

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი

ISSN 1987-7684

სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და
სამართალმცოდნეობის ფაკულტეტი

სოციალურ მეცნიერებათა დეპარტამენტი

სოციალურ მეცნიერებათა საკითხები

V

შრომების კრებული



გამომცემლობა „შენკერკალი“
თბილისი 2013

YDC (უაკ) 316 (051)
ს 743

„სოციალურ მეცნიერებათა საერთაშორისო
გამოცემის 2009 წლიდან“

რედაქტორი:
ირაკლი მანველიძე

სარედაქციო საბჭო:

რევაზ დიასამიძე, გუსეინ ნიზამი ოლღი ნაჯაფოვი
(ბაქო), რეზო მანველიძე, სერგო თურმანიძე, ნანული
მახარაძე, გურამ ჩავანავა, ია მესხიძე, რუსუდან
კეჭაყმაძე, ინეზა ზოიძე, მარინა იტრიაშვილი, ნატალია
ლაზბა (პასუხისმგებელი მდივანი), ზაზა ბურკაძე,
ირაკლი გორგილაძე.

რეცენზენტები:

გელა ირემაძე
იოსებ სანიკიძე
რუსუდან ბერიძე

ISSN 1987-7684

© სოციალურ მეცნიერებათა დეპარტამენტი

მისამართი:

საქართველო, ბათუმი, ნინოშვილის 35, უნივერსიტეტის II კორპუსი,
სოციალურ მეცნიერებათა დეპარტამენტი №417.

E-mail irakli.manvelidze@yahoo.com

Tel: 0422 29 33 66

გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2013

თბილისი, 0179, ი. ჭავჭავაძის გამზ. 19, ☎: 222 36 09, 8(99) 17 22 30
E-mail: universal@internet.ge

**Batumi Shota Rustaveli State
University**

Faculty of social sciences, business and law

Department of Social Sciences

**Problems of Social
Sciences**

V

PROCEEDINGS



**Publishing House „Universal“
TBILISI-2013
Problems of Social Sciences**

Issued since 2009

Editor:

Irakli Manvelidze

Editorial Board:

Revaz Diasamidze, Huseyn N. Najafov, Rezo Manvelidze, Guram Chaganava, Ia Meskhidze, Sergo Turmanidze, Nanuli Makharadze, Natalia Lazba, Ineza Zoidze, Rusudan Kechakmadze, Marina Itriashvili, Zaza Burkadze, Irakli Gorgiladze.

reviewers:

*Rusudan Beridze
Gela Iremadze
Ioseb Sanikidze*

ISSN 1987-7684

© **The Department of Social Sciences**

Address: 417, The Department of social sciences, Shota Rustaveli State University, 35 Ninoshvili Street, Batumi, Georgia,

E-mail irakli.manvelidze@yahoo.com **Tel:** 042 229 33 46

Publishing House „Universali“

Publishing House „universali~, 2013

Tbilisi, 0179, I. Chavchavadzis ave.. 19, : 22 36 09, 8(99) 17 22 30

E-mail: universal@internet.ge

**Батумский Государственный
университет имени Шота Руставели**

Факультет социальных наук, бизнеса и правоведения

Департамент социальных наук

**Вопросы социальных
наук**

V

Сборник трудов



**Издательство «Универсал»
Тбилиси 2013**

Сборник
«Вопросы социальных наук» выходит с 2009 года

Редактор:

Ираклии Манвелидзе

Редакционный совет:

*Реваз Диасамидзе, Наджафов Гусейн Низами оглы (Баку),
Резо Манвелидзе, Серго Турманидзе, Нанули Махарадзе, Заза Буркадзе,
Иракли Горгиладзе, Гурам Чаганава, Инеза Зоидзе, Наталия Лазба,
Марина Итриашвили Иа Месхидзе, Русудан Кечакмадзе.*

Рецензенты:

*Гела Иремадз
Русудан Беридзе
Иосеб Саникидзе*

ISSN 1987-7684

© Департамент социальных наук

**Адрес: Грузия, Батуми, Ниношвили 35, II корпус университета,
департамент социальных наук #417.**

E-mail irakli.manvelidze@yahoo.com **Tel:** 0422 29 33 46

Издательство «Универсал», 2013

Тбилиси, 0179, проспект И. Чавчавадзе 19, : 22 36 09, 8(99) 17 22 30

შ ი ნ ა ა რ ს ი

C o n t e n t s

Оглавление

ფსიქოლოგია

Psychology

П с и х о л о г и я

გურამ ჩაგანავა

ფსიქოანალიზი, კასტრაციის (კიბელას) კომპლექსი და
განზრახვითი ქცევის ფსიქოგენეტიკა 12

Guram Chaganava

Psychoanalysis, Castration (Kibela) Complex and Intentional
Conduct Behavioural Psychogenetics 37

Гурам Чаганавა

Психоанализ, комплекс кастрации (Кибели) и
психогенетика намеренного поведения..... 37

საზოგადოებასთან ურთიერთობები და მარკეტინგი

Public Relations and Marketing

Связи с общественностью и маркетинг

გურანდა შამილიშვილი

ბრენდის შექმნის ხელოვნება თანამედროვე
ტურიზმის სფეროში 38

Гуранда Шамилишвили	
Искусство создания бренда в сфере туризма.....	53
Guranda shamilishvili	
Art of creation of a brand in the tourism sphere.....	54

გურანდა შამილიშვილი	
იმიჯის ფორმირების PR- სტრატეგიები ტურიზმის სფეროში.....	55

Гуранда Шамилишвили	
PR-стратегии формирования имиджа в сфере туризма	64
Guranda Shamilishvili	
PR -strategy of formation of image in the tourism sphere.....	65

ჟურნალისტიკა

Journalism

Журналистика

ირინა ცინცაძე	
გაზეთი - მასობრივი საზოგადოების პირველი მედია საშუალება.....	66

Ирина Цинцадзе	
Газета как первое средство массовой	74
Irine Tsintsadze	
A newspaper-the first media tool of mass society	75

ნესტან მამუჭაძე	
მასობრივი კომუნიკაციის ზოგიერთი ფუნქციის სიზუსტისათვის	76

Нестан мамучадзе	
Для точности некоторых функций средств массовой коммуникации.....	80

Nestan mamuchadze

For the preciseness of some functions of mass communication..... 80

ინგა ზოიძე

ქართული მასმედიის დღევანდელი „პრინციპი“81

Инга зойдзе

„Принцип“ грузинской СМИ на сегодняшний день 87

Inga zoidze

Recent “principle” of the Georgian mass media 87

პოლიტიკის მეცნიერება

Political science

Политическая наука

რევაზ დიასამიძე

რუსეთის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის
ზოგიერთი ნეგატიური ასპექტი XX – XXI საუკუნეების
მიჯნაზე88

Revaz Diasamidze

Some Negative Aspects of Social and Economic Situation
of Russia at the Junction of XX-XXI Centuries 97

Реваз Диасамидзе

Некоторые негативные аспекты социально-экономического
положения России на рубеже XX – XXI веков 97

ინგა ცინცილაძე

ევროპის ეკონომიკური პოლიტიკის ძირითადი პრინციპები და მიმართულებები98

Inga Tsintskiladze

The main principles and directions of the European economic policy..... 103

Инга Цинциладзе

Основные принципы и направления европейской экономической политики 104

ირაკლი მანველიძე

რეგიონალური კოლექტიური უშიშროების სისტემა და საერთაშორისო პრაქტიკა..... 105

Irakli Manvelidze

Regional collective security and international practice 120

Иракли Манвелидзе

Региональная система коллективной безопасности и международная практика 121

ბიზნესის ადმინისტრირება

Business Administration

Бизнес Администрирование

ია მესხიძე

სასაქონლო-მატერიალური რესურსების და არამატერიალური აქტივებისა შეფასების ზოგიერთი თავისებურებება 122

Ia Meskhidze

Some peculiarities of evaluating commodity-material resources and non-material assets..... 133

Ия Месхидзе

Некоторые особенности оценки продукционно-материальных

ресурсов и нематериальных активов 133

ია მესხიძე

სახელმწიფოს მარეგულირებელი როლი ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში გლობალიზაციის პირობებში 134

Ia Meskhidze

A State's regulatory role in a country's economic development in the process of globalization 139

Ия Месхидзе

Регулирующая роль государства в процессе экономического развития в условиях глобализации 140

ფსიქოლოგია

Psychology

Психология

გურამ ჩავანავა

ფსიქონალიზი, კანსტრაციის (კიზელას) კომპლექსი და განზრახვითი ქცევის ფსიქოგენეტიკა

თანამედროვე ფსიქოლოგიური კვლევების შედეგად შემოთავაზებულია დებულება, რომ ნებისყოფითი ქცევის შესაძლებლობები შეიძლება ადამიანს მემკვიდრეობით აქვს მიღებული. ასეთი შესაძლებლობა იმითაც უნდა იქნეს განმტკიცებული, რომ განვითარების შედარებით მაღალ დონეზე მდგომ არსებებს დაბრკოლებების გადალახვის ქცევის შესაძლებლობები ახასიათებთ, ხოლო ზოგიერთ შემთხვევაში კი შეიძლება განზრახვითი ქცევის მაგვარ ქცევაზეც კი ვისაუბროთ (Мак – Фарленд, 1988). ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებით დიდ ინტერესს იწვევს ადამიანის დაბადებისა და ახალშობილობის პერიოდი. ოტო რანკი (Бержере, 2008:14) მიიჩნევს, რომ დაბადების აქტი ტრავმასთან არის დაკავშირებული. თუმცა ზუსტად ზ. ფროიდმა პირველმა გაუსვა ხაზი ამ ტრავმის ფსიქოლოგიურ მნიშვნელობას და მიუთითა იმ საშიშროებაზე, რომელსაც შეიცავს გარემო სამყაროსაგან მომდინარე ინიციალური სტიმულაციის მოზღვავება ორგანიზმის შედარებით მშვიდი გარემოდან (დედის ორგანიზმი) გამოსვლის პროცესში (Бержере, 2008:14).

ფროიდი ცდილობდა მინიმუმამდე დაეყვანა დაბადების დროს მოულოდნელი, შემთხვევითი მოვლენების მნიშვნელობა. ოტო რანკი ფროიდის საპირისპიროდ დაბადების ტრავმას ცენ-

ტრალურ ადგილს მიაკუთვნებს პიროვნების განვითარებაში. ის თვლიდა, რომ დაბადება ინვეეს ღრმა შოკს, შიშის რეზერვუარის წარმოშობას, რომელიც განიმუხტება და თავისუფლდება არსებობის მთელ პერიოდში. ეს ნიშნავს, რომ ოტო რანკისათვის ყველა ნევროზი ამაში (დაბადების აქტი) ავლენს თავის მიზეზობრივ ახსნას და რომ შესაძლებელია ყოველი შემდგომი შიში ინტერპრეტირებული იქნეს დაბადების შიშის ტერმინებში, არა მხოლოდ იმ თვალსაზრისით, რომ ის აყალიბებს ნიმუშს, არამედ რომ ის თვითონ არის შიშის წყარო (Бержере, 2008:15). ფილის გრინეკრი ამ სფეროში იკავებს საშუალო პოზიციას ფროიდასა და რანკეს შორის. მას დასაშვებად მიაჩნდა ორი ფაქტორის მოქმედება: კონსტიტუციურისა ან მემკვიდრეობისა და შემთხვევითობის, რომელიც დაბადების მომენტში ავლენს თავს. ამ ავტორისათვის დაბადების ტრავმის რეალური გავლენა განთავსებულია ორ კონცეფციას შორის: ის არც ისე მნიშვნელოვანია, როგორც ამას ო. რანკი თვლიდა და არც ისე უმნიშვნელოა, როგორც ამას ფროიდი და მისი მიმდევრების უმრავლესობა თვლიდა.

ახალშობილი ბავშვის სისუსტე ფიზიკურ გარემოსთან შეგუების მცირე ბიოლოგიურ შესაძლებლობებს აძლევს მას, რაც თავისთავად სოციალურ შეგუებაზე აქცენტის გაკეთებას განაპირობებს, რაც უპირველეს ყოვლისა მშობლებთან (ძირითადად, დედასთან) შეგუებას ნიშნავს.

საერთოდ გარემოსთან შეგუების ბიოლოგიური შესაძლებლობები სწრაფად ცვალებად გარემოს შემთხვევაში ბუნებრივად ინვეედა არსებული დედისეული ინსტინქტის გაძლიერებას და მზრუნველობის ინტენსიფიკაციას. ამიტომ კი ცოცხალი არსების გარე სამყაროსთან ურთიერთობებში ქცევის აქცენტი (მიზანშეწონილობა–პრიმიტიული განზრახვითი ორიენტაცია) „უშუალოდ ფიზიკური სამყარო კი აღარ გახდა, არამედ სოციალურ გარემოსთან შეგუება გახდა მთავარი ორიენტირი, რამაც გამოიწვია ბიოლოგიური მდგომარეობის, ფიზიკურ გარემოსთან ურთიერთობაში ბიოლოგიური სანყისის მნიშვნელობის შემცირება და შემდგომში მისი უკუგდების საფუძველი.

ახალშობილის ფსიქოლოგიური მიმართულების ასეთი ტრანსფორმაცია – ფიზიკური გარემოსთან შეგუების ორიენტაციიდან ფიზიკური გარემოს დაძლევის ორიენტაციამდე დაბადების აქტის შემდგომი პერიოდის გახანგრძლივება გამოიწვია, რომელმაც წარმოშვა მშობლებზე, ძირითადად, დედაზე ძლიერი დამოკიდებულების ჩამოყალიბება, რაც ჯერ კიდევ წინარე ადამიანებშიც უნდა არსებულებოდა, რადგან ის მაიმუნებშიც არსებობს. პრინციპში შეიძლება ვამტკიცოთ, რომ, რაც უფრო ძლიერია ფიზიკურად ახალშობილი დაბადებიდანვე, მას უფრო ნაკლებ სჭირდება სწავლება, მნიშვნელოვნად მოვლა და მით უფრო მეტად დამოკიდებულია ის ბიოლოგიურ საწყისებზე, ბიოლოგიურ მონაცემებზე, ინსტინქტებზე, უპირობო რეფლექსებზე, ქცევის აღმძვრელებზე. პირიქით, რაც უფრო სუსტია ახალშობილი, მით უფრო მეტად დამოკიდებულია ის დედაზე, მშობელზე და ამგვარად, მით უფრო მეტად ხდება ის სწავლების ობიექტი. ამიტომ ასეთი ინდივიდი მით უფრო ნაკლებ დამოკიდებული ხდება მემკვიდრეობით, ბიოლოგიურად განმარტობებელ საწყისებზე. დედაზე დამოკიდებულება ერთგვარად ზღუდავს ახალშობილს, მაგრამ ეს შეზღუდვა სინამდვილეში ხელის შეწყობა ხდება სწავლებისათვის და ახალშობილი ფაქტობრივად იზოლირებული ხდება ფიზიკური გარემოსაგან მშობლის საშუალებით და ამგვარად მისი კონტაქტები დედასთან, სხვა უფროსებთან, თანატოლებთან ურთიერთობებით ამოიწურება. მას რეალურად არ სჭირდება საკუთრივ ფიზიკურ სამყაროსთან ურთიერთობების დამყარება, რადგან მშობლები (დედა) უზრუნველყოფენ მისი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას და ბავშვი მხოლოდ მისი სახეობის წარმომადგენლებთან ურთიერთობით ხდება შემოსაზღვრული. ეს ყველაფერი ფაქტობრივად სოციალურის პრინციპს ნიშნავს.

ადამიანის ცხოველისაგან ძირითადი განსხვავება იმაში მდგომარეობს, რომ ის ცდილობს დასძლიოს არსებული ფიზიკური სამყარო, დაიქვემდებაროს ის, შეცვალოს და იმდაგვარად მოაწყოს, როგორც ეს მას სურს. ალბათ ამიტომაც არის, რომ სიტყვა კულტურა (ლათინური *colere*) დაკავშირებულია ისეთ

მნიშვნელობებთან, რომლებიც ფიზიკური გარემოს დამუშავებას, მასზე დასახლებას, მოვლას, მეურვეობას ნიშნავს. ლათინურში *cultura* ადამიანის სულიერი სამყაროს მაჩვენებელი იყო და ის უპირისპირდებოდა სიტყვა *natura* ბუნებას. ამრიგად ირკვევა, რომ *cultura* –ადამიანური სანყისის მაჩვენებელია, ხოლო *natura* ბუნებრივ, სტიქიურ, ცხოველურ სანყისს აღნიშნავს. ამიტომ შეიძლება ვამტკიცოდ, რომ ადამიანი ფიზიკურ გარემოსთან შეგუებაზე კი არა, არამედ გარემოს დაქვემდებარებაზე, დამორჩილებაზე არის ორიენტირებული. პირიქით ბიოლოგიური არსების მიზანდასახულება უმრავლეს შემთხვევაში დაკავშირებულია ფიზიკურ გარემოსთან შეგუებაზე, რაც ორგანიზებული ცვლილებების ხარჯზე ხორციელდება ძირითადად, თუმცა ბუნებრივია, რომ ბიოლოგიური არსებები აგრეთვე, რეალურად უპირისპირდებიან ფიზიკურ გარემოს და „ანადგურებენ“, ცვლიან მას, მაგრამ ეს არ არის მათი პირდაპირი ორიენტაცია.

როგორც ჩანს ბიოლოგიურად ფიზიკურ გარემოსთან ურთიერთობების დამყარების შესაძლებლობები ამოიწურა იმ თვალსაზრისით, რომ ორგანიზმის გარდაქმნის საფუძველზე გარემოსთან ურთიერთობები რთულდებოდა, რაც იმით იყო გამოწვეული, რომ გარემოსთან ურთიერთობების პრიმიტიული (ვირუსის მაგალითი) მომართულება (განწყობა) შეძლებისდაგვარად მის შთანთქმას გულისხმობდა ანუ მის დაძლევას და მხოლოდ უკიდურეს შემთხვევაში, აბსოლუტური საშიშროების შემთხვევაში გულისხმობდა ფიზიკურ გარემოსთან შეგუებას, რაც სინამდვილეში აქტიობაზე უარის თქმაში გამოიხატება. ამ მდგომარეობამ შემდგომში წარმოშვა გარემოსთან ადაპტაციის ის ტენდენცია, რომელსაც ჟან პიაჟემ აკომოდაცია დაარქვა. ამ მდგომარეობაში წარმოიქმნება აგრეთვე გარემოს შეცვლის ანუ აკულტურაციის ტენდენცია, რომელიც არც თუ ძლიერია, მაგრამ იქ გამოიხატება სადაც ცხოველები აკეთებენ თავშესაფრებს, ბუდეებს, დათვის ბუნაგებს, მღრღნელების სოროებს და ა.შ. მაგრამ ბიოლოგიური განვითარების პროცესში, ბუნებ-

რევია, განაგრძობდა მოქმედებას გარემოს მიმართ კვებით აქტიობაში გამოხატული პრიმიტიული შთანთქმითი დამოკიდებულება და ზოგიერთ ცოცხალ არსებებში კვებითი აქტიობა გახანგრძლივდა ახალშობილის სისუსტის გამო, რაც დაბადებულის იმ დონემდე მიყვანას გულისხმობდა, როდესაც მას დამოუკიდებლად მოქმედება შეეძლება. ამან კი ის გამოიწვია, რომ, რაც უფრო დიდი ხნის განმავლობაში არის ცოცხალი არსება მოვლის ობიექტი, მით უფრო მეტად ხდება ის სოციალურ და არა ფიზიკურ გარემოებაზე დამოკიდებული. ამავე დროს სოციალურ გარემოზე დამოკიდებულება წინ წამოსწევს სწავლებისა და სწავლის ურთიერთობებს, რაც სუსტი ახალშობილის პირობებში ძლიერ კონკურენციას უწევს ბიოლოგიური ინსტინქტების მოქმედების მდგომარეობას, უპირობო რეფლექსებს, რომლებიც ახალშობილის სისუსტის გამო დაბადებიდანვე ვერ ახორციელებენ მათზე მემკვიდრეობით დაკისრებულ გარემოსთან შეგუების ფუნქციას და მათი მოქმედება ფუჭად, უქმად მიმდინარეობს, რაც შემდგომ თაობებს შესუსტებულად, ხოლო ადამიანის ახალშობილს უკვე რეალურად, მხოლოდ რუდემენტების სახით გადაეცემა.

ასეთი მდგომარეობა თავისთავად ასუსტებდა გარემოსთან ბიოლოგიური შეგუების შესაძლებლობებს. ჩვილის სისუსტის გამო გახანგრძლივებული მყუდროების, მზრუნველობის მიღების მდგომარეობა, საფუძველი გახდა გარემოსთან ბიოლოგიური მემკვიდრეობითი შეგუების მექანიზმების შესუსტებისა. საქმე იმაშია, რომ ცოცხალი არსების განვითარებაში გენეტიკურად მიღებული გარემოსთან შეგუების მექანიზმები ამ ცოცხალი არსებების აქტიურ ფაზაში მოქმედებასთან არიან დაკავშირებული, რადგან დასვენების, ძილის, თამაშის, საერთოდ მყუდროების პერიოდში გარემოსთან შეგუების მექანიზმები, ძირითადად, დეზაქტიურ მდგომარეობაში იმყოფებიან, ხოლო ცოცხალი არსებების მოქმედებები სოციალურ ურთიერთობათა სიტუაციური იმპულსებისა და ორგანიზმის არაინსტინქტური (ანუ ბიოლოგიურად არამიზანშენწონილი) საპასუხო იმპულსებით არის განპირობებული. ახალშობილის გახანგრძლივე-

ბული სისუსტე მას მყუდროების მდგომარეობაში აყენებს, როდესაც გენეტიკურად შესუსტებულია ინსტინქტური მექანიზმების მოქმედება და რეალურად ბავშვი სოციალური იმპულსების ზემოქმედების მიმართ ხდება მონყვლადი, რომლის პარალელურად მოქმედებას იწყებს შინაგანი არაინსტინქტური ტენდენციები და ადგილი აქვს ისეთი შინაგანი იმპულსების მანიფესტაციას, რომლებიც ბიოლოგიურად არ არიან განმტკიცებულნი. ამრიგად ასეთი მდგომარეობა ახალშობილს უმუშავებს თავისუფალი ანუ მისი ბუნებით არა ბიოლოგიური ქცევის განხორციელების შესაძლებლობებს, რაც, ამავე დროს, არ არის ფიზიკურ გარემოსთან შეგუებაზე ორიენტირებული და არის სოციალურ გარემოსთან შეგუებაზე ორიენტირებული. გენეტიკური თვალსაზრისით პირველყოფილი ადამიანის ჩამოყალიბებისას ახალშობილის სისუსტის გახანგრძლივებისა და ბიოლოგიური ინსტინქტების დეზაქტივიზაციის პირობებში აქტიურობა დაკარგა ისეთმა მნიშვნელოვანმა ინსტინქტმა, როგორც არის საკუთარი სახეობის შენარჩუნების ინსტინქტი, რამაც ფიზიკური გარემოს შთანთქმის ორიენტირებულობა გაზარდა, ადამიანის მემკვიდრეობაში არსებული უმარტივესი, უძველესი და უძლიერესი ფსიქობიოლოგიური ტენდენციის, სახელდობრ „ეგოიზმის“ გენის“ (Докинз, 1993:131-140) ანუ აპროპრიაციის ტენდენციის (ჩაგანავა,) ზეგავლენით. ამრიგად, ბიოლოგიური მექანიზმების უკუგდებად, ერთდროულად გამოიწვია სოციალური ზემოქმედების გაძლიერება, რაც, უპირველეს ყოვლისა, მშობლის მიერ მეურვეობაში გამოიხატებოდა და რამაც მშობლის მიმართ მიჯაჭვულობის ჩამოყალიბება(Боулби2012, ;Смирнова,1995:139-140 ;Ньюфелд,2011) განსაზღვრა და პრინციპში, საზოგადოებრივი ინტერესების ძლიერ ტენდენციად ჩამოყალიბდა, რაც დაცულობასთან, ემოციურ სიახლოვესთან, დახმარებასთან, ალტრუიზმთან, უსაფრთხოებასთან, იმედიანობასთან, თანამშრომლობასთან, ემპათიასთან, თანასწორობასთან, სამართლიანობასთან (ბუნებრივია შვილებს შორის) არის დაკავშირებული. გარემოსთან ბიოლოგიური შეგუების მექანიზმების (მათ შორის საკუთარი სახეობის შენარჩუნ-

ნების) უკუგდება ინდივიდუალური ეგოიზმი გააძლიერა, რაც მეტოქეობასთან, დაპირისპირებასთან, საკუთარი ინტერესების პრიმატთან, საკუთარი ღირებულების ხაზის გასმასთან, განკერძოებასთან, განმარტოებასთან, უპირატესობის მიღწევაზე ორიენტირებულობასთან, დამოუკიდებლობასთან, თავისუფლებასთან არის დაკავშირებული.

იქმნება ორი დაპირისპირებული სოციალურ ფსიქოლოგიური ტენდენცია, რომლებიც ურთიერთობათა სოციალურ პრობლემატიკას წარმოშობს. ორივე ტენდენცია ეგოიზმის გენთან არის დაკავშირებული, პირველი – მიჯაჭვულობის საშუალებით ინდივიდუალური სისუსტის პირობებში უზრუნველყოფს საკუთარ ინტერესებს, ანუ ეგოიზმს, სოციალური მხარდაჭერის საშუალებით. ამავე დროს აშკარაა ფიზიკური გარემოს უგულვებლყოფა და სოციალურ ურთიერთობაზე ორიენტირებულობა, როდესაც სოციალური ურთიერთობები მიზნის მიღწევის ინსტრუმენტის ფუნქციების შემსრულებელია. პირიქით, მეორე შემთხვევაში, ადგილი აქვს მხარდაჭერის უგულვებლყოფას, საკუთარ ძალებში დარწმუნებას და მეტოქეებზე უპირატესობის მიღწევაზე ორიენტირებულობას. ადამიანების საშუალებად, იარაღად გამოყენებას უტოლდება საკუთარი მიზნების მიღწევაში, რაც ადამიანებზე ფიზიკური სამყაროს მიმართ დამოკიდებულების გადატანის ტოლფასია ფენომენოლოგიურად.

ამრიგად, ადამიანის ფსიქიკაში ადგილი აქვს წინააღმდეგობრივ მდგომარეობას, რომლის დაძლევა მხოლოდ შინაგანი შეთანხმებულობის შემთხვევაში არის შესაძლებელი, რაც თავისთავად ურთიერთობების გარკვევას მოითხოვს და ერთმანეთთან დაპირისპირებულ ტენდენციათა დაძლევას. აქედან გამომდინარე, სავსებით დასაშვებია, რომ ტენდენციის მეორე შემთხვევის საფუძველზე კაცობრიობის წარსულში კანიბალიზმი ჩამოყალიბებულიყო (განსაკუთრებით საკუთარი სახეობის შენარჩუნების ინსტინქტის დაკარგვის გამო), რომელიც შემდგომში, უკვე თანამედროვე ადამიანის დონეზე ჩვილის ქცევაზეც ვლინდება (ფროიდის მიხედვით ეს პერიოდი ზოგჯერ

ორალურ–კანიბალისტურ ფაზად იწოდება) ე.წ. ტაცებით პერიოდში.

(დაბადების აქტი) არა მხოლოდ ეყრდნობა ბიოლოგიურ დაბადებას, არამედ აგრეთვე განაპირობებს ბიოლოგიურად მოცემულ და ისტორიულად, სოციალურად განმტკიცებულ ბიოლოგიური სანყისის ზოგად უარყოფას, მისგან დაცილებას, განთავისუფლებას. ამიტომ, თუ ბიოლოგიური არსება, თავიდანვე იბადება გარემოსთან შესაძლებლობის ფარგლებში მაქსიმალურად შესაგუებლად, ბავშვი კი იბადება გარემოსთან მაქსიმალურად დასაპირისპირებლად. ამიტომაც არის რომ ცხოველები საგან განსხვავებით ადამიანს არა მხოლოდ გარემოსთან შეგუება, არამედ ჩვენი სურვილის შესაბამისად შეცვლა, ანუ ხელოვნური გარემოს შექმნის მილიონობით წლების განმავლობაში მიღებულმა გამოცდილებამ, ადამიანებს გამოუმუშავდათ გარემოზე ზემოქმედების ტენდენცია–ცნობიერად ზემოქმედების ტენდენცია, რაც გარემოს მიმართ აგრესიაში, მის დათრგუნვაში, დამორჩილებაში გამოიხატება, რადგან ბიოლოგიური მდგომარეობით უკმაყოფილება მომავლის უპერსპექტივობის პირობებში ვლინდება მარტივი აგრესიულობის ტენდენციაში, რაც ყველასა და ყველაფრის მიმართ ნეგატიურად განწყობილებაში და დაძლევაზე არის ორიენტირებული. ამიტომ ახალი სიტუაცია მასთან შეგუების ტენდენციას კი არ იწვევს, არამედ მისი დაძლევის ტენდენციას, იწვევს, ხოლო შეგუება მხოლოდ დროებითი და იძულებითი ფაქტორია და არა კანონზომიერება. ამიტომ დაბადება ზოგადად არა მხოლოდ ბიოლოგიური მგომარეობის დაძლევაა, არამედ უფრო მეტად ახალი გარემოს დაძლევის ცდაცაა, თუმცა ამის მაშინვე განხორციელების შესაძლებლობა მას (ახალდაბადებულს) უბრალოდ არა აქვს, მისი სისუსტის გამო.

ვფიქრობთ, რომ დაბადებას ტრავმასთან დაკავშირებით (ოტო რანკის, ზიგმუნდ ფროიდისა და ფილის გრინეიკრის) შესაძლებელია შემდეგი ჰიპოთეზის წამოყენება: დაბადების აქტიში ერთდროულად თავს იყრის ორი ტენდენცია – პირველი ფიზიკურ გარემოსთან შეგუების ბიოლოგიური ტენდენცია და

მეორე სოციალურ გარემოსთან შეგუების ბიოფსიქიკური ტენდენცია.

ახალშობილის სუსტი ფიზიკური მდგომარეობა არ აძლევს საშუალებას გარემოსთან შეგუების ბიოლოგიურ ტენდენციებს სრულყოფილად იმოქმედონ (მაგალითად, გადაადგილების რეფლექსი). ამიტომ ახალშობილი სულ უფრო მეტად ავლენს სოციალურ გარემოსთან შეგუების ტენდენციებს, რაც მის მიმართ მშობლების მოვლა-პატრონობით არის განპირობებული, რომელიც გულისხმობს სითბოს, სისუფთავის, კვების უზრუნველყოფას და გამაღიზიანებელი სტიმულებისაგან (მაგალითად, ხმაური) დაცვას. მაგრამ თუ სოციალური დაცულობის ფაქტორები ცუდად მუშაობენ, მაშინ სულაც არ არის გამორიცხული, რომ ინტენსიფიცირდეს ფიზიკური გარემოს ზემოქმედება ახალშობილზე, რაც მისი ფიზიკური გარემოსთან შეგუების ბიოლოგიური ტენდენციების (უპირობო რეფლექსების) დაძაბულობას, სტრესს გამოიწვევს, რადგან ამ ტენდენციების ამოქმედება ფიზიკურად სუსტ ორგანიზმში დამამძიმებელ გარემოებად უნდა მივიჩნიოთ. ამ ტენდენციებს რეალურად არ შეუძლიათ ბავშვის ფიზიკურ გარემოსთან შეგუების უზრუნველყოფა, მათი აქტიურობა ფიზიკურად სუსტ ორგანიზმში უნდა იწვევდეს სომატურ ცვლილებებს და შემაფერხებლად უნდა მოქმედებდეს სოციალურ გარემოსთან შეგუების ტენდენციაზე და სოციალიზაციის პროცესზე. ამავდროს, შესაძლებელია, ასეთ შემთხვევაში, გარემოს მიმართ შიშის ჩამოყალიბებას არაფერი უშლის ხელს და აქცენტი ფიზიკურ გარემოზე და არა სოციალურ გარემოზე კეთდება.

ბუნებრივია, რომ, როდესაც ბავშვის მოვლა-პატრონობა მინიმალურ მოთხოვნებს აკმაყოფილებს ახალშობილ ბავშვს მის განვითარებაში ზემოთ მოყვანილი პრობლემები არ უნდა შეექმნას. ფროიდის მიხედვით, არ არსებობს დაბადების ტრავმა. (შემთხვევითობის გარდა). მართლაც პირიქით არსებობს დაძლევის ტენდენცია, რომელიც გენეტიკურად უნდა იყოს განპირობებული (ჩაგანავა, 2003:281-286). საყურადღებოა, რომ ორალურ ფაზას ანუ რეალურად ახალშობილების ფაზას (ჩაგანავა,

2009:112-130) ზ. ფროიდი აგრეთვე კანიბალურ ფაზას უწოდებდა (Фрейд, 2003:256) შესახებ) ემატება, ის, რომ შეუძლებელი იყო გარემოსთან შეგუებაზე ორიენტირებულობა ყოფილიყო ადამიანის მთავარი მომართულება (აქ უნდა უარყოფთ ჟან პიაჟე) და ოტო რანკე—(დაბადების ტრავმის შესახებ). ბავშვი ფიზიკური გარემოს დაძლევაზე ორიენტირებულობით იბადება, რაც უპირველეს ყოვლისა ხელოვნურ გარემოში ყოფნაში გამოიხატება. დიდი ხნის განმავლობაში მოვლის მდგომარეობაში ყოფნის დროს ფიზიკური გარემოსთან შეგუება კი არა არამედ ხელოვნური გარემოსთან შეგუება ხდება, ბავშვისათვის ფიზიკურ გარემოსთან დაპირისპირება მთავარია ანუ ის ცდილობს მის გენეტიკურად განადგურებას, შთანთქმას, რაც ნაწილობრივ განიბალიზმში გამოიხატებოდა. ინდივიდი ამ შემთხვევაში უარყოფს ბიოლოგიურს, მაგრამ, რადგან მასში არ არის ძლიერად ფიქსირდება სოციალური, ამიტომ ის გარეგნულად უზრუნდება უმარტივეს აპროპრიაციის ტენდენციას (ეგოიზმის გენს) (ტაცების პერიოდის სახით), რომელიც აძლიერებს სოციალურ ტენდენციას. ბავშვი ტაცების ტენდენციის საშუალებით უპირისპირდება ფიზიკურ გარემოს და ეგოიზმის გენი, ენერჯის მომცემი ხდება როგორც ბიოლოგიურთან, ფიზიკურ გარემოსთან დაპირისპირების გაძლიერების უზრუნველყოფილი ეგოიზმის ტენდენციის უძლიერესი, პირვანდელი გამოვლინება იყო კანიბალიზმი, რადგან ბიოლოგიურის უკუგდება მოითხოვდა აუცილებლად აგრეთვე ფიზიკურ გარემოსთან მარტივი დაპირისპირების ისეთნაირ გამოყენების, როდესაც საჭირო იქნებოდა ფიზიკურ გარემოსთან შეგუების რთული ბიოლოგიური ორგანიზმების მიზანშეწონილობის უკუგდება. ასეთ სიტუაციაში მარტივი ტენდენციას ერთდროულად ორი მიმართულებით მოქმედებდა. ერთის მხრივ, ეს მოქმედება მიმართული იყო ბიოლოგიური ორგანიზმის სანინაალმდეგოდ, და, მეორე მხრივ, ფიზიკური გარემოს სანინაალმდეგოდ, მაგრამ, ფიზიკური გარემოს სანინაალმდეგოდ ორიენტაცია გულისხმობდა ყველაფრის შთანთქმას – და ეს ტენდენცია ვლინდებოდა კანიბალიზმში, ხოლო, ბიოლოგიური ორგანიზმის დაძლევა, ხორციელდებოდა

გარემოსთან ურთიერთობების ინსტიტუტების დაძლევიტ, რომლებიც უშუალოდ მოექცნენ ამ ტენდენციის ზემოქმედების ქცევაში. ეს ძველი აპროპრიაციის ტენდენცია არ მოქმედებდა შინაგან მდგომარეობის წინააღმდეგ (როგორც ეს მარტივ ცოცხალ არსებებს ახასიათებთ, რომლებიც ფიზიკური გარემოს მაქსიმალურად ასიმილაციას ცდილობენ). ყველაფერმა ამან საშუალება მისცა ამ მარტივ ტენდენციას ემოქმედა განვითარებული ბიოლოგიური ორგანიზმების შინაგანი ცვლილებების გარეშე. ასეთმა გარემომამ გააქტიურა ერთადერთი ბიოლოგიური სტრუქტურა, რომელიც ძირითადად არ იყო გარემოსთან შეგუებასთან დაკავშირებული და თავისუფალი იყო ინსტიტუტებისაგან (ეს არის მყუდროების, დასვენების, თამაშის მდგომარეობა) და ამავ დროს თავისუფალ, ახალ, მოქმედებებზე იყო ორიენტირებული, ანუ შემოქმედებაზე. ამ დროს კი პირვანდელი მარტივი ტენდენცია სუსტი ბიოლოგიური ორგანიზმის პირობებში თავისთავად გარემოსთან შეგუების ინსტიტუტების დაძლევიტ ანუ ის მისთვის უნებურად ბიოლოგიურად თავისუფალ მოქმედებას უწყობდა ხელს, რამაც მომავალში კიდევაც გამოიწვია შემოქმედება, სოციალურ გარემოსთან შეგუება, ფიზიკურ გარემოსთან დაპირისპირება და შემოქმედებაზე (თავისუფლებაზე) ორიენტირებულობამ გამოიწვია ის, რომ ხელის შემშლელის (ობიექტური სამყარო) „განადგურდება“ შესაძლებელი იყო “თავისუფალი მოქმედებით” (იარაღის გამოყენებით, წარმოსახვით, აზროვნებით, ნებისყოფით და სხვა). ამან განაპირობა ის, რომ ბიოლოგიურად ფიზიკური სამყაროს „განადგურების“ შეუძლებლობა (შეჭმა, შთანთქმა) მისი ფენომენოლოგიური, ფსიქოლოგიური „შთანთქმა“ ანუ შემეცნება გამოიწვია.

