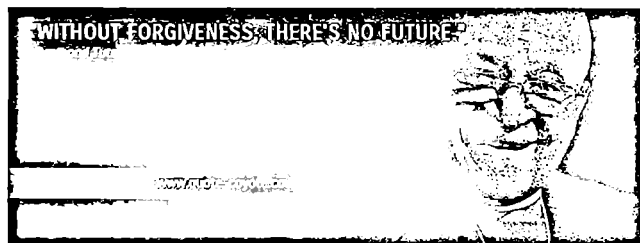
მარტინ ლუთერ კინგი (1929 - 1968)

ინდოეთის სულიერი და პოლიტიკური ლიდერი, ძალადობისა და ტერორიზმის წინააღმდეგ მებრძოლი, სატიაგრაჰას¹⁶ ფილოსოფიის ავტორი მაჰატმა განდი;



მაჰატმა განდი (1869 - 1948)

სამხრეთ აფრიკელი სასულიერო მოღვაწე, ანგლიკანური არქიეპისკოპოსი, აპართეიდის¹⁷ ოპონენტი, 1984 წლის ნობელის მშვიდობის პრემიის ლაურეატი დესმონდ ტუტუ და სხვები.



დესმონდ ტუტუ (1931)

¹⁶ სატიაგრაჰა (სანსკრიტი: **सत्याग्रह** [satyāgraha] „მეუპოვებობა ჭეშმარიტებაში“) - დამოუკიდებლობისათვის არაძალადობრივი ბრძოლის ორი ფორმა ინდოეთში ინგლისის კოლონიალური ბატონობის პერიოდში: არაკოოპერაცია და სამოქალაქო დაუმორჩილებლობა. სატიაგრაჰას მიზანი **მოწინააღმდეგის მოკავშირედ და მეგობრად გადაქცევა**, რამდენადაც მიიჩნევა, რომ სინდისზე აპელირება (მომართვა) გაცილებით ეფექტურია შიშსა და ძალადობასთან შედარებით. ძალადობა, ადრე თუ გვიან, მეტი ძალადობის მიზეზი ხდება, ძალადობის უარყოფა კი - ბოროტების სპირალს წვეცეს და **მოწინააღმდეგის თანამზრახველად ტრანსფორმაციის** საშუალებას აჩენს. მაჰატმა განდის სატიაგრაჰა არა სუსტის, არამედ სულით ძლიერის იარაღად მიაჩნდა.

¹⁷ აპართეიდი (აფრიკანსი: *Apartheid* „განცალკევება“) - 1948 - 1990 წწ. სოციალური სისტემა სამხრეთ აფრიკაში, რასობრივი დისკრიმინაცია.

საზოგადოებისა და საზოგადოებრივი აზრის ლიდერებმა¹⁸ უნდა წახალისონ სა-
კონტაქტო პლატფორმების ფორმირება (შექმნა, ორგანიზება, ჩამოყალიბება) იმ ჯგუ-
ფთათვის, ვინც საკუთარ თავს დე-კატეგორიზაციისა და რე-კატეგორიზაციის (ხელ-
ახალი კატეგორიზაციის) ავანგარდში მოიაზრებენ.

ამგვარი ჯგუფების მიზანს კი უნდა წარმოადგენდეს:

ერთმანეთის შესახებ პოზიტიური ცოდნის აკუმულირება;

საერთო მიზნების იდენტიფიკაცია;

- განსხვავებულთა შორის საერთო შემხებლობის განსაზღვრა;
- კოალიციებს შორის კოოპერაციის (თანამშრომლობის) გამყარება.

ინტერპერსონალურ თანამოაზრედ ტრანსფორმაციის კომპლექსურ პროცესში უნ-
და გვახსოვდეს, რომ:

ინტერკულტურული კომუნიკაციის კომპეტენცია მოიცავს როგორც პერ-
სონალურ (ინდივიდუალურ), ისე კულტურულ-სპეციფიკურ და კონ-
ტექსტუალურ ასპექტებს;

ინტერკულტურული კომუნიკაციის ოთხი ინდივიდუალური კომპონენ-
ტია: მოტივაცია, მიმართება (დამოკიდებულება), ქცევა და უნარი;

¹⁸ თანამედროვე საზოგადოებრივი აზრის ლიდერები, - ავტორიტეტები, - არ, ან აღარ არიან პოლიტი-
კური ფიგურები, - პოლიტიკოსები, - პოლიტიკური მოღვაწეები. გარკვეული იმედგაცრუებების, იმი-
ჯების გადაფასების, პოსტმოდერნის ეპოქაში გაჩნდნენ ახალი ტიპის საზოგადოებრივი აზრის ლიდე-
რები, რომელთა ავტორიტეტი ჯერ კიდევ გაუცვეთელია, პირადი მაგალითი კი შთამბეჭდავი და
მრავალთათვის ინსპირაციის წყარო. თანამედროვე საზოგადოებრივი აზრის ლიდერის კარგი მაგა-
ლითია პაკისტანელი გოგონა **მალალა იუსაფზაი**, - უფლებადამცველი, ბლოგერი, 2014 წლის ნობელის
შვიდობის პრემიის ლაურეატი, *Nora Bene* ყველაზე ახალგაზრდა ლაურეატი (17 წლის ასაკში). ციტატა
ავტობიოგრაფიული თხზულებიდან „მე ვარ მალალა“ ცხადყოფს მისი პიროვნების მახასიათებლებს:
„ორი შესაძლებლობა მქონდა: ჩუმად ვყოფილიყავი და დავლოდებოდი, როდის მომკლავდნენ, ან
მეთქვა სათქმელი და ისე მოვმკვდარიყავი. მე მეორე ვარიანტი ამოვირჩიე - გადავეწყვიტე, მელაპარაკა.“
თანამედროვე ახალგაზრდებისათვის ავტორიტეტული ფიგურაა **ემა უოთსონი**, - დაუფინყარი ჰერმიო-
ნი როულინგის „პოტერიანას“ კინოფილმებიდან, რომელიც გაეროს კეთილი ნების ელჩი გახდა და
თავის ავტორიტეტს გენდერული თანასწორობის თემატიკის აქტუალიზაციისა და ქალთა უფლებების
გაფართოებისათვის იყენებს.

- კომპეტენციის დონეებია: ერთი მხრივ, გაუცნობიერებელი vs. გაცნობიერებული არაკომპეტენტურობა, მეორე მხრივ კი, გაუცნობიერებელი vs. გაცნობიერებული კომპეტენტურობა;
- ინტერპრეტაციული და კრიტიკული პერსპექტივები აძლიერებს კონტექსტუალური შეზღუდვების აუცილებლობას.

ნაშრომის დანიშნულების რეზიუმე

1. „ინტერკულტურული კომუნიკაცია ინტერდისციპლინარულ კონტექსტში“ კურსის ფარგლებში შეისწავლება:

ინტერკულტურული კომუნიკაციის რელევანტური პრინციპები, კერძოდ:

- ✓ კომუნიკაციური თეორიის განსხვავებული მოდელები;
- ✓ ვერბალური და ნონვერბალური კომუნიკაციის ნიუანსები;
- ✓ კომუნიკაციის ინსტრუმენტარიუმის სტრატეგიული მიქსი.

- პოლიტიკური კომუნიკაციის სპეციფიკა;

კორპორაციული და სტრატეგიული კომუნიკაციის მენეჯმენტი;

ძალაუფლების, როგორც სოციალური ფენომენის განსხვავებული კონცეფციები;

თანამედროვე ლიდერობის რელევანტური ასპექტები;

კულტურისა და სოციუმის კომპლექსური კორელაციები;

მულტიკულტურული განათლების ფუნდამენტური პრინციპები;

კომუნიკანტთა ინტერპერსონალურ თანამოაზრედ ტრანსფორმაციის პერსპექტივები;

ამაღლდება ინტერკულტურული ცნობიერება და სენსიტიურობა;

- შეისწავლება მულტიკულტურულ გარემოში ადაპტაციისა და ეფექტური კომუნიკაციის სტრატეგიები, - როგორც თანამედროვე გლობალურ სამყაროში წარმატებული კარიერის უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი.

2. „ინტერკულტურული კომუნიკაცია ინტერდისციპლინარულ კონტექსტში“ კურსი ორიენტირებულია ფუნდირებული თეორიული ცოდნისა და პრაქტიკული კომპონენტების თანაზომიერ ინტეგრაციაზე, შესაბამისად სტუდენტი შეძლებს:

- შეპენილი ინტერკულტურული კომპეტენციის საფუძველზე თანამედროვე, მაღალი კონკურენციისა და პულსაციის კონტექსტში ტრანს- და მულტი-ნაციონალურ გარემოში სწრაფ ადაპტირებას;
- მულტიკულტურულ კონტექსტში ორიენტაციასა და ეფექტურ კომუნიკაციას კომუნიკაციური იერარქიის სხვადასხვა დონეზე, რაც წარმატებული კარიერისა და კურიკულუმის ფართო შესაძლებლობების საწინდარია როგორც საკუთარ სამშობლოში, ისე მის ფარგლებს გარეთ;
- კულტურის პოლიემიური ცნების სრულფასოვან გააზრებას და შესაბამისად კულტურული მრავალფეროვნების ადეკვატურ აღქმას;
- თვალსაწიერისა და ჰორიზონტის გაფართოებას, რაც, თავის მხრივ თეზაურუსის გამდიდრებას გულისხმობს.