„თავისუფალი მოქმედება“ კანიბალიზმშიც გამოვლინდა, რომლის შეჩერება, როგორც ჩანს, ჯერ კიდევ მატრიარქატის პერიოდში სცადეს. დიდი ალბათობაა, რომ კანიბალიზმი მამრობითი სქესის წარმომადგენლებს უფრო ახასიათებდათ, რადგან ისინი არ იყვნენ ჩვილი ბავშვების მოვლა-პატრონობით, მეურვეობით, ზედამხედველობით, ზრუნვით დაკავებულნი და რაც მთლიანად მდებარეობითი სქესის წარმომადგენელთა ფუნ-

ქცია იყო. ასეთ სიტუაციაში, მამრობითი სქესის წარმომადგენელთა თვითნებობის, ძალადობის, კანიბალიზმის შეჩერება, როგორც ჩანს, მატრიარქატის პერიოდში მხოლოდ კასტრაციის საშუალებით შეიქმნა შესაძლებელი, რაც მამრების „უპირატესობის“ (Бержере, 2008:30–42) დაკარგვასა და მდედრობით სქესთან გათანაბრების ტოლფასი საშუალებად იქნა წარმოდგენილი. ასეთი ვარაუდი სავსებით შესაძლებელია, რადგან, როგორც ცნობილია „კიბელას“ ქალმერთის კულტის თაყვანისმცემელი მამაკაცები იძულებული იყვნენ თვითკასტრაცია განეხორციელებინათ (Фрэзер, 1983:327-330. 332-333. 335-336). ამიტომ შესაძლებელია უფრო მართებული იქნებოდა „კასტრაციის კომპლექსს“ კიბელას კომპლექსი გვეწოდებინა.

ფსიქოანალიზის (Фрейд, 1989:1989; Фрейд, 2007: 58-60; Фрейд, 2004:189; Берн, 1998:130-132) მიხედვით პატრიარქატის პერიოდისათვის კანიბალიზმი ფსიქოლოგიურად უკვე ძლიერი დაძლევის ფაზაში იყო. თუმცა ბრძოლა მის წინააღმდეგ მიმდინარეობდა, რაც შთანთქმული ადამიანის მიმართ განსხვავებული განცდების გამოვლენაში გამოიხატებოდა. თუმცა თავისთავად, როგორც ჩანს, კანიბალი ფიქრობდა მის მიერ შთანთქმული ადამიანის ავ-კარგზე. მაგალითად, ცნობილია, რომ კანიბალიზმი, ზოგიერთ შემთხვევაში, მიჩნეულია საყვარელი ანდა აღფრთოვანების გამომწვევი სავნის შთანთქმის პროცესად (ჩაგანავა, 2004:8). საყურადღებოა აგრეთვე ის, რომ მოკვლისა და აღდგომის ძალიან ფართოდ გავრცელებული რიტუალი ხშირად ურჩხულის მიერ ადამიანთა სიმბოლურ შთანთქმას, რომ ითვალისწინებდა (Фрэзер, 1983) დაკავშირებული უნდა იყოს პირველყოფილი ადამიანის მიერ შთანთქმულ და შემდეგ კი შიშის, ზიზღისა თუ სინანულის გამო სათაყვანებელ პიროვნებად გადაქცევასთან (ჩაგანავა, 2004:12). შთანთქმული ადამიანის სული ზოგიერთ შემთხვევაში ადამიანის ორეულად გაცნობიერდა. მფარველი სულების, ბედნიერებისა თუ უბედობის მომტანი სულები ადამიანური თუ ცხოველური ორეულის სახით აქვს წარმოდგენილი უძველესი დროის ადამიანს (Вундт,

1910:). მეტოქისაგან გარემოს მთლიანი განთავისუფლების მოთხოვნით განვითარებულმა კანიბალიზმმა ვერ უზრუნველყო მონინალმდეგეზე უპირატესობის მიღწევა, რადგან შთანთქმული ადამიანი კანიბალის სხეულში სულის სახით გაცოცხლდა, მიუღწეველი გახდა მისთვის და უპირატესობა ისევ შთანთქმულ მეტოქეს დარჩა (ჩაგანავა, 2004:14).

კანიბალის სხეულში მოთავსებული მსხვერპლის მიმართ დამოკიდებულება, როგორც ჩანს, თავისებურად აისახა ზ. ფროიდის მიერ ჩამოყალიბებულ წარმოდგენაში ანალური ფაზის შესახებ, სადაც ზ. ფროიდისა და მისი მიმდევრების მიხედვით დეფეკაციის პროცესის დროს ხაზს უსვამენ, რომ, ერთ შემთხვევაში, „ფეკალური მასის გამოჩენა განიხილება, როგორც დაშლილი ობიექტი, რომლის მიმართ ბავშვი არანაირ მონივნებს არ განიცდის (Бережере, 2008:23) მშობლების მიმართ; მესამე შემთხვევაში, ბავშვი „იკავებს მათ (ფეკალურ მასას), რასაც მტრული (სადისტური) ფესტის მნიშვნელობა აქვს გამოყოფით შენუხებული მშობლებისათვის (Бережере, 2008:23).

ფროიდი წერს ბავშვზე – „მისი დამოკიდებულება თვით ექსკრიმენტების მიმართ დასაწყისში სრულიად სხვანაირია. ის არ განიცდის ზიზღს საკუთარი განავლის მიმართ, რადგან მას საკუთარი სხეულის ნაწილად აფასებს და მასთან განშორება მისთვის ადვილი არ არის“ (Фрейд, 1989:200), ფროიდი წერს: „ჩვენ დავასკვნით, რომ ჩვილი განიცდის სიამოვნებას შარდვისა და დეფეკაციის დროს და ჩქარა ცდილობს ეს აქტები იმდაგვარად განახორციელოს, რათა მიიღოს სიამოვნება (Фрейд, 1989:200). ფროიდი აქ ფაქტობრივად, პატარა ბავშვის განზრახვით ქცევის (ნებისყოფითი ქცევის) შესახებ საუბრობს. კიდევ უფრო პირდაპირ საუბრობენ მისი მიმდევრები.

ჟ. ბერჟერე (მ.უზერი) წერს „ბავშვის მიერ ფეკალური მასა განიხილება, როგორც მისი სხეულის ნაწილი, რომელსაც ნებისმიერად ის იკავებს, ინარჩუნებს შიგნით ან ყოფს და აგდებს გარეთ, რაც აძლევს მას საშუალებას განასხვავოს შინაგანი და გარეგანი (Бережере, 2008:21–22).

შემდეგ ჟ. ბერჟერე (მ. უზერი) წერს – (სფინქტერული დისციპლინის დაუფლება საშუალებას აძლევს ბავშვს აღმოაჩინოს პირადი საკუთრების ცნება (მას შეუძლია რაღაც გასცეს და არ გასცეს), საკუთარი ძალაუფლება ნაწლავებისა და საკუთარი სხეულის მოქმედებაზე აუტოეროტული ძალაუფლება, დედაზე ემოციური ძალაუფლება, რომელსაც ის ხან აჯილდოებს და ხან ფრუსტრირებს (Бержеpe, 2008:24).

ამრიგად ზ. ფროიდი და მისი მიმდევრები ანალურ ფაზაში მიმდინარე მოვლენებს ბავშვის ნებისყოფით მოქმედებასთან და პირადი საკუთრების ცნების ჩამოყალიბებასთან აკავშირებენ. მაგრამ, ამ პერიოდთან სხვა ძალიან მნიშვნელოვანი ფაქტორები არიან აგრეთვე დაკავშირებული.

საქმე იმაშია, რომ კანიბალის მიერ შთანთქმული მსხვერპლის ბედი შემდგომში დეფეკაციასთან არის ლოგიკურად დაკავშირებული.

ამრიგად, ანალური ფაზა ზუსტად განზრახვითი ქცევის ჩამოყალიბებასთან და სულის შესახებ პრიმიტიული ცოდნის საფუძველი გახდა, რადგან საკუთარ სხეულში სხვა ცოცხალი პიროვნების არსებობის დამადასტურებელი მატერიალური მტკიცებულება მხოლოდ ექსკრიმენტების სახით შეიძლება ყოფილიყო მიღებული. შემდეგ კი, როგორც ჩანს, შინაგანი „ჰომონკულისი“–ს შესახებ წარმოდგენები სამი ძირითადი სტრუქტურის სახით ჩამოყალიბდა. იმ შემთხვევაში, როდესაც შთანთქმული მსხვერპლი ნეგატიურთან, მიუღებელთან, შიშის მომგვრელთან, თუმცა კანიბალისტურ სიამოვნებასთან იყო დაკავშირებული, მისი „ექსკრიმენტები“ მინასთან გაიგივებოდა. ამ შემთხვევაში ნამდვილად–„ფეკალური მასის გამოჩენა განიხილება, როგორც დაშლილი ობიექტი, რომლის მიმართ ბავშვი არანაირ მონივნებას არ განიცდის“. თუ ამ თვალსაზრისს რამდენიმე ათასწლეულით უკან გადავიტანთ კანიბალისტურ ეპოქაში, მაშინ უნდა ვიფიქროთ, რომ ასეთი განსაზღვრა ძირითადად „სხვა მე“–ს შეესატყვისება, რომელიც ქვეცნობიერთან, მიუღებელთან, ალტერ–ეგოსთან გაიგივდება. ამავე დროს ფეკალური მასის მინასთან გაიგივებაც შეიძლება, რაც მას ქვესკნე-

ლის თვისებებს მატებს „ქვესკნელი: შავეთი, აჩრდილთა სამეფო, საიქიო, სულეთი, მიცვალებულთა სასუფეველი, მიწისქვეშა სამყარო“ (გელოვანი, 1983: 514–517). ჰომეროსის მიხედვით „ლეთა–დავინყების მდინარე სადაც სულები ივინყებენ ყოველივე მიწიერს, ვინც ლეთას წყალს შესვამს აღარაფერი ახსოვს(გელოვანი, 1983: 515). გავიხსენოთ–ლეთარგია (ბერძნ. Lethargia)-ავადმყოფური მდგომარეობა, რომელიც „ტარტაროზი საერთოდ საიქიოს სინონიმად იქცა“, იქვე ირევინან დემონები, ურჩხულები, გორგონები, ჰარპიები, ქიმერა, ჰიდრა (გელოვანი, 1983:517). შუმერთა რწმენით, ადამიანი საიქიოში არაფრისთვის არ აგებს პასუხს, ყველა სული ერთნაირად შავ დღეშია (გელოვანი, 1983:517).

მეორე შემთხვევაში, კანიბალის მსხვერპლი ფენომენოლოგიურად „შეკავებული“ იყო სხეულში, ანუ ასეთი „ჰომონკულისი“ გაიგივებული იყო სიძლიერესთან, გამბედაობასთან, ამალღებულობასთან, ზემოქმედების მოხდენასთან, თავისთავად კანიბალიზმის განმახორციელებელ სუბიექტთან, რომელსაც კანიბალი გადაურჩა და რომლის თვისებების მიკუთვნება ხდებოდა მისი შთანთქმით (Фразер,1983), რომელიც ამგვარად სუბიექტზე უდიდესი ზეგავლენის განმასახიერებელი ხდებოდა, რაც ზე–მე–ს ქცევის მარეგულირებელის, სინდისის, ცენზორის, შინაგანი კონტროლიორის ტოლფასი ხდებოდა ანუ სუპერეგოს, ზესკნელის ფუნქციებს ითვისებდა. „ზესკნელი–უზენაესი სფერო სამყაროსა, ზეციური (გელოვანი, 1983:192).

მესამე შემთხვევაში–ანალურ ფაზაში, კანიბალისტური ცნობიერების პირობებში სხეულში შენარჩუნებული პოზიტიურად, თანატოლად შეფასებული მსხვერპლი, საკუთარი, „რეალური მე–ს ტოლფასად შეიძლება შეფასებულიყო, რომელიც ცნობიერების განსაზღვრებას დაედო საფუძვლად და რომელიც პირად ეგო–დ (Ego) შეფასდა, გათავისდა და განმტკიცდა სიცხადის, შეგნებულობის, განათებულობის ტოლფასად.

სულის შესახებ მითოლოგია თავისი არსით მნიშვნელოვანია, დიდი ალბათობით, ძირითადად, პოსტკანიბალისტური

ეპოქის დადგომის პროცესთან დაკავშირებით, როდესაც კანიბალიზმის დაგმობამ ადამიანები სხვა ადამიანის სულის სახით საკუთარ სხეულში ყოფნის გაგებამდე (გაცნობიერებამდე) მიიყვანა. ჩამოყალიბდა კანიბალისთვის მისი მსხვერპლის მოსახერხებელი კომპენსაცია, როდესაც მსხვერპლის ფიზიკური არსებობა შეიცვალა არსებობის უფრო მაღალი ფორმით – სულის არსებობის სახით. ეს კი გარკვეული ხარისხით ამართლებდა კანიბალიზმს, ხოლო მსხვერპლს ამაღლებულის მდგომარეობას ანიჭებდა.

საყურადღებოა, რომ თითქმის 2,5 წლამდე ბავშვი რეალურად ვერ აცნობიერებს საკუთარ „მე“-ს (არ იყენებს შესაფერის ნაცვალსახელს), რაც შინაგანი ფსიქიკური მდგომარეობის წარმოსახვას, ანუ არარეალურის რალაცნაირად წარმოდგენას გულისხმობს, რადგან ის არ შეიძლება იყოს მისი სხეული, სხეულის ნაწილები, რომლებსაც თავისი სახელწოდებები გააჩნიათ და გამოდის რომ საკუთარი “მე” ფიზიკური სტრუქტურა კი არ არის, არამედ საკუთარი ფიზიკური არსებობაზე უფრო მაღლა მდგომი, მისი მომცველი, მაგრამ ამავე დროს მისგან განცალკევებული და ბგერით კომპლექსში გამოხატული, სახელთან დაკავშირებული მდგომარეობაა. გენეტიკურად ის „სულთან“, რაღაც ისეთთან უნდა იყოს გაიგივებული, რომელსაც არ აქვს რეეალური განფენილობა და ამოტომ ასეთი უსაგნო, საკუთარ ფიზიკურ სხეულთან დაკავშირებული და ამავე დროს დაუკავშირებელის გაცნობიერება საკმაოდ რთულია. როგორც ჩანს, ეს სირთულე იმით უნდა იყოს გამოწვეული, რომ სიტყვა “მე”-ში უპირველეს ყოვლისა ზოგადად ბავშვის პიროვნება იგულისხმება, რომელიც არ დაიყვანება ცალკეულ მდგომარეობაზე და ამავე დროს არ არის გამორიცხული, რომ საკუთარი პიროვნების ასეთ ზოგად დასახელებას ბავშვი გაურბის კიდევაც, როგორც, რაღაც უცხოს, შიშის მომგვრელს. შესაძლებელია, რომ ასეთ მსჯელობას აქვს საფუძველი, რადგან „ფსიქოგენეტიკურად“ ზოგადად ფსიქიკური თვისებები, რასაც ახლა ფსიქიკა ეწოდება სულთან იყო გაიგივებული, ხოლო ასეთი გაიგივებულობა შესაძლებელია „სიკვდილთან“

(შთანთქმულთან) იქნეს დაკავშირებული. შემთხვევით არ უნდა იყოს, რომ ღმერთების მიერ სულების შექმნის წარმოდგენები მთელ პოლინიზიურ მითოლოგიას ახასიათებდა (Ратцель,1903: 292).

ცნობილია, რომ ანალური „ნებისყოფითი დაძაბვა–დაკავშირებულია საკუთარი თავის დაძლევისთან და დედის მოთხოვნასთან შესაბამისად საკუთარი თავის დეფექაციისადმი (და მოშარდისადმი) იძულება (Бержере, 2008). ალბათ აქ ბავშვი პირველად ახორციელებს საკუთარი თავის მოქმედებისადმი მომართვას, ორგანიზებას დედის თხოვნის, მშობლის „დაჭიმვისადმი“ მიბაძვის საფუძველზე, როდესაც შინაგანი, ყორყისმიერი ბგერითი გამოხატვის მსგავსად დაძაბულობის განმეორება განაპირობებს „ნებისყოფით“ დეფექაციასა და მოშარდვას. ამ შემთხვევაში ბავშვი დაძლევს საკუთარ თავს, საკუთარ ორგანიზმს, რომელიც ხელს უშლის მას დედასთან პოზიტიური ურთიერთობების დამყარებაში, რაც, მისთვის საფუძველი ხდება ისეთი უზრუნველყოფისა, რომელიც საშუალებას აძლევს მას გამოაცალკევოს საკუთარი თავი, როგორც ფსიქოლოგიური „მე“ და საკუთარი ორგანიზმი, რომელიც არ ექვემდებარება ზეგავლენასა და მართვას და რომელიც რაღაც სხვა არც თუ ისე კარგი, თუმცა არც ცუდი კომპლექსია.

ზ. ფროიდის მიხედვით ფალოტური ფაზა გენეტიკურად ფალოსის კულტთან უნდა იყოს დაკავშირებული, რადგან ამ ფაზაში ბავშვის განვითარების პროცესში პირველად ხდება დიფერენცირება–განსხვავებულობის დადასტურება (Бержере,2008: 28). მაგრამ აქ მნიშვნელოვანია ის, რომ ზუსტად ამ პერიოდში უნდა განმტკიცებულიყო (თუ დავეთანხმდებით შეხედულებას-Бержере,2008,რომ ერთი წლის ასაკის ბოლოში წარმოიშვება ამბივალენტობა), რადგან დიფერენცირება არა მხოლოდ განსხვავებულობის დამადასტურებელია. ეს კი ნიშნავს,–„შეიძლება ჩავთვალოთ, რომ ფროიდისათვის ფალოსი ყველაზე უფრო მეტად ხასიათდება, გამოცალკევების“ შესაძლებლობის მქონე ობიექტად, რომელიც ამგვარად ტრანსფორმირდება ამ „პარცი-

ალურ ობიექტად“ (Бержере,2008:30). ამრიგად, სავარაუდოთ, უნდა მომხდარიყო ფალოსის, სიამოვნების მომტანი კულტად ჩამოყალიბება, ხოლო მამაკაცების ჰიპერაქტივობამ (სადიზმი, კანიბალიზმი) განაპირობა კასტრაციის აუცილებლობა.

ამ შემთხვევაში პიროვნული (მამაკაცური) პრიმიტიული ეგოისტური ტენდენცია პირველად ეჯახება სოციალიზებული საკუთარი ბავშვის კანიბალიზმისგან დაცვის ტენდენციას. ამრიგად, კასტრაცია ჯერ კიდევ მატრიარქატის პერიოდში უნდა წარმოშობილიყო, როგორც ახლობლის მიმართ კანიბალიზმის აღსრულების გამო სასჯელი. მამრობითი სქესის წარმომადგენლებს ასეთი დასჯის არც სურვილი ექნებოდათ და არც ღირებულება. ამიტომ უნდა ვიფიქროთ, რომ მდედრობითი სქესის წარმომადგენლების მიერ უნდა ყოფილიყო კასტრაციის წესის ჩამოყალიბება, რადგან ზუსტად მდედრობითი სქესის წარმომადგენლებისათვის წარმოადგენს პენისი გარკვეული ღირებულების მქონე ორგანოს. აქედან არის წარმომდგარი ფროიდისეული თვალსაზრისი მდედრობითი სქესის წარმომადგენლების მიერ მამაკაცური პენისის მიმართ შურიანობის ტენდენცია. ზუსტად მდედრობითი სქესის წარმომადგენლებისათვის პენისი განიხილებოდა, როგორც უპირატესობის აღმნიშვნელი (Бержере,2008). ამავე დროს პენისი იყო სიამოვნების მომნიჭებელი. გამოდის, რომ პენისის მიმართ ორგვარი დამოკიდებულება ჰქონდათ მდედრობითი სქესის წარმომადგენლებს, ერთის მხრივ, ნეგატიური–მამრობითი სქესის წარმომადგენლების მიერ უპირატესობის მიმნიჭებელი ორგანოს ფლობის გამო, და მეორე მხრივ, პოზიტიური–ამ ორგანოს მიერ სიამოვნების მიღების შესაძლებლობის გამო. მაგრამ მამაკაცისა და ქალის სოციალურად გათანაბრება მხოლოდ კასტრაციით იყო შესაძლებელი, როდესაც მამრობითი სქესის წარმომადგენლები დაკარგავდნენ იმ უპირატესობას, რომელიც მათ ჰქონდათ მდედრობით სქესთან შედარებით. როგორც ჩანს კასტრაცია უტოლდებოდა სიკვდილით დასჯას, რადგან აღწერილი არის შემთხვევები, როდესაც ზუსტად, რომ კასტრაციით უსწორდებიან იმ დროს როდე-

საც ანალოგიურ შემთხვევაში მამაკაცი ზოგჯერ სიკვდილით ისჯება. ყველაფერი ეს კი ისევ გვაფიქრებინებს, რომ კასტრაციის ფენომენი მდებარეობითი სქესის მიერ უნდა ყოფილიყო ინიცირებული, სავარაუდოდ მაინც ფალოტურ სტადიაზე, რომელიც ფალოსის კულტის თავისებური ასახვაა. ის, როგორც ჩანს, შთანთქმული მსხვერპლის მაგვარად დაჯილდოვდა სულის ფუნქციებით. თუ სული შთანთქმული ადამიანისა და შემდეგ ამის გამო სინანულის შედეგად იქნა გაღმერთებული (ზებუნებრივი ძალით იქნა დაჯილდოებული), ასეთივე ბედი, როგორც ჩანს, ერგო ფალოსს. უნდა ვივარაუდოთ, რომ მამრობითი სქესის თავანყვეტილი კანიბალიზმი და ყოველგვარ ზომიერების მიღმა მყოფმა სექსუალობამ (სავარაუდოდ მცირე ნლოვანების მიმართ) მატრიარქატის პერიოდში გამოიწვია მდებარეობითი სქესის წარმომადგენლების მიერ მამაკაცისათვის ყველაზე უფრო ღირებული, უპირატესობის მომცემი ორგანოს ამპუტაცია-კასტრაცია, რაც მამაკაცის სტატუსის ჩამოქვეითებას უტოლდებოდა და მამაკაცის უპირატესობის დაძლევისას. ამავე დროს მამაკაცის ასეთმა დასჯამ ქალებში სინანულის გრძნობა ჩამოაყალიბა, რამაც გამოცალკევებული ფალოსისადმი დაქვემდებარება მისი კულტად ქცევა გამოიწვია, თვით მამაკაცის „იგნორირების“ პირობებში.

კიბელას კულტის შესაბამისად თვითკასტრაცია ფენომენოლოგიურად ათავისუფლებდა მამაკაცს იმ ცოდვისაგან, რომელიც, ალბათ, დაკავშირებული იყო მცირეწლოვანი ბავშვების შთანთქმასთან და შეუკავებელ სექსუალურობასთან. თვითკასტრაცია და, როგორც ჩანს, საერთოდ კასტრაცია, არა მხოლოდ სასჯელი იყო, არამედ აგრეთვე იძულებითი გონიერების საფუძველი (სულაც არ არის გამორიცხული, რომ სხვადასხვა შემთხვევებში სექსუალური კონტაქტისაგან თავის შეკავება, ზუსტად მატრიარქატთან უნდა იყოს დაკავშირებული, როდესაც იძულებითი კასტრაცია სხვას არაფერს უტოვებდა მამაკაცს, გარდა სიბრძნისა. არ არის გამორიცხული, რომ სქესობრივი თვითშეკავება აგრეთვე მატრიარქატთან იყოს დაკავშირებული, რადგან მენსტრუაციის პერიოდი ბუნებრივად იწვევს

სექსუალური ურთიერთობების შეჩერებას. ასევე შესაძლებელია, რომ მარხვა, საჭმელისაგან თავის შეკავება კანიზალიზმის დაძლევისათან უნდა იყოს დაკავშირებული.

საყურადღებოა იუდაისტური ტრადიცია, რომლის მიხედვით მხოლოდ ღვთისმსახურებს ჰქონდა უფლება დაეკლათ... ქათამი თუ სხვა საკლავი.საინტერესოა, რომ საქართველოში (გურიაში) ტრადიციის მიხედვით ქალი არასდროს არ კლავდა ქათამს, იხვს, ბატს, მით უმეტესად გოჭს თუ ხბოს. ამისათვის ოჯახში თუ მამაკაცი არ იყო მეზობელს სთხოვდნენ ამის გაკეთებას. ანუ ქალისათვის აკრძალული იყო სისასტიკის გამოვლენა. ასეთი წესი ასახვა უნდა იყოს იმ ტენდენციისა, რომლის შესაბამისად მდებრობითი სქესის წარმომადგენლები სოციალურად უფრო დანიინაურებლები იყვნენ.

შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ კაცობრიობის ისტორიაში წარმოიქმნა უცნაური სიტუაცია— მამრები კასტრაციის შიშით გარბოდნენ მატრიარქალური ტომიდან. გაქცეულებს უკან დაბრუნება არ შეეძლოთ. ამიტომ მამაკაცები იძულებული იყვნენ მოეტაცათ ქალები და ახლა მათ უკვე როგორც საკუთარ მონაპოვარს ისე უვლიდნენ და საკუთრებად მიიჩნევდნენ. როგორც ჩანს, ასეთმა მდგომარეობამ თანდათანობით პატრიარქალურ ტომს დაუდო საფუძველი, სადაც აკრძალული იყო ქალების ხლება ისევე კასტრაციის შიშით და შეიძლებოდა მხოლოდ სხვა ტომიდან მოეყვანათ ქალი. იგივე პროცესს ადგილი ჰქონდა მატრიარქალურ ტომში, სადაც მამაკაცებს კასტრაციის შიშით არ შეეძლოთ ქალებთან დაახლოება და ამგვარად იძულებულნი იყვნენ სხვა ტომიდან მოეტაცათ ქალები. ამგვარად აქაც მატრიარქატი თანდათან იცვლებოდა პატრიარქატით.

შეიძლება ვამტკიცოდ, რომ ოიდიპოს კომპლექსი კი სხვა არაფერია, თუ არა შინაგანი სისხლის აღრევის აკრძალვა, რაც ასეთ შემთხვევაში ზუსტად კასტრაციით უნდა დასჯილიყო და ამგვარად ოიდიპოსის კომპლექსი შიდა სექსუალობის ანუ სისხლის აღრევის აკრძალვის ასახვა უნდა იყოს, რაც ჯერ კიდევ მატრიარქატი წარმოიქმნა და შემდეგ კი უკვე პატრიარქალურ საზოგადოებაში იქნა გადატანილი და დაცული. აქ

კი უკვე კერძო საკუთრება იქნა დაფუძნებული, რომლის უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებელი მოტაცებულ ქალზე ტომის ყველა წარმომადგენლის საკუთრების უფლების აღიარება იყო, რამაც კერძო საკუთრებას, მამაკაცის უპირატესობასა და საკუთარი ბავშვების ცნობას, შენარჩუნებას და მემკვიდრეობითობას დაუდო საფუძველი.

ოიდიპოსის კომპლექსში ორი სანინალმდეგო მდგომარეობაა, როგორც ვაჟისთვის ისე გოგონასათვის. ვაჟისათვის ეს არის ლტოლვის შეკავება – სოციალურის ფრუსტაციის იმპულსით, რაც სასურველთან დაპირისპირებით გამოიხატება. აგრეთვე უნდა ვიგულისხმოთ, რომ აქ ადგილი უნდა ჰქონდეს კასტრაციის კომპლექსის გამოვლინებას, რომელიც ამ ასაკში უფრო ძლიერია ვიდრე ოიდიპოსის კომპლექსი. ეს კომპლექსი სტიმულირდება გოგონების შურით ვაჟების მიმართ. ზრდასრული ადამიანების მიერ ვაჟებისათვის აშკარა უპირატესობის მინიჭების პირობებში თვით ვაჟებში უპირატესობის დაკარგვის შესაძლებლობა შეიძლება კასტრაციის კომპლექსით სტიმულირდებოდეს.

გოგონების მამისაგან განრიდება სინამდვილეში მამის მიერ გოგონებისაგან განრიდებაში გამოიხატება, რაც ფსიქოგენეტიკურად კიბელას კომპლექსით უნდა იყოს განპირობებული. ასეთი განპირობებულება კი ეროტული მიდრეკილების შეზღუდვას გულისხმობს მამაკაცის მხრივ, რაც თვითშეზღუდვაა და არა შეზღუდვა. აქ აგრეთვე მნიშვნელოვანია კიბელას კომპლექსით გამონვეული შვილზე საკუთრების უფლება, რაც მდებარეობითი სქესის შვილზე პირველქმნილ, ანუ ხელშეუხებლად ყოფნას გულისხმობს. ეს კი იმაში გამოიხატება, რომ საკუთრების უფლება დაკავშირებულია ისეთ ღირებულებასთან, რომელიც ქალიშვილობის ინსტიტუტთან არის გაიგივებული. ქალიშვილის ქალწულობა მამისთვის მის მიერ ფსიქოგენეტიკურად კიბელას ღვთაების წინაშე სიმბოლური თვითკასტრაციის მაჩვენებელია, მისი პიროვნული ღირებულების ამამალღებელია და აგრეთვე ფსიქოგენეტიკურად კიბელას წინაშე საკუთარი ვალდებულების შესრულების განმასახიერებელია.

მეორე მხრივ, გოგონების მამის მიმართ ორიენტაცია, სულაც არ არის სქესობრივი ლიბიდოს მაჩვენებელი, არამედ ის არის მამის, როგორც მამაკაცის მიმართ, ფსიქოგენეტიკურად კასტრაციის ობიექტის მიმართ, მდედრობითი სქესის ფსიქოგენეტიკური ბრალეულობისა და სინანულის საკომპენსაციო გამოხატულება. ასევე ვაჟის მიერ დედასთან დაახლოების ტენდენცია, სულაც არ არის დაკავშირებული ლიბიდოსთან. აქ უპირველეს ყოვლის, დედის მხრივ ვაჟის მიმართ მზრუნველობა, ფსიქოგენეტიკური საკომპენსაციო ტენდენცია, რაც საერთოდ მამრობითი სქესის მიმართ კასტრაციის კომპლექსის გადმონაშთის გამოვლენა უნდა იყოს, რომელიც ფსიქოგენეტიკურად ღვთაება კიბელას მიერ მამაკაცების მიმართ თვითკასტრაციასთან უნდა იყოს დაკავშირებული, რომელიც თავის მხრივ, სავარაუდოდ, ასახავს, კიდევ უფრო ძველი ტრადიციას საფუძველზე კანიბალიზმში და გადამეტებულ სექსუალობაში დადანაშაულებული მამრობითი სქესის წარმომადგენელთა იძულებით კასტრაციას. ამრიგად, შესაძლებელია, რომ სკოლამდელ ასაკში, ოიდიპოს კომპლექსი როგორც წესი არც უნდა არსებობდეს, თუმცა ზოგიერთ შემთხვევაში მისი არსებობის უარყოფა შეუძლებელია. ძირითადად კი ოიდიპოს კომპლექსი უფრო გვიან სახელდობრ გენეტიკურ ფაზაში უნდა გამოვლინდეს.

არც იმის უარყოფა შეიძლება, რომ ოიდიპოსის კომპლექსის დაძლევა მზადდება ანალური ორგანიზმული დაძლევის უნარის საფუძველზე, როდესაც ორგანიზმი უკვე განიხილება, როგორც რაღაც უცხო, საფრთხის შემცველი. ამიტომ ოიდიპოს კომპლექსის პერიოდში სხეულებრივი გამოვლინებები, თავიდანვე იძლევიან იმის საშუალებას, რათა განსაზღვრული იქნენ, როგორც მიუღებელნი, სასირცხვო, საშიშნი (თუმცა სასურველი). ოიდიპოსის კომპლექსი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც მოტივთა ბრძოლის პირველი სრულყოფილი ათვისების პერიოდი, როდესაც ბიოლოგიურ, ორგანიზმულ „უცხო“ სხეულებრივ ლტოლვას უპირისპირდება მშობლების მხრივ მოვლის, მზრუნველობის, დაცვის აუცილებლობა.

მოზარდობის პერიოდში იმის გამო, რომ გონებრივი განვითარება უმაღლეს დონეს აღწევს და ამავე დროს უმაღლეს დონეს აღწევს ბიოლოგიური მომნიშვნელობა, ერთდროულად ყალიბდება გარეგნული კონტრასტი. მოზარდი მანმდე ყოველთვის ენინააღმდეგებოდა ბიოლოგიურ სანყისებს. მაგრამ ახლა ბიოლოგიურმა სანყისმა ძალა მოიკრიბა და იწყება მოზარდის ქცევაზე ბიოლოგიური სანყისების ზემოქმედების გაძლიერება და ეს იმ პირობებში, როდესაც ამავე დროს იზრდება, მოზარდის მიერ აღიარებული, სოციალური გარემოს ზემოქმედება.

ამიტომ ასეთი ორმაგი დიქტატის კომპენსაციის როლში ხშირად გვევლინება ახალი, მოზარდისათვის მისაღები გარემოცვასთან დაახლოების ტენდენცია, რაც კონფორმიზმის გამაძლიერებელი ხდება. მისი შინაგანი გაძლიერებული კონფლიქტი ბიოლოგიურ სანყისთან ოჯახის მიღმა გადაიტანება. მოზარდი ცდილობს ხელში აიღოს „გადაწყვეტილების მიღების“ გარემოებები და მისი განხორციელება. ყალიბდება ე. წ. **ღირებულებითი ქცევა** (ეს არის მოზარდის მოგვიანო პერიოდის სოციალური, ჯგუფური, ინდივიდუალური ღირებულებების შესაბამისად ქცევა, რომელიც შეიძლება წარმართოს, როგორც კონფორმიზმის, კოლექტივიზმის მიმართულებით, ისე აგრეთვე ინდივიდუალიზმისა თუ ეგოიზმის მიმართულებით) და არა გონების შესაბამისად.

მაგრამ შემდგომში კი ქცევა **ინტელექტუალური პრინციპების შესაბამისად** ხორციელდება, როდესაც ადგილი აქვს „მამებისა და შვილების“ ე. წ. ბრძოლას. ის ხშირად ინტელექტუალურ დაძლევაში გამოიხატება, რაც არც თუ იშვიათად ღირებულებების სანინააღმდეგოდ. გონებრივად გამართლებულ ბრძოლად შეიძლება იქნეს შეფასებული. თუმცა მთავარი აქ მაინც ინდივიდუალისტური ტენდენციების განმტკიცებაა, რაც მოგვიანებით **რწმენის საფუძველზე** პოულობს განმტკიცებას და არც თუ იშვიათად ადამინი უბრუნდება საოჯახო ღირებულებების პრიორიტეტებს.

ლიტერატურა

ა. გელოვანი, მითოლოგიური ლექსიკონი, „საბჭოთა საქართველო“, თბ., 1983.

ბ. ჭაბაშვილი, უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, „განათლება“, თბ., 1989.

გ. ჩაგანავა, ნეგატივიზმის პერიოდები პიროვნების ფსიქიკურ

განვითარებაში, კრ.: ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო

უნივერსიტეტის შრომები, V., (ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა სერია),

“ბათუმის უნივერსიტეტი”, ბათუმი, 2003, 281-286.

გ. ჩაგანავა, ისტორიული და სოციალური ფსიქოლოგიის აქტუალური

პრობლემები, გამომცემლობა, „ბათუმის უნივერსიტეტი“, ბათუმი, 2004.

გ. ჩაგანავა, ორალური სტადიის ფსიქოგენეტიკა, კრ.: ფსიქოლოგიური

გამოკვლევები, “ შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი”, ბათუმი, 2009, 112-130.

Боулби Д., Привязанность, Гардарики, М., 2012. <http://nkozlov.ru>

Берн Эрих, Введение в психиатрию и психоанализ для непосвященных, Попурри, Мн., 1998.

Бержере Ж., Патопсихология, Психоаналитический подход. Теория и клиника АСПЕКТ-ПРЕСС, М., 2008.

Докинз Р., Эгоистичный ген, М., 1993. <http://www.klex.ru/r/3/>

Мак – Фарленд Д., Поведение животных, этология и эволюция, «Мир», М., 1988.

Смирнова Е. О. Теория привязанности: концепция и эксперимент, 1995.

Фрейд З., Введение в психоанализ. Лекции «Наука», 1989.

Фрейд З., Очерки по психологии сексуальности, Попурри, Мн., 2007.

Фрейд З., Интерес к психоанализу, Попурри, Мн., 2004.

Фрейд З., Психоаналитические этюды, Попурри, Мн., 2003.

Фрэйзер Д.Д., Золотая ветвь, Политиздат, М., 1983.

Guram Chaganava

Psychoanalysis, Castration (Kibela) Complex and Intentional Conduct Behavioural Psychogenetics

Psychogenetical study found that so-called castration, actually must be associated with the ancient cult of the female Kibela, which probably reflects the contradictions existed in prehistorical of time and which are related to the characteristics of the psychological manifestations of cannibalism.

Гурам Чаганова

Психоанализ, комплекс кастрации (Кибели) и психогенетика намеренного поведения

Психогенетическое исследование показало, что так называемый комплекс кастрации, на самом деле должен быть связан с древним женским культом Кибели, который, по всей вероятности, отражает те противоречия, которые существовали в преисторическом времени и которые связаны с особенностями психологического проявления каннибализма.

საზოგადოებასთან ურთიერთობები და მარკეტინგი

Public Relations and Marketing Связи с общественностью и маркетинг

გურანდა შამილიშვილი

ბრენდის შექმნის ხელოვნება თანამედროვე ტურიზმის სფეროში

თანამედროვე ადამიანი ბრენდების სამყაროში ცხოვრობს და მათი მომხმარებელი ხდება. ბრენდები საზოგადოებაზე ზემოქმედებენ ზუსტად შექმნილი სტრატეგიით, რომელშიც შედის სახელი, სიტყვა, სიმბოლო და დიზაინი, რაც ერთობლიობაში ქმნის ბრენდს და ახასიათებს გარკვეულ პროდუქტს, გამოარჩევს მას სხვა მსგავსი პროდუქტებისაგან. ევროპელი სპეციალისტების მოსაზრებით, მასობრივი ცნობიერება მიიღტვის კონკრეტული სახეების სისტემისაკენ, რომლის გამოყენებაც პროდუქციის ან მომსახურების შეთავაზების პირებებში ხელს უწყობს მომხმარებლის ქცევების კორექტირებას, რაც თავის მხრივ განაპირობებს კერძო ბიზნესის განვითარებასა და მისი შემოსავლის ზრდას. (Владимир Ляпоров, 100% бренд, Как продавать счастье; 2004 г.)

ტურისტული ბაზრის განვითარებასთან ერთად მომხმარებლის უპირატესობის ფორმირების არსებით ფაქტორს წარმოადგენს ტურისტული მომსახურების სახელის (საფირმო ნიშნის) ქონა (ან არ ქონა), რომელიც ცნობილია მომხმარებლისათვის. საფირმო ნიშანი გულისხმობს მარკეტინგული კომუნიკაციის კომპლექსის სფეროში მოცემული სახელის დანარგვის

ფილოსოფიას, რეალიზაციის ღონისძიებების გამოყენებით. ის განკუთვნილია ინფორმაციის მომხმარებელთა მიზნობრივი ჯგუფებისათვის და თავის მხრივ მომხმარებლის მოლოდინის, უპირატესობისა და სოციალური მენტალობის ადეკვატურია. (<http://www.tourism-marketing.ru/>).

ბრენდი გულისხმობს ტექნოლოგიების შექმნას და მომსახურებასთან დაკავშირებული მწარმოებლის მონაცემების ინფორმაციას მისი მომსახურების შესახებ, ასევე კონკრეტული ვიზუალური სახის, სახელის ბაზარზე გამოტანას. ბრენდის გამოყენება მიმართულია:

- მომხმარებლის მიერ მოხმარების საგნის იდენტიფიკაციის ფორმირებაზე, რომელიც ტურისტულ ბაზარზე სხვა შემოთავაზებებიდან სავაჭრო ნიშნით გამოირჩევა;

- სამომხმარებლო ბაზარზე ლოიალური ბრენდის მიმართ სეგმენტის შექმნის შესაძლებლობაზე, რომლებსაც არ შეუძლიათ კონკურირებული წინადადებების რეალური აღქმა და შეფასება;

- შემოთავაზებული მომსახურების ასორტიმენტის გაფართოების შესაძლებლობაზე, რომლებიც ჩართულნი არიან საერთო ბრენდში (მათ გააჩნიათ ანალოგიური სავაჭრო ნიშანი), და ამასთანავე ანიჭებენ მას ბრენდისათვის დამახასიათებელ კონკურენტულ უპირატესობას;

- სავაჭრო ნიშნებს შორის ფასებთან დაკავშირებული კონკურენციის პერსპექტიულ შესაძლებლობებზე და უფრო მაღალ დონეზე გადასვლა;

- კორპორატიული იმიჯისა და საბაზრო პოზიციის გამყარებაზე;

- ხარჯების რეალურ შემცირებაზე ახალი მომსახურების ბაზარზე გამოტანასთან და მარკეტინგთან დაკავშირებით და მათი ჩართვა მომხმარებლის ფართო წრისათვის უკვე კარგად ცნობილ ბრენდში.

XX საუკუნეში ტურიზმში ბრენდების გამოყენების სიხშირე აიხსნება:

- ტურისტული მომსახურების ვიზუალიზაციით. ტურების შეთავაზებისას, ტუროპერატორებს არ გააჩნიათ მათ მიერ შეთავაზებული მოგზაურობების ფასეულობების დემონსტრირების საშუალება. აქამდე ტურისტული პროდუქციის ვიზუალიზაციის ერთადერთ საშუალებას წარმოადგენდა ან საკურორტო ზონების შესაძლებლობები (კურორტების, სასტუმროების ბუნების ხედები), ანდა დამსვენებელთა ბედნიერი სახეები;

- ტურისტულ ბაზარზე კონკურენციის ზრდა, რასაც თან სდევს ფასების კონკურენციიდან ტურისტული მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების სფეროში გადასვლა. თანამედროვე ტურისტული ბაზრის ამგვარ პირობებში აშკარაა იმ ბრენდის უფრო ძლიერი პოზიციები, რომელსაც გააჩნია ტუროპერატორის კონკურენტული ბრენდი (ან ბრენდები), ვიდრე ისეთი ბრენდის, რომელსაც მიმართულების რეალურად უფრო ძლიერი პოზიციები ანდა საბაზრო შესაძლებლობები გააჩნია;

- ტურების მუდმივი მოდიფიკაციის აუცილებლობით (როგორც ტურისტულ ბაზარზე მზარდი კონკურენციის შედეგი). ახალი ტურის დამუშავება ანდა უკვე არსებულის მოდიფიკაცია მისი ბაზარზე გამოტანის თვალსაზრისით ყოველთვის ითხოვს კოლოსალურ ხარჯებს. მიუხედავად ამისა, ბრენდის შექმნის ტექნოლოგიების გამოყენება საშუალებას იძლევა მნიშვნელოვნად შემცირდეს ეს ხარჯები ახალ ტურებში ცნობილი ბრენდის სავაჭრო ხაზში ჩართვის საშუალებით, რაც გამოიწვევს ნდობას ახალი ტურების მიმართ და ბრენდის მიმართ ლოიალური მომხმარებლების ყურადღებას მიიპყრობს;

- სააგენტო ქსელების გაძლიერებით. ჭეშმარიტია მტკიცებულება იმის შესახებ, რომ პოსტინდუსტრიალურ ტურიზმს "ქმნიან აგენტები". თვითონ სააგენტოები უფრო მეტად არიან დაინტერესებულები ისეთი ტურებით ვაჭრობაში, რომლებიც

შედიან მომხმარებლებისათვის ცნობილ და პოპულარულ ბრენდებში. არცერთი ქართული ტურისტული სააგენტო უარს არ იტყვის ისეთი ტურების გაყიდვაზე, რომლებსაც ექნებათ ცნობილი ქართული ან უცხოური ტუროპერატორების სავაჭრო ნიშანი;

- და ბოლოს, დღეს ტურიზმში ბრენდის გამოყენება წარმოადგენს მისი ხვალისდელი დღის კეთილდღეობის საფუძველს. სავაჭრო ნიშნები უფრო ხანგრძლივად მოქმედებენ, ვიდრე ტუროპერატორები, ისინი ნაკლებად ექვემდებარებიან ნეგატიური ეგზოგენური ფაქტორების ზემოქმედებას და ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ინახებიან მასობრივ ცნობიერებაში (მაგალითად, ბრენდები "სპუტნიკი" და "ინტურისტი" აქამდე ახსოვთ განსაკუთრებით ასაკოვან მომხმარებლებს, თუმცა აი უკვე 20 წელიწადზე მეტია მსგავსი დასახელების ტურფირმები აღარ წარმოადგენენ მნიშვნელოვანს ტურისტულ ბაზარზე). ტუროპერატორში მენეჯმენტის, მომსახურე პერსონალის სრული შემადგენლობის შეცვლამ, ოფისების ან განვითარების სტრატეგიების ცვლილებამ ვერ შეძლო სავაჭრო ნიშნის ლიკვიდაცია. (Жукова М.А. Индустрия туризма: Менеджмент организации. М., Финансы и статистика, 2002)

მარკეტოლოგები ბრენდის მიმართ მომხმარებლის ლოიალობის ხუთ დონეს გამოყოფენ:

1. მომხმარებელი ორიენტირებულია ფასზე და იძენს ნებისმიერი სავაჭრო ნიშნის პროდუქტს, მას არ გააჩნია არავითარი ლოიალური დამოკიდებულება კონკრეტული ბრენდის მიმართ.

2. სავაჭრო ნიშნები მკაცრი ფასების კონკურენციის პირობებში უზრუნველყოფენ ორგანიზაციის დაცვას.

3. მომხმარებელი სრულიად კმაყოფილებულია სავაჭრო ნიშნით და მას არ აქვს სხვა სავაჭრო ნიშნის პროდუქციის შეძენის მიზეზი.

4. მომხმარებელი რჩება დაზარალებული, თუ ის შეიძენს სხვა სავაჭრო ნიშნით გამოშვებულ პროდუქციას.

5. მომხმარებლის ნდობა კოლოსალურია, რაც არსებითად აადვილებს ბრენდის გაფართოების სტრატეგიას.

შესაბამისად, მეხუთე საფეხური ასახავს ბრენდის მიმართ მომხმარებლის ლოიალობის უმაღლესს ხარისხს, და მონომობს ტუროპერატორის ბრენდინგის სტრატეგიის მაქსიმალურ ეფექტურობაზე.

ტურისტული მომსახურებისა და პროდუქციის ბაზარზე გამოტანის სფეციფიკიდან გამომდინარე, ქვეყნის ან რეგიონის ტურისტული ბრენდის პოპულარიზაცია ხანგრძლივი ღონისძიებების ჩატარებას ექვემდებარება, რაც სავაჭრო ნიშნის პოპულარიზაციისა და ვიზუალური ან სმენითი ზემოქმედების გავრცელების პარალელურად კონკრეტულად შემოთავაზებული დასასვენებელი ადგილის უპირატესობის დადასტურებას მოითხოვს. დღეს, ორგანიზაციის მოქმედების სტრატეგიის არჩევინას კონკრეტული უპირატესობის მისაღწევად შეიძლება გამოყენებული იქნეს სხვადასხვა მეთოდები (პროდუქციის დიფერენციაცია, კონცენტრაცია, ბაზარზე ადრეული გამოსვლა, ინტეგრაცია). დიფერენციაციის სტრატეგია გულისხმობს მომხმარებლის საჭიროებისა და უპირატესობის ნათლად გაგებას, მყიდველის წინაშე ვალდებულებების შესრულებას, საკუთარი ორგანიზაციის შეცაძლებლობების ცოდნას, მუდმივი ინოვაციების განხორციელებას. პოტენციურად ძირითად დიფერენციაციას წარმოადგენენ ფაქტორები, რომლებიც ზრდიან პროდუქციის ფასეულობებს მყიდველისათვის, მათ შორის ფსიქოლოგიურ კმაყოფილებასაც. ორგანიზაცია ხელმძღვანელობს დიფერენციაციის სტრატეგიით და სთავაზობს მყიდველს პროდუქციას, რომელიც მომხმარებლის მიერ პროდუქტისადმი მინიჭებულ მრავალფეროვან უპირატესობას აკმაყოფილებს. ვ.დ. მარკოვა და ს.ა. კუზნეცოვა გამოყოფენ დიფერენციაციის შემდეგ სახეობებს:

პროდუქციის, სერვისის, პერსონალის და იმიჯის დიფერენციაციას.

პროდუქციის დიფერენციაცია გულისხმობს პროდუქციის შეთავაზებას კონკურენტებისაგან განსხვავებული საუკეთესო მახასიათებლებით. პროდუქციის დიფერენციაციის საფუძველს შედგენს მომსახურების ფართო ასორტიმენტი, რომელსაც სთავაზობს ტურისტული ორგანიზაცია.

სერვისის დიფერენციაცია გულისხმობს (კონკურენტებთან შედარებით) უფრო მრავალმხრივი და უფრო მაღალი დონის მომსახურებას შეთავაზებას კლიენტებისათვის.

პერსონალის დიფერენციაცია გულისხმობს პერსონალის დაქირავებას და ტრენინგებს, რომლებიც ახორციელებენ სამუშაოს ფუნქციებს კლიენტებთან უფრო ეფექტურად, ვიდრე კონკურენტების პერსონალი.

იმიჯის დიფერენციაცია გულისხმობს ორგანიზაციის ან მისი მომსახურების იმიჯის შექმნას, რომელიც განასხვავებს მას მისი კონკურენტებისაგან. იმიჯის დიფერენციაციის გამოყენების შემთხვევაში კომპანიას შეუძლია შესთავაზოს სხვადასხვა ბრენდების მომსახურება ბაზრის სხვადასხვა სეგმენტისათვის.

დიფერენციული ბრენდის ფორმირების თვალსაზრისით ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითს წარმოადგენს “Marriott” სასტუმროთა ქსელი, რომელიც იყენებს საფირმო ნიშნის გაფართოების სტრატეგიას, ცდილობს სხვადასხვა კლიენტების მოთხოვნილებებზე ორიენტირებას და მათ დაკმაყოფილებას. ამისათვის „Marriott“-ის საფირმო ნიშანს შემუშავებული აქვს სხვადასხვა კონცეფციები (ბრენდები), თვითოეული მათგანი სპეციალიზირებულია ბაზრის კონკრეტულ სეგმენტზე (ცხრილი 1).

„Marriott International“ სასტუმროს ქსელის ბრენდების დახასიათება

ბრენდი	ოტელის რაოდენობა	სპეციფიკა	მოკლე დახასიათება
Marriott Hotels, Resorts and Suites	301	კონგრესები	„ლუქსის“ კლასის ოტელის მომსახურების მთლიანი ნაკრები, ყოველ ოტელში ბიზნეს-ცენტრი, აუზი
Renaissahs Hotels and Resorts	92	ლუქსი	„ლუქსის“ კლასის ოტელი, სპეციალიზირებული კონგრესს-ტურიზმისათვის
Courtyard by Marriott	349	ეკონომიური კლასი	არცთუ ისე დიდი ნომერთა ფონდი(80-150); საშუალო ფასი
Fairfield Inn by Marriott	344	ეკონომიური კლასი	ნომრების უფრო დიდი ზომა, ვიდრე მსგავსი კატეგორიის ოტელებში (3 ოთახი), დაბალი ფასები
Marriott Vacation Club International	32	ლუქსი; კონდომინიუმი „ტაიმშერის“ პროექტის საფუძველზე	ფაცხა (ბუნგალო), რამდენიმე ოთახი, აივანი, სამზარეულო, სარეცხისათვის განკუთვნილი სათავსო, ჯაკუზი
Marriott Conference Centers	14	ლუქსი	ორიენტირებულია ბიზნესმენებისათვის და კონგრესს-ტურიზმისათვის
SpringHill Sutes by Marriott	74	სუპერიორი	ფასების საშუალო დონე, როგორც წესი არსებობს ბიზნეს ცენტრი, აუზი, საკონფერენციო დარბაზი
Residence Inn by Marriott	258	სუპერიორი; ხანგრძლივი საცხოვრებელი	განსაზღვრულია ხანგრძლივი ცხოვრებისათვის (5 ღამეზე მეტი); ყოველ ნომერში არის სამზარეულო და სველი წერტილი
Town Place Sutes by Marriott	100	აპარტამენტები	ნომერი შედგება კაბინეტისაგან, მისაღები ოთახისაგან, სამზარეულოსაგან; ფასების საშუალო დონე; განკუთვნილია ხანგრძლივი ცხოვრებისათვის; აუზი, სატრენაჟორო დარბაზი

ყოველი ბრენდი, რომელიც მოქმედებს "Marriott"-ის ქსელში, მონოდებულა უპასუხოს მომხმარებელთა ამა თუ იმ ჯგუფის მოთხოვნილებებს. "Marriott" -მა ერთერთმა პირველმა დანერგა მსოფლიო სასტუმროების ბაზარზე "Marriott Vacation Club International" კონცეფციით განთავსების საშუალებები. მოცემული კონცეფციით ოტელების ყოველი კლიენტი „ტაიმშერის“ საფუძველზე ითვლება ბრენდის ყოველი სასტუმროს თანამფლობელად. კლიენტი ყიდულობს უფლებას, რომ იცხოვროს მოცემული ბრენდის ნებისმიერ ოტელში (7 დღე). ყველაზე პოპულარული კონდომინიუმები განლაგებულია ფლორიდაში, კალიფორნიაში, ჰავაიზე, ბოსტონსა და ესპანეთში. 1999 წლისათვის ამ კონცეფციის მომსახურებით ისარგებლა 100 ათასმა კლიენტმა. აშშ სასტუმრო ბაზრისათვის „Marriott“ ქსელმა გამოიმუშავა ბრენდი „Senior Living Services“, რომელიც გათვლილია ხანდაზმული ადამიანის განთავსებაზე და მათი მოთხოვნილებების გათვალისწინების შესაბამისად ზრუნვასა და კეთილგანწყობილ ურთიერთობაზე.

1. ცხრილიდან ჩანს, რომ სასტუმრო "Marriott" განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევს ბიზნესს-ტურისტებს, ასევე მის ბაზაზე განვითარებულ კონგრესულ ტურიზმს. სასტუმრო ქსელში ფუნქციონირებს ბრენდი "Residence Inn by Marriott", რომელიც შექმნილია ხანგრძლივ მივლინებაში მყოფი საქმიანი ტურისტებისათვის. გარდა ამისა, „Marriott“-ს ქსელმა ბუდაპეშტში შექმნა სასტუმრო ("ლუქსის" სახის მომსახურებით) "Executive Suites" კონცეფციის მიხედვით ბიზნესმენებისათვის, რომლებიც იმყოფებიან ხანგრძლივ სამუშაო მივლინებაში (30 დღე-ღამეზე მეტი). "Hilton Hotel Corp." სასტუმრო ქსელის კლიენტების მოზიდვის საკუთარი პოლიტიკა აგებულია ბრენდის დიფერენციაციის საფუძველზე. მოცემულ ქსელს გააჩნია სხვადასხვა სახის ბრენდები, რომელთაგანაც თითოეული სპეციალიზირებულია ტურისტული ბაზრის გარკვეულ სეგმენტზე

(ცხრილი 2). საინტერესოა, რომ ერთერთი ბრენდის წარუმატებლობა მინიმალურად აისახება სხვა ბრენდების იმიჯზე.

ცხრილი 2.

"Hilton Hotel Corp."-ის ქსელების სასტუმრო ბრენდების დახასიათება

ბრენდი	ოტელების რაოდენობა	სპეციფიკა	მოკლე დახასიათება
Hilton Garden Inn	79	საშუალო შემოსავლების მქონე ტურისტებისათვის	პოზიციონირებს ფორმულით: „ოთხვარსკვლავიანი სერვისი სამვარსკვლავიანის ფასად.“ გაშლილი ჰოლები, მინის ქერი და კედელი მოხატული ბალებით.
Doubletree, Doubletree Guest Suites, Doubletree Club Hotel	159	საშუალო დონე	არასტანდარტული სასტუმრო ნომრები ინდივიდუალური მომსახურებით
Embassy Suites	155	აპარტამენტები	პირველი შემოთავაზება ოროთახიანი აპარტამენტების, რომლებიც გაყოფილია სამყოფ და საძილე ზონებად.
Homewood Suites by Hilton	91	აპარტამენტები ტურისტებისა და საქმიანი ადამიანებისათვის, რომლებიც ხანგრძლივად რჩებიან	აპარტამენტები მოიცავს ყოველმხრივ უზრუნველყოფილ სამზარეულოს (მაცივარი, მიკროტალღური ღუმელი, ჭურჭლის სარეცხი მანქანა, ყავის მადულარა და ა.შ.) აქვს ბიზნეს-ცენტრი, აუზი, სამრეცხაო.
Hampton Inn, Hampton Inn &	957 - დან 83	საშუალო დონე	საშუალო შეფასებით სტუმრები ღებულობენ კეთილსასურველ

Suites			სერვისს, მყუდრო ნომრებს და კომტინენტალურ საუზმეს.
Red Lion Hotels & Inns	29	საშუალო დონე	მომსახურების მთელი ნაკრები საშუალო ფასებით, წარმოდგენილია კონგრესის მომსახურებები
Conrad International Hotels	9	საერთაშორისო საკურორტო ზონებისათვის	უკიდურესად დასვენების მოსურნე ტურისტების მომსახურებისათვის

კომპანია „Hilton“-სათვის ყოველთვის მთავარ ინტერესს წარმოადგენდა დიდი და პრესტიჟული სატუმროები ათასეული” (სასტუმროს ნომრების მიხედვით). მათ შორის მსოფლიოში ყველაზე ცნობილი სასტუმრო ”Waldorf Astoria” (1380 ნომრით), რომელიც დღევანდელ დღემდე წარმოადგენს მოცემული სასტუმროს კლიენტების წარმატებისა და სიმდიდრის მაჩვენებელს. სხვა სასტუმრო-გიგანტებს შორის არიან: “HiltonNew York & Towers” (2041 ნომერი), “Hilton Hawaiian Village” (2545 ნომერი), Hilton San Francisc & Towers” (1895 ნომერი), ”Hilton Chicag & Towers” (1543 ნომერი), Palmer House Hilton” (1639 ნომერი), Hilton Washington & Towers” (1123 ნომერი), Hilton New Orleans Riverside” (1600 ნომერი). ინოვაციური ტექნოლოგიების რიცხვის მიხედვით სერვისისა და გაყიდვების დარგში გამოირჩევა საფირმო ნიშანი “Hilton Hotel Corp.”, რომელიც ლიდერობს მსოფლიო სასტუმრო ინდუსტრიაში.

საკუთარი გავლენის გაფართოების პოლიტიკას ატარებენ ასევე ევროპული სასტუმრო ქსელები. მაგალითად, სასტუმრო ქსელი «Accor», იყენებს სხვადასხვა საფირმო ნიშნებს (მულტიმარკის სტრატეგია). ის საკუთარ კლიენტებს სთავაზობს სხვადასხვა სახის საფირმო ნიშნებს, მომსახურებისა და ფასების სხვადასხვა სპექტრით, დაწყებული ბრენდი ”Sofitel“-ით

(სასტუმრო ლუქსი) და დამთავრებული ერთვარსკვლავიანი სასტუმრო "Formule I" ბრენდით (ცხრილი 3).

ცხრილი 3.

"Accor"-ის ქსელის სასტუმრო ბრენდების დახასიათება

ბრენდი	ოტელის რაოდენობა	სპეციფიკა	მოკლე დახასიათება
Sofitel	100	ლუქსი	ორიენტირებულია მაღალი შემოსავლების მქონე ტურისტებისათვის. ინდივიდუალური მომსახურება
Novotel	300	ოთხი ვარსკვლავი	მომსახურების მაღალი დონე. გავრცელებული არიან ევროპაში.
Mercure	600	სამი ვარსკვლავი	მოცემული ბრენდის სასტუმროები კომფორტისა და ფასის მიხედვით იყოფიან სამ ჯგუფად: Relais/Inn -სტანდარტული ნომერი, ხარისხიანი მომსახურება და ზომიერ ფასებში განთავსება; Hotel Mercure - უფრო მაღალი მომსახურების დონე, კომფორტაბელური განთავსება; Grant Hotel - სასტუმროს მოხერხებული მდებარეობა, კომფორტი და მომსახურების მაღალი დონე.
Ibis	410	ორი ვარსკვლავი	მომსახურების ეკონომიური კლასი (უბრალოდ გაფორმებული სტანდარტული ნომრები, მაგრამ აუცილებელი კომფორტის მქონენი, მათ შორის სანიტარული ქსელის მთლიანი კომპლექტი საშხაპით, ფერადი ტელევიზორი)
Etar	101	ორვარსკვლავიანი სასტუმროების მომსახურება ერთვარსკვლავიანის ფასად.	მომსახურების ეკონომიური კლასი, ორიენტირებული საოჯახო და ჯგუფურ ტურიზმზე
Formule 1	300	ერთი ვარსკვლავი	აკეთებს მომსახურების ხარისხის გარანტიას ყველასათვის ხელმისაწვდომ ფასებზე (სასტუმროთა ქსელის ყველაზე იაფიანი განთავსება)

ბაზრის კონიუქტურიდან გამომდინარე სასტუმრო ქსელი "Accor" აერთიანებს რიგ სასტუმროებს მათი საფირმო ნიშნის მიუხედავად ტურისტული ბაზრის კონკრეტული სეგმენტის მომსახურების ჯგუფებში. ზოგიერთი სასტუმროების ბრენდები "Novotel" და "Mercure" შედიან ჯგუფ "Atria"-ში, რომლის სპეციალიზაციის წარმოადგენს კონგრესების, გამოფენებსა და სხვა პროფესიულ შეხვედრებისა და ღონისძიებების მიღება და მომსახურება. ეს სასტუმროები საკუთარ კლიენტებს სთავაზობენ კონფერენც-დარბაზებს და აუდიტორიებს, რომლებსაც გააჩნიათ აუდიოვიზუალური ტექნიკა, სინქრონული თარგმნის ტექნიკა და ა.შ., აუცილებელი მოსალაპარაკებელი შენობები, მომსახურების ბიურო და სამდივნო. მოცემული ქსელის სასტუმროების სხვა ჯგუფის ბრენდი „Coralia“ ორიენტირებულია დამსვენებელ ტურისტებზე, ამიტომ ამგვარი კონცეფციის სასტუმროები განლაგებულია საკურორტო ზონებში (კარიბის ზღვის აუზი, ფრანგული პოლინეზია, ხმელთაშუა ზღვა).

კონკურენციის პირობებში სასტუმრო ქსელმა «Accor»-მ ერთერთმა პირველმა (15 წლის წინ) შექმნა ეკონომიური კლასის ბრენდები, რომლებიც იმ დროს წარუმატებელი აღმოჩნდა. მარკეტოლოგიურმა კვლევებმა გვიჩვენეს, რომ ეკონომიური კლასის სასტუმროებით სარგებლობენ არა ის კლიენტები, რომლებიც ადრე სარგებლობდნენ ძვირი სასტუმროს მომსახურებით, არამედ ისინი, რომლებიც საერთოდ არ სარგებლობდნენ მოცემული ქსელის სასტუმროს მომსახურებით. დღეს, ეკონომიური კლასის სასტუმროს გაფართოებული რაოდენობა პასუხობს ტურისტული მომსახურების თანამედროვე მოთხოვნილებებს.

ამგვარად, „Accor“ ფლობს რა სხვადასხვა კატეგორიების სასტუმროებს, შეუძლია შესთავაზოს ევროპას მრავალფეროვანი პროდუქტი. ასევე, საფირმო ნიშანი "Formula 1" გავრცელებულია ფრანგულ, ესპანურ, შვედურ, ბელგიურ და ჰო-

ლანდიურ ბაზრებზე. ამერიკაში "Accor"-ის ეკონომიური კლასის ბრენდები ატარებენ "Motel Six" სახელს და წარმოადგენენ ნაციონალურ ქსელს, რომელიც შედგება 760 დამოუკიდებელი სასტუმროსაგან ცენტრალიზებული ჯავშნით ამერიკასა და ევროპაში, რომლებიც მუშაობენ ფრანშიზის პირობებზე. პორტუგალიაში, გერმანიაში და იტალიაში ეს კონცეფცია ხორციელდება შეცვლილი სახით და დამოკიდებულია ბაზარზე. ზემოთაღნიშნული მაგალითებიდან გამომდინარე, ისეთ ცნობილ სასტუმრო ქსელებს, როგორცაა „Marriott“, „Hilton“, „Accor“, ბაზარზე მომსახურების გატანის მიზნით არ შეუძლიათ საკუთარი მოღვაწეობის შეზღუდვა მხოლოდ ერთი ბრენდით, რომელიც შეძლებდა ყველა კლიენტის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას. გარდა ამისა, მომსახურება, რომელსაც სთავაზობს ყოველი საფირმო ნიშანი, უნიკალურია და გათვლილია კონკრეტულ კლიენტზე (შემოსავლის, მგზავრობის მიზნების, ოჯახური მდგომარეობის მიხედვით). აღსანიშნავია ისიც, რომ ტურისტი, რომელიც წარმოადგენს საზოგადოების მდიდარ ფენას ვერ გაჩერდება სასტუმრო „Formula 1“-ში, რადგან ამ კლასის სასტუმროში განთავსება არ შეესაბამება მის მატერიალურ შესაძლებლობას, ადგილს საზოგადოებაში და იმიჯს. ამიტომ, სასტუმრო ქსელ "Accor"-ს რომ არ ჰქონოდა ასეთი ბრენდები, როგორცაა "Sofitel" და "Novotel", ის დაკარგავდა კლიენტებს, რომელთაც გააჩნიათ მაღალი შემოსავალი. (З.Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе, М.: КНОРУС, 2006).

დიფერენციალური ბრენდების შექმნის ეფექტურობა ტურისტული მომსახურების რეალიზაციის თვალსაზრისით ამტკიცებს მომხმარებლის პიროვნული თვითკონცეფციის თეორიას. თვითკონცეფცია წარმოადგენს ინდივიდის აზრებისა და გრძნობების კომპლექსს საკუთარ თავთან დაკავშირებით. სპეციალისტები ამტკიცებენ, რომ მომხმარებლის პიროვნების თვითკონცეფციის თეორია წარმოადგენს ბრენდის იმიჯს, რო-

მელიც შექმნილია ამა თუ იმ ორგანიზაციის ირგვლივ და თამაშობს მისთვის არსებით როლს ყიდვასთან დაკავშირებული გადამწყვეტილებების მიღებაში. ადამიანები ეუფლებიან შინაგან სიმშვიდეს, როდესაც ისინი იძენენ ისეთ პროდუქტებს, რომლებიც მათი თვითკონცეფციის - მათი ღირებულებების, ცხოვრების სტილის, სოციალური სტატუსის შესაბამისია. არსებობს მსგავსება ორგანიზაციის ბრენდის იმიჯსა და მომხმარებლის საკუთარ თავზე წარმოდგენას შორის. ტურიზმის ინდუსტრიის მომსახურებისათვის მნიშვნელოვანია სიმბოლური ასპექტი, ამიტომ მარკეტოლოგები იყენებენ ტურისტული მომსახურების სიმბოლურ ასოციაციას მათი ბაზარზე გამოტანის მიზნით. მაგალითად, თუ ტურისტი სარგებლობს მოსკოვის სასტუმრო “Metrofol Intel - Continental” ან “Marriott Roual” მომსახურებით, სხვა ადამიანების (მეგობრების, ბიზნესის პარტნიორების, კოლეგების) თვალში ის ფინანსურად ძლიერ და საზოგადოებაში სოციალურად მნიშვნელოვან ფიგურას წარმოადგენს. ამ სასტუმროების იმიჯი, მათი ბრენდები შეესაბამებიან საზოგადოების მაღალი შემოსავლების მქონე ფენების მომხმარებელთა თვითკონცეფციას.

ამგვარად, ბრენდის დიფერენციაცია - ეს არის ორგანიზაციისათვის საშუალოზე მაღალი დონის შემოსავლის მიღების საშუალება, რადგან მომხმარებლის მიერ კონკრეტული საფირმო მარკის მიმართ ინტერესი ანელებს მათ დამოკიდებულებას ფასების მიმართ, რაც თავის მხრივ კომპანიას აძლევს საშუალებას კლიენტების მხრიდან დაბალი დონის აქტიურობა ეფექტურად გადაიტანოს. მოცემული სტრატეგიის წარმატებული რეალიზაციისათვის აუცილებელია ბაზრის, კონკურენტების და იმ მომსახურების დანვრილებითი შესწავლა, რომლითაც მომხმარებელმა უნდა ისარგებლოს.