3. „ინტერკულტურული კომუნიკაცია ინტერდისციპლინარულ კონტექსტში“ მიზნად ისახავს შემდეგი კომპეტენციების განვითარებასა და დახვეწას:

- ვერბალური და ნონვერბალური (არავერბალური) კომუნიკაციების თანამედროვე ტექნოლოგიების გაცნობისა და გაცნობიერების საფუძველზე ჯგუფური, ინტერჯგუფური, ინტერპერსონალური და ინტერკულტურული კომუნიკაციის ტექნიკის ათვისება;
- ეფექტური, შედეგზე ორიენტირებული კომუნიკაციური ჩანაფიქრისა და ინტენციის (განზრახულობის) შესაბამისი კომუნიკაცია თანამედროვე სტანდარტების მეტყველების, პრეზენტაციისა და თვითპრეზენტაციის ფორმატებში;
- გლობალურ ინტერკულტურულ კონტექსტში სრულფასოვანი კომუნიკაცია კომუნიკაციური იერარქიის ყველა დონეზე.

ეთნოკულტურული სტერეოტიპების რეს. კლიშეების კალენდოსკოპი¹⁹

გერმანელები

- ☐ წესრიგის მოყვარულები;
- ☐ ბუნქტუალურები;
- ☐ სიდრმისელები;
- ☐ პირდაპირები;
- ☐ სანდოები;
- ☐ მიზანდასახულები;
- ☐ ბიუროკრატულები;

ინგლისელები

- ☐ კონსერვატორები;
- ☐ თავშეკავებულები;
- ☐ ქედმაღლები;
- ☐ ალკოჰოლის მოყვარულები;
- ☐ ინდივიდუალისტები

ფრანგები

- ☐ ელევანტურები;
- ☐ გურმანები;
- ☐ არაბუნქტუალურები;
- ☐ სნობები;

იტალიელები

ექსპრესიულები;
ემოციურები;
მოდის მიმდევრები;
ხასიათებიან დედის მიმართ განსაკუთრებული პატივისცემითა და მოწონებით;

ლათვიელები

- ☐ თავშეკავებულები;
- ☐ ინტრავერტები;
- ☐ ხშირად გამოთქვამენ უკმაყოფილებას;

შვედები

- ☐ ნაკლებ კომუნიკაბელურები;
- ☐ მშვიდები;
- ☐ კანონმორჩილები;
- ☐ კარგად ორგანიზებულები;

¹⁹ მოყვანილი სტერეოტიპები / კლიშეები შემთხვევითი შერჩევის პრინციპით ამონარიდებია ინტერნეტსივრიდან (სხვადასხვა სტატიის, კომენტარის, ბლოგპოსტის საფუძველზე) და არ აქვს ამომწურავობის პრეტენზია, მათი მიზანი მხოლოდ მოკლე ილუსტრირება და მკითხველის ინტერესის გაღვივებაა, ამასთან აქცენტირებულია უმეტესად პოზიტიური სტერეოტიპები / კლიშეები.

ნეპალელები

მშვიდობისმოყვარე
გარიყულები;
რელიგიურები;
ტოლერანტულები;

პოლანდიელები

- ☐ ტოლერანტულები;
- ☐ გახსნილები;
- ☐ კრეატიულები;

რუსები

- მაშაეები;
- მელანქოლიურები;
- ☐ ნაკითხები;
- ☐ ალკოჰოლის დიდი
ოდენობით
მომხმარებლები;

ამერიკელები

- ☐ პრაგმატულები;
- ☐ ლაღები;
- ☐ კომუნიკაბელურები;
- ☐ ოპტიმისტები;
- ☐ ზედაპირულები;

ირლანდიელები

- ☐ სიტყვის
დიდოსტატები;
- ☐ ენაშვილები;
- ☐ თვითირონიულები;

შოტლანდიელები

- ☐ გულადები;
- ☐ უშიშრები;
- ☐ მომჭირნეები;
- ☐ წითურები;

ბრაზილიელები

- ☐ ცეცხოვანები;
- ☐ ვნებიანები;
- ☐ გახსნილები;
- ☐ მოყირვებულები;

მექსიკელები

- ☐ ოჯახის, ტრადი-
ციებისა და ჩილის
მოყვარულები;
- ☐ დღემეხვადიელები
(mañana-მენტა-
ლიტეტი);

იაპონელები

- ☐ შრომისმოყვარეები;
- ☐ თავაზიანები;
- ☐ გებობილები;
- ☐ ნატიფები;
- ☐ თანამედროვე ტექნოლოგიების მიმართ განსაკუთრებული პრეფერენციით;

ესპანელები

- ☐ ტემპერამენტიაანები;
- ☐ მოსიყვარულები;
- ☐ ხმაურიანები;
- ☐ დახვეწილები;

ჩინელები

- ☐ დაუღლეები;
- ☐ ბეჯითები;
- ☐ წინდახედულები;
- ☐ ფრთხილები;
- ☐ ბოლომდე გამოუცნობები / განუპვრეტელები;

ინდოელები

- ☐ კასტურ-იერარქიული მენტალიტეტის მქონენი;
- ☐ ასკეტურები;
- ☐ ოქროსა და სამკაულის მოყვარულნი;
- ☐ კომპიუტერული ინჟინერიის პრეფერენციით;
- ☐ სუნელების მოყვარულნი;

პერუელები

ამაყები;
თავაზიანები;
არაპუნქტუალურები
("la hora peruana");
განსაცდელს ხვდებიან
სტიკური სიმშვიდით;
ახასიათებთ შავი
იუმორი;

ეგიპტელები

კომუნიკაბელურობი;
თვითკმაყოფილები;
ზანტები;
ვაკრობის აღღოს
მკონენი;

ზერმენი

- ☐ ამაყები;
- ☐ სტუმართმოყვარენი;
- ☐ ოჯახზე
- ☐ ორიენტირებულები;
- ☐ სპონტანური
- გადაწყვეტილებების
- მოყვარულნი;

აესტრიელები

ხალისიანები;
თავაზიანები;
პირფერები;
დიპლომატიურები;
შინაგანი ხიბლით;

უკრაინელები

- ☐ მამაცები;
- ☐ თავისნათქვამები;
- ☐ უტეხები;
- ☐ ჯიუტები;
- ☐ ტლანქები;
- ☐ ზორბები;

შვეიცარიელები

ზეპუნქტუალურები;
აროგანტულები;
დისტანციურები;
ზედმიწვენითი

სისუფთავის

მოყვარულები;

აკურატულები;

ესტონელები

- ☐ რაციონალურები;
- ☐ მოკრძალებულები;
- ☐ შშვიდები;
- ☐ სიტყვაბუნწები;
- ☐ გულჩათხრობილები;
- ☐ წელები;
- ☐ თანამედროვე
- ტექნოლოგიით
- დაინტერესებულები;

ავსტრალიელები

- ☐ ყურადღებრიანები;
 - ☐ დამხმარეები;
 - ☐ უდარდელნი;
 - ☐ გარუჯულები;
 - ☐ მალალი
- ეროვნული
ცნობიერების
მქონენი;

ბოლონელები

- რელიგიურები;
 - ☐ უხასიათოები;
 - ☐ წუწუნის
- მოყვარულები;
- ☐ ხელმარჯვეები,
- გაწაფულები;

ქართველები

- სტუმართმოყვარეები;
- ამაყები;
- ამბიციურები;
- სიცოცხლის
- მოყვარულები;
- [?] მუსიკალურები;
- ემოციურები;

დანიელები

- უმულოები
(საყოველთაოდ
მიღებულია კონ-
ტაქტის შენობითი
ფორმები ზედმეტი
ფორმალუბის
გარეშე);
- არადოგმატურები;
- ტოლერანტულები;
- ☐ გახსნილები;
 - ☐ სიმყუდროვის
- მოყვარულები;

პორტუგალიელები

- ☐ ამაყები;
 - ☐ გულისხმიერები;
 - ☐ თავშეკავებულები;
 - ☐ მოკრძალებულები;
 - ☐ მომთმენნი;
 - ☐ იმპროვიზაციის
- მოყვარულები;
- ხალისიანები;
- იდელისტები;
- მელანქოლიურები;

**ინტერკულტურული კომპეტენციისა და ცნობიერების ამაღლების მიზნით
შესასრულებლად რეკომენდებული დავალებები**

ა) შექმენით ტექსტები / ესეები ქვემოთ მითითებულ თემატიკაზე პირობითი სათაურით:

- ☐ „ზოგჯერ თქმა სჯობს არათქმასა, ზოგჯერ თქმითაც დაშავდების“;
- ☐ „ბრძნად მეტყველებამ ვეცხლი არს წმიდამ, ხოლო დუმილი ოქროჲ რჩეული“;
- ☐ სიტყვა;
- ☐ მრავალფეროვნება: მრავალფეროვნების ცნების ჩემული აღქმა;
- ☐ ჩემი სისუსტე;
- ☐ ღირსება;
- ☐ ჩემი ცხოვრების მოტო / კრედო;
- ☐ კულტურის პოლიემიური ცნება და ჩემი ასოციაციები;
- ☐ კულტურის როლი ორგანიზაციის ფორმირებაში;
- ☐ ლიდერი მულტიკულტურულ გარემოში;
- ☐ პრობლემის იმპროვიზაციული გადაწყვეტის ვარიანტები სიმულაციურ / იმიტირებულ ფორსმაჟორულ სიტუაციებში;
- ☐ უქმნის თუ არა თანამედროვე გარემო საფრთხეს კულტურულ მრავალფეროვნებას;
- ☐ რამდენად მისაღებია პროპაგანდა კეთილშობილური მიზნებისათვის;
- ☐ ავტოპორტრეტი / ავტოპრეზენტაცია: მე;
- ☐ Curriculum Vitae;
- ☐ სად ვხედავ საკუთარ თავს 10 წლის შემდეგ;

ბ) Power-Point-Slide-Presentation ფორმატში წარმოადგინეთ თქვენ მიერ შერჩეული ქვეყნის პრეზენტაცია, რომელიც აუცილებლად უნდა ითვალისწინებდეს შემდეგ ასპექტებს, კერძოდ, შერჩეული ქვეყნის:

- ☐ საბაზისო ინფორმაციულ მონაცემებს;
- ☐ მოკლე ისტორიულ ექსკურსს;
- ☐ კულტურულ მემკვიდრეობას / ფონს;
- ☐ მენტალიტეტს;
- ☐ თანამედროვეობას;
- ☐ გამოწვევებს.

პრეზენტაციის წარდგენამდე სასურველია, ახსნათ თქვენი პრეფერენცია მოცემული ქვეყნის მიმართ, - რამ განაპირობა თქვენი არჩევანი / ინტერესი და რასთან ასოცირდება თქვენთვის მოცემული ქვეყანა.

წიგნში გამოყენებულ ზოგიერთ ტერმინთა განმარტება

ა

ადრესანტი (გერმ. Adressant - გზავნილის, შეტყობინების გამგზავნი) - კომუნიკაციური მოდელის ერთ-ერთი ცენტრალური პარამეტრი: ინფორმაციის გამგზავნი, აქტიური კომუნიკანტი / კომუნიკატორი.

ადრესატი (გერმ. Adressat - გზავნილის, შეტყობინების მიმღები) - კომუნიკაციური მოდელის ერთ-ერთი ცენტრალური პარამეტრი: ინფორმაციის მიმღები.

აქტორი (ფრანგ. acteur - მოქმედი) - კომუნიკაციური პროცესის მონაწილე, აქტიური კომუნიკანტი, სემანტიკურ-პრაგმატული თვალსაზრისით ერთგვარი მეტაროლი (მაკროროლი): ინდივიდუალური აქტორი კომუნიკაციური პროცესის სუბიექტია, ზეინდივიდუალური აქტორი კი ორგანიზაცია, სტრუქტურა, ჯგუფი, სახელმწიფო, გლობალური მოთამაშეა, რომელსაც შეუძლია ტრანსნაციონალური ინტერესების არტიკულაცია.

ბ

ბიჰევიორიზმი (ინგლ. behavior - ქცევა) – ამერიკაში (აშშ) XX საუკუნის პირველ ნახევარში პრაგმატული ფსიქოლოგიის წამყვანი მიმართულება, რომელიც ფოკუსირებულია არა ცნობიერებაზე, არამედ ქცევაზე.

დ

დეფინიცია (ლათ. definitio - შემოსაზღვრა, განსაზღვრება) - ტერმინის, ცნების არსის განსაზღვრება, განმარტება.

დომენი (ფრანგ. domaine < ლათ. dominium - საკუთრება, მფლობელობა) - განზომილება, სფერო; სამეცნიერო დისციპლინებში: მოქმედების, გავრცელების სფერო; ცოდნის მენეჯმენტში: ვიწრო სპეციალიზაციის განზომილება.

ეგზეგეტიკა (ბერძ. ἐξήγησις [exēgesis] - ახსნა, განმარტება) - საღვთისმეტყველო კანონიკური ტექსტების ინტერპრეტაციისა და სიღრმისეული წვდომის თეორია.

ედიტორიალი (ინგლ. edit - რედაქტირება) - ბეჭდურ მედიაში რედაქტორის ან გამომცემლის საავტორო სტატია, რედაქტორის სვეტი, რომელიც მოცემული გამოცემის, სარედაქციო საბჭოს მოსაზრებებს აფიქსირებს აქტუალური საკითხის თუ საკითხების თაობაზე.

ექსპლიციტური (გერმ. explizit < ლათ. explicitus - აშკარად გამოხატული) - აშკარად, ცალსახად, არაოროზროვნად გამოხატული, აღნიშნული, დაფიქსირებული; ენის ზედაპირულ სტრუქტურაში დიფერენცირებულად ჩამოყალიბებული.

თ

თეზაურუსი (ბერძ. θησαυρός - განძი, საუნჯე, მარაგი) - სიტყვათა მარაგი, ფონური ცოდნა. წიგნში თეზაურუსს ფართო დაცეირთვა აქვს და კომუნიკანტთა ენობრივ და არაენობრივ ხატებს, გამოცდილებას, თვალსაწიერსაც მოიცავს.

ი

იმპლიციტური (ლათ. implicit - ნაგულისხმევი) - ნაგულისხმევი, ის, რაც ენის ზედაპირულ სტრუქტურაში აშკარად არ არის გამოხატული, აღნიშნული, დაფიქსირებული.

ინტენცია (ლათ. intendere - სწრაფვა, მიზანი) - კომუნიკაციური ჩანაფიქრი, მიზანი, განზრახვა, განზრახულობა.

კ

კოგნიცია (ლათ. – cognoscere – შეცნობა, შემეცნება) - შემეცნება, ინფორმაციის გადაღება სხვადასხვა ოპერაციის ერთობლიობა.

კომუნიკაცია (ლათ. communicāre – გაზიარება, communicatio – შეტყობინება) - ლინგვისტიკასა და ენის ფილოსოფიაში: ინტენციონალური. ქმედება, რომლის მიზანია სხვას ამცნოს, შეატყობინოს, გაუზიაროს.

კომუნიკირებენ - აქტიურ კომუნიკაციის პროცესში იმყოფებიან, ინფორმაციას ცვლიან.

კონვერზაცია (ლათ. conversatio – ურთიერთობა) - ვერბალური კომუნიკაციის ტიპი, კონვენციონალური, უმეტესად ფორმალიზებული საუბარი, ინტერაქცია.

კროსკულტურული (ინგლ. cross-cultural – კულტურათშორისი) - კულტურათშორისი, ტრანსკულტურული, ინტერკულტურული. ტერმინი ძირითადად გამოიყენება კულტურათშორისი კვლევებისა და შედარებითი ანალიზის ფარგლებში.

8

მაქსიმა (ლათ. maxima – ძირითადი, უმაღლესი) - ლაკონურად ჩამოყალიბებული უმაღლესი ლოგიკური ან ეთიკური პრინციპი, ნორმა.

მისკომუნიკაცია (ინგლ. miscommunication – არასწორი კომუნიკაცია) - პრობლემატური კომუნიკაცია, კომუნიკაციურ განზრახულობასა და ჩანაფიქრს აცდენილი კომუნიკაცია.

მოდალობა, მოდუსი (ლათ. modus – საზომი, სახე, ტიპი, მიმართება) - კომუნიკანტის დამოკიდებულება კომუნიკაციური პროცესის, თემის, კონტექსტის მიმართ.

6

ნონვერბალური (nonverbal ლათ. < non + verbum – არასიტყვისმიერი) - არაენობრივი, არასიტყვისმიერი, ვერბალური, სიტყვიერი კოდის მიღმა.

3

პრესუპოზიცი (ლათ. praesupponere – გულისხმობა, დაშვება, წინაპირობა) - ენის ფილოსოფიასა და ლინგვისტიკაში იმპლიციტური (ნაგულისხმევი) დაშვება.

რ

რელევანტური (ლათ. relevare - აწევა, ამაღლება) - მნიშვნელოვანი, არსებითი.

რეციპიენტი (ლათ. recipere - მიღება) - სემანტიკურ-პრაგმატული როლი, რომელიც მოიცავს მიმღებს, აღმქმელს, მსმენელს, მკითხველს, დამთვალეირებელს. როგორც წესი, რეციპიენტი კომუნიკაციურ მოდელში ადრესატია.

ს

სემიოტიკა (ბერძ. σημειον - ნიშანი) - იკვლევს ნიშანთა სისტემების ფუნქციონირების ზოგად კანონზომიერებებსა და პრინციპებს.