ლიტერატურა

1. Жукова М.А. Индустрия туризма: Менеджмент организации. М., Финансы и статистика, 2002 2. <http://www.tourism-marketing.ru/>
3. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе, М.: КНОРУС, 2006.
4. დეფლორი დენისი, მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისათვის, საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი, თბ. 2009
5. Владимир Ляпоров, 100% бренд, Как продавать счастье; 2004 г.
6. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПОСТРОЕНИЯ БРЕНДА В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ, Бедункевич, В. Г, 2011
7. *Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз. М., "Рефл-бук", К.: "Ваклер" - 2000.*

Гуранда Шамилишвили

Искусство создания бренда в сфере туризма

Резюме

Бренд — есть технология создания и продвижения определенного визуального образа, имени, данных производителя о своей услуге. Понятие «туристский бренд» является системным понятием, характеризующим стратегию создания конкурентных преимуществ турпродукта, перспективность развития туристской деятельности и максимальное получение социально-экономического эффекта. Для услуг индустрии туризма важен символичный аспект, поэтому маркетологи используют символическую ассоциацию туристских услуг для их продвижения. дифференциация бренда - это возможность для организации получения прибылей выше среднеотраслевого уровня, так как возникающая приверженность покупателей к определенной торговой марке снижает их чувствительность к ценам, что позволяет компании переносить возрастающие издержки на клиентов. Стратегия дифференциации предполагает ясное понимание потребительских нужд и предпочтений, выполнение обязательств перед покупателями, знание возможностей собственной организации, осуществление постоянных инноваций.

Guranda shamilishvili

Art of creation of a brand in the tourism sphere

Summari

The brand — is technology of creation and advance of a certain visual image, a name, data of the producer on the service. The concept "tourist brand" is the system concept characterizing strategy of creation of competitive advantages of a tourist's product, prospects of development of tourist activity and the maximum receiving social and economic effect. For services of the industry of tourism the symbolical aspect therefore marketing specialists use symbolical association of tourist services for their advance is important. differentiation of a brand is opportunity for the organization of receiving profits is higher than the industry average level as arising commitment of buyers to a certain trademark reduces their sensitivity to the prices that allows the company to transfer increasing costs for clients. Strategy of differentiation assumes clear understanding of consumer needs and preferences, implementation of obligations to buyers, knowledge of opportunities of own organization, implementation of constant innovations.

იმიჯის ფორმირების PR- სტრატეგიები ტურიზმის სფეროში

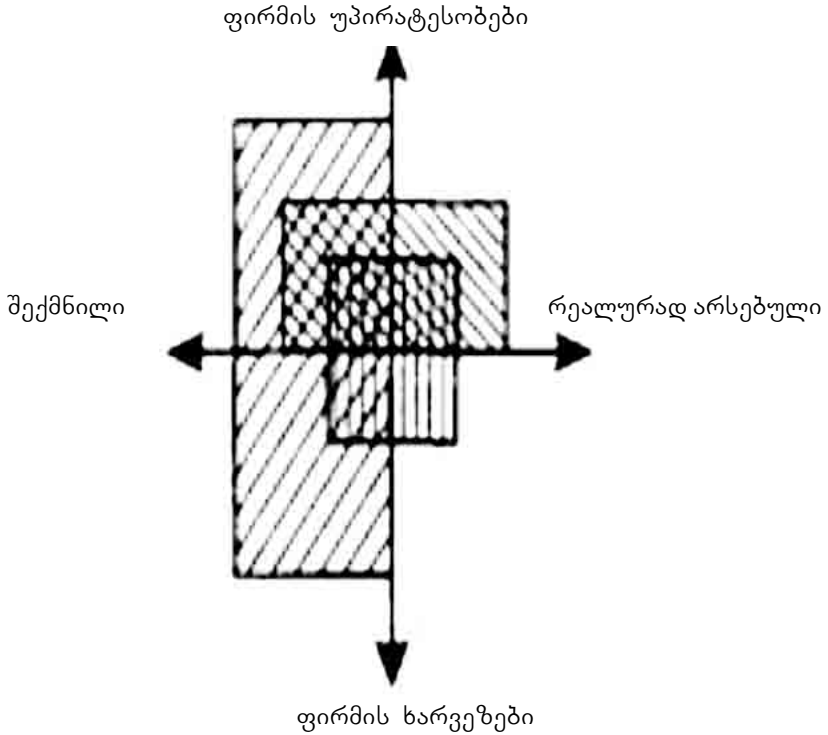
კომუნიკაცია წარმოადგენს ნებისმიერი ცივილიზაციის საფუძველს. ადამიანი, როგორც სოციალური არსება მუდმივად ცდილობს სხვა ადამიანებთან ინფორმაციის გაცვლას სიმბოლოთა საერთო სისტემის საშუალებით. ამერიკული სოციოლოგიური სკოლის ერთერთი ფუძემდებელი ჩარლზ კული მიიჩნევდა, რომ „კომუნიკაციის ცნების ქვეშ მოიაზრება მექანიზმი, რომლის საშუალებითაც ხდება გონების სიმბოლოს - ადამიანებს შორის ურთიერთობების არსებობის, მათი გადაცემის საშუალებებთან ერთად განვითარება სივრცეში და შენახვა დროში“. (Чарльз Хортон Кули, Человеческая природа и социальный порядок, М. 2000)



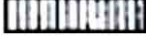

Public relations (PR), როგორც სოციალური ფენომენი საზოგადოებაში ორგანიზებული კომუნიკაციის ამოცანების გადამწყვეტია. საზოგადოებასთან ურთიერთობის მისიას წარმოადგენს პოზიტიური ურთიერთობის დამყარება ორგანიზაციასა და საზოგადოებას შორის. ნებისმიერმა სტრუქტურამ წარმატებული ფუნქციონირებისათვის უნდა გაითვალისწინოს არამარტო საკუთარი თანამშრომლების აზრი და განწყობა, არამედ საზოგადოების იმ ნევრებისაც, ვისზეც არ დამოკიდებული მისი, როგორც ბიზნეს-სტრუქტურის არსებობა. PR კამპანია - ეს არის კომპლექსური, მრავალჯერადი გამოყენება PR საშუალებებისა, ასევე, სარეკლამო მასალებისა ერთი კონცეფციის ფარგლებში და ზემოქმედება ადამიანების აზროვნებასა და ურთიერთობებზე, იმიჯის პოპულარიზაციის მიზნით. საზოგადოებასთან ურთიერთობის ცნების განმარტება მრავალრიცხოვანი და სხვადასხვაგვარია, მაგრამ სასტუმრო ინდუსტრიისათვის ყველაზე მეტად მისადაგებულია Hilton International -ის განმარტება: "პროცესი, რომელიც უზ-

რუნველყოფს კლიენტის მხრიდან პოზიტიურ იმიჯს და არჩევანს მესამე მხარის მონაწილეობით”. (Филип Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз, Маркетинг. Гостеприимство. Туризм; 2007 г.) ტურისტული ინდუსტრიის უეცარმა აფეთქებამ მოიტანა ტურისტული დაწესებულებების მომრავლება, რომელთა ინტერესსაც საკუთარი იმიჯის მართებულად ფორმირება წარმოადგენს. ტურისტული ფირმის იმიჯი მეტნაკლებად მთავარი კონკურენტული უპირატესობაა. ის დაკავშირებული ტურისტული მომსახურების ბუნებასთან. ეფექტური ტურისტული მომსახურების იმიჯი წარმოადგენს მისი ხარისხის გარანტიას. იმიჯი ტურისტული ფირმის კონკურენტუნარიანობას ამაღლებს ბაზარზე მომხმარებლებისა და პარტნიორების მოზიდვისა და რურსების მიღწევის მარტივი საშუალებით, ამიტომაც ფირმის პოზიტიური იმიჯის ფორმირება თანამედროვეობაში აქტუალურია. იმიჯი (ინგლის. image - სახე) - მასობრივ ცნობიერებაში არსებული კონკრეტული ობიექტის სტერეოტიპიზირებული სახეა. როგორც წესი, იმიჯის ცნება უკავშირდება კონკრეტულ პიროვნებას, მაგრამ შეიძლება გავრცელდეს განსაზღვრულ საქონელზე, ორგანიზაციაზე, პროფესიაზე. ყოველდღიურ ხმარებაში ეს ტერმინი ხშირად გამოიყენება „რალაცის ან ვილაცის საზოგადოებრივი სახის” მნიშვნელობით, მაგრამ სამეცნიერო ლიტერატურაში, არსებობს მისი უფრო რთული დეფინიციაც. ტურიზმის პრაქტიკოსები და თეორეტიკოსები თავიანთ შრომებში იმიჯის ცნებას სხვადასხვაგვარად განმარტავენ. მაგალითად, ნ.ს. მოროზოვა იმიჯს მოიხსენიებს, როგორც: „მიზანმიმართულ, ან სტიქიურად აღმოცენებულ ობიექტის ასახვის ფორმას ადამიანების ცნობიერებაში, შენივთებულს საზოგადოებრივ აღქმასთან” (Морозова, Н.С. Реклама в социально - культурном сервисе и туризме: Учебник для студентов высших учебных заведений / Н.С. Морозова, М.А. Морозов, М., Издательский центр «Академия», 2003.-336). იმიჯს განმარტავენ ამგვარადაც: „მყიდველთა წარმოდგენა სა-

ქონელზე, ან ფირმაზე, ფორმირებული შთაბეჭდილება, რომელიც უტოლდება ფაქტს; მიზნობრივი აუდიტორიის ემოციური აღქმის წარმოდგენათა ერთობლიობა, რომელიც დაკავშირებულია საქონელთან, ან ფირმასთან”. დ.დ. ვაჩუგოვას აზრით „იმიჯი - რეპუტაცია, კეთილი სახელია, რომელიც უყალბდებათ კლიენტებს, პარტნიორებს, საზოგადოებას მოღვაწეობის შედეგების ზემოქმედებით, დაწესებულების წარმატებებისა და წარუმატებლობების შესახებ” Вачугова Д. Д. Курс менеджмента: Учебное пособие для студентов вузов / Д.Д. Вачугова. - Ростов - на - Дону: Издательство «Феникс», 2003. - 512с.). კორპორატიული იმიჯი - კომპანიის ვიზუალური კომუნიკაციის ყველა ელემენტის შეთანხმებაა, რომელიც საზოგადოებას გადასცემს კომპანიის შესახებ ძირითად იდეას, და ქმნის ხელსაყრელ გამოსხაურებას, ზრდის პარტნიორებისა და კლიენტების ნდობის ხარისხს კომპანიის მიმართ. თანამედროვე პირობებში ტურისტული კომპანიები დაინტერესებულნი არიან, იმით, თუ როგორ აღიქვამს მათ მიზნობრივი აუდიტორია. ეს ინვესტს ფირმის იმიჯის ფორმირების აუცილებლობას. კორპორატიულ იმიჯს (*corporate image*) და კორპორატიულ მარკას (*corporate brand*) სპეციალისტებისა და ხელმძღვანელების მხრიდან სულ უფრო მეტი ყურადღება ეთმობა. იმიჯი მიზნობრივი აუდიტორიის წარმოდგენებში ფორმულირებული ფირმის სახეა. პოზიტიური იმიჯი ამაღლებს კომერციული ორგანიზაციის კონკურენტუნარიანობას ბაზარზე, იზიდავს მომხმარებლებსა და პარტნიორებს, აჩქარებს და ზრდის გაყიდვების მოცულობას, აიოლებს ურთიერთობას რესურსებთან (ფინანსური, ინფორმაციული, ადამიანური, მატერიალური) და ოპერაციების განხორციელებას. ამ სფეროში თანამედროვეობამ ახალი ტერმინების ჩამონათვალი მოიტანა, რომლის ცოდნაც კომპანიის იმიჯის მართვის მეთოდური და პრაქტიკული ამოცანების გადაჭრაში ორიენტირების საშუალებას იძლევა. ხედვა (*vision*) - ფირმის მოღვაწეობის ინტელექტუალური სახეა, წარმოდგენა გარემომცველ სინამდვილეზე (დღე-

ვანდებლობასა და მომავალზე). კორპორატიული მისია - საზოგადოებრივი მნიშვნელობის მქონე სტატუსია, კომპანიის სოციალური მნიშვნელობის როლია. ის შეიძლება განვიხილოთ, როგორც სტრატეგიული ინსტრუმენტი, რომელიც მიზნობრივი ბაზარის იდენტიფიცირებას ახდენს და განსაზღვრავს ბიზნესის, ან ფირმის ძირითად მოღვაწეობას. იმიჯის ფორმირების არსი მდგომარეობს შემდეგში: მომხმრებლებისათვის კომერციული თვალსაზრისით აუცილებელ, რეალურ და სპეციალისტების მიერ შექმნილ, ხელოვნურ ფირმის უპირატესობებს შორის თანხმობის უზრუნველყოფა.



-  ფირმის იმიჯის ფორმირება
-  ფირმის რეალური მახასიათებლები
-  სპეციალისტების მიერ შექმნილი ფირმის სახე
-  მომხმარებლების მიერ აღქმული ფირმის იმიჯი (სახე)

ტურისტული კომპანიის იმიჯს უნდა ჰქონდეს ზუსტი მისამართი, ანუ უნდა იზიდავდეს მომხმარებელთა განსაზღვრულ ჯგუფს, რომელზედაც ორიენტირებულია ნაირგვარი ტურისტული

მომსახურებები. ასევე, ის უნდა იყოს ორიგინალური, განსხვავებული სხვა ფორმებისაგან და ადვილად ამოსაცნობი. ასევე, იმიჯი, უნდა იყოს უბრალო და გასაგები, ინფორმაციით ნაკლებად დატვირთული, რომ ადვილად გახდეს დასამახსოვრებელი. ოპერატიულად იცვლებოდეს ეკონომიკური, სოციალური, ფსიქოლოგიური სიტუაციების საპასუხოდ, ასევე მომხმარებელთა მიერ მისი აღქმისას. PR-ის სტრატეგიით შექმნილი პოზიტიური იმიჯი ტურფორმების წარმატებული საქმიანი რეპუტაციის შექმნას უწყობს ხელს. PR ღირს ნაკლები, ვიდრე უშუალოდ რეკლამა პრესაში და ფოსტის საშუალებით. რაც უფრო ნაკლებად არის გათვალისწინებული კომპანიის მიერ პროდუქციის ბაზარზე გატანასთან დაკავშირებული ხარჯები, მით უფრო ძლიერია PR-თან მიმართვის სტიმული. PR ყოველი კომპანიისათვის საჭიროა კონკრეტული მიზნების დასახვისას. კალიფორნიის მეღვინეებმა დაიქირავეს დენიელ ჯ. ედელმანის ფირმა, რომელიც სპეციალიზირებული იყო საზოგადოებასთან ურთიერთობის საკითხებში, რომ ჩაეტარებინათ ფაბლისითთან დაკავშირებული კომპანია, რათა დაერწმუნებინათ ამერიკელები იმაში, რომ სასმელი - კარგი ცხოვრების სასიამოვნო ნაწილია, ასევე კალიფორნიული ღვინის იმიჯის გაუმჯობესებისა და მათი ბაზარზე წილის გაზრდის მიზნით. ფაბლისითის მიზანი იყო სტატიის მომზადება ღვინოზე და მათი განთავსება მეტნაკლებად პოპულარულ ჟურნალებსა (Time, House, Beautiful) და გაზეთებში; ღვინის ჯანმრთელობისათვის პოზიტიურგავლენაზე, მის მრავალფეროვან სასარგებლო თვისებებზე სტატიების მომზადება მედიკოსების ინტერვიუებით. განსაკუთრებული ფაბლისითის შექმნა კოლეჯში მოსწავლე ახალგაზრდებისათვის, სამთავრობო დაწესებულებებისათვის და სხვადასხვა ეთნიკური თანასაზოგადოებისათვის. ეს მიზნები ისე იყო შემუშავებული, რომ შესაძლებელი ყოფილიყო საბოლოო შედეგის შეფასება.

Homestead of Hot Springs, ვირჯინია ატარებს სპეციალურ უიკ - ენდს, რომელიც შედის სასტუმროს მომსახურებაში. ეს უიკ - ენდები იზიდავენ კურორტებზე პრესის წარმომადგენლებს. გარდა ამისა, ტარდება რიგი ღონისძიებები, რომლებზედაც შემდგომ დაინერება პრესაში, რა თქმა უნდა თვითონ კურორტზე მიღებულ სიამოვნებაზეც. "ღვინის გაზაფხული" და ჭამის ფესტივალი PR -ის საუკეთესო ინსტრუმენტია სტუმრებისათვის, მათ შორის ღონისძიების ორგანიზატორებისათვის და ჟურნალისტებისთვის. სადილი, რომელიც შედგება შვიდი კერძისაგან და ღვინის თორმეტი სახეობისაგან მეტად ფორმალურ გარემოში დამამახსოვრებელ მოვლენას წარმოადგენს.

ბევრ ქალაქში რესტორნების ასოციაცია სპონსორობას უწევს ღონისძიებას "ქალაქის გემო" (Taste of Town). ამ ღონისძიებებზე ხდება ქალაქის რესტორნების მიერ მომზადებული კერძების დემონსტრირება. რესტორნებს აქვთ შანსი ერთი საღამოს განმავლობაში წარუდგინოს საკუთარი პროდუქცია მრავალ პოტენციალურ კლიენტს. როგორც წესი, ასოციაცია იღებს თანხას დაწესებულებაში შესვლისათვის, რათა დაამტკიცოს, რომ კლიენტებს აინტერესებთ რესტორნის სამზარეულო, და არა უფასო სადილი. აღებული თანხებით ახორციელებს შემოწირულობებს საქველმოქმედო მიზნებისათვის, რითაც უზრუნველყოფს დამატებით პოზიტიურ იმიჯს.

სასტუმრო Fairmont-მა ახალ ორლენში 1988 წ. მოახდინა აბაზანების მოდერნიზაცია, რის შედეგადაც გადაწყდა იმ შამპუნების შეფუთვის პრობლემა, რომლებიც გამოიყენებოდა მოდერნიზაციამდე. სასტუმრომ ჩაატარა ესეც კონკურსი, რომლის გამარჯვებულმაც მიიღო პრიზად ფირმის შამპუნი. ჩატარების თარიღი სასტუმროს პერსონალმა დაამთხვია დემოკრატების ნაციონალური ყრილობის ჩატარებას და ქალაქი გაივსო პრესის წარმომადგენლებით. საკუთარ პრეს-რელიზში Fairmont-მა განაცხადა, რომ დემოკრატებს აძლევს საშუალებას "ჩამოი-

ბანონ საკუთარი თმებიდან რესპუბლიკელები”. ღონისძიების ჩატარების დრომ და ძირითადად კონცეფციამ გამოიღო ნაყოფი, ის გაშუქდა საერთაშორისო დონეზე.

Trine Palace წარმოადგენს რესტავრირებულ რეზიდენციას, ბრიტანეთის კოლონიის ჩრდილოეთ კაროლინის გუბერნატორის საკუთრებას. ეს ისტორიული ძეგლი განლაგებულია ნიუ - ბერნში და ყოველ წელს იზიდავს ათასობით ტურისტს. დეკემბერი ტურისტებისათვის იყო ყველაზე ნაკლებ პოპულარული თვე ცივი ამინდებისა და შობის დღესასწაულთან დაკავშირებული სამზადისების გამო, რომელიც მათგან მთელ თავისუფალ დროს მოითხოვდა. Trine Palace დაამუშავა შობის ტური, რომელიც სთავაზობდა ტურისტებს გუბერნატორის სასახლეში მიღებას: სტუმრებს ეგებებოდნენ მსახიობები, რომელიც შემოსილნი იყვნენ გუბერნატორისა და მისი მეუღლის სამოსში. ბუტაფორულმა საშობაო მაგიდამ, მუსიკოსებმა, საშობაო სანთლებმა და სადილის დასასრულს სტუმრებისადმი მირთმეულმა ცხელმა ღვინომ და ორცხობილამ ტურისტებზე დიდი გავლენა მოახდინა. ამ ერთი შეხედვით უბრალო იდეამ ფირმას მოუტანა უზარმაზარი წარმატება, და ახლა, დეკემბერი ერთერთი ყველაზე პოპულარული თვეა ტურისტებისათვის.

ამგვარად, ტურისტული კომპანიის ეფექტური იმიჯის ფორმირება - რთული და მრავალმხრივი პროცესია, რომელიც მოითხოვს შესაბამის დროს, განსაკუთრებულ ყურადღებას და დიდ ძალისხმევას. ტურისტული კომპანია ნუდამ უნდა ზრუნავდეს კეთილგანწყობილი ურთიერთობების ფორმირებასა და შენარჩუნებაზე საზოგადოებისა და თანამშრომლების მხრიდან. ტურისტული დანესებულების დადებითი სახის შექმნის მეცნიერება მოუთხოვს კომპლექსურ მიდგომას. პროფესიონალებისა გუნდი, რომელიც მუშაობს იმიჯის ფორმირებისა და შენარჩუნების პრობლემაზე, უნდა ფლობდეს სინთეზურ ცოდნას სხვადასხვა სფეროს, ისეთების როგორიცაა ფსიქოლოგია, დიზაინი, ჟურნალისტიკა. ეს უნდა იყოს

კრეატიულად მოაზროვნე ადამიანების გუნდი. როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, მხოლოდ ის ტურისტული დანესებულება, რომელიც მუშაობს ძირითად საფუძველზე დადებითი იმიჯის ფორმირებაზე, შიძლება გათვალოს გრძელვადიან წარმატებებზე მწვავე ეკონომიკური კრიზისისა და ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში.

ლიტერატურა

1. Чарльз Хортон Кули, Человеческая природа и социальный порядок, **М. 2000**
2. Морозова, Н.С. Реклама в социально - культурном сервисе и туризме: Учебник для студентов высших учебных заведений / Н.С. Морозова, М.А. Морозов. - М.: Издательский центр «Академия», 2003. - 336с.
3. Вачугова Д. Д. Курс менеджмента: Учебное пособие для студентов вузов / Д.Д. Вачугова. - Ростов - на - Дону: Издательство «Феникс», 2003. - 512с.
4. <http://katalog.turkompot.ru/turizm/C/6.7..php>
5. Филип Котлер, Джон Боуэн, Джеймс Мейкенз, Маркетинг. Гостеприимство. Туризм; 2007 г.

Гуранда Шамилишвили

PR-стратегии формирования имиджа в сфере туризма

Резюме

В современных условиях резко возрастает озабоченность туристских предприятий тем, как они воспринимаются целевыми аудиториями. Это вызывает необходимость формирования имиджа фирмы. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) как социальный феномен решает задачи коммуникативной организации в обществе. Целью работы связей с общественностью становится налаживание позитивных отношений между организацией и ее общественностью. Имидж- это образ фирмы в представлении целевых аудиторий. Позитивный имидж повышает конкурентоспособность коммерческой организации на рынке, привлекает потребителей и партнеров, ускоряет и увеличивает объем продаж, облегчает доступ к ресурсам (финансовым, информационным, людским, материальным) и ведение операций.

Имидж формируется под каждую отдельную целевую аудиторию. Так, для широкой общественности предпочтительна гражданская позиция, для партнеров - высокая конкурентоспособность предприятия. Как показывает практика, только то туристическое предприятие, которое работает над формированием положительного имиджа на постоянной основе может рассчитывать на долговременный успех в условиях жесткой конкуренции и глобализации экономики.

Guranda Shamilishvili

PR -strategy of formation of image in the tourism sphere

Summari

Concern of the tourist enterprises of subjects as they are perceived by target audiences sharply increases in modern conditions. It causes of formation of image of company. Public relations (public relations) as the social phenomenon solves problems of the communicative organization in society. Adjustment of the positive relations between the organization and its public becomes the purpose of work of public relations. Image is an image of company in representation of target audiences. Positive image increases competitiveness of the commercial organization in the market, attracts consumers and partners, accelerates and increases sales volume, facilitates access to resources (financial, information, human, material) and conducting operations.

Image is formed under each separate target audience. So, for the general public the civic stand, is preferable to partners - high competitiveness of the enterprise. As practice shows, only that tourist enterprise which works over formation of positive image at a constant basis can count on long-term success in conditions of the rigid competition and economy globalization.

ჟურნალისტიკა

Journalism

Журналистика

ირინა ცინცაძე

გაზეთი - მასობრივი საზოგადოების პირველი მედიასაშუალება

დღეს, თანამედროვე მედიაში გაზეთი მასობრივი ინფორმაციის გავრცელების თითქოსდა მეორეხარისხოვანი მედიასაშუალება გახდა, თუმცა ბევრმა არც კი იცის, რომ მან უაღრესად რთული გზა გამოიარა. ვიდრე შეიქმნებოდა თანამედროვე ტექნოლოგიები, გაზეთი ინფორმაციის გავრცელების ერთ-ერთი ძირითადი საშუალება იყო. როგორც ყველაფერს ამ სამყაროში, გაზეთსაც განვითარების თავისი ისტორია გააჩნია.

ადამიანებმა, ენა მოიდგეს თუ არა, მაშინვე დაინტერესდნენ ჭორებით, ირგლივ მყოფთა თუ სხვათა საქმეებით და იმით, თუ რა ხდებოდა სხვაგან. ათასობით წლის განმავლობაში ერთადერთი საშუალება, რითაც ისინი თავიანთ ცნობისმოყვარეობას იკმაყოფილებდნენ, შეკრებები, ტავერნები და ბაზრობები იყო.

პირველად ახალი ამბავი (იგულისხმება ფორმალური, წერილობით საჯაროდ გაცხადებული ინფორმაცია) ქრისტეს დაბადებიდან ცოტა ხნის შემდეგ გამოქვეყნდა. ყოველდღიურად რომის სენატი საჯარო ადგილებში ათავსებდა ხელნაწერ საინფორმაციო ფურცლებს, რომელსაც *acta diurnal populi romani* (რომაელი ხალხის ყოველდღიური საქმიანობა) ეწოდებოდა. ეს განცხადებები სენატის საქმიანობისა და გადაწყვეტილებების მიმდინარე ანგარიშები იყო. ისინი ასევე იუნჯებოდნენ ზოგადი

პოლიტიკური მდგომარეობისა და დედაქალაქის საზოგადოებრივი ცხოვრების შესახებ (დეფლორი დენისი, მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისათვის, თბ. 2009, გვ.51).

გაზეთის, ისევე როგორც ყველა სხვა მედიასაშუალების განვითარება, უპირველეს ყოვლისა, ტექნოლოგიურმა მიღწევებმა განაპირობა. ეს თავიდან ბოლომდე გუტენბერგის დამსახურება იყო. ბეჭდვა კიდევ უფრო სწრაფად განვითარდა მას შემდეგ, რაც პროცესში ორთქლის ძალის გამოყენება დაიწყო. მოგვიანებით, 1800-იან წლებში ქაღალდი, თუთიაზე კვეთა, ტელეგრაფი ახალი ამბების შესაკრებად, საბეჭდი მანქანა, ფოტოგრაფია, ელექტრონენი და შრიფტის ამწყობი მანქანა გაიანთავდა. თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ დღეს თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარებამ გარკვეულწილად შეცვალა გაზეთის ფორმა.

ახალი ამბების გასავრცელებლად, ბეჭდვის გამოყენება მისი გამოგონებისთანავე დაიწყო. 1500-იანი წლების შუა რიცხვებში ვენეციის მმართველები მოქალაქეებს რეგულარულად აწვდიდნენ ინფორმაციას დალმაციაში მიმდინარე ომის შესახებ. ამ ნაბეჭდი მასალის საფასურს ვენეციელები პატარა მონეტით იხდიდნენ, რომელსაც *gazetta* ერქვა (აქედან წარმოიშვა სიტყვა „გაზეთი“). ასეთივე ნაბეჭდი მასალა, რომელიც დღევანდელ გაზეთს ბუნდოვნად მოგვაგონებს, გერმანიაში 1609 წელს გამოდიოდა, თუმცა ამ ფაქტის შესახებ დღეს ცოტა რამ არის ცნობილი. მეტი ინფორმაცია არსებობს კორანტოს შესახებ, რომელიც ამავე პერიოდს ეკუთვნის. კორანტო არის მოკლედ აღწერილი ახალი ამბების ნაბეჭდი ფურცელი, რომელიც ჰოლანდიაში გამოიგონეს. 1600-იანი წლების დასაწყისში კორანტო პერიოდულად რამდენიმე ქვეყანაში იბეჭდებოდა და ვაჭართა ფენისათვის იყო განკუთვნილი.

ამერიკის კოლონიებში გაზეთების რიცხვის ზრდა დაკავშირებული იყო იმდროინდელ კულტურულ, ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ვითარებასთან. კომერცია და მოსახლეობა სტაბილურად ვითარდებოდა. კომერცია ხელს უწყობდა ვაჭრობისა და ტვირთის გადაზიდვის შესახებ ახალი ამბების ბაზრის შექ-

მნას, ხოლო მოსახლეობის ზრდა – რეკლამის განვითარებას. რაც უფრო იზრდებოდა პოლიტიკური დაძაბულობა გადასახადებისა და ვაჭრობაზე კონტროლის საკითხების შესახებ, მით უფრო ხშირად ჩნდებოდა კოლონიალურ პრესაში ბრიტანეთის მონარქიის პოლიტიკის კრიტიკა. ასეთი კრიტიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნიმუშია 1690 წლის 25 სექტემბერს ბოსტონის გაზეთის *Publick Occurrances Both Forreign and Domestick* –ის პირველი (და უკანასკნელი) ნომერი.

1721 წელს ჯეიმს ფრანკლინმა, ბენჯამენ ფრანკლინის უფროსმა ძმამ, საკუთარი გაზეთი *Neu England Courant* დააარსა. იგი რამდენადმე შორს იდგა შეზღუდული კოლონიალური ტრადიციებისაგან, რადგან არ იყო „მთავრობის თანხმობით დაბეჭდილი“ და ფოსტასთან შეხება არ ჰქონდა. იგი გათვლილი იყო განათლებულ და წარმატებულ ელიტაზე და მათზე, ვისაც უმთავრესად ლიტერატურული ესეები და განსხვავებული პოლიტიკური შეხედულებები იზიდავდა. აქვე იბეჭდებოდა გადაზიდვის ანგარიშები და ინფორმაცია ახლომახლო ქალაქებიდან.

1700-იანი წლების დასაწყისში პრესის თავისუფლებისათვის შეუპოვარ ბრძოლაში განუზომლად მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა გაუთავებელმა კონფლიქტებმა პრესის უფლებების თაობაზე. ეს კონფლიქტი ჯონ პიტერ ზენგერსა და ნიუ-იორკის გუბერნატორ უილიამ კოსბის შორის სასამართლო დაპირისპირებაში გადაიზარდა. შედეგმა დიდად შეუწყო ხელი კოლონიაში პრესის თავისუფლების დანერგვას.

კოლონიალური პრესის მიმოხილვისას აღსანიშნავია, რომ 1750 წლისათვის წერა-კითხვის მცოდნე ამერიკელების უმეტესობას ხელი რომელიმე გაზეთზე მაინც მიუწვდებოდა. თუმცა, იმის მიუხედავად, რომ იმ პერიოდში უამრავი გაზეთი დაარსდა, წარმატების მოპოვება ცოტამ თუ შეძლო, რადგან გაზეთის ფინანსური მხარდაჭერა ადვილი არ იყო და მიწოდებაც პრობლემად რჩებოდა.

კოლონიალურ გაზეთს ბევრი ნაკლი ჰქონდა. ხშირად ოპერატიულობა აკლდა, რეგულარულად არ გამოდიოდა და მკითხველს დროულად ვერ მიეწოდებოდა. ბუნებრივია, იმ

დროისათვის მისი ტრანპორტირებისა და გავრცელების პრობლემებიც იდგა. ფაქტიურად გაზეთების გავრცელება სატვირთო მატარებლის მეშვეობით, მათი გადაზიდვით ხდებოდა, გემით ან ფოსტით, რომელიც მაშინ ცხენებზემულ ვაგონს წარმოადგენდა.

კოლონიალური გაზეთების გავლენა იმითაც მცირდებოდა, რომ ისინი საკუთარ აუდიტორიას თავადვე ზღუდავენ. ბევრი გაზეთი პარტიზანული იყო. ისინი მუდმივად მხოლოდ ერთ რომელიმე მხარეს აშუქებდნენ. მეტვრამეტე საუკუნის მიწურულს, როდესაც რამდენიმე პოლიტიკური პარტია ჩამოყალიბდა, თითოეული მათგანი რამდენიმე გაზეთს აკონტროლებდა, ზოგი კიდევ აფინანსებდა. ყველა სახის გაზეთი, კომერციული იქნებოდა ეს თუ პარტიზანული, ძირითადად განკუთვნილი იყო შედარებით განათლებული და შეძლებული მკითხველისათვის, რომლებიც მაშინდელი საზოგადოების მხოლოდ მცირე ნაწილს წარმოადგენდნენ. მიიუხედავად შეზღუდვებისა და რიგი პრობლემებისა, კოლონიალურმა პრესამ ჟურნალისტიკაში მაღალი ღირებულებების ტრადიციები დაამკვიდრა. შემდგომში ეს ღირებულებები ამერიკული პრესის ქვაკუთხედი გახდა.

საინტერესოა აქვე აღინიშნოს, რომ ამერიკაში მეცხრამეტე საუკუნეში როცა ინდუსტრიული რევოლუცია დაიწყო, პრესაში სიახლეების ხანა გაჩნდა. ეს ის დრო იყო, როდესაც ყველა ტიპის ახალი დანადგარი ორთქლზე მუშაობდა. ხრახნისებრ წნეხზე მთელი დღის მანძილზე თავდაუზოგავი მუშაობის შედეგად ორ ოსტატს მაქსიმუმ რამდენიმე ასეული ფურცელი მიეღო. 1830 წლისათვის ორთქლზე მომუშავე საროტაციო საწინები მანქანა გაჩნდა. ეს ტექნოლოგიის მართლაც თვალსაჩინო მიღწევა იყო. ამ მანქანის ყველაზე ადრეული ვარიანტიც კი საათში ორივე გვერდზე დაბეჭდილ 4 000 ფურცელს უშვებდა. თუმცა გაზეთები უწინდებურად ძვირი იყო, ცალი ექვსი ცენტი ღირდა და ის მუშებისათვის, რომლებიც კვირაში ოთხ – ხუთ დოლარს შოულობდნენ, უწინდებურად ფუფუნების საგნად რჩებოდა.

1833 წლის სამ სექტემბერს ნიუ-იორკის ქუჩებში გამოჩნდა პატარა უცნაური გაზეთი. ეს იყო ბენჯამენ დეის მიერ

დაარსებული *New York Sun*, რომელსაც ამშვენებდა დევიზი „ის ყველასათვის ანათებს“. *Sun* განკუთვნილი იყო არა ყველასათვის, არამედ ნაკლებად განათლებული ადამიანებისათვის. დეი მკითხველებს იქვე, ნიუ – იორკში, მახლობლად მომხდარ ამბებს სთავაზობდა. ის შეიცავდა ამბებს, რომლებიც უბრალო ადამიანებში ინტერესს იწვევდა. პირველი ნომრის პირველ გვერდზე დეი აცხადებდა: „ამ გაზეთის მიზანია, ჰქონდეს ყველასათვის ხელმისაწვდომი ფასი, დღის ყველა ახალი ამბავი და რეკლამის ადგილი ყველასათვის.“

დეი უაღრესად საინტერესო რამ წამოიწყო: დაიქირავა ხელფასიანი „რეპორტიორი“, რომელიც ყოველ დილით ადგილობრივ სასამართლოებში დადიოდა და აშუქებდა ადგილობრივ მოვლენებს, ძირითადად დანაშაულს, საინტერესო ამბებს, უბედურ შემთხვევებს და ანეკდოტებს. ახალი გაზეთის კიდევ ერთი მიგნება ის იყო, რომ მათ ქუჩებში პატარა ბიჭები ყიდნენ სულ რაღაც ერთი პენის საფასურად.

ერთპენიანი გაზეთები კოლონიალური გაზეთებისაგან სრულიად განსხვავდებოდა. ეს იყო ვულგარული, სენსაციური, და მრავალი თვალსაზრისით მდარე გაზეთი. ერთპენიანი გაზეთი დროთა განმავლობაში გაუმჯობესდა. იგი მნიშვნელოვან ინფორმაციას და იდეებს პირველი ხელიდან აწვდიდა უამრავ ადამიანს, რომელიც მანამდე გაზეთის მკითხველი არასოდეს ყოფილა.

იმის გამო, რომ ამერიკის შეერთებულ შტატებში გაზეთი ფინანსურ მოგებაზე ორიენტირებული კერძო ბიზნესი იყო, კონკურენციის დონეც ამაღლდა. ამ კონკურენციამ ხელი შეუწყო ყვითელი ჟურნალისტიკის გავრცელებას. ყვითელი ჟურნალისტიკის დამკვიდრება გამოიწვია ერთმა აუცილებელმა პირობამ - გაზეთს რაც შეიძლება მეტი მკითხველი უნდა მოეზიდა. ეს აგრეთვე ორიენტირებული იყო რეკლამის დამკვეთების მოზიდვაზეც. გაზეთის დამფუძნებელი რამდენადაც დაარწმუნებდა რეკლამის დამკვეთს იმაში, რომ გაზეთი კითხვადი იყო და მის რეკლამას უამრავი ადამიანი ნახავდა, უფრო მეტ ფინანს-

სურ მოგებას მიიღებდა. ამ პრინციპმა გარკვეული პერიოდი გაამართლა, ვინაიდან გაზეთის ფურცლებზე აისახებოდა უამრავი სენსაციური ამბავი.

საინტერესოა ერთი პატარა ისტორია. World-ის ერთ-ერთმა შარჟმა მთელი ისტორია შექმნა. ეს იყო უკბილო, მოტვლეპილთავიანი გაკრეჭილი ბავშვი, რომელსაც ყვითელი, ტომრის ფორმის ტანსაცმელი ეცვა. „ყვითელი ბავშვი“ – მას ეს სახელი შეარქვეს. ის გახდა იმ ისტორიის გმირი, რომელიც ნიუ-იორკის გარეუბნის ცხოვრებას აღწერდა და ძალიან მალე საზოგადოებრივი მსჯელობის მთავარი საგანი გახდა. ამ დროს უილიამ რენდოლფ ჰერსტმა დაარსა San Francisco Examiner, რომელიც მიზნად აუდიტორიის გაფართოებას ისახავდა. ჰერსტმა აღმოსავლეთისაკენ წაინია და 1895 წელს ნიუ-იორკის Journal შეისყიდა, რათა მისი ბრუნვა გაეზარდა და პულიცერის World-ისათვის ეჯობნა. ჰერსტმა ყვითელი ბავშვის შემქმნელი კარიკატურისტი უფრო დიდი ხელფასის დაპირებით მეტოქისაგან გადაიბირა, ანუ უბრალოდ იყიდა. უკეთესი სტატიებისა და რედაქტორის ნიჭიერების გამო, მან უფრო მეტი კომიქსი, სენსაციური რეპორტაჟი და უფრო საინტერესო მასალა დაბეჭდა. ყველაფერმა ერთად გაზეთის ბრუნვა საგრძნობლად გაზარდა.

ამბობდნენ, რომ ჰერსტის გაზეთების თითოეული ნომერი იმ გათვლით იქმნებოდა, რომ მისი სათაურების ნახვისას მკითხველს გაცუების შეძახილი აღმოხდებოდა. პასუხისმგებლობა საზოგადოების წინაშე აღარავის აღარდებდა. ახალ სტილს „ყვითელი ჟურნალისტიკა“ ეწოდა. ბევრი ჟურნალისტი ფიქრობდა, რომ ეს სახელი „ყვითელი ბავშვის“ კარიკატურისაგან წარმოიშვა, რადგან იგი უინტელექტო გაზეთების სიმბოლო იყო.

მეცხრამეტე საუკუნესთან ერთად პულიცერ/ჰერსტის ყვითელი ჟურნალისტიკაც წარსულს ჩაბარდა. არსებითად, გაზეთმა ყველა ამერიკელის სახლში შეაღწია და ბრუნვის გასაზრდელად ამგვარი ტაქტიკის გამოყენებამ, აზრი დაკარგა. გარდა ამისა, ასეთი ტიპის გაზეთმა ხალხი დაღალა.

გაზეთის განვითარების გზა საკმაოდ რთული აღმოჩნდა, თუმცა სტრუქტურულად ჩამოყალიბდა და დღეს უკვე გაზეთის უამრავი ტიპია. თანამედროვე ამერიკულ პრესაში ყველა ტიპის და ზომის გაზეთს შეხვდებით, მაგრამ ადრინდელი და ახლანდელი გაზეთების უმრავლესობას ერთი რამ აერთიანებთ – ორიენტაციისა და დაფარვის ლოკალურობა. ამერიკული ყოველდღიური გაზეთების უმრავლესობა ნაციონალურ და საერთაშორისო ახალ ამბებს აშუქებს, მაგრამ ადგილობრივ და რეგიონულ მოვლენებს გაცილებით მეტი ადგილი უჭირავს. გაზეთის უამრავ სახეობაში საინტერესოა თავისი შინაარსითა და ფუნქციით გამოიყოს შემდეგი: მეტროპოლიების ყოველდღიური გაზეთი, საშუალო და პატარა ზომის ყოველდღიური გაზეთები, არაყოველდღიური გაზეთები, უფასო გაზეთები, ეთნიკური პრესა და ა.შ.

თუკი გაზეთი კომერციულია და იმისათვის არსებობს, რომ ფინანსური მოგება მოიტანოს, რა მნიშვნელობა აქვს მის ზომებს, მთავარია მისი გასაღებისათვის მკითხველთა რაც შეიძლება დიდი აუდიტორიის მოპოვება. იმისათვის, რომ არსებობა შინარჩუნოს, გაზეთმა ფინანსური მოგება უნდა მოიტანოს. არსებობისათვის ბრძოლა გაზეთთან მიმართებაში მისი ბრუნვის გაზრდისათვის ბრძოლას ნიშნავს.

ამ ბრძოლის მოსაგებად და რეკლამის მოსაპოვებლად, რომელიც გაზეთის შემოსავლის წყაროს წარმოადგენს, გამომცემლებს მუდმივად უწევთ, ფეხი აუწყონ მკითხველთა აუდიტორიის ცვალებად მოთხოვნილებებს, ანუ უპასუხონ მათ მოთხოვნილებებს და შესთავაზონ ისეთი მასალა, რომელიც მათ კმაყოფილებას მოუტანს. სწორედ ეს არის გაზეთის ფუნქციები.

აქვე აღსანიშნავია, რომ თანამედროვე ტექნოლოგიების სწრაფმა განვითარებამ და ქსელური ჟურნალისტიკის გაჩენამ ხელი შეუწყო ქსელური მედიის, კერძოდ, ინტერნეტ-გაზეთის განვითარებას და პოპულარიზაციას.

ენდრიუ ჰერსტი, ონლაინ ახალი ამბების რედაქტორი აღნიშნავს: „მიუხედავად იმისა, რომ როგორც ონლაინ ახალი

ამბების რედაქტორი, ახალი მედიის წარმომადგენლად ვითვლება და თითქმის მთელ დღეს კომპიუტერის წინ ვატარებ, მე თვითონ გაზეთის დიდი ფანი ვარ... გაზეთები და ჟურნალები, ინფორმაციის მიწოდების ყველაზე ეფექტური სისტემებია და ინტერნეტნიუსი, მიუხედავად იმისა, რომ ყველას დიდ რამედ მიაჩნია, მათ ვერ შეედრება (სხვა მედია უფრო ოპერატიულია), მაგრამ როდესაც ხელში გაზეთი გიჭირავს, მის შეფასებას წამები სჭირდება, თვალის ერთი გადავლება საკმარისია, რომ სტატიის მნიშვნელობას მხოლოდ სათაურების ზომით და მისი ადგილით მიხვდე” (დეფლორი დენისი, მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისათვის, თბ. 2009, გვ.79).

თუმცა, ექსპერტებსა და დამკვირვებლებს მიაჩნიათ, რომ ტრადიციული გაზეთი წარსულის გადმონაშთია და ინტერნეტ ტექნოლოგიის განვითარებასთან ერთად დავიწყებას მიეცემა. ზოგს მიაჩნია, რომ ასეთი აზრი უკიდურესობაა, გაზეთი შეინარჩუნებს თავის ახლანდელ ფორმას, ყოველ შემთხვევაში ახლო მომავალში მაინც.

როგორც არ უნდა იყოს თანამედროვე გაზეთი, ის მაინც ასრულებს თავის უპირველეს მიზანს – ტრადიციული თუ ონლაინ გაზეთი ემსახურება საზოგადოების ინტერესებს, პასუხობს კითხვებზე: ვინ? სად? რა? როდის? რატომ? და ითვლება მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ერთ-ერთ ოპერატიულ სახედ, ხოლო მისი კრიტიკული ანალიზი იყო და რჩება კრიტიკის საგნად, ვინაიდან მედია თავისი განვითარებისა და არსებული მდგომარეობის, დემოკრატიული პრინციპების თვალსაზრისით, ისედაც ითხოვს მკაცრ შეფასებებს.

ლიტერატურა

დეფლორი, დენისი, მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისთვის, თბ. 2009;

www.bechdvisistoria.narod.ru

www.ambioni.ge

www.presa.ge

Irine Tsintsadze

A newspaper-the first media tool of mass society

Resume

Today, in the modern media a newspaper as if became a secondary tool of mass communications, though not many people know that it has undergone a very difficult path. Before the creation of modern technologies a newspaper was one of the main ways of spreading information. The newspaper has its history of development as everything in this world.

The story of creation of a newspaper is discussed in this article and its development according to the example of the American newspapers. Although some experts and observers think that a traditional newspaper is a matter of the past and will be forgotten with the development of internet technologies. Some do not agree with this idea and think that the newspaper will keep its shape at least in the near future.

Ирина Цинцадзе
Газета как первое средство массовой информации

Сегодня среди современных средств распространения массовой информации газета стала как бы второстепенным звеном, однако многие и не знают какой трудный путь она прошла. До развития современных технологий газета являлась одним из основных источников распространения информации. Как у всего в этом мире и у газеты есть своя история развития.

В данной статье рассмотрена история происхождения газеты и ее развитие на примере выпусков американских газет. Однако, по мнению экспертов и специалистов, традиционная газета представляет собой пережиток прошлого и с развитием интер-технологий предается забвению. По мнению другой категории специалистов, такой подход не является правильным, газета сохранит свою современную форму, во всяком случае, в ближайшем будущем.

მასობრივი კომუნიკაციის ზოგიერთი ფუნქციის სიზუსტისათვის

„მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენ ის არასოდეს მოგვწონს, თავისუფალ საზოგადოებაში აქტიური პრესის გარეშე არაფერი გამოგვივა“, – ამბობდა ჯონ კენედი. მარტივად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მედია დღეს მეოთხე ხელისუფლებაა, თუმცა ამას მისი დაბადების ეტაპზე ნამდვილად ვერავინ წარმოიდგენდა. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების თანამედროვე მრავალფეროვანი სისტემა განაპირობებს ჟურნალისტიკის და აუდიტორიის სრულფასოვან ურთიერთობებს. ცნებები „მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები“ და „მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები“ არც თუ ისე იშვიათ შემთხვევაში ცნება „ჟურნალისტიკასთან“ არის გაიგივებული, რადგან ჟურნალისტიკის უმთავრესი მოვალეობა აუდიტორიასთან კონტაქტია (მკითველთან, მსმენელთან, მაყურებელთან). აქვე აღვნიშნავთ, რომ როგორც განვითარებული დასავლეთი იუნყება, მედია მეოთხე ხელისუფლებაადა ეს ასეც არის, თუმცაღა იმ შემთხვევაში, თუკი მას შეუძლია დამოუკიდებელი ნაკადის ინფორმაციის შექმნა. მასობრივი კომუნიკაციის მკვლევრებისათვის ძალზე აქტუალურია მასმედიისა და სახელმწიფოს ურთიერთობის საკითხიც. უამრავი მცდელობაა, რომ მოიფიქრონ ურთიერთობის იდეალური მოდელი, რომელიც ზოგად პრინციპებსა და ნორმებზე იქნება დაფუძნებული. აქვე აღსანიშნავია, რომ არც ერთი მედიასისტემა არ ხელმძღვანელობს რომელიმე ერთი კონკრეტული მოდელით.

სახელმწიფოსა და მედიის ურთიერთობების საინტერესო და დღესაც აქტუალურ მოდელს გვთავაზობენ (ნაშრომში „პრესის ოთხი თეორია“) სტენფორდის უნივერსიტეტის პროფესორები: სიბერტი, შრამი და პეტერსონი. მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული

ნაშრომი 1956 წელს აშშ-ში დაიბეჭდა, თანამედროვე მასმედია დღესაც მისით სულდგმულობს. **„მედია ყოველთვის იცვლის ფორმას და ღებულობს იმ სოციალურ და პოლიტიკური სტრუქტურების ელფერს, რომელშიც მას უნევს ფუნქციონირება“**, – ვკითხულობთ ნაშრომში. სოციალურ-პოლიტიკური სტრუქტურა, რომელიც განსაზღვრავს საზოგადოებრივ ცნობიერებას და გაბატონებულია მოცემულ საზოგადოებაში, განსაძღვრავს მასობრივი კომუნიკაციის განვითარებას.

მედიის განვითარების ადრეულ ეტაპზე სახელმწიფო მთლიანად აკონტროლებდა მასმედიას ლიცენზირებით და მუდმივი ცენზურის გზით. მასობრივი ინფორმაციის რიცხოვრივ ზრდასთან ერთად მუდმივად იზრდება სახელმწიფოს პირდაპირი ჩარევა კომუნიკაციის პროცესში: იქნება ოფიციალური გამოცემები, პირდაპირ ტრანსლარირებენ ხელისუფლების თვალსაზრისებს, ხდება მასმედიის საშუალებების გამორჩევითი ლიცენზირება, ასევე ოფიციალური კონტროლი მასმედიის კერძო საშუალებებზე. ეს მეთოდი დროთა განმავლობაში ნაკლებად ეფექტური ხდებოდა. შესაბამისად, ხელისუფლებამ გამოიყენა ეკონომიკური ბერკეტი, პირდაპირ ან ირიბად შეისყიდა გავლენიანი მედიასაშუალებები, მათი დაფინანსება კი განახორციელა სახელისუფლებო ფორმებიდან.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს შეუძლიათ გამოაშკარავონ მმართველი წრეების საქმიანობის მანკიერი მხარეები და საზოგადოებას ყურადღება მიაქცევიან მათი საქმიანობის ყველაზე მნიშვნელოვან მხარეებზე. კონკრეტულად რომ ვთქვათ, საზოგადოებრივი აზრი ამა თუ იმ ფორმით გამოხატული მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ხელისუფლებისა და მმართველი წრეების კონკრეტულ მოქმედებათა შეზღუდვაში, მათი მხრიდან კანონიერების დარღვევის აღმამფოთებელი ფაქტების მხილებაში. დასავლეთში მრავალი გამოცემა სწორედაც რომ სენსაციურის მხილებაზეა ორიენტირებული. გამონაკლისი არც ქართული მედიაა.

დემოკრატია შეუძლებელია თავისუფალი მასმედიის გარეშე, მაგრამ მათი თავისუფლება არ უნდა ნიშნავდეს საზოგადოებისა და მოქალაქეებისაგან მოწყვეტას, რადგან სწორედ მათი ინტერესებისა და აზრის გამოსახატავად არის მოწოდებული მასმედია. წინააღმდეგ შემთხვევაში ის გადაიქცევა მის მფლობელთა და ხელმძღვანელთა პოლიტიკური გავლენის იარაღად. რედაქტორებსა და ჟურნალისტებს განსაკუთრებული პასუხისმგებლობა ეკისრებათ თავიანთი საქმიანობის საზოგადოებრივ შედეგებზე.

მასმედიის გავლენა თანამედროვე საზოგადოებაზე რომ უდავოდ დიდია, ამის მტკიცება საკმაოდ შორს წაგვიყვანს, თუმცა აღნიშნული პრობლემა რომ ნამდვილად აქტუალურია, არ არის საკამათო. კონკურენციაში უპირატესობის მოსაპოვებლად თანამედროვე მასმედია ამუშავებს უამრავ მასალას, რათა დააკმაყოფილოს საზოგადოების სხვადასხვა სფეროს ინტერესები. თანამედროვე მასმედიის პარადოქსი მდგომარეობს იმაშიც, რომ მაშინ როცა მედიასისტემა მოწოდებულია საზოგადოების შესაკავშირებლად, მისი შემცველობა ხშირად ხელს უწყობს საზოგადოების გათიშულობასა და გაყოფას. ხშირად თანამედროვე საზოგადოებაში შეკავშირება ხდება კამათითა და განსხვავებით.

„ჩემი გადასაწყვეტი რომ იყოს, როგორ სახელმწიფოში ვარჩევდი ცხოვრებას, სადაც არის მთავრობა, მაგრამ არ არის პრესა, თუ პირიქით, უყოყმანოდ მეორე ვარიანტს ავირჩევდი“, – წერდა თომას ჯეფერსონი. მედიის ფუნქციებზე მსჯელობა საკმაოდ შორს წაგვიყვანს და არც ეს პატარა ნაშრომი იძლევა ამის საშუალებას. მასმედიის როლი თანამედროვე საზოგადოებაში განუზომელია. ჟურნალისტი თავისუფალი სიტყვის სადაროჯოზე უნდა იდგეს.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების უმთავრესი მისია არის ის, რომ ხელი შეუწყოს აზრთა სხვადასხვაობის წარმოჩენას და თანაბრად გააშუქოს ყველა განსხვავებული აზრი თუ მიდგომა ნებისმიერი საკითხის მიმართ, საზოგადოებას კი დაუტოვოს თავი-

სუფალი არჩევანი დასკვნების გამოსატანად და საკუთარი ხედვის ჩამოსაყალიბებლად. **„მე არ ვიზიარებ თქვენს შეხედულებებს, მაგრამ თავს გავწირავ თქვნი უფლებებისთვის, რათა გამოხატოთ იგი“, – წერდა თავის დროზე ვოლტერი.** მარტივად რომ ვთქვათ, თავისუფალი ჟურნალისტიკა გულისმობს ობიექტური, ზუსტი, მიუკერძოებელი და ეთიკური სტანდარტების დაცვით მოპოვებული ინფორმაციის გავრცელებას, იდეათა გაცვლის (და არა თავს მოხვევის) ხელშეწყობას. ბოლოს კი კვლავ თომას ჯეფერსონს დავესესხებით: **„ჩვენი თავისუფლება დამოკიდებულია პრესის თავისუფლებაზე და მისი შეზღუდვა, მის დაკარგვას ნიშნავს“.**

ლიტერატურა

შოშიტაშვილი ნ. „ტელემედიის თავისუფლება და დამოკიდებულება პოსტრეგოლუციურ (2003-2009) საქართველოში“, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2010 წ.

მაცაბერიძე მ. ჟურნალი „ბიზნესი და მენეჯმენტი“ (#2(22) 2009 წ.).

მსხილაძე ე. „მედიათიკის ასპექტები“, საქართველოს სახალხო დაცველის პერიოდული გამოცემა, ჟურნალი „სოლიდარობა“, #3(24) 2008 წ.

მედიის თვითრეგულირების ქრესტომათია (შემდგენელი და რედაქტორი თამარ კინწურაშვილი), გამომცემლობა „თავისუფლების ინსტიტუტი“, 2004 წ.

www.ombudsman.ge

www.tavisufleba.org.ge

ნესტან მამუჩაძე

Для точности некоторых функций средств массовой коммуникации

Резюме

Демократия не возможна без свободной массовой медиа, но их свобода не должна означать отрывание от общества и граждан, так как именно для выражения их же интересов и создана Массмедиа. Именно разнообразная система современных средств массовой информации является причиной полноценного взаимодействия между журналистом и аудиторией. На западе многие издатели ориентируются именно на сенсации. Грузинская Медиа тоже не является исключением. „Если бы мне пришлось выбирать, в каком государстве жить, где есть правительство, но нет прессы, или наоборот — я бы, не раздумывая, выбрал второй вариант“, - написал Томас Джефферсон.

Nestan mamuchadze

For the preciseness of some functions of mass communication

Resume

Democracy is impossible without free mass media, but their freedom should not separate them from the community and the civic society, because mass media is to express their interests and opinions. Modern diverse system of getting massive information causes proper relations between a journalist and an audition. In western society many publications are oriented on revealing sensational stories and Georgian media is not an exception. “Were it left to me to decide whether we should have a government without newspapers, or newspapers without a government, I should not hesitate a moment to prefer the latter” _ wrote Thomas Jefferson.

ქართული მასმედიის დღევანდელი „პრინციპი“

მსოფლიოში, განსაკუთრებით ევროპულ და ევროპისკენ მიმავალ ქვეყნებში, აქტიური გახდა ტერმინი ტოლერანტობა, რაც შემწყნარებლობას გულისხმობს. ტოლერანტობას ოცდამეერთე საუკუნეში ძალზე აქტიურად იყენებენ პოლიტიკურ დებატებში, როგორც დისკრიმინაციის ცნების საწინააღმდეგო ცნებას, განსხვავებული რწმენის, შეხედულებების პატივისცემის მიზნით. საქართველოში ტერმინის დამკვიდრებისთვის ხშირ პროპაგანდას საქართველოს ცენტრალური არხები ეწევიან. ტოლერანტობა შეიძლება ითქვას დღევანდელი ჟურნალისტიკის ერთ-ერთ პრინციპად გადაიქცა **სოციალურ-აღმზრდელობით, უშუალო-ორგანიზატორულ და კულტურულ-რეკრეაციულ** ფუნქციათა განხორციელების პროცესში. აქვე საბჭოთა პერიოდის ჟურნალისტიკის პრინციპებზე თუ გავამახვილებთ ყურადღებას, იმ დროისათვის აქტიურად **პარტიულობის, სარწმუნოებისა და ობიექტურობის, ჰუმანიზმის, ხალხურობის, დემოკრატიზმის, მასობრიობის და ეროვნულობის პრინციპები ტარდებოდა**. დღეს უკვე ეს პრინციპები ტრანსფორმირებულია. ქართული თანამედროვე მედიასაშუალებები იმ პრინციპებით ხელმძღვანელობენ, რომლებიც 1997 წელს აშშ-ში ჰარვარდის უნივერსიტეტში შექმნილმა დაინტერესებულ ჟურნალისტთა კომიტეტმა შეიმუშავა. კომიტეტი ორი წლის განმავლობაში კვლევას ატარებდა, რის შედეგად შემდეგი პრინციპები ჩამოაყალიბა: „**ჟურნალისტიკა, უპირველეს ყოვლისა, სიმართლეს უნდა ემსახურებოდეს; იგი პირველ რიგში მოქალაქეების ერთგული უნდა იყოს; მისი არსი ინფორმაციის მუდმივი გადამონმება; მან უნდა შეინარჩუნოს დამოუკიდებლობა მათგან, ვისაც აშუქებს; ჟურნალისტი უნდა მოქმედებდეს როგორც ხელისუფლების დამოუკიდებელი მაკონტროლებელი; ის ხალხს საჯარო კრიტიკისა და მსჯელობის საშუალებ**

ბას უნდა აძლევდეს; ის რაც მნიშვნელოვანია, ჟურნალისტიკმა საინტერესოდ და ადეკვატურად უნდა წარმოადგინოს; მან უნდა შეინარჩუნოს ინფორმაციის პროპორციულობა და ეს ინფორმაცია ყოველმხრივი უნდა გახადოს; ჟურნალისტიკას უნდა აგებს სინდისის წინაშე“.

როგორც უკვე აღვნიშნე, საბჭოური ქართული ჟურნალისტიკისთვის დამახასიათებელი ნიშან-თვისება თუ პრინციპი, სხვა ღირებულებებთან ერთად იყო ეროვნული ღირებულება, რასაც მეცხრამეტე საუკუნის ქართული პრესა ადასტურებს. ქართული ჟურნალისტიკის ისტორიკოსი ალექსანდერ კალანდაძე წერს: „ივერია“ ეროვნულ განმათავისუფლებელი მოძრაობის ახალი საფეხურია. ამ მხრივ, უთუოდ შესამჩნევია „საქართველოს მოამბისაგან“ განსხვავება. როგორც ერთ, ისე მეორე გამოცემაში ილია ჭავჭავაძე მტკიცედ ატარებდა სოციალური და ნაციონალური თავისუფლების განუყოფლობის იდეას, მაგრამ, თუ „საქართველოს მოამბეში“ ყურადღება გამახვილებული იყო ხალხის სოციალურ გათავისუფლებაზე, ბატონყმობის მოსპობის აუცილებლობაზე, „ივერიაში“ წინა პლანზე ეროვნული საკითხი გამოდის“. „ივერიის“ ფურცლებზე ეროვნულ საკითხებზე წერდნენ დიდი პუბლიცისტები.

„... მმართველნი გაქრობით ემოქრებიან დედაენას, გზას უღობავენ ეროვნულ თვითმოქმედებას. ამ ვითარებაში უპირველესი ამოცანაა „დაცემული ვინაობის აღდგენა, ფეხზე დაყენება და დაცვა ყოველივესი მოსალოდნელის საფრთხისაგან. სხვა საგანი ამაზედ უმძიმესი, ამაზედ უსაჭიროესი არა აქვს რა ეხლანდელს საქართველოს შვილს. ყველამ ვისაც რა შეუძლიან, ამ მიმართულების ქვეშ უნდა მოიყაროს თავი და ერთად, ძმურად იმოქმედოს. ყოველი საქმე, ყოველი საგანი, რაც ჩვენის ცხოვრების მომავალში თავისით თუ სხვისით აღმოჩნდება, სულ ყოველისფერი ჩვენს ვინაობის საქმეს უნდა შევეურჩიოთ, ქვეშ დავუყენოთ, სკოლა, ბანკია თუ თეატრი, ყველაფერს სულ მაგისკენ მივუბრუნოთ თავი“...

ამ პათოსით გაჟღენთილი მეცხრამეტე საუკუნის ქართული ჟურნალისტიკის ეროვნულობის პრინციპს დღეს ოცდა-

მეერთე საუკუნის ქართული ჟურნალისტიკა ამერიკული თუ ევროპული „თავისუფალი აზროვნებით,“ „ტოლერანტობის პრინციპით“ დაუპირისპირდა. ქართულმა თანამედროვე მასმედიაშემოქმედებამ ეროვნული პრინციპის იგნორირებით, თავისი თუ სხვის მიერ თავს მოხვეული ფუნქციათა განხორციელებით, საზოგადოების ცნობიერებაზე ზემოქმედებით მიიღო ეფექტურობა, რელიგიური უთანხმოების, ეროვნული ტრადიციების უგულვებელყოფისა და ქართული ცნობიერების ახლებურად ფორმირების სახით. დღევანდელი ქართული ჟურნალისტიკა საყოველთაოდ ტრადიციულად აღიარებულ ეროვნულ ღირებულებებზე მალლა კონკრეტული ადამიანის, პიროვნების, ინდივიდის უფლებებს და მის თავისუფლებებს აყენებს.

ის, რომ ჟურნალისტიკა თავისი ფუნქციებისა და პრინციპების განხორციელებით და ურთიერთქმედებით გარკვეულ შედეგს აღწევს, ამაზე არაერთ მეცნიერს გაუმახვილებია ყურადღება. მედიამკვლევარი შოთა გაგოშიძე აღნიშნავს, რომ: „ჟურნალისტიკის ნაწარმოები, მისი ფუნქციების შესაბამისად, მიმართულია როგორც აუდიტორიის, ასევე სოციალური ინსტიტუტებისადმი. ამიტომ მისმა საქმიანობამ უნდა მოგვცეს გარკვეული შედეგები ორივე მიმართულებით. ერთი მხრივ, ეს იქნება ზემოქმედება ცნობიერებაზე და, ამასთან დაკავშირებით, მასობრივი აუდიტორიის ქცევაზე. ამ ჯგუფის შედეგებს ეფექტურობა ეწოდება; შედეგების მეორე ჯგუფი დაკავშირებულია ჟურნალისტიკის უშუალო-ორგანიზატორულ ფუნქციასთან. კონკრეტულად ეს გულისხმობს რეაგირებას სხვადასხვა სოციალური ინსტიტუტებისა თუ თანამდებობის პირთა მიერ მიღებულ გადაწყვეტილებებსა და ზომებზე, რასაც ისინი ღებულობენ ჟურნალისტური პუბლიკაციების საფუძველზე. შედეგიანობას ამ სფეროში ქმედითობა ეწოდება. ამავე დროს მხედველობაში უნდა გვქონდეს, რომ ქმედითობასა და ეფექტურობას ყოველთვის ერთმანეთისგან როდი განასხვავებენ, ხშირად ეს სიტყვები იხმარება როგორც სინონიმები“. თუმცა, მკვლევრის ეს მოსაზრება ისე უნდა გავიგოთ, რომ აქ ჟურნალისტიკის იმ ქმედითობაზე და ეფექტურობაზეა საუბარი, რომელიც ტრადიციუ-

ლი ერისთვისაა მისაღები. აქვე საინტერესოა პროფესორი ვაჟა პაპასკირის მოსაზრება, თუ როგორ აღწევნ დღეს მედიასაშუალებები გარკვეულ შედეგებს ანუ ქმედითობას და ეფექტურობას.

„როგორც პოლიტიკური ან სახელმწიფო ძალა წარმოადგენს მძლავრ, ქმედით ინსტრუმენტს, ასევე მასმედიაც ფლობს ამ უკანასკნელზე ზემოქმედების საშუალებებს. კერძოდ, მასმედიას შეუძლია ამა თუ იმ პრობლემებზე ყურადღების განსაკუთრებული აქცენტით აიძულოს ნებისმიერი ძალა (სახელმწიფო, საზოგადოება, პოლიტიკური პარტია) ყურად იღოს მის მიერ „რჩეული“ და წარმოშვას სიმპათია ან ანტიპათია მისდამი...

მასობრივი კომუნიკაციის ისეთ წყაროებს, როგორიცაა: რელიგია, ხელოვნება და მეცნიერება, ძალუძთ საზოგადოებრივი აზრის სურვილისამებრ წარმართვა. ისინი რიგ შემთხვევაში პირდაპირ, ხოლო ზოგჯერ ირიბად, ახდენენ სასურველის მიღწევას. როდესაც საინფორმაციო საშუალებები მიზანმიმართულად და დაუფარავად მოქმედებენ, მათი სურვილი განცხადებულია სპეციალიზებულ საინფორმაციო გადაცემებში, სატელევიზიო ახალი ამბებში, სპეციალურ გამოშვებებსა და საჯარო დებატებში.

სასურველის დამკვიდრება, ხელოვნების სხვადასხვა შეფარული ფორმითაც მიიღწევა, კერძოდ – საპნის ოპერებითა და სხვადასხვა შოუ-სანახაობით. იგივე ფუნქციური დატვირთვა შეიძლება მიენიჭოს სხვადასხვა გასართობ-შემეცნებითი ხასიათის პროექტებსაც. ზემოთ ჩამოთვლილი ხერხები, სხვა მრავალთან ერთად, თავისუფლად ახერხებენ მორალურად არასანქცირებულის, არატრადიციულისა და მიუღებლის დამკვიდრებას.

ამდენად, აშკარა ხდება, რომ ცნობიერების ტრანსფორმაცია დიდადა დამოკიდებული ინფორმაციულ და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებზე, რომლებიც მიზნად ისახავენ ცნობიერების ძირეულ ცვლილებებს. რიგ შემთხვევაში ისინი აღწევნ საზოგადოების ნევრთა ჩამოყალიბებული ტრადიციული შეხედუ-

ლებების კარდინალურ ცვალებადობას, რითაც ამტკიცებენ, რომ კომუნიკაცია უთვალავ შესაძლებლობათა ხელოვნებაა, რომელიც თანაბარი წარმატებებით გამოიყენება როგორც პოლიტიკურ, ასევე სოციალურ ინტერესთა სხვადასხვა სფეროში.“

დღეს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებში გაშუქებული ამოუწურავი ინფორმაცია იმის საშუალებას გვაძლევს, რომ გავაანალიზოთ ესა თუ ის მოვლენა და საკუთარი შეხედულება გამოვხატოთ. ყოველი საღად მოაზროვნე ადამიანი, რომელიც ფიქრობს თავის ქვეყანასა და მომავალ თაობაზე, ცდილობს კომუნიკაციის საშუალებებიდან მიღებული ინფორმაციის უწყვეტ ნაკადს მისცეს დინების საშუალება, ისე რომ, ნებისმიერი შეტყობინება, რომელიც პრობლემურია და აუცილებელ რეაგირებას მოითხოვს, უყურადღებოდ არ დატოვოს. პატრიოტი თუ „ფსევდოპატრიოტი“ ყველა აკეთებს კომენტარს და თავის პოზიციას გამოხატავს. ჟურნალისტს ინფორმაციის ამ უწყვეტ ნაკადში და მორევში უხდება შეტყობინების გადამუშავება, ინფორმაციის შერჩევა და მისი საზოგადოებამდე ლაკონიურად, დროში შეზღუდულად მიწოდება. ისეთი პრობლემური თემატიკა, რომლის წყარო ძირითადად ხელისუფლება და რელიგიაა, განსაკუთრებით არასასურველ მდგომარეობაში აყენებს ჟურნალისტებს. მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებში, კერძოდ, ტოკშოუებში, საინფორმაციო გამოშვებებში, ანალიტიკურ გადაცემებში და სტატიებში აშკარად იკვეთება ჟურნალისტის თუ პუბლიცისტის ტენდენციურობა, სუბიექტური დამოკიდებულება ისეთი მგრძნობიარე საკითხებისადმი როგორცაა ადამიანის რწმენა. კონსერვატულად მოაზროვნე ჟურნალისტები თუ პუბლიცისტები, ეროვნულობის პრინციპებიდან გამომდინარე, მსჯელობენ და ქმნიან მასმედიის პროდუქციას, აღიარებენ ქართველი ერისთვის ტრადიციულ ღირებულებას და რწმენას. ჟურნალისტების მეორე კატეგორია, რომელიც ტოლერანტობის პრინციპებით ხელმძღვანელობს უპირატესობას, ადამიანის აბსოლუტურ თავისუფლებას ანიჭებს. საბოლოო ჯამში ამ განსხვავებულ შეხედულებათა გამო, მასმედიის აუდიტორია საჯარო დებატებს და დაპირისპირებას ღებულობს.

ეს საკითხი კიდევ უფრო მწვავედ დგას საქართველოს ისეთ რეგიონებში, სადაც „უმრავლესობად“ და „უმცირესობად“ მოსახლეობა განსხვავებული აღმსარებლობის გამოა დაყოფილი. ასეთ შემთხვევაში იზადება ობიექტური კითხვა: აჭარის რეგიონული მედიის პრობლემა - როგორ გავაშუქოთ რელიგიური თემატიკა? ეს კითხვა პასუხგაუცემელი, ხოლო პრობლემა მოუგვარებელი მანამდე რჩება, სანამ ტოლერანტობის პრინციპები და ეროვნული ღირებულებები ერთმანეთთან შეუთავსებელი ცნებები იქნებიან.

რამდენიმე მაგალითს განვიხილავთ აღნიშნულ პრობლემასთან დაკავშირებით. 2011 წელს ბათუმში იმ დროისთვის დამოუკიდებელ ტელევიზიაში, რომელიც TV. 25-ის სახელითაა ცნობილი, თეოლოგთა კავშირის მიერ მომზადებული გადაცემა „ყველაფერი ისლამის შესახებ“ გავიდა ეთერში. გადაცემის მიზანი მუსულმანი ქართველებისთვის ისლამის ისტორიის გაცნობა იყო, გადაცემა ფართო საზოგადოების შეფასებით, ისლამის პროპაგანდის ხასიათს ატარებდა. ქართული საზოგადოების მწვავე რეაქციის გამო, რაც მკვეთრი განცხადებებით გამოიხატა, გადაცემის მალევე დახურვა გამოიწვია.