სენსიბილიზება (ლათ. sensibilis - გრძნობადი, გრძნობის ორგანოებით აღქმადი) - მგრძნობელობის გაზრდა, გაფაქიზება; კომუნიკაციისა და ფილოსოფიის კონტექსტში სენსიბილიზება პიროვნების მგრძნობელობის გაძლიერებაა, რომელიც გამოწვეულია პასიური ან აქტიური იმპულსებით და მიმართულია ინდივიდის ემოციური, კოგნიტური და მოტივაციური მდგომარეობის შეცვლისაკენ.

ტ

ტოპიკი (ბერძ. τόπος - ადგილი) - რიტორიკაში გამოყენებული ცნება, რომელიც არ-გუმენტაციის ხერხებსა და მეთოდებს გულისხმობს. პრაგმატიკასა და კომუნიკაციის კვლევებში ტოპიკალიზაცია აქტუალიზაცია, აქცენტუაცია, ფოკუსირება, ხაზგასმია, შესაბამისად ტოპიკი ინტერაქციის მთავარი თემაა.

ქ

ქეისი (ინგლ. case - საქმე, შემთხვევა) - კომუნიკოლოგიაში, მარკეტინგში, PR-ტექნოლოგიებსა და მენეჯმენტში კონკრეტული შემთხვევის, ხდომილების საილუსტრაციო, დეტალური აღწერა-თხრობა სტრატეგიული, განზოგადებული დასკვნების გამოტანის მიზნით; შტუდია.

შ

შტუდია (ლათ. *studere* - სწრაფვა, ძალისხმევა, გარჯა) - დეტალური კვლევა, შესწავლა, სამეცნიერო კვლევა, ნარკვევი.

ჰ

ჰაბიტუსი (ლათ. *habitus* - გარეგნობა, იერსახე, თავდაპერა) - გარეგნობა, აღნაგობა, კონსტიტუცია, იერსახე. კომუნიკაციაში ჰაბიტუსი მნიშვნელოვანი არავერბალური კოდია, რომელიც ექსტრა- და პარალინგვისტურ ფაქტორებს მოიცავს.

ჰერმენევტიკა (ბერძ. ἑρμηνεύειν [*hermeneúein*] - ახსნა, განმარტება) - ტექსტების სიღრმისეული წვდომის, ინტერპრეტაციისა და კვლევის თეორია.

ავტორის შესახებ

ირინე ცინცაძე კომპარატიული ლინგვისტია ინტერესთა და ექსპერტიზის ფართო სფეროთი, რომელიც მათ შორის სტრატეგიული და ინტერკულტურული კომუნიკაციების კვლევის ინტერდისციპლინარულ ასპექტებსაც მოიცავს.

ირინე ცინცაძე ფლობს ფრანკფურტის იოჰან ვოლფგანგ ფონ გოეთეს სახ. უნივერსიტეტის ფილოსოფიის დოქტორისა და გერმანული ფილოლოგიის მაგისტრის (თბილისის ივანე ჯავახიშვილის სახ. სახელმწიფო უნივერსიტეტი) აკადემიურ ხარისხებს.

ირინე ცინცაძის ინტერკულტურული კომპეტენცია ფუნდირებულ თეორიულ ცოდნასთან ერთად ეფუძნება მის მრავალწლიან პირად გამოცდილებას: როგორც კონრად ადენაუერის ფონდის სტიპენდიანტი, შემდგომში კი ალუმნა, იგი მრავალი საერთაშორისო ფორუმისა თუ კონფერენციის დელეგატი და მომხსენებელია. კონრად ადენაუერის ფონდის ეგიდით გამართულ შეხვედრებსა და სემინარებზე გერმანიის ფედერაციული რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა სამინისტროში, კონრად ადენაუერის აკადემიაში, ფედერალურ ბუნდესტაგში, ფედერალურ მხარეთა ლანდტაგებში, ევროპარლამენტში, ევროპის ცენტრალურ ბანკში, სხვადასხვა რენომირებულ ფონდებში ირინე ცინცაძე საერთაშორისო მულტიპლიკატორად ჩამოყალიბდა და საკუთარი მოღვაწეობის ერთ-ერთ მთავარ მიზნად კულტურათაშორისი დიალოგის ხელშეწყობა აქცია.

ABSTRACT

The study of intercultural communication takes on special significance. Those who study, teach, and conduct research in intercultural communication face an increasing number of challenges and difficult questions, such as: Is it enough to identify differences between several cultures and diverse verbal and nonverbal codes? How can we use our intercultural background and communication skills to help enrich our lives and the lives of those around us? Can intercultural communication scholars promote a better world for all?

Such questions are driven by rapidly changing world in the epoch of globalization, internet technologies and cultural dynamics. Thus the author emphasized the growing demand for intercultural competence in modern society.

The foundation of intercultural communication theory and research has always been interdisciplinary in view of the complexity and variety of the thematic fields.

This textbook addresses the core issues and concerns of intercultural communications by integrating interdisciplinary perspectives. The book contains a broad spectrum of problems, - directly linguistic, particularly sociolinguistic and semiotic as well as nonverbal ones, modern configurations of receiving, processing and dissemination of information, specific of political and strategic communication, types and management of corporate communication, strategic mixture of communicative instruments, style and specific of business communication, different conceptions of power as a social phenomenon, complex of problems of leadership theory, aspects of correlation between culture and society, core issues of globalization and intercultural communication, intergroup relations, ethnic-cultural stereotypes, intercultural alliances.

The book includes the modern context of complex systems of verbal and nonverbal communication as well as relevant principles of intercultural communication. The work provides an overview of the different models of communication theory. The book deals with various questions of conversational ethics, coping of stress, managing of intercultural conflict, core issues of political media discourse, interferences of social media and intercultural communication, problems of virtual identities, challenges of globalization.

In this book, the author hopes to move students gradually to the notion of a dialectical framework for thinking about cultural issues. Students are offered a number of ways to begin thinking critically about intercultural communication in a dialectical manner. These include:

An explicit discussion of differing research approaches to intercultural communications.

Ongoing Attention to history, traditions, ethnic mental cultural codes, popular culture and identity as important factors in understanding intercultural communications.

- Incorporation of author's own personal experiences to highlight particular aspects of intercultural communication.

„Intercultural Communication in Interdisciplinary Context“ is designed in ten chapters.

In chapter 1 the basic principles of communication are considered: definition, universal model of communication, axioms and frames of communication and other essential issues such as components of communication competence.

Chapter 2 introduces excursus in semiotics. The following topics are explored: Semiosis vs. representation, signs, meaning vs. designation / notation (F. de Saussure, C. S. Peirce), representation term, denotation vs. connotation vs. annotation, specific criteria of signs, code vs. text, typology by C. F. Hockett, correlation between culture and language.

Chapter 3 deals with the core issues of verbal communication such as determination of verbal sign, classes of triadic signs, language as a classification system, linguistic universals vs. linguistic interferences, the Theory of Communicative Action (Jürgen Habermas), Pragmatics / Theory of Speech Acts (John L. Austin), presupposition, discourse, Conversation Ethics, Theory of Conversational Implicature and Conversational Maxims (Paul Grice), intercultural perspective etc.

Chapter 4 explores nonverbal communication: proxemics, gestures, tactile actions, kinesics etc.

Chapter 5 is focused on political communication. The following issues are analyzed: Mass communication in the information society, political discourse, political media discourse and image importance for the postmodern auditorium.

In chapter 6 power as social phenomenon as well as different theories are discussed, concepts and models of power and leadership (M. Crozier, T. Parsons, F. E. Fiedler, P. Hersey & K. H. Blanchard, V. Vroom & P. Yetton), power vs. influence vs. authority vs. force, mechanisms of control of power, major characteristics of charismatic leader, correlation between emotional intelligence and effectiveness of the leader, factor and types of trust, leader vs. manager.

Chapter 7 is dedicated to the corporate and strategic communication and communication management. The author emphasizes the special role of innovation management, corporate social responsibility and the specific of international operations in the context of globalization.

Chapter 8 is focused on complex correlation between the culture and society and their impact on intercultural communication. The problems of culture definitions, essence of culture, cross-cultural influences, cultural diversity, cultural relativism, traditions, stereotypes, identity vs. identification vs. self-identification, collective intelligence are expounded.

Chapter 9 is concerned with globalization and intercultural communication. The following topics are discussed: dialogue and alliance of Civilizations, cosmopolitanism, intercultural communication, ABCD – model by I. Abram, critical incidents, Benett – scale / Development Model of Intercultural Sensitivity, intercultural communication levels, social media vs. intercultural communication, some aspects of virtual identity.

Finally, in chapter 10 some aspects of intercultural communication are focused, to wit co-cultural communication, productive vs. destructive conflict, striving for engaged and effective intercultural communication, entering into dialogue and becoming interpersonal allies.

The book includes a compendium of purpose of this work as well as an appendix with kaleidoscope of ethnic-cultural stereotypes and clichés, homework assignment, explanatory notes of some terms, brief information about the author and an extensive bibliography. An index of contents is given at the end of the book.

The author hopes that this book provides the tools needed to think about intercultural communication, as a way of understanding the challenges and recognizing the advantages of living in a multicultural world.

About the Author

Dr. Irine Tsintsadze is comparative linguist with superior expertise in a wide sphere of interests, including amongst others researching interdisciplinary aspects of strategic and intercultural communication.

Irine Tsintsadze holds Ph.D. in Philosophy from Johann Wolfgang Goethe-University Frankfurt Main, Germany and MA' in Germanic philology from Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Georgia.

Dr. Irine Tsintsadze's intercultural competence based on sound theoretical knowledge and is combined with her multiyear personal experience as a scholar and later an alumna of Konrad-Adenauer-Foundation (KAS) as well as multiple scholar and currently an alumna of German Academic Exchange Service (DAAD). As a Konrad-Adenauer-Foundation fellow and alumna Dr. Tsintsadze is a delegate and a lecturer at several renowned international conferences throughout EU. Under the aegis of Konrad-Adenauer-Foundation organized symposia, meetings, workshops, seminars, conferences at Federal Foreign Ministry of Germany, Konrad Adenauer Academy, Federal Parliament of Germany (Bundestag), Parliaments of German Federal Lands (Landtage), European Council, European Parliament, European Central Bank, several renowned foundations Dr. Irine Tsintsadze has been established as an excellent international multiplier. One of her main purposes is the promotion and contribution to intercultural dialogue as well as improvement of intercultural competence and awareness for the better world.

ბიბლიოგრაფია

- Abram, I. [http://www.fasena.de/download/forschung/Abram%20\(2001\).pdf](http://www.fasena.de/download/forschung/Abram%20(2001).pdf), 2001
- Adamzik, K. *Sprache: Wege zum Verstehen*. Tübingen, Basel: Francke Verlag, 2010
- Adorno, T. W. *Drei Studien zu Hegel*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1963
- Ailes, R. & Kraushar, J. *You Are the Message: Secrets of the Master Communicators*, 1988
- Allport, G. *The Nature of Prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1954
- Ang, J. *Multiculturalism*. In: *New Keywords: A revised vocabulary of culture and society* by T. Benett, L. Grossberg, M. Morris & R. Williams (Eds.). Malden MA: Blackwell, 2005: 226-229
- Aristoteles *De interpretatione*. H. Weidemann (Hrsg.) Berlin: Walter de Gruyter, 2014
- Assmann, J. *Das kulturelle Gedächtnis: Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. 6. Aufl. München: Beck, 2007
- Austin, J. L. *How to Do Things with Words*. London: Oxford University Press, 1962 /1955
- Bales, R. F. *Interaction Process Analysis: A Method for the Study of Small Groups*. Cambridge, Mass.: Addison-Wesley, 1950
- Barthes, R. *Elemente der Semiologie*. Frankfurt am Main: Syndikat, 1979
- Baudrillard, J. *Simulacra & Simulation*. Michigan: University of Michigan Press, 1994

- Beck, U. *Die Erfindung des Politischen. Zu einer Theorie reflexivier Modernisierung.* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1993
- Behr, K.-M., Trepte, S. *Kommerzielles Blogging – medienethische Diskussionen zur Kennzeichnung von Werbung und PR in Weblogs.* In: Sabine Trepte, Uwe Hasebrink, Holger Schramm (Hrsg.): *Strategische Kommunikation und Mediengestaltung – Anwendung und Erkenntnisse der Rezeptions- und Wirkungsforschung.* Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, 2009 (= Reihe Rezeptionsforschung, Band 17): 225-251
- Bennett, M. J. *A developmental approach to training intercultural sensitivity.* In: *International Journal of Intercultural Relations* 10, 1986, 179-196
- Bennett, M. J. *Towards Ethnorelativism: A developmental model of intercultural sensitivity.* In: R. M. Paige (Ed.) *Education for the Intercultural Experience.* Yarmouth, Me: Intercultural Press, 1993
- Boas, F. *Kultur und Rasse.* Berlin: Gruyter, 1922
- Bremmer, J. N. *A Cultural History of Gesture: From Antiquity to the Present Day.* H. Roodenburg (Ed.) Cambridge: Polity Press, 1994
- Brislin, R. W. *Cross-cultural research methods: Strategies, problems, applications.* In: I. Altman, A. Rapoport & J. F. Wohlwill (eds.) *Human behavior and environment* 4, New York: Plenum 1980, 47-82
- Brislin, R. W. *Prejudice and intergroup communication.* In: W. Gudykunst (Ed.) *Intergroup Communication.* London: Edward Arnold, 1986

- Bruhn, M. *Marketing*. Wiesbaden: Verlag Dr. Th. Gabler, 2004
- Brummett, B. *Rhetoric in Popular Culture*. Second Edition. Thousand Oaks-London-New Delhi: SAGE Publications, 2006
- Burgoon, J. K. *Nonverbal Signals*. In: Mark L. Knapp, Gerald R. Miller (Eds.) *Handbook of Interpersonal Communication*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 1994: 229-285
- Burkhardt, A. *Politolinguistik. Versuch einer Ortsbestimmung*. In: Josef Klein/Hajo Diekmannshenke (Hrsg.): *Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation*. Berlin: De Gruyter, 1996 (= Reihe Sprache, Politik, Öffentlichkeit 7): 75-100
- Bußmann, H. (Hrsg.) *Lexikon der Sprachwissenschaft*. 3. Aufl. Stuttgart: Kröner, 2002
- Castells, M. *Communication Power*. Oxford-New York: Oxford University Press, 2009
- Castells, M. *Das Informationszeitalter*. 3 Bände: Band 1: *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*. Opladen: Leske-Budrich Verlag, 2001. Bd. 2: *Die Macht der Identität*. Opladen: Leske-Budrich Verlag, 2002. Bd. 3: *Jahrtausendwende*. Opladen: Campus Verlag, 2003
- Cheah, E. *Die Kraft der Musik. Das West-Eastern Divan Orchestra*. Mit einem Vorwort von Daniel Barenboim. München: Bertelsmann, 2009
- Chen, G. M. & Starosta, W. J. *Foundations of Intercultural Communication*. Lanham MD: University Press of America, 2005

- Chilton, P. A. *Analysing Political Discourse. Theory and Practice*. London: Routledge, 2004
- Coates, R. D. *Multiculturalism*. In: *International Encyclopedia of the Social Sciences*, vol. 5 2nd ed. by A. William (Ed.). Macmillan social science library. Detroit: Macmillan Reference USA, 2008: 316-318
- Collier, M. J. *A comparison of conversations among and between domestic culture groups*. How intra- and intercultural competencies vary. *Communication Quarterly*, 36, 1988: 122-144
- Collier, M. J. *Researching cultural identity: Reconciling interpretive and postcolonial perspectives*. In: D. V. Tano & A. González (Eds.), *Communication and identity across cultures*. Thousand Oaks, CA: SAGE, 1998: 122-147
- Collier, M. J. *Intercultural friendships as interpersonal alliances*. In: J. N. Martin, T. K. Nakayama & L. A. Flores (Eds.), *Readings in intercultural communications: Experiences and contexts*. Boston: McGraw-Hill, 2002: 301-310
- Corner, J. & Pels, D. *Media and the Restyling of Politics*. SAGE Publications, 2003
- Crozier, M. & Friedberg, E. *Macht und Organisation: Die Zwänge kollektiven Handelns*. Königstein im Taunus: Athenäum Verlag, 1979
- Crystal, D. *Prosodic systems and intonation in English*. London: Cambridge University Press, 1969
- Crystal, D. *The Cambridge Encyclopedia of Language*. London: Cambridge University Press, 1987
- De Saussure, F. *Cours de linguistique générale*. R. Engler (Ed.) Wiesbaden: Otto Harrassowitz, 1974

- Demorgon, J. & Molz, M. *Bedingungen und Auswirkungen der Analyse von Kultur(en) und interkulturellen Interaktionen.* In: Thomas Alexander (Ed.) *Psychologie interkulturellen Handelns.* Göttingen: Hogrefe, Verlag für Psychologie, 1996
- Derrida, J. *Die Stimme und das Phänomen. Ein Essay über das Problem des Zeichens in der Philosophie Husserls.* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1979
- Derrida, J. *Grammatologie.* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1983
- Derrida, J. *Die Schrift und die Differenz.* 2. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2003
- Deutsch, M. & Gerard, H. B. A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 51 (3), 1955, 629-636
- Deutsch, M. *The resolution of conflict: Constructive and destructive processes.* New Haven, CT: Yale University Press, 1973
- Deutsch, M. *A theoretical perspective on conflict and conflict re-solution.* In: D. Sandole & I. Sandole-Staroste (Eds.) *Conflict management and problem solving.* New York: New York University Press, 1987: 38-49
- Dijk, T. V. *Political Discourse and Political Cognition. Politics as Text and Talk: Analytic Approaches to Political Discourse.* Philadelphia: John Benjamins, 2002
- Durkheim, É. *Le suicide. Etude de sociologie.* Paris: Alcan, 1897
- Eco, U. *Die Kunst des Bücherliebens.* München: Carl Hanser Verlag, 2009