ასეთივე რეაქცია მოჰყვა ნათლისღების ღამეს ამავე არხზე გადაცემა „დიალოგში“ გასულ თემას სახელწოდებით „მუსულმანთა უფლებები.“ გადაცემის პროდიუსერები აცხადებდნენ, რომ იმ ღამეს გადაცემაში 100-მდე სატელეფონო ზარს უპასუხეს, მაყურებელი ტელევიზიას ბათუმში აზიზიეს სახელობის მეჩეთის აშენების მოთხოვნაში ადანაშაულებდა. აქ იკვეთება ორი დაპირისპირებული საზოგადოების შეხედულებების გამტარებელი რეგიონული მედიასაშუალება, რომელიც ტოლერანტობისა და ეროვნულობის პრინციპებით ხელმძღვანელობს.

ლიტერატურა

ჭამილტონი ჯ., კრიმსკი ჯ. „ჩაეჭიდეთ პრესას“ საქ. საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი, ქართული გამოცემა, 2004წ.

კალანდაძე ა. „ქართული ჟურნალისტიკის ისტორია“ IV ტ. გამომცემლობა „განათლება“ , თბილისი, 1986წ.

გაგოშიძე შ. „ჟურნალისტიკის საფუძვლები“, თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1996 წელი;

პაპასკირი ვ. სტატია „საკომუნიკაციო საშუალებები და საზოგადოება“ ჟურნალი „ინტელექტუალი“ №12, 2010 წელი;

www.netgazeti.ge სტატია სათაურით „მეჩეთი – მომხრე და წინააღმდეგი“ 2011წ. 02.08

Инга зойдзе

“Принцип” грузинской СМИ на сегодняшний день Резюме

В статье рассмотрены функции и принципы современной Грузинской масс-медиа. Изучена проблематика в средствах массовой информации, выявляющаяся в процессе их осуществления.

Inga zoidze

Recent “principle” of the Georgian mass media Resume

In the article recent functions and principles of the Georgian mass media is discussed. Through the process of their realization problems of mass media has been studied.

პოლიტიკის მეცნიერება

Political science

Политическая наука

რევაზ დიასამიძე

რუსეთის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის ზოგიერთი ნებატიური ასპექტი XX – XXI საუკუნეების მიჯნაზე

უკვე ორ ათეულ წელზე მეტია, რაც რუსეთში დაიწყო სოციალიზმიდან კაპიტალიზმისკენ დაბრუნების პროცესი. ამ გზაზე ქვეყანას აქვს გარკვეული წარმატებებიც, კაპიტალიზმის რესტავრაციის თვალსაზრისით, და წარუმატებლობებიც, გამოწვეული რიგი ობიექტური და სუბიექტური მიზეზით. ეს სულაც არ არის გასაკვირი, გარდამავალი პერიოდი ხომ ახლის შენებასთან ერთად მოითხოვს ბევრი ძველი რამის მოშლას, დანგრევას, რაც მრავალ სიძნელეს და ტკივილს იწვევს.

როდესაც საუბარი ეხება თანამედროვე რუსეთის საერთო მდგომარეობას, მისი შემდგომი განვითარების პერსპექტივებს, ყურადღებას უმაღლეს იპყრობს პრობლემები, რომლებიც აშკარად იჩენს თავს ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში. ასე, ქვეყანაში მკვეთრად და დაცემული ეკონომიკის განვითარების დონე - თუ საბჭოთა კავშირი უკვე 30-იანი წლების დასასრულიდან მსოფლიოში მეორე ადგილზე იყო მთლიანი წარმოებული პროდუქტის მიხედვით, დღეს რუსეთი - ბუნებრივი წიაღისეულით მსოფლიოში უმდიდრესი ქვეყანა - პირველ ხუთეულშიც ვერ ხვდება (2011წ. მას

ნ-ე ადგილი ეკავა მსოფლიოში)¹. თუ საბჭოთა კავშირში იყო მრავალდარგობრივი მრეწველობა, დაწყებული კოსმოსურით და დამთავრებული მსუბუქით და ეს კარგად ჩანდა ექსპორტის სტრუქტურაშიც, ქვეყანას გააჩნდა საკმაოდ განვითარებული სოფლის მეურნეობა, დღეს რუსეთი უპირველეს ყოვლისა წარმოადგენს ენერგომატარებლების (ნავთობი, გაზი) და სხვა ბუნებრივი სიმდიდრეების გამტან ქვეყანას, რომელსაც ამასთანავე შემოაქვს მოსახმარი სურსათის იმოდენა ნაწილი, რომ ეს უკვე საფრთხეს უქმნის სახელმწიფოს უსაფრთხოებას.

სსრკ-ის დაშლის შემდეგ რუსეთში ფაქტიურად არ შექმნილა არცერთი ახალი სამრეწველო დარგი, თითქმის არ აშენებულა უახლესი ტექნიკით და ტექნოლოგიებით აღჭურვილი საწარმო-განტები პროდუქციის წარმოების სრული ციკლით. ე. წ. ახალი „სავტომობილო ქარხნები“ კი რეალურად წარმოადგენენ ამწყობ საამქროებს, უდიდესწილად რომ არიან დამოკიდებული უცხოეთიდან შემოტანილ ნაწილებზე. იყო სხვა პროექტებიც (მაგალითად, მოსკოვ-სანქტ-პეტერბურგის რკინიგზის მორგებისა ზესწრაფი მატარებლებისთვის) მაგრამ ისინი განუხორციელებელი დარჩა, თუმცა რუსეთის ერთ-ერთმა საინფორმაციო საშუალებამ გადმოსცა, რომ ქალაქ კალუგაში აიგო და მწყობრში შევიდა მეტალურგიული ქარხანა.

დაეცა მთლიანად მუშების კვალიფიკაცია. მაგალითად, 1994-2004 წლებში მალალაკვალიფიცირებული და კვალიფიცირებული მუშების წილი რუსეთში 32,8%-დან დავიდა 25,6%-მდე², თა-

¹ Год планеты: ежегодник. М., 2012г.: экономика, политика, безопасность. გვ. 469.

² Шкаратан О.И. Российский порядок: вектор перемен. М., 2004, გვ.188.

ვის მხრივ, მაღალკვალიფიცირებული მუშების წილი რუსეთში 1990წ. შეადგენდა 38%-ს, 2007წ. კი ის მხოლოდ 5%-ს აღწევდა.³

კერძო მესაკუთრეები, რომელთა ხელში რუსეთში ჩატარებული მანამდე არნახული მძარცველური პრივატიზაციის შედეგად (რომლის ალტერნატივა არსებობდა)⁴ აღმოჩნდა ყველაზე მძლავრი და ეფექტური სანარმოები, ნაკლებად ინუხებენ თავს მათი მოდერნიზაციით, ახალი ტექნოლოგიებით აღჭურვილთ. ამ ადამიანთა დიდი ნაწილის მთავარი მიზანი იყო და რჩება აღნიშნული საკუთრების მაქსიმალური ექსპლუატაცია, მისგან მოგების ნახვა. შედეგი კი: სპეციალისტთა შეფასებით რუსეთის მრეწველობის მანქანები, დაზგები და სხვა დანადგარები ძალზე ამორტიზირებულია.⁵ ამიტომ არ არის შემთხვევითი ტექნიკური ავარიები, მათ შორის თვითმფრინავებისა და მატარებლების, კოსმოსში გასაშვები აპარატებისაც კი, რაც საბჭოთა დროში იშვიათობას წარმოადგენდა. სრულიად დასაშვებია, რომ უახლოეს მომავალში მოსალოდნელია ამგვარი ტექნიკური ავარიებისა და ტექნოგენური კატასტროფების ზრდა და არა შემცირება.

ქვეყანაში აშკარაა მოსახლეობის იძულებითი დიფერენციაცია ქონების მიხედვით. ერთ პოლუსზე 1,5-2% მოსახლეობისა, რომელსაც თითქმის ყველაფერი აქვს, ამ სიტყვის სრული მნიშვნელობით, და მეორე პოლუსზე მოსახლეობის 12%-ზე მეტი, ისინი, ვისაც შემოსავალი ძლივს ყოფნის საკვების შეძენისათვის. მოსახლეობის კიდევ უფრო მეტი ნაწილი კი ბალანსირებს სიღარიბის ზღვარზე. თუ 1997 წელს ქვეყანაში ოფიციალურად 4 მილიარდე-

³ Симонян Р.Х. О некоторых социокультурных итогах российских экономических реформ 90-ых годов. გვ. 4.
http://www.isras.ru/files/File/Publication/O_nekotorih_sociokult_itogah_Simonyan.pdf

⁴ Богомолов О.Т. Была ли „шоковая терапия“ в нашей стране безальтернативна? Об одном моем интервью 1993 года//Новая и новейшая история, №2, 2012, გვ. 133.

⁵ www.mgm-machines.ru/iznos-tekhnologicheskikh-mashin-i-oborudovaniya.html

რი იყო (დოლარის),⁶ 2008წ. მათი რაოდენობა 101 შეადგენდა, 2013წ. კი უკვე 131 არის⁷. რუსეთი დღეს მსოფლიოში მეორე ადგილზეა დოლარის მილიარდერთა რაოდენობით⁸, ისევე, როგორც მოსკოვი ქალაქებს შორის⁹. ოფიციალური მონაცემებით, 2011 წელს ქვეყანაში 10 % ყველაზე მდიდარი მოსახლეობის შემოსავალი 16,2-ჯერ აღემატება ყველაზე ღარიბი 10 %-ის შემოსავალს, მაშინ, როდესაც 2000 წელს ეს მაჩვენებელი 13,9-ს უდრიდა¹⁰. გვესახება, რომ ეს განსხვავება ფაქტიურად შეიძლება უფრო მეტიც იყოს. ლევადაცენტრის მიერ 2012 წლის 20-23 იანვარს ჩატარებულმა გამოკითხვამ აჩვენა, რომ 2000 - 2011 წლებში 38-დან 58%-მდე გაიზარდა იმათი ხვედ-რითი წილი, ვისაც ეშინია, რომ ჩავარდება სიღარიბეში¹¹. რუსეთის პრეზიდენტთან არსებული რწმუნებული ბავშვთა უფლებების საკითხში პ. ასტახოვი აცხადებდა, რომ „იმ ბავშვების რაოდენობა, რომლებიც მშობლების მეურვეობის გარეშე დარჩნენ, რუსეთში ამჟამად 693 ათასს შეადგენს, უფრო მეტს, ვიდრე იყო საბჭოთა კავშირში დიდი სამამულო ომის შემდეგ“¹².

მკვეთრად დაეცა სახელმწიფოს ხარჯები ჯანდაცვაზე, რომელიც საკმაოდ დაშორდა საბჭოთა დროინდელ უფასოს, ასევე ძალზე შემცირდა ხარჯები განათლებაზე, დაეცა უმაღლესი და საშუალო სკოლის დონე, და თუ საბჭოთა სკოლას ოდესღაც ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი ეკავა მსოფლიოში, დღეს რუსეთის საშუალო სკოლა სადღაც მესამე ათეულშია. უკვე გაჩნდნენ 16-17 წლის ადამიანები, რომლებმაც წერა-კითხვაც არ იციან. დაეცა საერთოდ

⁶ www.forbes.ru/.../46228-russkie-v-spiske-forbes-ot-eltsina-do-medvedev

⁷ www.dp.ru/a/2013/02/18/CHislo_dollarovih_milliard/

⁸ www.rb.ru/inform/79557.html

⁹ polit.ru/news/2013/05/08/wealthinsight/

¹⁰ Независимая газета, №40, 2012, გვ. 3.

¹¹ Аргументы и факты, 2012, №8, გვ.6.

¹² Аргументы и факты, №7, 2012, გვ.51.

კულტურის დონეც. ძალზე უჭირს მეცნიერებას. ორი ათეული წელია ქვეყნიდან გაედინება „ჭკუა“. ასი ათასობით რუსი მეცნიერი ცხოვრობს და მუშაობს უცხოეთში. მარტო კალიფორნიაში 50 ათასზე მეტი რუსია „სილიკონის ველზე“¹³.

დაიშალა და გაქრა არაერთი სამეცნიერო სკოლა, სამეცნიერო ცენტრი. შეადარეთ თუნდაც შემდეგი ციფრები: 1970-1980 წწ. მეცნიერებაზე სსსკ-ში იხარჯებოდა მთელი შიდა პროდუქციის 3,5 %-მდე¹⁴, 2010 წელს კი რუსეთი ამაზე ხარჯავს იმავე პროდუქციის მხოლოდ 1,16 %¹⁵. ანუ, ასეთი მდგომარეობა პირდაპირი შედეგია რუსეთის მთავრობის პოლიტიკისა ამ სფეროში.

შემცირდა მოსახლეობის რაოდენობაც. დღეს ის 142 მილიონამდე ადამიანს შეადგენს, მაშინ როდესაც 2000წ. ის 145,6 მილიონი, 1991 წ. კი 148 მილიონზე მეტი იყო. ამასთან, არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ქვეყანაში რამდენიმე მილიონი ადამიანი ჩამოვიდა ყოფილი მოკავშირე რესპუბლიკებიდან და მაინც... გვესახება, რომ მართალია ისინი, ვისაც მოსახლეობის შემცირების მთავარ მიზეზებად მიიჩნევენ მიგრაციას და სიკვდილიანობის მკვეთრ ზრდას. მაგალითად, არსებობს მონაცემები, რომ დღეს ევროკავშირის ქვეყნებში 10 მლნ-ზე მეტი რუსი ცხოვრობს¹⁶. და, რა თქმა უნდა, მათი საგრძნობი ნაწილი ახალი ჩასულია იქ. და კიდევ, 2000-იანი წლების შუახანებში მამაკაცების სიცოცხლის ხანგრძლივობა რუსეთში 56 წლამდე დავიდა (2006 წელს)¹⁷, ანუ 30-იან წლებს დაუბრუნდა. რუსი მეცნიერი ვ. ვ. სოგრინი თავის სტატიაში წერს: „არის აზრი, რომ რუსეთი თავისი მოსახლეობის მიმართ სოციალური ვალდებულებების მოცულობით დაეშვა მეორე მსოფლიო

¹³ Симонян Р.Х. დასახ. ნაშრომი, გვ. 13.

¹⁴ Симонян Р.Х. იქვე, გვ. 9.

¹⁵ Индикаторы науки: 2012. Статистический сборник. М., 2012, გვ. 74.

¹⁶ Никонов В. А. Кто же такие русские ?//Этнодиалоги, альманах. №1(30). М., 2009, გვ.95.

¹⁷ www.smolin.ru/duma/report2005-2007/02-01.htm

ომისწინანდელი დასავლეთის ქვეყნების დონე-ზე¹⁸. რუსეთში გატარებული რეფორმების შედეგები სრულიად საპირისპირო აღმოჩნდა დაპირებულისა, რაც ფაქტიურად ეჭვის ქვეშ აყენებს მათ ლეგიტიმურობას.

თუ სსრკ-ს მსოფლიოში 26-ე ადგილი ეჭირა ადამიანური პოტენციალის განვითარების ინდექსის მიხედვით¹⁹, 2011 წელს რუსეთი უკვე 66-ე²⁰.

ახლა, რაც შეეხება ქვეყნის პოლიტიკურ სისტემას - აქ აშკარად იკვეთება პრეზიდენტის ძალაუფლება, რომელიც ზოგიერთი სპეციალისტის აზრით კინალამ უტოლდება მონარქის უფლებამოსილებას. მისი იმპიჩმენტი თითქმის შეუძლებელია. სენატის და სახელმწიფო სათათბიროს როლი ძალზე მცირეა, ისევე როგორც მთავრობის. გავიხსენოთ, ისიც, როგორ აცხადებდა სათათბიროს ყოფილი თავმჯდომარე გრიზლოვი „ აქ დისკუსიის ადგილი არ არის “ - ო, და ეს სათათბიროს შესახებ, სადაც რომ სწორედ მაგის ადგილია.

ბ. ნ. ელცინისგან განსხვავებით, ვ. ვ. პუტინმა ხელისუფლებაში მოსვლის შემდეგ განამტკიცა სახელისუფლო მართვის ვერტიკალი, გააძლიერა ცენტრი, აიძულა ეროვნული რესპუბლიკები მოეყვანათ თავიანთი კონსტიტუციები შესაბამისობაში სახელმწიფოს კონსტიტუციასთან, ამოიღო რუსეთის სუბიექტების კონსტიტუციებიდან „ზედმეტობები“, დაუმორჩილა გუბერნატორები ცენტრის ნებას, მათ სათავეში დაუყენა თავისი სრულუფლებიანი წარმომადგენლები, თითქოსდა გადანყვიტა ჩეჩნეთის პრობლემა. შეიძლება ითქვას, რომ მან შეაჩერა ქვეყნის დაშლა, მაგრამ ამ პროცესის გამომწვევი ბევრი მიზეზი კვლავ არსებობს და ეს ურთულეს პრობლემად რჩება.

¹⁸ Согрин В.В. 1985-2005: Три превращения современной истории//Отечественная история, №5, 2005. С.22.

¹⁹ newsland.com/news/detail/id/535261/

²⁰ gtmarket.ru/news/state/2011/11/03/3705

რაც შეეხება საგარეო პოლიტიკას, აქ რუსეთი ამჟამად ცდილობს განამტკიცოს თავისი პოზიციები საერთაშორისო არენაზე. ის გადაჭრით ეწინააღმდეგება გაეროს დასუსტებას, მის ჩანაცვლებას ნატოს სამხედრო-პოლიტიკური ორგანიზაციით. იბრძვის მსოფლიოში ერთპოლუსიანი საერთაშორისო სისტემის დამყარების წინააღმდეგ. დღეს რუსეთის ხელმძღვანელობა არ თვლის თავის მთავარ ამოცანად „მოეწონოს აშშ-ს, ინგლისს, გერმანიას თუ სხვას“. ის ხვდება, რომ ახალი რუსეთის არსებობის პირველი 4-5 წლის პოლიტიკა - ყურადღების არ მიქცევა მისი მეზობელ, ყოფილ საბჭოთა რესპუბლიკებზე, სულაც არ იყო მომგებიანი და ახლა გაცილებით მეტად, ვინემ ადრე, ეძებს მათთან საერთო ენას, აქედანაა ОДКБ-ს გააქტიურების ამჟამინდელი ცდები და შანხაის ექვსეულიც. ჩანს, რომ რუსეთს ჯერ კიდევ არ აქვს დადგენილი თავისი საბოლოო მიზნები შუა აზიის, კავკასიის ქვეყნების, უკრაინის, ბელორუსიის, მოლდოვას მიმართ. არ აქვს გამოკვეთილი თავისი დამოკიდებულება ზოგიერთი სხვა ქვეყნის მიმართაც (მაგალითად, ცოტა ხნის წინ ლიბიის), მაგრამ დღეს მან ფაქტიურად ამკარად გააცხადა, რომ აქვს საკუთარი ინტერესები საერთაშორისო არენაზე და ის მათ დაიცავს ყველა ძალით და საშუალებით.

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ თუმცა რუსეთი, განსხვავებით სსრ კავშირისგან, დღეს არ არის ადრინდელივით მონყვეტილი გარე სამყაროს, აქ არ არსებობს ძველი ადმინისტრაციულ-საკომანდო სისტემა, პარტიული დიქტატურა, ამუშავდა საბაზრო ურთიერთობების ელემენტები, თავისუფლება მიიღო კერძო ინიციატივამ, დაკანონდა კერძო საკუთრება, მოისპო ცენზურა, გაუქმდა იძულებით გამათანაბრებელი სისტემა და სხვ., რასაც ხელი უნდა შეეწყოს მისი სწრაფი განვითარებისთვის, ქვეყანაში ადგილი აქვს დეინდუსტრიალიზაციას, სოფლის მეურნეობის დაცემას, „ჭკუის გადინებას“, მოსახლეობის რაოდენობის და ადამიანე-

ბის სიცოცხლის ხანგრძლივობის აშკარა შემცირებას, მეცნიერების, განათლების და კულტურის, აგრეთვე ჯანდაცვის სისტემის დაქვეითებას, ტექნიკის და ტექნოლოგიების საგრძნობ დეგრადაციას, საზოგადოების სოციალური უზრუნველყოფის სისტემის ნაწილობრივ მოშლას, საბინაო მშენებლობის სერიოზულ შემცირებას (იხილეთ რუსეთის 2003 წლის საბინაო კოდექსი).

შეიძლება ითქვას, რომ რუსეთში 90-იან წლებში შექმნილი ეკონომიკური მოდელი მიმართულია არა სახალხო მეურნეობის განვითარებასა და ტექნიკურ პროგრესზე, არამედ ნედლეულის (წიაღისეულის) რენტის ამოღებასა და მის მითვისებაზე მოსახლეობის ძალზე მცირე ნაწილის მიერ.

თანამედროვე რუსეთში მთლიანი პროდუქციის წარმოების დაცემა უკვე კვალიფიცირდება ეკონომიკის ზოგიერთ უცხოურ სახელმძღვანელოში, „როგორც კაცობრიობის ისტორიაში ყველაზე მსხვილი ეკონომიკური კრიზისი, შექმნილი ეკონომიკური პოლიტიკის ავტორების მიერ“²¹.

და ბოლოს, თუ გავითვალისწინებთ რუსეთის წიაღისეულს და მთლიანად მის ბუნებრივ სიმდიდრეებს, მისი მოსახლეობის ნაწილის მაღალ კვალიფიკაციას და ცოდნას, მრეწველობის ზოგიერთ დარგში დღეს ჯერ კიდევ შემორჩენილ მონინავე ტექნოლოგიებს, გასაგებია რომ ხელისუფლების მიერ შესაბამისი პოლიტიკური ნების გამოვლენის და კარგად გააზრებული სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის გატარების შემთხვევაში სახელმწიფოს შეუძლია არ აღმოჩნდეს საბოლოოდ ჩამორჩენილ ქვეყნებს შორის, შედარებით მოკლე ხანში დაძლიოს არსებული სიძნელეები და შექმნას ცხოვრების გაცილებით უკეთესი პირობები თავისი მოსახლეობისთვის.

²¹ Современная Европа, 2004, №4, გვ.43.

ლიტერატურა

- Аргументы и факты, №7, 2012;
Аргументы и факты, №8, 2012
Независимая газета, №40, 2012
Богомолов О.Т. Была ли „шоковая терапия“ в нашей стране безальтернативна? Об одном моем интервью 1993 года//Новая и новейшая история, №2, 2012;
Год планеты: ежегодник. М. Выпуск 2012г.: экономика, политика, безопасность;
Жур. Современная Европа, 2004, №4;.
Индикаторы науки: 2012. Статистический сборник, М., 2012;
Никонов В. А. Кто же такие русские ? // Этнодиалоги, альманах, №1(30), М.,2009;
Симонян Р.Х., О некоторых социокультурных итогах российских экономических реформ 90-ых годов.
http://www.isras.ru/files/File/Publication/O_nekotorih_sociokult_itogah_Simonyan.pdf
Согрин В.В. 1985-2005: Три превращения современной истории//Отечественная история, №5, 2005;
Шкаратан О.И. Российский порядок: вектор перемен. М.: ВИТА-Пресс, 2004;
<http://www.forbes.ru/ekonomika/lyudi/46228-russkie-v-spiske-forbes-ot-eltsina-do-medvedeva/slide/1>
www.mgm-machines.ru/iznos-tekhnologicheskikh-mashin-i-oborudovaniya.html
http://www.dp.ru/a/2013/02/18/CHislo_dollarovich_milliard/
<http://www.rb.ru/inform/79557.html>
<http://www.polit.ru/news/2013/05/08/wealthinsight/>
<http://www.smolin.ru/duma/report2005-2007/02-01.htm>
<http://newsland.com/news/detail/id/535261/>
<http://gtmarket.ru/news/state/2011/11/03/3705>

Revaz Diasamidze

**Some Negative Aspects of Social and Economic Situation of Russia at
the Junction of XX-XXI Centuries**

Summary

The article studies some problems of the social and economic reality of Russia at the junction of XX-XXI centuries. From the author's point of view these problems can be solved in the most-resource rich country of the world if there is political will and desire of the existed government.

Реваз Диасамидзе

**Некоторые негативные аспекты социально-экономического
положения России на рубеже XX – XXI веков**

Резюме

В статье говорится о некоторых проблемах, существующих в социально-экономической реальности России на рубеже XX – XXI веков, и о том, что эти проблемы в богатейшей ресурсами стране мира могут быть преодолены при наличии политической воли и желания существующей власти.

ევროპის ეკონომიკური პოლიტიკის ძირითადი პრინციპები და მიმართულებები

ევროკავშირი მსოფლიოში ერთ-ერთ უმსხვილეს ეკონომიკურ დაჯგუფებას წარმოადგენს. ევროკავშირის ეკონომიკური პოლიტიკა ემყარება თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებს. ევროკავშირის წევრი ქვეყნები შედიან ეკონომიკურ და სავალუტო კავშირში. ევროპის შიდა ბაზარზე მოქმედებს ე.წ. „ოთხი თავისუფლების პრინციპი“. ეს არის საქონლის, კაპიტალის, სერვისისა და ადამიანების თავისუფალი გადაადგილება. ვაჭრობის მხრივ ტექნიკური ბარიერების მოშლამ ხელი შეუწყო ევროპაში ეკონომიკურ აღმავლობას.

1957 წელს, ევროპის ეკონომიკური გაერთიანება რომში ხელმოწერილი ხელშეკრულების საფუძველზე შეიქმნა. აღნიშნულის საფუძველზე, გაერთიანებამ მანამდე არნახულ ეკონომიკურ ზრდას მიაღწია. გაძლიერდა ევროპის ინტეგრაცია სასაქონლო, მომსახურების, შრომისა და კაპიტალის ბაზარზე, რის შედეგადაც გაძლიერდა საწარმოო ძალები და ევროკავშირის ყველა მოქალაქის სასარგებლოდ შემცირდა საწარმოო ხარჯები. იაპონიასთან ერთად, 1960-იან წლებში ევროპის გაერთიანება გახდა მსოფლიოში ყველაზე წარმატებული ეკონომიკური კავშირი. (კაპანაძე, 2006).

რომის ხელშეკრულების გაფორმების დროს მიზნად იყო დასახული ერთიანი ბაზრის შექმნა, რასაც ორი მიზეზი განაპირობებდა:

1) პროტექციონიზმის თავიდან აცილება, რამაც გაანადგურა ევროპის ეკონომიკა 1950-იან წლებამდე. წევრი ქვეყნები აანალიზებდნენ, რომ პროტექციონისტური პრაქტიკის გამოყენება გამოიწვევდა ეკონომიკის განვითარებას საბაზრო პრინციპების შეუსაბამოდ;

2) ეკონომიკური ზრდის უზრუნველყოფა ისეთი დიდი ევროპული ბაზრის შექმნით, რომელიც შეენინააღმდეგებოდა და კონკურენციას გაუწევდა ამერიკულ ბაზარს (კაპანაძე, 2006).

რომის ხელშეკრულება ითვალისწინებდა ტარიფების ეტაპობრივ შემცირებას და საბოლოოდ გაუქმებას 8 წელიწადში. საერთო ბაზარი და საერთო ევროპული აქტი, რომელიც გაერთიანებაში 1986 წელს მიიღეს, ითვლება ევროპულ ინტეგრაციაში მნიშვნელოვან მომენტად, რადგან ამ დროიდან ევროგაერთიანებაში იწყება საერთო ბაზრის ამოქმედება. საერთო ბაზრის შესახებ საუბარი დაიწყო ჯერ კიდევ 1960-იან წლებში, თუმცა 1970-იან წლებში მის შესახებ საუბრები შეწყდა, რისი მიზეზიც იყო ეკონომიკური რეცესია. საერთო ბაზრის შექმნის იდეა გააქტიურდა დელორის კომისიის მოღვაწეობის დროს. დელორის კომისიამ 1985 წელს შეიმუშავა თეთრი წიგნი, რომელიც მიზნად ისახავდა საერთო ბაზრის შექმნას 1992 წლისთვის. მართლაც, ამ დროისთვის დაგეგმილი ლონისძიებების უმრავლესობა შესრულდა (კაპანაძე, 2006).

ევროპის შიდა ბაზარი მომხმარებელს სთავაზობს უკეთეს ფასს და საქონლისა და მომსახურების უფრო ფართო არჩევანს. კომპანიებმა, რომლებიც ყიდიან თავიანთ პროდუქციას შიდა, საცალო ბაზარზე იციან, რომ მათ აქვთ ევროკავშირში შეუზღუდავად შესვლის უფლება 500 მილიონ მომხმარებელთან, რითაც შესაძლებელია მასშტაბის ეფექტის მიღწევა, რაც ნიშნავს უფრო დაბალ ფასებს. შიდა ბაზარი ასევე არის პლაცდარმი ევროპის კომპანიებისათვის დღევანდელ მსოფლიო ბაზარზე გასაფართოებლად (www.europa.eu).

ევროკავშირში არსებული გამჭვირვალე, მარეგულირებელი გარემო, რომელიც გამყარებულია ჰარმონიზებული ტექნიკური წესებით კონკურენტუნარიანობისათვის ბიძგის მიმცემს წარმოადგენს. შიდა ბაზრის არსებობის მიზანია კომპანიებისათვის კონკურენციის განწევის შესაძლებლობის მიცემა ევროკავშირის

ყველა წევრ სახელმწიფოში. კონკურენციის პოლიტიკა ხელს უწყობს ეკონომიკის ეფექტურობას ინოვაციისათვის და ტექნიკური პროგრესისათვის ხელსაყრელი პირობების შექმნით.

ევროკავშირში საწარმოო პოლიტიკის მიზანია ისეთი გარემოს შექმნა, რომელიც უფრო ხელსაყრელი იქნება ბიზნესის დაწყებისა და განვითარებისათვის, განსაკუთრებით ეს ეხება წვრილ და საშუალო საწარმოებს. ასეთი გარემო მათი კონკურენტუნარიანობის, განვითარებისა და დასაქმების უმთავრეს ფაქტორს წარმოადგენს, რაც აუცილებელია ლისაბონის სტრატეგიის მიზნების მისაღწევად (www.europa.eu).

ამ პოლიტიკის მიზანია:

- ევროპული კონკურენტუნარიანობისათვის ხელშეწყობა;
- ინოვაციის ხელშეწყობა;
- მარეგულირებელი და ადმინისტრაციული გარემოს გამარტივება;

● შიდა ბაზრის საქონლით შევსება

ევროპული სტანდარტიზაცია მხარს უჭერს ისეთ მნიშვნელოვან საკითხებს, როგორიცაა:

- ლისაბონის სტრატეგია;
- საცალო ბაზარი;
- ევროპული საწარმოების კონკურენტუნარიანობა;
- უკეთესი რეგულაცია;
- კვლევა და ინოვაცია;
- სახელმწიფო შესყიდვა

გარდა ამისა ევროპული სტანდარტები აუმჯობესებს პროდუქციის უსაფრთხოებას, ხელს უწყობს მასშტაბის ეფექტს, შესაძლებლობას აძლევს მწარმოებელს ევროპის კანონმდებლობის შესაბამისად იმოქმედოს (www.europa.eu).

ევროკავშირში გაფართოების პროცესს მნიშვნელოვანი ეკონომიკური ზეგავლენა აქვს. რაც უფრო დიდი და ინტეგრირებულია ბაზარი, მით უფრო ხელს უწყობს ეკონომიკურ ზრდას, რო-

გორც ძველი, ასევე ახალი წევრებისათვის. ახალი წევრები იღებენ სარგებელს დასავლეთ ევროპის კომპანიების ინვესტიციებიდან და ევროკავშირის მიერ გამოყოფილი თანხიდან, რაც მათი ქვეყნის რეგიონალური და სოციალური განვითარებისთვისაა გამიზნული. ძველ წევრ სახელმწიფოებში კი კომპანიებს მეტი შესაძლებლობა აქვთ მსოფლიო ბაზარზე ექსპორტისათვის.

2000 წლის მარტში ლისაბონის ევროპულ საბჭოზე ევროკავშირმა დაისახა სტრატეგიული მიზანი „ჰქონდეს მსოფლიოში ყველაზე კონკურენტუნარიანი და დინამიკურ ცოდნაზე დაფუძნებული ეკონომიკა, რისი საშუალებითაც მოხდება ეკონომიკის მდგრადი განვითარება, უფრო მეტი და უკეთესი დასაქმება და იქნება უფრო მეტი სოციალური ერთიანობა“ (www.europarl.europa.eu).

ლისაბონის სტრატეგიის მთავარი მიზნებია: ეფექტური შიდა ბაზრის ჩამოყალიბება, თავისუფალი და სამართლიანი ვაჭრობა, უკეთესი რეგულაცია, ძლიერი სამრეწველო ბაზის შექმნა, ინფრასტრუქტურის განვითარება, მეტი და უკეთესი სამუშაო ადგილების შექმნა.

ევროკავშირის შიდა ბაზარი ითვალისწინებს მარეგულირებელი სისტემების ერთ სისტემაში გაერთიანებას. ლიბერალური ვაჭრობა შესაძლებლობას აძლევს მწარმოებელს სამართლიანი კონკურენცია გაუწიოს მეტოქეებს სხვადასხვა ქვეყნებში, რისთვისაც მოქმედებს გამჭვირვალე, ეფექტური და საყოველთაოდ მიღებული წესები (www.europa.eu).

ევროკავშირში სავაჭრო ბარიერების მოხსნის და წევრ ქვეყნებს შორის თავისუფალი ვაჭრობის შემოღების შედეგად პირველ ათ წელიწადში 2.5 მილიონი სამუშაო ადგილი და 877 მილიარდი ევრო დამატებითი ფულადი შემოსავალი შეიქმნა. ასევე გაიზარდა ევროკავშირის ექსპორტი არანევრ სახელმწიფოებში (www.ec.europa.eu).

ევროკავშირისთვის მნიშვნელოვანი ეკონომიკური ნაბიჯი იყო ევროს შემოღება, რომელიც საერთაშორისო ვალუტად იქცა და ხელი შეუწყო ევროკავშირის ფინანსურ ინტეგრაციას.

ევროკავშირის წევრი ქვეყნები ეკონომიკურ და სავალუტო კავშირში შედიან, რაც გაერთიანებაში შემავალი ქვეყნების ეკონომიკური ინტეგრაციისათვის წინგადადგმულ ნაბიჯს წარმოადგენს. ეკონომიკური და სავალუტო კავშირი ითვალისწინებს წევრი ქვეყნების ეკონომიკური და ფისკალური პოლიტიკის კოორდინაციას.

ევროზონაში ევროკავშირის 28 წევრი ქვეყნიდან 17 შედის. ევროზონის შემოღების შემდეგ სავალუტო პოლიტიკაზე პასუხისმგებელია ევროპის ცენტრალური ბანკი და წევრი ქვეყნების ეროვნული ცენტრალური ბანკები (www.europa.eu).

ერთიანი ვალუტის შემოღებამ ხელი შეუწყო ევროპის შიდა ბაზრის განვითარებას, ასევე გაზარდა ევროკავშირის როლი საერთაშორისო არენაზე. ფინანსური სტაბილურობის შესანარჩუნებლად ევროკავშირში მოქმედებს სპეციალური მექანიზმები, რომლის მიზანია საჭიროების შემთხვევაში წევრი ქვეყნის დახმარება. 2012 წელს შეიქმნა ევროპული სტაბილიზაციის მექანიზმი. იმ წევრ ქვეყნებს, რომლებიც ჯერ არ არიან ევროზონაში შესული შეუძლიათ საგადასახადო დაბალანსების დახმარებით ისარგებლონ. ევროკავშირის წევრი ქვეყნები ცდილობენ ეკონომიკის და ბიუჯეტის კოორდინაცია გააძლიერონ (www.europa.eu).