- Ekman, P. & Friesen, W. V. The repertoire or nonverbal behavior: categories, origins, usage and coding. *Semiotica* 1, 49-98, 1969
- Ekman, P. *Universals and cultural differences in facial expressions of emotion*. Nebraska symposium on motivation, 1971/1972 (ed. J. Cole), Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press, 207-283
- Ender, P. *Strategische Vernetzung von Kommunikationsinstrumenten*. Saarbrücken: Verlag Dr. Müller, 2008
- Ernst, S. *Petrus Abaelardus*. Münster: Aschendorff, 2003
- Fairclough, N. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman, 2010
- Fiedler, F. E. *A Theory of Leadership Effectiveness*. New York: McGraw-Hill, 1967
- Fiedler, F. E. *Leadership*. New York: General Learning Press, 1971
- Fiedler, F. E., Mitchell, T.,
- Triandis, H.C. The Culture Assimilator: An Approach to Crosscultural Training. In: *Journal of Applied Psychology* 7, 1971: 95-102
- Figal, G. *Der Sinn des Verstehens. Beiträge zur hermeneutischen Philosophie*. Stuttgart: Reclam, 1996
- Figal, G. *Nietzsche. Eine philosophische Einführung*. Stuttgart: Reclam, 1999
- Fiske, J. *Understanding Popular Culture*. London-New York: Routledge, 2001
- Flanagan, J. C. The Critical Incident Technique. In: *Psychological Bulletin* 51, 1954: 327-358

- Folkman, S., Lazarus, R. S. *Coping and Émotion*. In: Nancy Stein at al. (eds.) *Psychological and Biological Approaches to Emotion*. Hillsdale, New Jersey, Hove & London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1990: 313-332
- Foucault, M. *Les mots et les choses: Une archéologie des sciences humaines*. Paris: Gallimard 1966, dt. *Die Ordnung der Dinge: Eine Archäologie der Humanwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1971
- Foucault, M. *Archäologie des Wissens*. Frankfurt amMain: Suhrkamp, 1981
- Foucault, M. *Die Ordnung des Diskurses*. Frankfurt am Main: Fischer, 1991
- Freeman, E. & Moutchnik, A. *Stakeholder Management and CSR: Questions and Answers*. In: UmweltWirtschaftsForum. Springer, 2013
- Freire, P. *Cultural Action for Freedom*. Cambridge, Harvard Educational Review, 1970
- Freire, P. *Pedagogy of Freedom: Ethics, Democracy, Civil Courage*. Lanham, Rowman & Littlefield Publishers, 1998
- Freud, S. *Massenpsychologie und Ich-Analyse*. Wien: Internationaler Psychoanalytischer Verlag, 1921, *Massenpsychologie und Ich-Analyse. Die Zukunft einer Illusion*. Frankfurt am Main: Fischer, 2005
- Geiger, R. *Dialegethai*. In: C. Horn & C. Rapp *Wörterbuch der antiken Philosophie*. München: C. H. Beck Verlag, 2002

- Gesteland, R. *Global Business Behavior: Erfolgreiches Verhalten und Verhandeln im internationalen Geschäft.* München: Piper Verlag, 2002
- Goddard, C. & Wierzbicka, A. *Discourse and Culture.* In: T. A. van Dijk (Ed.) *Discourse as Social Interaction.* London: SAGE Publications, 1997, 231-259
- Goleman, D. *Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ.* New York: Bantam Books, 1995
- Goodenough, W. *Cultural Anthropology and Linguistics.* In: Garvin P. L. (Ed.) *Report of the Seventh Annual Round table Meeting on Linguistics and Language Study.* Washington D. C.: Georgetown University, Monograph Series on Language and Linguistics 9, 1957, 167-173
- Goodenough, W. *In Pursuit of Culture. Annual Review of Anthropology. Vol. 32, 1, 2003, 1-12*
- Gordon, M. M. *Assimilation in American Life. The Role of Race, Religion and National Origins.* New York: Oxford University Press, 1964
- Gramsci, A. *Literatur und Kultur.* Ingo Lauggas (Hrsg.) (Gramsci Reader 3) Hamburg: Argument-Verlag, 2012
- Grice, H. P.: *Logic and Conversation.* In: Grice H. P. (Ed.): *Studies in the Way of Words.* Cambridge: Harvard University Press, 1967: 3-143
- Gudykunst, W. B. (Ed.) *Communication in Japan and the United States.* Albany: State University of New York Press, 1993

- Gudykunst, W. B., Kim, Y. Y. *Communicating with Strangers. An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill, 2003
- Habermas, J. *Theorie des kommunikativen Handelns*. Band I: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Bd. II: Zur Kritik der funktionalen Vernunft. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1981
- Halbwachs, M. *La mémoire collective*. 1939, dt. *Das kollektive Gedächtnis*. Frankfurt am Main: Fischer, 1991
- Hall, E. T. *A System for the Notation of Proxemic Behaviour*. *American Anthropologist* 65 (5): 1003-1026, 1963
- Hall, E. T. *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday, 1966
- Hall, E. T. *Beyond Culture*. New York: Doubleday, 1976
- Hall, E. T. & Hall, R. M. *Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans*. Yarmouth, ME: Intercultural Press, 1990
- Hall, E. T. *Hidden Differences: Doing Business with the Japanese*. New York: Anchor Books, 1990
- Hall, E. T. & Hall, R. M. *Basic Concepts of Intercultural Communication – Selected Readings*. Benett J. Milton (Ed.) Intercultural Press, 1998
- Hall, S. *Die Zentralität von Kultur. Anmerkungen über die kulturelle Revolution unserer Zeit*. In: A. Hepp, M. Löffelholz (Hrsg.) *Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation*. UTB, 2002, 95-117
- Havelock, E. A. *The Muse learns to write*. New Haven and London: Yale University Press 1986, dt. *Als die Muse schreiben lernte*. Frankfurt am Main: Hain, 1992
- Herder, J. G. *Abhandlung über den Ursprung der Sprache*. Berlin, 1772

- Heringer, H. J. *Interkulturelle Kommunikation*. Tübingen: Francke, 2014
- Hersey, P. & Blanchard, K. *Management of Organisational Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall, 1982
- Herskovits, M. J. *Man and his Works. The Science of Cultural Anthropology*. New York: Knopf, 1949
- Herskovits, M. J. *Cultural Relativism. Perspectives in Cultural Pluralism*. F. Herskovits (ed.) New York: Random House, 1972
- Heywood, A. *Politics*. Second Edition. Palgrave Foundations. Palgrave Macmillan, 2002
- Hjelmslev, L. *Prolegomena zu einer Sprachtheorie*. München: Hueber, 1974
- Hockett, C. F. *A Course in Modern Linguistics*. New York: The Macmillan Company, 1958
- Hockett, C. F. *The origin of speech*. In: Wang W. S.-Y. (Ed.) *Human Communication: Language and its Psychobiological Bases*, Scientific American, 1960
- Hofstede, G. *National Culture in Four Dimensions. A Research Based Theory of Cultural Differences among Nations*. In: *International Studies of Management and Organization* 13, 46-74, 1983

Horkheimer, M. &

Adorno, T. W.

Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. 16. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer Verlag, 2006

Humboldt, W. v.

Über die Verschiedenheit des menschlichen Sprachbaus und ihren Einfluß auf die geistige Entwicklung des Menschengeschlechts. Alexander von Humboldt (Hrsg.) Berlin: Druckerei der Königlichen Akademie der Wissenschaften, 1836

Huntington, S. P.

The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. New York: Simon & Schuster 1996, dt. *Kampf der Kulturen. Die Neugestaltung der Weltpolitik im 21. Jahrhundert.* München: Goldmann, 1998

Ingham, M. B.

Duns Scotus. Münster: Aschendorff, 2006

Innis, H. A.

Empire and Communications. Oxford: Clarendon Press, 1950

Johnson, A. G.

Privilege, power and difference. New York: McGraw-Hill, 2001

Jonker, J., Stark, W., Tewes, S.

Corporate Social Responsibility und nachhaltige Entwicklung. Einführung, Strategie und Glossar. Berlin-Heidelberg: Springer, 2011

Kelman, H.

Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude changes. *Journal of Conflict Resolution* 2(1), 1958, 51-60

Kim, Y. Y.

Adapting to a new Culture. In: L. Samovar & W. Porter (Eds.) *Intercultural communication: A reader*, 8th ed. Belmont, CA: Wadsworth, 1997, 404-417

- Kraus, M. *Platon*. In: T. Borsche (Hrsg.): *Klassiker der Sprachphilosophie. Von Platon bis Noam Chomsky*. München: Beck 1996, 15-32
- Kress, G. R. *Linguistic processes in sociocultural practice*. Oxford University Press, 1989
- Kress, G. R. *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge, 2009
- Kroeber, A. L & Kluckhohn, C. *Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions*. Cambridge, 1952
- Lakoff, G. *Linguistik und natürliche Logik*. W. Abraham (Ed.) Frankfurt am Main, 1971
- Lakoff, G. & Johnson, M. *Leben in Metaphern. Konstruktion und Gebrauch von Sprachbildern*. 7. Auflage. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme-Verlag, 2011
- Lazarsfeld, P. & Katz, E. *Personal Influence. The part played by people in the flow of mass communications*. A report of the Bureau of Applied Social Research, Columbia University. Glencoe III: The Free Press, 1955 (= Foundations of communications research 2)
- Lévi-Strauss, C. *Anthropologie structurale*. 1958, dt. *Strukturelle Anthropologie* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1967
- Lévi-Strauss, C. *La pensée sauvage* 1962, dt. *Das wilde Denken* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1968
- Lévy, P. *L' intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*. Milano: Universale Economica Feltrinelli 2002, dt.

Die kollektive Intelligenz. Eine Anthropologie des Cyberspace. Mannheim: Bollmann, 1997

- Levitt, T. *Globalization of Markets, Harvard Business Review*, 1983
- Lewin, K., Lippitt, R. &
- White, R. K. Patterns of aggressive behavior in experimentally created social climates. *Journal of Social Psychology* 10, 271-301
- Likert, R. *Neue Ansätze der Unternehmensführung („New patterns of management“).* Stuttgart: Haupt, 1972
- Llosa, M. V. <https://www.welt.de/print-welt/article439796/Die-Freiheit-in-den-Zeiten-der-Globalisierung.html> 2001
- Lowe, E. *J. Locke on Human Understanding.* London: Routledge, 1995
- Liotard, J. F. *Das postmoderne Wissen.* Wien: Passagen-Verlag, 2009
- McLuhan, M. H. Poetic and Rhetorical Exegesis: The Case for Leavis against Richards and Empson. *Sewanee Review* 52, 2 1944: 266-276
- McLuhan, M. H. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man.* Toronto: University of Toronto Press 1962, dt. *Die Gutenberg Galaxy: Das Ende des Buchzeitalters.* Düsseldorf: Econ, 1968
- McLuhan, M. H. *Understanding Media.* McGraw-Hill, 1964
- Martin, J. N., Nakayama, Th. K. *Intercultural Communication in Contexts* Boston: McGraw-Hill Higher Education, fifth Edition, 2009
- McNeill, D. *Gesture and Thought.* Chicago: University of Chicago Press, 2005

- Mead, G. H. *Mind, Self and Society*. C. W. Morris (Ed.) Chicago 1934, dt. *Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1968
- Mehrabian, A. *Nonverbal Communication*. New Brunswick (USA) and London (UK): Aldine Transaction. A Division of Transaction Publishers, 1972
- Merton, R. K. *Sozialstruktur und Anomie*. In: F. Sack, R. König (Eds.) *Kriminalsoziologie*. Frankfurt am Main 1968, 283-313
- Nasaw, D. *Andrew Carnegie*. Penguin, 2007
- Nora, P. *Zwischen Geschichte und Gedächtnis*. Frankfurt am Main: Fischer, 1998
- Nussbaum, M.C. Kant and Stoic Cosmopolitanism. In: *Journal of Political Philosophy* Vol. 5(1) 1997: 1-25
- Nussbaum, M. C. *For Love of Country?* Joshua Cohen (Ed.) Boston Beacon Press, 2002
- Oberg, K. *Culture Shock: Adjustment to New Cultural Environments*. *Practical Anthropology* 7, 1960, 177-182
- Ogburn, W. F. *Social Change: With Respect to Culture and original Nature*. New York: B. W. Huebsch Inc., 1922
- Orbe, M. *Constructing Co-Cultural Theory: An Explication of Culture, Power and Communication*. Thousand Oaks, CA: SAGE, 1998
- Park, R. E. Human Migration and the Marginal Man. In: *American Journal of Sociology* 33, 1928, 881-893

- Park, R. E. & Burgess, E. W. *Introduction to the Science of Sociology*. Including an Index to Basic Sociological Concepts. Chicago-London: The University of Chicago Press, 1969
- Parsons, T. *On the Concept of Political Power*. In: *Sociological Theory and Modern Society*, New York, 1967a, 297-354
- Parsons, T. *On the Concept of Influence*. In: *Sociological Theory and Modern Society*, New York, 1967b, 355-382
- Parsons, T. *On the Concept of Value-Commitments*. In: *Politics and Social Structure*, New York, 1969, 439-472
- Peirce, C. S. *Studies in Logic*. By Members of The Johns Hopkins University. Charles Sanders Peirce (Ed.). Boston: Little Brown, 1883
- Peirce, C. S. *Semiotics and Signifys*. Charles Hardwick (Ed.). Bloomington I. N.: Indiana University Press, 1977
- Rehfus, W. D. (Hrsg.) *Handwörterbuch Philosophie*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2003
- Rössler, P., Germanus, E., Gruschwitz, S., Kalch, A. *Wie werden aus Zuschauern Mitspieler? Zwischen parasozialer und sozialer Interaktion: Resonanz auf Call-In-Shows im Fernsehen*. In: Sabine Trepte, Uwe Hasebrink, Holger Schramm (Hrsg.): *Strategische Kommunikation und Mediengestaltung – Anwendung und Erkenntnisse der Rezeptions- und Wirkungsforschung*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, 2009 (= Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 17): 165-183

- Roszak, T. *The Making of a Counter Culture* 1969, dt. Gegenkultur. Gedanken über die technokratische Gesellschaft und die Opposition der Jugend. Düsseldorf: Econ, 1971
- Schein, E. H. *Organisationskultur*. Köln: EHP Verlag 1995
- Schulz, J., Walter, K. *Kann Theorie Praxis anleiten? Theoretische Überlegungen und empirische Befunde zur wissenschaftlichen Relevanz im Werbeprozess*. In: Sabine Trepte, Uwe Hasebrink, Holger Schramm (Hrsg.): *Strategische Kommunikation und Mediengestaltung – Anwendung und Erkenntnisse der Rezeptions- und Wirkungsforschung*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, 2009 (= Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 17): 33-57
- Scollon, R. & Scollon, S. Narrative, Literacy and Face in Interethnic Communication. *American Anthropologist*. Volume 85, Issue 2, 484-485
- Scollon, R. & Scollon, S. *Intercultural Communication. A Discourse Approach*. Oxford, 1995
- Sebeok, T. A. *Global Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press, 2001
- Smelser, N. J. *Theory of Collective Behavior*. New York: The Free Press, 1962
- Stonequist, E. V. *The Marginal Man. A Study in Personality and Culture Conflict*. New York: Charles Scribner's Sons, 1937
- Stämpfli, S. *Ohne Polemik keine Wirkung? Wahrnehmung und Wirkung einer schweizer Anti-Rassismus-Kampagne*. In: Sabine Trepte, Uwe Hasebrink, Holger Schramm (Hrsg.):

- Strategische Kommunikation und Mediengestaltung – Anwendung und Erkenntnisse der Rezeptions- und Wirkungsforschung.* Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, 2009 (= Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 17): 79-95
- Sumner, W. G. *Folkways. A study of the sociological importance usages, manners, customs, mores and morals.* Boston-New York: Ginn and Company 1906, Nachdruck New York: Cosimo, 2007
- Taylor, C. *Sources of the Self. The Making of Modern Identity.* Harvard University Press, 1989
- Trepte, S., Hasebrink, U. *Rezeptions- und Wirkungsforschung in Kooperation mit der Medienpraxis.* In: Sabine Trepte, Uwe Hasebrink, Holger Schramm (Hrsg.): *Strategische Kommunikation und Mediengestaltung – Anwendung und Erkenntnisse der Rezeptions- und Wirkungsforschung.* Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, 2009 (= Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 17): 11-30
- Triandis, H. C. Theoretical framework for evaluation of cross-cultural training effectiveness. *International Journal of Intercultural Relations* 1, 1977, 19-45
- Triandis, H. C. A theoretical framework for the more efficient construction of culture assimilators. *International Journal of Intercultural Relations* 8, 1984, 301-330
- Tylor, E. B. *Primitive Culture.* New York: J. P. Putnam's Sons, 1920 [1871]

- Vroom, V. H. & Yetton, P. W. *Leadership and Decision-Making*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1973
- Weber, M. *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehenden Soziologie*. 3. Auflage. Frankfurt am Main: Zweitausendeins, 2005
- Wirth, W., Matthes, J.,
- Schemer, Ch., Husmann, Th. *Product Placements als Trojanische Pferde? Experimentelle Befunde zur Persuasion ohne explizite Erinnerung*. In: Sabine Trepte, Uwe Hasebrink, Holger Schramm (Hrsg.): *Strategische Kommunikation und Mediengestaltung – Anwendung und Erkenntnisse der Rezeptions- und Wirkungsforschung*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, 2009 (= Reihe Rezeptionsforschung, Bd. 17): 97-114

რედაქტორისაგან.....	3
შესავალი.....	6
1. კომუნიკაციის საფუძვლები.....	11
1.1. კომუნიკაციის ცნების დეფინიცია.....	11
1.2. კომუნიკაციის ზოგადი მოდელი.....	13
1.3. კომუნიკაციის პრინციპები, აქსიომები და ჩარჩო ინტერკულტურულ კონტექსტში.....	14
1.4. კომუნიკაციური კომპეტენციის კომპონენტები.....	20
2. სემიოტიკის მოკლე ექსკურსი.....	21
2.1. სემიოზისი vs. რეპრეზენტაცია.....	23
2.2. ნიშანი.....	24
2.3. მნიშვნელობა vs. აღნიშვნა.....	25
2.4. ცნება.....	25
2.5. დენოტაცია vs. კონოტაცია vs. ანოტაცია.....	25
2.6. ნიშანთა სპეციფიკური მახასიათებლები.....	27
2.7. კოდი vs. ტექსტი.....	28
2.8. ჩარლზ შოპეტის ტიპოლოგია.....	30
2.9. კულტურისა და ენის კორელაცია.....	31

3.	ვერბალური კომუნიკაცია.....	35
3.1.	ენა - ყველაზე კომპლექსური სემიოტიკური სისტემა: ენის ფუნქციები. ენისა და მეტყველების დიქტომია. ენობრივი ნიშნის ცნება.....	35
3.2.	ენა: საკლასიფიკაციო სისტემა.....	38
3.3.	ენობრივი უნივერსალები vs. ენობრივი ინტერფერენციები.....	39
3.4.	კომუნიკაციური ქმედების თეორია (იურგენ შაბერმასი).....	40
3.5.	პრაგმატიკა. მეტყველების აქტის თეორია (ჯონ ოსტინი).....	44
3.6.	პრესუპოზიციკა.....	46
3.7.	დისკურსი.....	47
3.8.	კონვერზაცია. კონვერზაციული ანალიზი.....	50
3.9.	კონვერზაციის ეთიკა.....	50
3.10.	პოლ გრაისის კონვერზაციული იმპლიკაციები და მაქსიმები.....	51
3.11.	ინტერკულტურული პერსპექტივა.....	52
3.12.	ბარიერები.....	53
3.13.	ვერბალური კომუნიკაციის სტილის ინტერკულტურული კონტექსტი.....	54
3.14.	დიალექტიკა.....	57
4.	ნონვერბალური (არავერბალური) კომუნიკაცია.....	60
4.1.	ნონვერბალური კომუნიკაციის ელემენტების სისტემატიკა.....	63
4.2.	პროქსემიკა.....	64
4.3.	ტაქტილური ქცევა.....	66
4.4.	კინესიკა.....	68

4.5.	ჟესტი.....	72
4.6.	ფონაციური პარალინგვიზმი.....	75
4.7.	სამეტყველო ეტიკეტი.....	77
5.	პოლიტიკური კომუნიკაცია.....	82
5.1.	მასობრივი კომუნიკაცია ინფორმაციულ საზოგადოებაში.....	85
5.2.	პოლიტიკური დისკურსი.....	87
5.3.	პოლიტიკური მედიადისკურსი.....	91
5.4.	იმიჯი პოსტმოდერნის ეპოქის აუდიტორიისათვის.....	96
6.	ძალაუფლება: სოციალური ფენომენი. ლიდერობა.....	100
6.1.	„ძალაუფლებრივი მოლაპარაკების“ არსი და დინამიკა მ. კროზიეს მიხედვით.....	101
6.2.	ტალკოტ პარსონსის ძალაუფლების კონცეფცია.....	102
6.3.	ძალაუფლება vs. გავლენა vs. ავტორიტეტი vs. ძალა.....	103
6.4.	ძალაუფლების კონტროლის მექანიზმები.....	105
6.5.	ლიდერობა: ძირითადი თეორიები.....	107
6.6.	ქარიზმატული ლიდერის ძირითადი მახასიათებლები.....	108
6.7.	ფიდლერის მოდელი.....	110
6.8.	ჰერსისა და ბლანშარის მოდელი.....	112
6.9.	ვრუმ-იეტონის მოდელი.....	114
6.10.	ემოციური ინტელექტისა და ლიდერის ეფექტურობის კორელაცია.....	115
6.11.	ნდობის ფაქტორი და ტიპები.....	117

6.12.	ლიდერი vs. მენეჯერი.....	118
7.	კორპორაციული კომუნიკაციები: სტრატეგიული კომუნიკაცია და კომუნიკაციის მენეჯმენტი.....	122
7.1.	ორგანიზაცია: მენეჯმენტის საფუძველი.....	123
7.2.	სისტემური კონცეპტი.....	125
7.3.	სტრატეგიული კომუნიკაცია vs. მართვის ეფექტიანობა.....	126
7.4.	კომუნიკაციის ინსტრუმენტარიუმის სტრატეგიული მიქსი: ინტეგრირებული კომუნიკაციები.....	133
7.5.	ბარიერები და მათი რეგულირება კორპორაციულ კომუნიკაციებში.....	137
7.6.	კონფლიქტი. კონფლიქტისა და სტრესის მართვა.....	139
7.7.	კრიზისული მენეჯმენტი: კრიზისული კომუნიკაცია. სტრატეგიული მენეჯმენტი.....	146
7.8.	ინოვაციების მენეჯმენტი. საერთაშორისო ოპერირების სპეციფიკა.....	151
7.9.	კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR).....	155
8.	კულტურა და საზოგადოება.....	160
8.1.	კულტურის დეფინიციათა კალეიდოსკოპი.....	160
8.2.	კულტურის არსი.....	164
8.3.	ანომია vs. დევიაცია vs. კულტურული ფაზების შუალედები.....	166
8.4.	კულტურათა ურთიერთგავლენა: დიფუზია. კულტურული კონფლიქტი. ასიმილაცია. აკულტურაცია. კულტურული ცვლილება. კულტურული შოკი.....	168
8.5.	კულტურის ტიპების მრავალფეროვნება: მასობრივი კულტურა.	

	სუბკულტურა. კონტრკულტურა. მარგინალური კულტურა.	
	პოპკულტურა.....	179
8.6.	კულტურული რელატივიზმი.....	185
8.7.	კულტურული არქეტიპები.....	187
8.8.	ტრადიცია.....	187
8.9.	სტერეოტიპი.....	188
8.10.	იდენტობა vs. იდენტიფიკაცია vs. თვითიდენტიფიკაცია.....	191
8.11.	ინტერკულტურული კომუნიკაციის კონტექსტისათვის რელევანტური ტერმინები: ტოლერანტობა. სტიგმატიზაცია. კონფორმიზმი. ეთნოცენტრიზმი. სეგრეგაცია. კლიშე. მულტიკულტურალიზმი. დისკრიმინაცია.....	198
8.12.	კოლექტიური ინტელექტი.....	204
8.13.	მულტიკულტურული განათლების ფუნდამენტური პრინციპები.....	214
8.14.	მარიო ვარგას ლიოსას თავისუფლების კულტურა.....	223
9.	გლობალიზაცია და ინტერკულტურული კომუნიკაცია.....	229
9.1.	გლობალიზაციის სხვადასხვა ასპექტი: პოლიტიკური ასპექტი. კულტურული ასპექტი. განათლების ასპექტი.....	230
9.2.	ცივილიზაციათა დიალოგი. ცივილიზაციათა ალიანსი.....	238
9.3.	კოსმოპოლიტიზმი.....	240
9.4.	ინტერკულტურული კომუნიკაცია.....	245
9.5.	ილო აბრამის ABCD - მოდელი.....	247
9.6.	კრიტიკული ინციდენტი.....	251

9.7.	ბენეტის ინტერკულტურული მგრძნობელობის მოდელი (<i>Bennett – scale / Development Model of Intercultural Sensitivity / DMIS</i>).....	255
9.8.	კულტურათშორისი კომუნიკაციის დონეები.....	257
9.9.	სოციალური მედია vs. ინტერკულტურული კომუნიკაცია.....	272
9.10.	ვირტუალური იდენტობების პრობლემატიკის რამდენიმე ასპექტი.....	275
10.	ინტერკულტურული კომუნიკაციის ასპექტები.....	283
10.1.	თანაკულტურული კომუნიკაცია.....	283
10.2.	პროდუქტიული vs. დესტრუქციული კონფლიქტი.....	288
10.3.	ინტერპერსონალურ თანამოაზრედ ტრანსფორმაცია.....	295
	ნაშრომის დანიშნულების რეზიუმე.....	307
	დანართი.....	309
	ეთნოკულტურული სტერეოტიპების resp. კლიშეების კალეიდოსკოპი.....	309
	ინტერკულტურული კომპეტენციისა და ცნობიერების ამაღლების მიზნით შესასრულებლად რეკომენდირებული დავალებები.....	314
	წიგნში გამოყენებულ ზოგიერთ ტერმინთა განმარტება.....	316
	ავტორის შესახებ.....	321
	Abstract	322
	About the Author	326
	ბიბლიოგრაფია.....	327
	სარჩევი.....	345

რედაქტორი ბ. ცხადაძე

გადაეცა წარმოებას 10.04.2017. ხელმოწერილია დასაბეჭდად 10.05.2017. ქალაქის ზომა 60X84 1/8. პირობითი ნაბეჭდი თაბახი 22. ტირაჟი 150 ეგზ.

საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი“, თბილისი, კოსტავას 77



Verba volant,
scripta manent