ევროკავშირში მოქმედმა საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებმა ხელი შეუწყო კავშირის განვითარებას. გაფართოებული ვაჭრობა მომხმარებელს აძლევს პროდუქციის ფართო არჩევანის შესაძლებლობას. კონკურენციის პოლიტიკა ხელს უწყობს ეკონომიკის ეფექტურობას, ინოვაციასა და ტექნიკურ პროგრესს. ევროპული კომპანიები, საქონელი და მომსახურება კონკურენტუნარიანია მსოფლიოს ყველა კუთხეში. პარტნიორი ქვეყნებისგან ევროკავშირი მოითხოვს გამჭვირვალე, ეფექტური და საყოველთაოდ მიღებული წესების დაცვას.

ლიტერატურა

- ნელი
1. სერგი კაპანაძე, „ევროკავშირის პოლიტიკა“, 2006
 2. www.europarl.europa.eu
 3. www.europa.eu
 4. www.ec.europa.eu

Inga Tsintskiladze

The main principles and directions of the European economic policy

Resume

The main principles and directions of the European economic policy are discussed in this article. The European Union follows free market economy principles. The EU's internal market seeks to guarantee the free movement of goods, capital, services and people – the EU's “four freedoms” – within the EU's 28 member states. The EU's internal market is intended to drive economic integration whereby the once separate economies of the member states become integrated within a single EU wide economy. The EU is an important economic player on the international stage. The European Union seeks economic partnership with other actors based on transparent and effective market economy principles.

Инга Цинцкиладзе

**Основные принципы и направления европейской
экономической политики**

Резюме

Основные принципы и направления европейской экономической политики обсуждаются в этой статье. Европейский союз следует принципам свободной рыночной экономики. Европейский внутренний рынок гарантирует свободное передвижение товаров, капиталов, услуг и людей - „четырёх свобод" ЕС среди 28 государств-членов ЕС. Внутренний рынок ЕС обеспечивает экономическую интеграцию стран-членов. ЕС является важным экономическим игроком на международной арене. Европейский союз стремится к экономическому партнерству с другими странами на основе прозрачных и эффективных принципов рыночной экономики.

რეგიონალური კოლექტიური უშიშროების სისტემა და საერთაშორისო პრაქტიკა

რეგიონული უშიშროება შედარებით ახალი ფენომენია, რომლის ინტენსიური შესწავლა ბიპოლარული სისტემის დაშლამ უფრო დააჩქარა, რადგან საერთაშორისო სისტემაში რეგიონები აქტიურად ჩაერთო და სულ უფრო იზრდება მათი, როგორც საერთაშორისო, პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური ცხოვრების დამოუკიდებელი სუბიექტის როლი. შესაბამისად, საერთაშორისო უშიშროების თანამედროვე უზრუნველყოფა გულისხმობს ისეთი საერთაშორისო სამართლებრივი წესრიგის სისტემის განვითარებას, რომელიც გააერთიენებს ეროვნული უსაფრთხოების ამოცანებს გლობალური და რეგიონალური უშიშროების მიზნებთან, გაითვალისწინებს ურთიერთდამოკიდებულების ზრდას მსოფლიოში და შექმნის და განავითარებს ახალ, მყარ რეგიონალური უშიშროების სისტემებს.

რეგიონალური უსაფრთხოების პირველი ფორმა შიდა ინტეგრაციაა. იმისათვის რომ მოხდეს რეგიონალური უსაფრთხოების პროცესის მხარდაჭერა შეიძლება ამისათვის შექიმნას ორგანიზაცია, ან სახელმწიფოები შევიდნენ უფრო უნივერსალურ გაერთიანებაში. ან კიდევ შეიძლება სახელმწიფოებმა კონკრეტული რეგიონის ფარგლებში განავითარონ ინტეგრაცია, შექმნან ზეეროვნული ინსტიტუტები, მათ შორის უსაფრთხოების და თავდაცვის მიმართულებით, და ინსტიტუციონალურ დონზე დაიწყონ ფიქრი უსაფრთხოების უზრუნველყოფაზე.

რეგიონალური უსაფრთხოების მეორე ფორმა შიდა ინტეგრაციასთან ერთად წამყვანი სახელმწიფოების ჩარევის ფაქტორსაც ითვალისწინებს. მსოფლიოს სხვადასხვა რეგიონებში უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში გასათვალისწინებელია წამყვანი სახელმწიფოების ჩარევის ხარისხიც. მეორე მსოფლიო ომის შემ-

დეგ ევროპის რეგიონი ამერიკის შეერთებული შტატების და საბჭოთა კავშირის მხრიდან მსგავსი „ჩარევის“ ობიექტი გახდა. უფრო ადრე კი, კონტინენტური ევროპის უსაფრთხოებას საფრანგეთის, გერმანიის, რუსეთის და დიდი ბრიტანეთის ურთიერთდამოკიდებულება განსაზღვრავდა.

ცივი ომის პერიოდში ევროპამ დაკარგა საკუთარი უსაფრთხოების უზრუნველყოფის ფუნქცია. ამ კუთხით მის გარკვეულ ნაწილზე პასუხისმგებლობა ამერიკის შეერთებული შტატებმა აიღო, რასაც იგი ნატოს ფარგლებში ანხორციელებდა, ხოლო ევროპის აღმოსავლეთი ნაწილის უსაფრთხოების „უზრუნველყოფა“ ვარშავის ბლოკის მეშვეობით საბჭოთა კავშირმა იკისრა.

ცნობილი მეცნიერი ბარი ბუზანი რეგიონულ უსაფრთხოებას ანარქიულ საერთაშორისო სისტემაში აუცილებელ ფაქტორად მიიჩნევს. რეგიონი უნდა განვიხილოთ არა როგორც სახელმწიფოების რიცხოვრივი რაოდენობა, არამედ, როგორც განსაზღვრულ სახელმწიფოთა სისტემა, რომლებიც ერთმანეთთან დაკავშირებული არიან გეოგრაფიული სიახლოვით და უშიშროების საერთო ინტერესებით. რეგიონული უსაფრთხოების აღსანიშნავად ბუზანს შემოაქვს ტერმინი „უსაფრთხოების კომპლექსი“. ეს უკანასკნელი განიხილება, როგორც სახელმწიფოთა ჯგუფი, რომელთა საერთო ძირეული უსაფრთხოების ინტერესები იმდენად მჭიდროდ არის ერთმანეთთან დაკავშირებული, რომ მათი ეროვნული უსაფრთხოების საკითხები დანარჩენისაგან მონყვეტილად ვერ გადაწყდება. მისი აზრით, სახელმწიფოთა უმრავლესობა საგარეო პოლიტიკის წარმართვისას, უპირველეს ყოვლისა, რეგიონულ კონტექსტს ითვალისწინებს, ანუ სახელმწიფოთა უსაფრთხოების პრობლემატიკაში რეგიონული საკითხები დომინირებს. თუმცა, უსაფრთხოების კომპლექსის მნიშვნელოვან შემადგენელ ნაწილს შეიძლება რეგი-

ონის მეზობელი დიდი სახელმწიფოები ან ზესახელმწიფოებიც წარმოადგენდეს²².

უსაფრთხოების კომპლექსის ცნება საერთაშორისო ურთიერთობების ანალიზის დონეებს შორის ანალიზის რეგიონული დონის დამკვიდრების მცდელობაა. კომპლექსურ უსაფრთხოებაზე საუბრისას გასათვალისწინებელია ის თუ რა გავლენა მოახდინა გეოგრაფიულმა მდებარეობამ სახელმწიფოთა ურთიერთობაში, კეთილმეზობლობასა თუ მტრობაში. მსოფლიოში ბევრი რეგიონია, რომელთა უსაფრთხოება საკმაოდ ძლიერადაა დამოკიდებული მეზობელ ქვეყნებზე, მათ მეგობრულ განწყობილებაზე, მტრობაზე თუ კონკურენციაზე.

რეგიონალური უსაფრთხოება ეს არის განსაზღვრული რეგიონის სოციალურ-ტერიტორიულ გაერთიანებებს შორის და შიგნით ურთიერთობების ისეთი მდგომარეობა, რომლის დროსაც უზრუნველყოფილია მასთან დაკავშირებული სახელმწიფოების, ხალხების, მოქალაქეების, საზოგადოებრივი ინსტიტუტების და ჯგუფების სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი ინტერესების, საიმედო არსებობის და სტაბილური განვითარების დაცულობა.

გაეროს წესდების და სხვა საერთაშორისო დოკუმენტების მოთხოვნებიდან გამომდინარე რეგიონალური უშიშროების სფეროში შედის: დავების მშვიდობიანი მოწესრიგება, რეგიონალური სისტემის წევრებს შორის კონფლიქტების აცილება; აგრესიის და მშვიდობის საფრთხეების აღკვეთისათვის კოლექტიური ღონისძიებების ორგანიზაცია; პრევენციული დიპლომატია, მშვიდობის მხარდაჭერა, განმტკიცება და შენარჩუნება პოსტკონფლიქტურ პერიოდში. ასეთი შეთანხმებები, ორგანიზაცია და სტრუქტურები ქმნის უშიშროების რეგიონალურ სისტემას.

²² ფიქრია ასანიშვილი, სამხრეთ კავკასიის უსაფრთხოების პრობლემები ტრანსფორმირებად საერთაშორისო სისტემაში, თბ., 2006

რეგიონალური უშიშროების სისტემა ეს არის სახელმწიფო-თაშორისი ურთიერთობების და ორგანიზაციის, სამხედრო-დინამიური, ეკონომიკური, სამხედრო და საზოგადოებრივი ღონისძიებების და ძალისხმევის ურთიერთდაკავშირებული კომპლექსი, რომელიც უზრუნველყოფს სახელმწიფოების და ხალხების კოლექტიურ უსაფრთხოებას.

გლობალური პრობლემების გამწვავება გავლენას ახდენს სოციალურ-პოლიტიკური ხასიათის წინააღმდეგობების გაძლიერებაზე ცალკეულ რეგიონებში, რაც თავის მხრივ რეგიონალური კონფლიქტების და კრიზისების გაზრდის საშიშროებას ქმნის. მწვავე გლობალური პრობლემების შერბილება, მათი შესაძლო საშიში შედეგების დაძლევა მოითხოვს უსაფრთხოების მხარდაჭერის გაძლიერებას ცალკეულ რეგიონებში, რაც საყოველთაო უსაფრთხოების განმტკიცებას უწყობს ხელს. ამასთან დაკავშირებით განსაკუთრებულ აქტუალობას იძენს ერთობლივი ძალისხმევები საერთაშორისო მშვიდობის მხარდასაჭერად, რაც კოლექტიურ უსაფრთხოებას გულისხმობს.

საერთაშორისო პრაქტიკაში ძირითადად გავრცელებულია რეგიონალური უსაფრთხოების კოლექტიური სისტემის ტიპი. საერთოდ **კოლექტიური უსაფრთხოება** შეიძლება იყოს რეგიონალური და საერთაშორისო. საერთაშორისოს შემთხვევაში იგი მშვიდობისა და უსაფრთხოების უნივერსალური სისტემის მოდელია, რომელიც საერთაშორისო ურთიერთობების თვისებრივ შეცვლას ითვალისწინებს. იგი ყველაზე კარგად შესწავლილი ფენომენია საერთაშორისო ურთიერთობათა მეცნიერებაში. ეს არის სახელმწიფოთა თანამშრომლობის სისტემა, როდესაც ერთ-ერთი მონაწილის წინააღმდეგ მიმართული აგრესია აღიქმება სისტემის ყველა მონაწილის წინააღმდეგ მიმართულ აგრესიად. ჰანს მორგენტაუსთვის კოლექტიური უსაფრთხოება იდეალურ საშუალებას წარმოადგენს. იგი არა მარტო ეფექტურად უმკლავდება აგრესიას, არამედ ხელს უწყობს საერთაშორისო თანამშრომლობის განვითარებას და ნდობის განმტკიცებას და ამით აგრესიის წარმოშობის

აღბათობას ამცირებს. ხოლო ჰენრი კისინჯერისათვის კოლექტიური უსაფრთხოება ისეთ სამხედრო პოლიტიკას სთავაზობს ყველა მოკავშირეს, რომელიც დაცულობის გარკვეულ ხარისხს ანიჭებს იმისგან, რასაც მხარეები საფრთხედ ჩათვლიან²³.

კოლექტიური უსაფრთხოების მახასიათებელია უნივერსალურობა, სანქციის გამოყენება აუცილებლობის შემთხვევაში და მხარეებს შორის უთანხმოების არ არსებობა აგრესიის გაგებაში და მასზე დაუყოვნებელი რეაგირება.

გლობალური მასშტაბით კოლექტიური უშიშროების უნივერსალური სისტემის შექმნა დღემდე ვერ მოხერხდა, სამაგიეროდ საერთაშორისო უშიშროების სისტემაში უსაფრთხოების რეგიონული სისტემის შექმნა პრაქტიკით დადასტურებული ფაქტია. მსგავს სისტემებს უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება მსოფლიო უსაფრთხოების უზრუნველყოფის საქმეში. ამის მაგალითია თუნდაც ჩრდილო-ატლანტიკური კავშირის, ნატოს, ეუთოსა და შემდგომ ევროკავშირის უსაფრთხოების პოლიტიკის შექმნაც, რომლებიც უსაფრთხოების რეგიონალური სისტემების შექმნის აუცილებლობით იყო განპირობებული.

რეგიონულ უსაფრთხოებას საერთო ნიშნები გააჩნია საერთაშორისო უსაფრთხოებასთან და იმავდროულად განსხვავდება გამოვლენის ფორმების სიმრავლით, რომლებიც ითვალისწინებენ თანამედროვე მსოფლიოს კონკრეტული რეგიონების თავისებურებებს, მათ ძალთა ბალანსს, მათ კულტურულ, ისტორიულ და რელიგიურ თავისებურებებს და ა.შ.

შესაბამისად რეგიონები განსხვავდებიან რეგიონალური უსაფრთხოების სისტემების ფორმალიზაციის და სამხედრო-პოლიტიკური დონითაც, რომლებიც შეიცავენ რეგიონულ ორგანიზაციებს, შეთანხმებებს, რეჟიმებს შეიარაღებაზე კონტროლის სფე-

²³ ფიქრია ასანიშვილი, სამხრეთ კავკასიის უსაფრთხოების პრობლემები ტრანსფორმირებად საერთაშორისო სისტემაში, თბ., 2006

როში, ნდობის ზომებს, ურთიერთდახმარებას და ა.შ. ამგვარი ინსტიტუციონალიზაციის ყველაზე მაღალი დონე ახასიათებს: ევროპული უსაფრთხოების სისტემებს, უსაფრთხოებას ლათინურ ამერიკაში. ანალოგიური სისტემა თანდათან ყალიბდება პოსტსაბჭოურ სივრცეში. მისი ფორმირების წანამძღვრები შეინიშნება აფარიკული კავშირის ძალისხმევაშიც. ინსტიტუციონალიზაციის ყველაზე დაბალი დონე დამახასიათებელია უსაფრთხოების პროცესებისათვის მახლობელი და შუა აღმოსავლეთის რეგიონსა და აზიანყნარი ოკეანის რეგიონში.

რეგიონალური უშიშროების სისტემა შეზღუდულ ხასიათს ატარებს, მათი ჩამოყალიბება ხდება კონკრეტული მდგომარეობის გათვალისწინებით, რომელიც შეიძლება შეიქმნას ამა თუ იმ რეგიონში. ბევრად უფრო განვითარებული ფორმა მიიღო ევროპულმა უსაფრთხოებამ, რომელიც ბირთვიც XXI ს-ის დასაწყისში არის ისეთი ორგანიზაცია , როგორცაა ევროკავშირი, ეუთო და ნატო.

რეგიონალური უშიშროების ბევრად მნიშვნელოვან დღემდე მოქმედ სისტემებს შორის შეიძლება გამოიყოს:

საერთო ევროპული უშიშროება (ნატო, ეუთო, ევროკავშირი), რაც გულისხმობს საკუთრივ ევროპის კონტინენტის სახელმწიფოებს შორის და სხვა რეგიონის სახელმწიფოებს შორის ურთიერთობების ისეთ მდგომარეობას, რომლის დროსაც იქმნება პირობები, რომელიც უზრუნველყოფს მათ ინტეგრაციას, თანამშრომლობას და განვითარებას. ამავე დროს გამოიყვანეს (ანეიტრალებს) სხვადასხვა საფრთხეებს, რომლებიც შეიძლება დაემუქროს ერთ, რამდენიმე ან ყველა ევროპულ სახელმწიფოს²⁴.

რეგიონალური კოლექტიური უსაფრთხოების სისტემის კლასიკური მაგალითია ევროპის კონტინენტზე ჩამოყალიბებული

²⁴ Нестеров А.Г., ЕВРОПЕЙСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: ВЫЗОВЫ И ПРОБЛЕМЫ, Учебное пособие, Екатеринбург, 2008

უშიშროების სისტემა. ევროპა, რომელიც საუკუნეთა მანძილზე იყო მსოფლიო კონფლიქტურობის მთავარი წყარო და თეატრი, ხდება მსოფლიოს ერთ-ერთ ყველაზე სტაბილური რეგიონი.

რეგიონული უსაფრთხოების აუცილებლობამ გააერთიანა ევროპის სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფები, სახელმწიფოები, ერები, ეროვნებები, ეთნიკური და კულტურული ერთეულები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ევროპის რეგიონის სტაბილურობას, განვითარებას, კეთილდღეობას და შესაბამისად, ყალიბდება რეგიონული თვითმეგნების პროცესი. ეს კი თავის მხრივ პოლიტიკური კულტურის ჩამოყალიბებასა და განვითარებას უწყობს ხელს.

კოლექტიური უსაფრთხოების ევროპული რეგიონალური სისტემა თანამშრომლობაზე დაფუძნებული უსაფრთხოებაა და ამ სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობის ერთ-ერთი ფორმაა. ის ბევრად წააგავს საერთო უსაფრთხოებას. უშიშროების ეს სისტემა განიხილება, როგორც სახელმწიფოთა დიპლომატიური თანამშრომლობა უსაფრთხოების სფეროში. ძალთა ბალანსზე დაფუძნებული სხვა უსაფრთხოების სისტემისგან განსხვავებით, იგი ყურადღებას ამახვილებს პრევენციულ დიპლომატიაზე და სამხედრო პოლიტიკურ ნდობაზე. სამხედრო დაგეგმარების თვალსაზრისით თანამშრომლობაზე დამყარებული უსაფრთხოება ყურადღებას აქცევს არა პირდაპირ სამხედრო ოპერაციებს, არამედ პრევენციულ დიპლომატიას და სამხედრო პოლიტიკურ ნდობას, რომლებიც მკვეთრად შეამცირებენ შეიარაღებული კონფლიქტების ალბათობას.

ევროპული უსაფრთხოება ყოველთვის რეგიონალურ კონტექსტში განიხილებოდა. ასე ხდებოდა ცივი ომის პერიოდში, როცა საერთაშორისო ურთიერთობების ევროპული ქვესისტემა ორი ურთიერთდაპირისპირებული ზესახელმწიფოს გლობალურ სისტემაში ცენტრალური ნაწილი იყო. თუმცა ევროპაში ორი ბლოკის დაპირისპირებას არა მარტო რეგიონალური, არამედ გლობალური განზომილებაც ჰქონდა. ცივი ომის დასრულების შემდეგაც კი ევ-

როპა და ევროატლანტიკური სივრცე აგრძელებენ კონცენტრირებას უსაფრთხოების სფეროში. ეს არ ნიშნავს იმას, რომ რეგიონი არ აცნობიერებს უსაფრთხოების გლობალურ გამოწვევებს. პირიქით, უსაფრთხოების ყველა კონცეფცია როგორც ნაციონალურ ისე მრავალმხრივ დონეზე, ხაზს უსვამს საჭირო ადეკვატური პასუხების აუცილებლობას ახალი გლობალური გამოწვევების და რისკების წინააღმდეგ.

ევროპის კონტინენტზე განვითარებული და განშტოებადი კოლექტიური უსაფრთხოების რეგიონალური ორგანიზაციების სისტემა ჩამოყალიბდა. ევროპული უსაფრთხოების ამ სისტემას ხანგრძლივი ისტორია აქვს, რომლის მსვლელობაშიც მან რამდენიმე ეტაპი განვლო. ამ პროცესში სხვადასხვა სტრუქტურები მონაწილეობდნენ, რომლებიც ერთმანეთისაგან სამართლებრივი, ორგანიზაციული და მატერიალური შემადგენლობით განსხვავდებოდა.

უსაფრთხოების ევროპული სისტემის შექმნის მონაწილეები არიან: გაერო, რომელიც არის ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტური საერთაშორისო ინსტიტუტი ძალთა მრავალპოლუსიანი ბალანსის მმართვეის კუთხით ევროპაში; ეუთო, რომელიც თამაშობს მთავარი კოორდინატორის როლს ევროპული სახელმწიფოების ერთობლივი ძალისხმევის შემუშავების მიმართულებით ახალი კოლექტიური უსაფრთხოების სისტემის ფორმირების საქმეში; ჩვეულებრივი შეიარაღების შესახებ ხელშეკრულება, რომელიც წარმოადგენს ეფექტურ ინსტრუმენტს უზრუნველყოს სტაბილურობა ატლანტიდან ურალამდე; ნატო, რომელიც პასუხისმგებელია მისი წევრი სახელმწიფოების უსაფრთხოებასა და თვდაცვის უზრუნველყოფაზე და ბოლოს, ევროკავშირი, რომელიც სულ უფრო და უფრო წარმატებით ავითარებს უსაფრთხოებისა და თვდაცვის პოლიტიკას²⁵.

²⁵ Архитектура евроатлантической безопасности, Под общей редакцией проф. Юргенса И.Ю., акад. Дынкина А.А., Барановского В.Г. , М., 2009

აქედან გამომდინარე ევროპული რეგიონალური უსაფრთხოების სისტემაში მნიშვნელოვან თავისებურად შეიძლება ჩაითვალოს სხვადასხვა გეოპოლიტიკური სივრცის მომცველი სტრუქტურების არსებობა როგორცაა მაგალითად ნატო, ევროკავშირი და ეუთო და ა.შ. ნატო მოიცავს ტრანსატლანტიკურ სივრცეს, ევროკავშირი საკუთრივ ევროპის რეგიონს, ხოლო ეუთო ტრანსატლანტიკურსაც და ევრაზიულსაც. ასევე განსხვავებულია მათი მექანიზმები უსაფრთხოების უზრუნველყოფის კუთხით.

ევროკავშირის უსაფრთხოების და თავდაცვის პოლიტიკის ქრილში ევროპული უსაფრთხოების თანამედროვე რეგიონალური სისტემის ფორმირებისათვის მიმდინარეობს ახალი მექანიზმების შემუშავება. სამხედრო ფაქტორი უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში არანაკლებ მნიშვნელოვანია, მიუხედავად იმისა, რომ მას დომინირების ის ხარისხი არ აქვს რაც წინა საუკუნეებში. ამჟამად ევროპული უსაფრთხოების უზრუნველყოფა მოიცავს ბირთვული, ენერგეტიკული, საინფორმაციო და ეკოლოგიური უსაფრთხოების დაცვას, კრიზისების პრევენციულ რეგულირებას, ბრძოლას საერთაშორისო ტერორიზმთან და ა.შ. უსაფრთხოების საკითხებში ევროპული ინტეგრაციის კულმინაციად შეიძლება ჩაითვალოს 2004 წლის 12 ივლისს ევროპის თავდაცვის სააგენტოს შექმნა. ეს მეტყველებს, იმაზე რომ ევროპის კონტინენტი ბევრად საერთაშორისო უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში ძლიერი და საიმედო სისტემის სახით გვევლინება. ამავე დროს, ევროპის ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიზანია გაეროს როლის გაძლიერება, ვინაიდან ის არის ერთადერთი ორგანიზაცია, რომელიც მშვიდობისა და სტაბილურობის უზრუნველყოფისათვის ძალას გამოიყენებს.

ევროპული უსაფრთხოების უზრუნველყოფის პრობლემა-სადმი ახალი მიდგომის განმასხვავებელი ნიშანია - პირველი: უსაფრთხოების კომპლექსური ხასიათის გაგება, რაც ნიშნავს უსაფრთხოების სამხედრო ასპექტების შემცირებას და სამოქალაქო და არასამხედრო ასპექტების გაძლიერებას; მეორე: უსაფ-

რთხობების თემატურ კომპონენტებად დაყოფა (ეკოლოგიური, ეკონომიკური, სოციალური, კულტურული) და მესამე: უსაფრთხოების საბაზისო ნიშნები, რომელიც დამოკიდებულია მისი მიღწევის მიზანზე, სტრატეგიაზე, პრინციპებსა და მეთოდებზე (კოლექტიური უსაფრთხოება, კოოპერატიული/თანამშრომლობითი უსაფრთხოება და პრევენციული უსაფრთხოება). ამ ასპექტების კომპლექსური ანალიზი საშუალებას იძლევა დავინახოთ თანამედროვე ევროპული უსაფრთხოების სისტემის შექმნის ისეთი საფუძვლები, როგორცაა: პოლიტიკური თანამშრომლობა, ნაციონალური და სახელმწიფოთშორისი თავდაცვითი სტრუქტურების შექმნა, სახელმწიფოთაშორისი სამხედრო დაგეგმარების ფორმირება, შეიარაღების შემცირება, სამხედრო სტრუქტურების გარდაქმნა, პოლიტიკურ და სამხედრო სისტემებს შორის ურთიერთდამოკიდებულება აგრესიის აღკვეთის ეკონომიკურ ზომებთან ერთად და ა. შ.

უშიშროების ევროპული სისტემის ძირითადი პრინციპების ანალიზი ყველა მისი შემადგენელი კომპონენტის გათვალისწინებით აჩვენებს, რომ მასში პრიორიტეტულია როგორც სამხედრო-სტრატეგიული, ისე სამოქალაქო მიმართულება. ევროკავშირის უსაფრთხოების და თავდაცვის პოლიტიკის მაგალითზე კარგად ჩანს, რომ რეგიონალური უსაფრთხოების ეფექტური, მოქმედი სისტემის ჩამოყალიბება დიდი და პატარ სახელმწიფოების შეთანხმებული პოზიციიდან, კრიზისების პრევენციის და მოგვარებისათვის პოლიტიკური, დიპლომატიური სანქციების გამოყენებიდან, პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების მექანიზმების დამუშავებიდან, კონფლიქტების პრევენციიდან და ურთიერთნდობის გაძლიერებიდან გამომდინარეობს.

აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონის უშიშროება. ახალ მახასიათებლებს იძენენ უსაფრთხოების სფეროს პროცესები აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონში. სამხრეთ აზიაში ვითარება იცვლება ინდოეთის და პაკისტანის მიერ ბირთვული იარაღის შექმნისა და აშშ-ს ნაბიჯების გამო, რომლებიც მან გადადგა ინდოეთთან უფრო

მჭიდრო ურთიერთობების დამყარებისთვის. ჩრდილო-აღმოსავლეთ აზიაში ახალ მნიშვნელობას იძენენ ტრადიციული მტკივნეული ნერტილები - ჩრდილოეთ კორეა და ტაივანი. სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიაში, როგორც აზია-წყნარი ოკეანის სხვა რეგიონებში, იზრდება გაურკვეველობა იაპონიის მომავალი სამხედრო-პოლიტიკური კურსის გამო, აგრეთვე იმ როლის გამო, რომელსაც შეეცდებიან და ითამაშებენ აშშ-ში ცვლად „სტრატეგიულ სიტუაციაში“. აზია-წყნარი ოკეანის პოტენციური „მუქარის შემცველობა“ უფრო ხანგრძლივ პერსპექტივაში, ჩინეთის პოტენციალური ძლიერების ზრდისა და განსაკუთრებით იმის გამო, რომ აქ არ არის უსაფრთხოების კოლექტიური მხარდაჭერის ინფრასტრუქტურა, მნიშვნელოვანი რჩება.

აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონის უშიშროება ეს არის საკუთრივ აზიის და წყნარი ოკეანის, ასევე სხვა რეგიონის სახელმწიფოებს შორის ურთიერთობების ისეთი მდგომარეობა, რომელის დროსაც უზრუნველყოფილია ომდა იყოს მათი მშვიდობიანი თანაარსებობა და ნორმალური განვითარება. მან უნდა გამორიცხავს ან გაანეიტრალოს ის საშიშროებები, რომლებმაც შეიძლება დაარღვიოს სტაბილურობა რეგიონში და შექმნას რეალური საფრთხეები რეგიონის ერთი, რამდენიმე ან ყველა სახელმწიფოსათვის. ამ სისტემაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს აშშ-ს, რუსეთის, ინდოეთის, პაკისტანის და ჩინეთის ურთიერთდამოკიდებულებას.

ამ რეგიონში უშიშროების განმტკიცებას ხელს უშლის სახელმწიფოების დაპირისპირების მაღალი დონე, მათ შორის იმ სახელმწიფოების, რომლებიც ფლობენ მასობრივი განადგურების იარაღს (ინდოეთი, პაკისტანი, ჩინეთი). ასევე არსებითი პროგრესის არ არსებობა შეიარაღების და შეიარაღებული ძალების შემცირების მიმართულებით, სოციალურ-პოლიტიკური და რელიგიური თავისებურებები რეგიონის სახელმწიფოებში. ამიტომაც ამ რეგიონში ისევ განაგრძობს არსებობას დაპირისპირების კერები. დღემდე ვერ ჩამოყალიბდა კოლექტიური ხელშეკრულება უსაფრთხოე-

ბის სფეროში, ვერ შეიქმნა მოლაპარაკებების მექანიზმი კონფლიქტების მშვიდობიანი მოწესრიგებისთვის. ყველაფერი ეს ართულებს უსაფრთხოების უზრუნველყოფის საიმედო გზების ძიებას და მოითხოვს არატრადიციული გადაწყვეტილებების მიღებას მშვიდობის განმტკიცების დამატებითი სტრუქტურების შექმნისათვის.

რეგიონის ქვეყნებში კონცენტრირებულია ჩვეულებრივი შეიარაღების მნიშვნელოვანი არსენალი თავისი მოცულობით ევროკავშირის რაოდენობას უტოლდება. რეგიონის ზოგიერთი სახელმწიფო დაინტერესებულია მასობრივი განადგურების იარაღის შექმნით. რეგიონის სახელმწიფოები ირანი, სუდანი, სირია ხშირად დადანაშაულებულები არიან ტერორიზმის მხარდაჭერასა და ხელშეწყობაში, რაც კიდევ უფრო ძაბავს რეგიონში მდგომარეობას.

კარიბიის აუზის უსაფრთხოებისა და თავდაცვის რეგიონალური სისტემა, რომელიც შექმნილია აღმოსავლეთ კარიბიის სახელმწიფოების ორგანიზაციის ფარგლებში. იგი ჩამოყალიბდა 1982 წლის ბოლოს კუნძულ დომინიკზე რეგიონის ოთხი სახელმწიფოს მეთაურთა შეხვედრაზე. მასში განვერიანებულია ანტიგუა და ბარბუდა, ბარბადოსი, დომინიკი, სენტ-ვინსენტი და გრენადი, სენტ-ლიუსია. ორგანიზაციის ოფიციალური მიზანია წვერი ქვეყნების მოქმედებების კოორდინაცია ეროვნული უშიშროების დაცვის კუთხით, იმიგრაციის კონტროლი და ბრძოლა კონტრაბანდის წინააღმდეგ, სტიქიური უბედურებების და საგანგებო სიტუაციების დროს ურთიერთდახმარება. ეს ახალი დაჯგუფება შეიქმნა მონაწილე ქვეყნების სანაპირო დაცვის ძალების ბაზაზე. ის ექვემდებარება ერთიან ხელმძღვანელობას. ბლოკის შექმნის შესახებ მემორანდუმი ითვალისწინებს სამხედრო პერსონალის მომზადებას სანაპირო დაცვისათვის, მათი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის განმტკიცებას, ერთობლივი სამხედრო მანვერების დაგეგმვას და განხორციელებას. მასში ასევე გათვალისწინებულია საიდუმლო მუხლები, რომელებიც ეხება წვერი ქვეყნების შეიარაღებული ძალების

მჭიდრო თანამშრომლობას. მემორანდუმში ბლოკის ერთ-ერთი მთავარ მიზნად დაფიქსირებულია კარიბის აუზში ეროვნულ-განმათავისუფლებელი მოძრაობის წინააღმდეგ ბრძოლა. ბლოკის ფარგლებში გათვალისწინებულია ე.წ. უსაფრთხოებისა და თავდაცვის რეგიონალური ძალები-სამხედრო პოლიციური ფორმირების შექმნა, რომელის ამოცანაც არის შიდა უნესრიგობების აღკვეთა. მსგავსი ძალების სტრუქტურა გადმოღებულია ნატოსაგან. ორგანიზაციას ფინანსურ დახმარებას უწევს აშშ (30 მილ. დოლ.) და დიდი ბრიტანეთი (10 მილ დოლა.). 1983 წლის ოქტომბერში ბლოკის წევრებმა აშშ-ი მიიწვიეს გრენადის წინააღმდეგ განხორციელებულ სამხედრო ოპერაციაში.

ამერიკული სახელმწიფოების ორგანიზაცია (ასო) შეიქმნა 1947 წლის ურთიერთდახმარების შესახებ ამერიკის სახელმწიფოთა შორისო ხელშეკრულების, 1948 წლის ასო-ს წესდების და 1948 წლის საერთაშორისო დავების მშვიდობიანი გადაწყვეტის ამერიკულ სახელმწიფოთა შორის ხელშეკრულების საფუძველზე.

XX ს-ის 60-80-იან წლებში 1947 წლის ხელშეკრულებასა და ასო-ს წედებაში მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეიტანეს. ასო-ს წერვი შეიძლება გახდეს ნებისმიერი ამერიკული სახელმწიფო, რომელიც ორგანიზაციის წეების რატიფიცირებას მოახდენს. ამჟამად ორგანიზაციაში ყველა ამერიკული სახელმწიფო მონაწილეობს კანადის და კუბის გარდა.

გაერთიანების მიზანს წარმოადგენს ამერიკის კონტინენტზე მშვიდობისა და უსაფრთხოების უზრუნველყოფა, სოლიდარობის და თანამშრომლობის განმტკიცება, ტერიტორიული მთლიანობის დაცვა, აგრესიის შემთხვევაში ერთობლივად მოქმედების ორგანიზაცია, დავების მშვიდობიანი გადაწყვეტა. ორგანიზაციის წესდების 25-ე მუხლის თანახმად ნებისმიერი ერთი ამერიკული სახელმწიფოსს წინააღმდეგ განხორციელებული აგრესია განიხილება, როგორც ყველა დანარჩენის წინააღმდეგ მიმართული ქმედება.

ნესდებამი ასევე მოცემულია იმ შემთხვევების ვრცელი ჩამონათვალი, რომელიც ორგანიზაციას აძლევს უფლებას გამოიყენოს „კანონიერი კოლექტიური თავდაცვის“ ღონისძიებები. კერძოდ, როცა საფრთხე დაემუქრება რომელიმე ამერიკული ქვეყნის ტერიტორიულ მთლიანობას და ხელშეუხებლობას, სუვერენიტეტს, დამოუკიდებლობას, მშიდობას კონტინენტზე, როცა შეიქმნება შიდაკონტინენტური კონფლიქტური სიტუაცია და ა.შ. ასო-ო ერთადერთი რეგიონალური კოლექტიური უსაფრთხოების სისტემაა, რომელიც არ ითავლისწინებს გაეროს უშიშროების საბჭოს თანხმობას სამხედრო ღონისძიებების განხორციელებაზე.

სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიის თავდაცვის ხელშეკრულება
დაიდო 1954 წელს აშშ-ს, დიდი ბრიტანეთის, საფრანგეთის, ავსტრალიის, ახალი ზელანდიის, პაკისტანის, ტაილანდის, ფილიპინების მიერ. ხელშეკრულების მე-4 მუხლის თანახმად ხელშეკრულების მომცველი სახელმწიფოების ტერიტორიაზე ერთ-ერთ სახელმწიფოზე განხორციელებული თავდასხმის შემთხვევაში წევრი-სახელმწიფოები განახორციელებენ ინდივიდუალურ ან კოლექტიურ დახმარებას აგრესიის აღკვეთისათვის.

კოლექტიური უშიშროების ორგანიზაცია (დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობა). პოსტსაბჭოთა სივრცის ამ ნაწილში მაღალი დინამიკითა და დაუსრულებლობით გამოირჩევა რეგიონული უსაფრთხოების ახალი ფორმირების პროცესი მყოფი უსაფრთხოების რეგიონალური სისტემა. რეგიონში, რომელიც აღინიშნება, როგორც „პოსტსაბჭოური სივრცე“ ან მეორე განმარტებული განსაზღვრა „დსთ-ს ქვეყნები“. თუმცა ეს ტერმინები სულ უფრო ნაკლებად ასახავს აქ მიმდინარე პროცესებს. დღეს ეს რეგიონი განიხილება რუსეთის და მისი „ახლო საზღვარგარეთის“ პოლიტიკური ანალიზის რაკურსში. რადგან რუსეთის პოლიტიკა სამხედრო-პოლიტიკური უსაფრთხოების საკითხებში გლობალურ მასშტაბში და ამ „ახლო საზღვარგარეთთან“ მიმართებით ადრინ-

დეღივით არის სისტემის შემქმნელი წამყვანი ფაქტორი რეგიონში.

ამ რეგიონში სამხედრო-პოლიტიკურ სფეროში ჩნდება ახალი, ხშირად სხვადასხვა ვექტორული ტენდენციები, მიდის რიგი ახალი დამოუკიდებელი სახელმწიფოების და მათი სუბრეგიონული ჯგუფების სამხედრო-პოლიტიკური ინტერესების ახალი თვითიდენტიფიკაციის პროცესები, იზრდება რეგიონის გარე სახელმწიფოთა გავლენა.

ხშირად აღნიშნული რეგიონის აღსანიშნავად გამოიყენება ტერმინი „ევრაზიული“, მაგრამ ევროპულ და აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონებთან მისი გამიჯვნა პრობლემურია. მით უფრო რომ არ არის გამორიცხული რეგიონის ზოგიერთი ქვეყანა შეერწყას მეზობელი რეგიონების უსაფრთხოების სისტემებს (მაგ. ნატო).

დღეს კონფლიქტურობის ეპიცენტრი სულ უფრო მეტად გადადის ახლო და შუა აღმოსავლეთის რეგიონში, ასევე აფრიკის კონტინენტზე, სადაც ყველაზე ენერგიულად და კონცენტრირებული ხასიათით ვლინდებიან ყველაზე აქტიუალური საერთაშორისო უშიშროების საფრთხეები - ტერორიზმი, მგი-ს გავრცელება, შეიარაღებული კონფლიქტები. შესაბამისად ამ კონტექსტში შეიძლება დასახელდეს აფრიკის კავშირი და არაბული სახელმწიფოების ლიგაც, რომლებიც სულ უფრო აქტიურად აფიქსირებენ საკუთარ პოზიციას რეგიონში თუ კონტინენტზე მიმდინარე კონფლიქტური სიტუაციების მიმართა და ცდილობენ აქტიურად ჩაერთონ მათ მოგვარებაში.

ამრიგად, აშკარაა, რომ ყველა ზემოთაღნიშნული პროცესები და ფაქტორები, რომლებიც განსაზღვრავენ საერთაშორისო უსაფრთხოების ახალ პარამეტრებს, ცვლილებების სტადიაში იმყოფებიან. მათი ხვედრითი წილი გლობალურ სართაშორისო უსაფრთხოებაში არაერთგვაროვანია და იცვლება, ვინაიდან მასში ერთდროულად „მუშაობენ“ თანამშრომლობის და კონფლიქტურობის ტენდენციები.

რეგიონული უსაფრთხოების სისტემის ფორმირება სულ უფრო აქტუალურ ხასიათს იძენს და მნიშვნელოვანი ცვლილებების მოხდენასაც ჰპირდება ახლად ფორმირებების პროცესში მყოფ საერთაშორისო სისტემას, რომელიც ამერიკული თვალთახედვით, კვლავ უფრო მეტად ძალის ბალანსზე იქნება დამოკიდებული და ისევ კოლექტიური ფორმირებების კუთხით წავა, ხოლო ევროპული ხედვით, ახალი მსოფლიო წესრიგი ინტერესთა ბალანსის სისტემაზე აენყობა და უფრო თანამშრომლობითი, ანუ რეგიონალურ კოლექტიურ უსაფრთხოების სისტემას დაემყარება. ნებისმიერ შემთხვევაში საერთაშორისო სისტემის მულტი ცენტრისტული პოლარიზაციის ტენდენციები კიდევ უფრო აქტუალურს გახდის რეგიონალური კოლექტიური უშიშროების სისტემების ფორმირების აუცილებლობას, რომლებსაც გრძელვადიან პერსპექტივაში დაეფუძნება გლობალური უსაფრთხოების სისტემა.

Irakli Manvelidze

Regional collective security and international practice

Summary

Regional security is a new phenomenon which has been studying intensively since the collapse of the bipolar system as regions have been actively involved in the international system and their independent role in the international, political, economic and social life is increasing. Therefore, modern international security considers the development of such system of international order which will unite the national, global and regional security tasks, will take into account the growth of interdependencies in the world and will create and develop new, solid regional security systems.

The formation of regional security system is getting more and more actual and is indicating important changes to the newly forming international system which according to the American vision will be more

dependent on the balance of power and will be formed in a collective way. As for the European vision, according to it the new world order will be based on the balance of interests and will be more collaborative.

Иракли Манвелидзе

**Региональная система коллективной безопасности
и международная практика**

Резюме

Региональная безопасность сравнительно новый феномен, интенсивное изучение которого ускорил распад биполярной системы. Это факт способствовал активному подключению регионов к международной системе, повышению их роли как независимых субъектов в международной, политической, экономической и социальной жизни. Соответственно, обеспечение современной международной безопасности подразумевает развитие системы такого международного правового порядка, который объединит задачи национальной безопасности с целями глобальной и региональной безопасности, учет рост взаимозависимости в мире и будет способствовать развитию новых, устойчивых региональных систем безопасности.

Формирование системы региональной безопасности принимает активный характер и намеревается провести важные изменения в процессе формирования международной системы, которая на американский взгляд, будет еще более зависимой от баланса сил и продолжит курс коллективизма, а со стороны европейского подхода, будет строиться по системе баланса интересов международного порядка и способствовать установлению системы безопасного сотрудничества.

ბიზნესის ადმინისტრირება
Business Administration
Бизнес Администрирование

ია მესხიძე

**სასაქონლო-მატერიალური რესურსების
და არამატერიალური აქტივებისა შეფასების
ზოგიერთი თავისებურება**

სასაქონლო-მატერიალური რესურსები და არამატერიალური აქტივები სანარმოს მოგების ფორმირებაში უდიდეს როლს თამაშობს. ამიტომ სანარმოთათვის მნიშვნელოვანია მათი ღირებულების განსაზღვრა, რომელიც სხვადასხვა მაჩვენებლების გაანგარიშებით მიიღება:

არამატერიალური აქტივების სასარგებლო გამოყენების ვადა განისაზღვრება შემდეგნაირად:

1) პატენტის მოქმედების მონმობებისა და ინტელექტუალური საკუთრების ობიექტის გამოყენების ვადიდან გამომდინარე, რასაც ქვეყნის კანონმდებლობა განსაზღვრავს.

2) ობიექტის გამოყენების შესაძლო ვადიდან გამომდინარე, რომლის განმავლობაშიც სანარმოს შეუძლია ეკონომიკური სარგებლის მოტანა.

არამატერიალური აქტივების ცალკეული ჯგუფისათვის სასარგებლო გამოყენების ვადა განისაზღვრება ამ აქტივის გამოყენების შედეგად პროდუქციის რაოდენობის ან სხვა სამუშაოების მოცულობის ნატურალური პარამეტრებიდან გამომდინარე, რასაც მოცემული აქტივის გამოყენების შედეგად ელოდება სანარმო.

არამატერიალური აქტივების საამორტიზაციო ანარიცხებს ბუღალტრულ აღრიცხვაში ასახავენ ცალკეულ ანგარიშებზე

შესაბამისი თანხების დაგროვების ან ინვენტარის თავდაპირველი ღირებულების შემცირების გზით. ბუღალტრულ აღრიცხვაში ამორტიზაციის არჩეული მეთოდის გამოყენება ხორციელდება აქტივის სასარგებლო გამოყენების მთელი ვადის განმავლობაში. თუკი რომელიმე არამატერიალური აქტივის საამორტიზაციო ანაღრიცხები ბუღალტრულ აღრიცხვაში აისახება მათი თავდაპირველი ღირებულების შემცირების გზით, ამ ღირებულების შემცირების სრული დაფარვის შემდეგ ინვენტარის ასახვა სააღრიცხვო რეგისტრებში (პატიენტის მოქმედების ვადის დასრულებამდე) ხდება სანარმოს მიერ მიღებული პირობითი შეფასებით, შეფასების ჯამის ფინანსურ შედეგებთან მიმართებაში.

არამატერიალური აქტივები ბუღალტრულ აღრიცხვაში თავდაპირველი ღირებულებით აღირიცხება. საფასურის გადახდით შეძენილი არამატერიალური აქტივების თავდაპირველი ღირებულება განისაზღვრება როგორც მის შეძენაზე განეული ფაქტიური დანახარჯების ჯამი, დამატებითი ღირებულებისა და სხვა გადასახადების გამოკლებით.

შეძენილი არამატერიალური აქტივების ანაზღაურებისას, თუკი შეთანხმების პირობები გადასახადების დადადებას ითვალისწინებს, ფაქტიური დანახარჯების აღრიცხვა ხდება კრედიტორული დავალიანების სრული ჯამით.

სანარმოს მიერ შექმნილი არამატერიალური აქტივების პირველადი ღირებულება განისაზღვრება როგორც ფაქტიური დანახარჯების ჯამი მის შექმნაზე დამატებითი ღირებულების და სხვა ანაზღაურებადი გადასახადების გამოკლებით. არამატერიალური აქტივების შექმნაზე, შექმნაზე განხორციელებულ ფაქტიურ დანახარჯებში არ შედის საერთო სამეურნეო და სხვა ანალოგიური ხარჯები, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც ისინი უშუალოდ არიან დაკავშირებული ამ აქტივების შექმნასთან.

ინტელექტუალური საკუთრების შეფასების თავისებურებად ითვლება მისი ღირებულების დამოკიდებულება:

- 1) გადაცემადი უფლებების მოცულობისაგან;
- 2) მოულოდნელი გამოყენების შესაძლებლობისაგან;
- 3) კომერციული გამოყენების მზადყოფნის დონისაგან.

არამატერიალური აქტივების შეფასება ხორციელდება შემდეგი თანიმდევრობით:

- 1) ინტელექტუალური საკუთრების ობიექტის ექსპერტიზა;
- 2) შემნახველი დოკუმენტების ექსპერტიზა;
- 3) ინტელექტუალურ საკუთრებებზე უფლებების ექსპერტიზა.

ინტელექტუალური საკუთრების საბაზრო ღირებულების განსაზღვრისას უნდა ვიხელმძღვანელოთ შემდეგი პრინციპებით:

- სარგებლიანობის;
- მოთხოვნისა და მიწოდების;
- ჩანაცვლების;
- მოლოდინის;
- ცვალებადობის;
- გარე ზემოქმედების;
- მეტად ეფექტური გამოყენების.

მოცემული სახის აქტივების შეფასების პროცესში შეიძლება გამოყენებული იქნას სამი მიდგომა: შემოსავლითი, საბაზრო, ხარჯვითი.

შემოსავლითი მიდგომა ითვალისწინებს შემდეგი მეთოდების გამოყენებას:

- ქარბი შემოსავლების;
- ფულადი ნაკადების დისკონტირების;
- უპირატესობას შემოსავლებში;
- როიალტისაგან განთავისუფლების.

მოცემულ მეთოდს იყენებენ პატენტებისა და ლიცენზიების შეფასებისას. პატენტის მფლობელი სხვა პირს გადასცემს უფლებას ინტელექტუალური საკუთრების ობიექტის გამოყენებაზე გარკვეული თანხის სანაცვლოდ (როიალტი). როიალტი გამოიხატება პროცენტებში მოცემული პატენტის გამოყენებით გაყიდული საქონლის საერთო თანხიდან. მოცემული მეთოდიდან გამომდინარე ინტელექტუალური საკუთრების ღირებულება წარმოადგენს გადასახადების სიდიდეს პატენტის ან ლიცენზიის მომსახურების

ეკონომიკური ვადის განმავლობაში. როიალტის ზომა განისაზღვრება ბაზრის ანალიზის საფუძველზე. მოცემულ მეთოდს გააჩნია როგორც სამემოსავლო, ისე საბაზრო მიდგომის თვისებები.

აღნიშნული მეთოდის უმთავრესი ეტაპებია:

1) ადგენენ გყიდვების მოცულობის პროგნოზს, რომლითაც ხდება როიალტის დაფარვა.

2) ადგენენ პატენტის ან ლიცენზიის მომსახურების ეკონომიკურ ვადას;

3) გათვლიან როიალტის მოსალოდნელი გადასახადს გაყიდვების საპროგნოზო მოცულობისგან საპროცენტო დაქვითვის განსაზღვრის მიზნით;

4) როიალტის მოსალოდნელი გადასახადისგან გამორიცხავენ გადასახადის სიდიდეს, რომლებიც დაკავშირებულია პატენტის ან ლიცენზიის გამოყენებასთან (იურიდიული, ორგანიზაციული და ადმინისტრაციული დანახარჯები);

5) გაინგარიშებენ როიალტის გადასახადისაგან მიღებული შემოსავლის დისკონტირებულ ნაკადებს;

6) ადგენენ როიალტის გადასახადისაგან მიღებული შემოსავლის მიმდინარე ნაკადის ჯამს.

საბაზრო მიდგომა დაფუძნებულია ფუნქციონირებადი ბაზრის ეფექტურობის პრინციპზე, რომელზეც ინვესტორები ყიდულობენ და ყიდიან მსგავსი ტიპის აქტივებს. იდენტური შეთანხმებების მონაცემებს ადარებენ შესაფასებელ მონაცემებს.

შესაფასებელი აქტივების უპირატესობა და ნაკლოვანებები შერჩეული ანალოგების შედარებით ითვალისწინებენ შესაბამის ჩასწორებებს.

ხარჯვითი მიდგომა ეფუძნება შემდეგი მეთოდების გამოყენებას:

1) შექმნის ღირებულების;

2) მოგებაზე თვითღირებულების ფარგლებში.

არამატერიალური აქტივების ღირებულების შეფასებისას ზოგჯერ გამოიყენება მეთოდი მოგება თვითღირებულებაში. არამატერიალური აქტივის ღირებულებას ადგენენ ნოუ-ჰაუს გამოყენების შედეგად განეული დანახარჯების ეკონომიის განსაზღვრის გზით.

ქონებრივი მიდგომის გამოყენებას ბიზნესის არამატერიალური კომპონენტების შეფასებაში საკუთარი მიდგომები გააჩნია. ეს დაკავშირებულია იმასთან, რომ სანარმოს (ბიზნესის) აქტივების ღირებულების ამ ნაწილის შეფასება ვერ განხორციელდება უშუალოდ და თავის მხრივ ითვალისწინებს სპეციფიკური მეთოდების გამოყენებას.

ინტელექტუალური კაპიტალის კომპონენტების დიდ ნაწილს არ გააჩნია საკუთარი ღირებულება (მაგალითად, როგორც შენობას). ისინი ღირებულებულია მხოლოდ გარკვეული სანარმოს ფარგლებში, რომელსაც გააჩნია უნარი გაზარდოს ბიზნესის ღირებულება.

ინტელექტუალური კაპიტალის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილის შეფასების შედეგის ნულოვანი სიდიდის შემთხვევაში ხდება სანარმოს (ბიზნესის) მთელი ინტელექტუალური კაპიტალის განულება. მაგალითად, კლიენტურისა და ბიზნესის შესაბამისი ორგანიზაციული სტრუქტურის გარეშე სპეციალისტის ცოდნას ფასი არ აქვს; ამავე დროს სპეციალისტის მიერ ფირმასთან შრომითი ხელშეკრულების დადებისას ეს ცოდნა ფასეული ხდება. თანაც ეს ფასი სხვადასხვა სანარმოების პირობებში განსხვავებული იქნება.

სანარმოს არამატერიალური კომპონენტების ღირებულების შეფასება იქმნება იმ ვარაუდით, რომ შეფასების ინტერესებში საკმარისია არაიდენტიფიცირებული არამატერიალური მთელი შემადგენლობის საბაზრო ღირებულების განსაზღვრა, რასაც „გუდვილი“ ეწოდება.

შეფასების პრაქტიკაში ითვლება, რომ გუდვილი მხოლოდ მაღალი შემოსავლის პირობებში აქვს სანარმოს და შეუძლებელია მისი სანარმოსაგან განაწილება (ანუ გუდვილის ცალკე გაყიდვა შეუძლებელია). გუდვილი იქმნება, როდესაც კომპანია იღებს სტაბილურ, მაღალ შემოსავლებს, მისი შემოსავლები საშუალოზე მაღალია, რის შედეგადაც ბიზნესის ღირებულება აღემატება მისი წმინდა აქტივების ღირებულებას.

ქონებრივი მიდგომა წმინდა სახით არ იძლევა ფირმის გუდვილის გათვალისწინების საშუალებას. ამისათვის გამოიყენება ხარჯვითი და საშემოსავლო მიდგომების ტრადიციული მეთოდე-

ბის კომბინაცია, რომელიც გამოიხატება ქარბი შემოსავლების სპეციალური მეთოდით.

საწარმოს გუდვილის საბაზრო ღირებულების შეფასება მდგომარეობს იმაში, რომ გამოვლინდეს ორგანიზაციის მიერ რეგულარულად მიღებული შემოსავლების ის ნაწილი, რომელიც ვერ აიხსნება მასში არსებული საბაზრო ღირებულებით შეფასებული მატერიალური აქტივებით. აუცილებელია ამ აქტივების კაპიტალიზირება. ასეთნაირად ფასდება არამატერიალურ აქტივებში დაბანდებული კაპიტალი.

ქარბი შემოსავლების მეთოდი დაფუძნებულია იმაზე, რომ ქარბი შემოსავალი არ მოაქვთ ბალანსში ასახულ არამარეტივალურ კომპონენტებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ შემოსავლიანობას აქტივებსა და საკუთარ კაპიტალზე საშუალო დონეზე მაღალა.

ქარბი შემოსავლების მეთოდს აქვს უარყოფითი მხარეებიც:

1) ხდება საწარმოს ინტელექტუალური კაპიტალის სტრუქტურისა და ხარისხის იგნორირება, რაც პრაქტიკაში მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ბიზნესის ფასს. იგულისხმება, რომ ყველა საწარმო თანაბარი საშუალო ხარისხის ადამიანური კაპიტალის მფლობელია;

2) არ გაითვალისწინება საწარმოს ინტელექტუალური კაპიტალის სტრუქტურის ცვლილების პერსპექტივები;

3) მეთოდი პრაქტიკულად გამოუენებელია იმ დარგებისთვის, სადაც მოგება დამყარებულია ინტელექტუალურ კაპიტალზე.

სასაქონლო-მატერიალური მარაგები უზრუნველყოფს მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგების სისტემის უსაფრთხოებას, მის მოქნილ ფუნქციონირებას.

არსებობს სამი სახის სასაქონლო-მატერიალური მარაგები:

- 1) ნედლეული;
- 2) საქონელი, რომელიც დამზადების სტადიაზეა;
- 3) მზა პროდუქცია.

სასაქონლო მატერიალურ მარაგებს განეკუთვნება მატერიალური ფასეულობები, ნედლეულის სახით გადამუშავების ან

გამოყენების პროცესში მყოფი, ასევე საქონელი და მასალები, რომელიც გადამუშავების პროცესშია ან აქვს მზა პროდუქციის სახე.

საწარმოო მარაგები იქმნება მომხმარებელ ორგანიზაციებში.

სასაქონლო მარაგები იმყოფება მწარმოებელ ორგანიზაციებთან მზა პროდუქციის საწყობსა და მიმოქცევის სფეროში.

მარაგები გზაში (ან სატრანსპორტო მარაგები) აღრიცხვის მომენტში იმყოფება გზაში მიმწოდებლიდან მომხმარებლისკენ მიმავალი.

ყოველი ცალკეული საწარმო გვევლინება როგორც მიმწოდებლის, ისე მომხმარებლის როლში. ამიტომაც საწარმოო და სასაქონლო მარაგები ყოველთვის საწარმოს მფლობელობაშია.

საწარმოო მარაგები განკუთვნილია წარმოებისთვის, ისინი უზრუნველყოფენ უწყვეტ საწარმოო პროცესს. საწარმოო მარაგების აღწერა ხდება ნატურალური, პირობით-ნატურალური და ფულადი საზომით. მათ მიეკუთვნებათ შრომის საგნები, რომლებიც ჯერ კიდევ გამოუყენებელია და გადამუშავების პროცესში არ ჩართულა.

სასაქონლო მარაგები აუცილებელია მომხმარებელთა მატერიალური რესურსებით შეუფერხებელი მიწოდებისათვის. სასაქონლო და საწარმოო მარაგები იყოფიან: მიმდინარე, მოსამზადებელი, საგარანტიო, სეზონური და გარდამავალი მარაგები.

მიზნობრივი დანიშნულების მიხედვით მარაგები იყოფიან შემდეგ კატეგორიებად:

— ტექნოლოგიური (გარდამავალი) მარაგები, გადაადგილდებიან ლოგისტიკური სისტემის ერთი ნაწილიდან მეორეში.

— მიმდინარე (ციკლური) მარაგები, იქმნებიან საშუალო-სტატისტიკური საწარმოო პერიოდის განმავლობაში.

— სარეზერვო (სადაზღვევო), ხანდახან მათ უწოდებენ „მოთხოვნის უეცარი მერყეობისას საკომპენსაციო მარაგები”.

არსებობს არაერთი მიზეზი სასაქონლო მატერიალური მარაგების შექმნისათვის, მაგრამ მთავარი მაინც საწარმოების სწრაფვაა სამეურნეო და ეკონომიკური უსაფრთხოებისკენ. ამასთანავე მარაგების შექმნის ღირებულება და გასაღების განუსაზ-

ღვრელი პირობები ობიექტურად ეწინააღმდეგება წარმოების ეფექტურობის გაზრდის მოთხოვნას.

მარაგების შექმნის ერთერთ სტიმულად მისი უარყოფითი დონის (ანუ დეფიციტის) ღირებულება ითვლება. დეფიციტი წარმოშობს სამი სახის დანახარჯს, რომელიც დიფერენცირებულია უარყოფითი გავლენის ზრდის მიხედვით:

1) შეკვეთის შეუსრულებლობასთან დაკავშირებული დანახარჯები.

2) გასაღების ბაზრის დაკარგვასთან დაკავშირებული ხარჯები.

3) შემკვეთის დაკარგვასთან დაკავშირებული ხარჯები.

მარაგების ღირებულების დეფიციტი უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე დაკარგული სავაჭრო გარიგება, ან არარეალიზებული შეკვეთები. მასში შედის პროდუქციის დამზადებისათვის დაკარგული დრო, სამუშაო დროის დაკარგვა და დროის დაკარგვა ძვირადღირებული შესვენებისას, როცა წარმოების პროცესში ხდება ერთი რთული ტექნოლოგიიდან მეორე პროცესზე გადასვლა.

ტექნოლოგიური და გარდამავალი მარაგები. სასაქონლო-მატერიალური მარაგები, რომლებიც გადადიან სისტემის ერთი ნაწილიდან მეორეში. როდესაც ეს გადასვლა დროის დიდ მონაკვეთს მოიცავს, გარდამავალი მარაგების მოცულობა დიდია. დროის გრძელვადიან მონაკვეთში შეკვეთის შესრულებისას ტექნოლოგიური მარაგების რაოდენობა აღმოჩნდება შედარებით დიდი. ასევე საწყობიდან დიდი ინტერვალით გამოსული მარაგების და მიღებულ შეკვეთაში დაგროვდება გარდამავალი მარაგების მნიშვნელოვანი რაოდენობა.

მაგალითი. მოცემულ საქონელზე საშუალო მოთხოვნის დონისას, კვირაში მზადდება 200 ერთეული, და დროში შემკვეთისთვის გასაგზავნად, რომელიც ორი კვირაა, გარდამავალი მარაგების რაოდენობა იქნება საშუალოდ 400 ერთეული.

ციკლური მარაგები. უმეტეს შემთხვევაში საქონლის დიდი რაოდენობით შეკვეთა ხდება, რაც დაკავშირებულია სიჭარბესთან შემდეგი მიზეზებით:

- შეკვეთილი საქონლის რსული მოცულობის მიღების შეფერხება, რაც იწვევს შემკვეთის (განსაკუთრებით შემკვეთი

შუამავლების, დისტრიბუტორების) სანყოფინში საქონლის შენახვას გარკვეული დროით.

- ფასდაკლებები, რომელსაც ლებულობენ დამკვეთები დიდი პარტიების შეკვეთისას.

- მინიმალური პარტიის სავაჭრო გარიგების დაბეგვრა, როცა გადასახადის შესამცირებლად დამკვეთისთვის შეთანხმებულზე ნაკლები მოცულობის საქონელს გაგზავნიან.

სასაქონლო მატერიალური მარაგების მოცულობაზე გარკვეული შეზღუდვები არსებობს. შეზღუდვის ერთერთი ფაქტორია დანახარჯები მათ შენახვაზე. წარმოიქმნება საქონლის შეკვეთისა და მისი შენახვის უპირატესობებსა და უარყოფით მხარეებს შორის თანაფარდობის აუცილებლობა.

სარეზერვო სასაქონლო-მატერიალური მარაგები ესევე ემსახურებიან მომსახურების ფორსმაჟორულ წყაროებს, როდესაც მოთხოვნა კონკრეტულ საქონელზე დროის მოცემულ მონაკვეთში აჭარბებს მოლოდინს. პრაქტიკაში საქონელზე ზუსტი მოთხოვნის პროგნოზირება თითქმის შეუძლებელია. ეს ეხება აგრეთვე შეკვეთების რელიზაციის ვადების წინასწარ აბსოლუტური სიზუსტით განსაზღვრასაც, რითაც გამოწვეულია სარეზერვო სასაქონლო-მატერიალური მარაგების შექმნის აუცილებლობა.

სასაქონლო-მატერიალური მარაგების აღრიცხვა ხდება ფაქტიური თვითღირებულებით. აღწერის ძირითადი ამოცანებია:

- ოპერაციის სწორი და დროული გაფორმება და შეკვეთის მომზადების, ჩაბარებისა და გაგზავნის დამადასტურებელი ინფორმაციის მიღება;

- მარაგების შენახვის, დასაწყობების ადგილების და მათი გადაადგილების ეტაპების კონტროლი.

- არასაჭირო მარაგების დროული გამოვლენა მათი შესაძლო გაყიდვის მიზნით. მარაგების გამოყენების ეფექტურობის ანალიზის განხორციელება.

მარაგების ფაქტიური თვითღირებულება არის გადასახადების ჯამი, დამატებული ღირებულების გადასახადის გამოკლებით.

ფაქტიური ხარჯები არ შეიცავს საერთო სამეურნეო და სხვა სახის ზედნადებ გასაღლებს, გარდა გასაღლებისა, რომლებიც უშუალოდ დაკავშირებული არიან მარაგების შექმნასთან.

ფაქტიურ დანახარჯებს განსაზღვრავენ (ზრდიან ან ამცირებენ) ჯამობრივი განსხვავებების საფუძველზე, რომლებიც წარმოიქმნება მათ ბუღალტრულ აღრიცხვამდე, და რასაც ინვეეს ეროვნულ ვალუტაში ანგარიშსწორება, უცხოური ვალუტის ექვივალენტში.

მარაგების წარმოებაზე დანახარჯების აღრიცხვა და ფორმირება ხდება გარკვეული წესრიგის მიხედვით, რომლებიც დადგენილია შესაბამისი პროდუქციის თვითღირებულების გასაანგარიშებლად.

საწარმოს მიერ დამზადებული მარაგების ფაქტიური თვითღირებულება შედგება იმ ფაქტიური დანახარჯებიდან, რომლებიც განეული იქნა ამ მარაგების დამზადებაზე.

ორგანიზაციის საკუთარ კაპიტალში შეტანილი მარაგის ფაქტიური თვითღირებულება

განისაზღვრება ფულადი შეფასებებიდან გამომდინარე.

საწარმოში ჩუქების ან აუნაზღაურებლად სხვა გზით მიღებული მარაგების ფაქტიური თვითღირებულებას განსაზღვრავენ მიმდინარე საბაზრო ღირებულებით.

მოლაპარაკებების გზით მიღებული მარაგების ფაქტიური თვითღირებულება, რომელიც გადახდილი უნდა იქნას არაფულადი საშუალებებით, აფასებენ იმ აქტივების ღირებულებას, რომელიც გადაცემულია, ან ექვემდებარება საწარმოს მხრიდან გადაცემას.

მოცემული აქტივების ღირებულება დგინდება იმ ფასიდან გამომდინარე, რომლის მიხედვითაც მსგავს სიტუაციებში საწარმო ადგენს ანალოგიური აქტივების ღირებულებას.

აქტივების ღირებულების დაუდგენლობის შემთხვევაში, შეთანხმების საფუძველზე მიღებული მარაგების ფასი დგინდება ანალოგიურ მარაგებთან შედარებით.

მარაგების ფაქტიური თვითღირებულება ცვლილებებს არ ექვემდებარება. სავაჭრო-სადისტრიბუციო საწარმოებს აქვთ უფლება თვითღირებაში ჩართონ მარაგების მომზადებასა და

ტრანსპორტირებაზე განეული ხარჯები. საქონელი, რომელიც ორგანიზაციამ გასაყიდად შეიძინა, ფასდება შეძენის ღირებულებით.

სააქციო ვაჭრობის ორგანიზაციას შეუძლია აწარმოოს საქონელი საცალო გასაყიდი ღირებულებით ფასდაკლების გათვალისწინებით.

მარაგები, რომლებიც არ ეკუთვნის ორგანიზაციას, მაგრამ შეთანხმების პირობის საფუძველზე იმყოფება მისი განკარგვის ქვეშ, ფასდებიან შეთანხმების შედეგად დადებული ღირებულებით.

იმ მარაგების ღირებულებას, რომლის ფასი ყიდვისას უცხოურ ვალუტაში განისაზღვრა, გაიანგარიშებენ ეროვნულ ვალუტაში შეფასების თარიღისათვის ეროვნული ბანკის მიერ დადგენილი კურსით.

Ia Meskhidze

**Some peculiarities of evaluating commodity-material resources
and non-material assets**

Summary

The peculiarities of evaluating and accounting commodity-material resources and non-material assets are discussed in this article, as well as approaches of evaluating market prices of non-material assets.

A general description of commodity-material stock is given and its classification according to its target purpose. The peculiarities of accounting and evaluating commodity-material stock are analyzed.

Ия Месхидзе

**Некоторые особенности оценки производственно-
материальных ресурсов и нематериальных активов**

Резюме

В статье рассмотрены оценка и учет особенностей производственно-материальных ресурсов и нематериальных активов, оценка доходов и имущественный подход нематериальных активов рыночной стоимости.

Представлена классификация производственно-материальных запасов, исходя из общей характеристики и целевого назначения товарных материальных запасов. Рассмотрены особенности и оценка учета производственно-материальных запасов.

სახელმწიფოს მარეგულირებელი როლი ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში გლობალიზაციის პირობებში

სახელმწიფოები წარმოქმნის პერიოდიდან დღემდე წარმოადგენენ საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების მნიშვნელოვან სუბიექტებს. მსოფლიო ეკონომიკის რეგულირება დღემდე ასოცირდება მცირე სახელმწიფოების მართვასთან, რამდენადაც მსოფლიო ეკონომიკა განიხილება, როგორც ურთიერთდაკავშირებული ეროვნული ეკონომიკების ერთობლიობა.

გასული საუკუნის მეორე ნახევარი ხასიათდებოდა წარმოების, მომსახურების, კაპიტალის ინტერნაციონალიზაციისა და ტრანსნაციონალიზაციისაკენ მისწრაფებით, საერთაშორისო საკრედიტო-საფინანსო სფეროს ლიბერალიზაციით, საერთაშორისო ორგანიზაციების როლის გაზრდით. მსოფლიო სწრაფად „იზრდება“, რამდენადაც ეკონომიკური საქმიანობა ხდება უფრო და უფრო გლობალური.

მსოფლიოს სისტემურმა ტრანსფორმაციამ გასული ათასწლეულის ბოლოს ძირეულად შეცვალა ურთიერთკავშირები სახელმწიფოს ტერიტორიულ საზღვრებსა და ბაზრებს შორის. ბოლო პერიოდისათვის სახელმწიფოთა გეოგრაფიული საზღვრები პირობითად იშლება ეროვნული და გლობალური ბაზრებისათვის. ბაზრებს აღარ აქვთ ტერიტორიული საზღვრები, სახეზე გვაქვს მზარდი შეუსაბამობა სახელმწიფოს პოლიტიკურ საზღვრებსა და ბაზრების ეკონომიკურ საზღვრებს შორის. ეკონომიკური ბაზრების რეგიონალიზაცია და გლობალიზაცია ინტეგრაციის მახასიათებელი ნიშანია, სახელმწიფოთა მცდელობა, გაართულონ ან დაარეგულირონ საქონლის ნაკადების, ხალხის ან იდეების ინტეგრაცია, შეუძლებელია. სახელმწიფო იძულებით უთმობს ფინანსურ ინსტიტუტებს ძალაუფლებას და უარს ამბობს ეკონომიკის რეგულირების უფლებასზე. ამავე დროს, ტრანსნაციონალური კორპორაციები, რელიგიური ორგანიზაციები, და სხვა ბაზარზე მოქმედი სუბიექტების ქვეყნებს

ახალ გამოწვევებს სთავაზობს რესურსებისა და გავლენისთვის ბრძოლაში.

მსოფლიო პროცესების ცვლილება ცვლის ადამიანთა წარმოდგენას სახელმწიფოს სოციალურ და ეკონომიკურ პროცესებზე და საზოგადოებაც კვლავ ეძებს პასუხს სახელმწიფოს როლის, ფუნქციების, ოპტიმალური მოდელისა და სხვათა შესახებ.

საერთაშორისო სისტემაში შეიცვალა სახელმწიფოს მდგომარეობა, განსაკუთრებით კი ეკონომიკურ ურთოერთობებში. ბევრი დასავლეთის ეკონომისტი და პოლიტიკოსი თვლის, რომ გლობალიზაცია სახელმწიფოს ეკონომიკური როლს განიხილავს როგორც ეროვნული ეკონომიკის ეფექტურ რეგულატორს.

როგორც მსოფლიო ბანკის ანგარიშში „სახელმწიფო ცვალებად გარემოში“ აღნიშნულია: „ბოლო 50 წლის განმავლობაში გარკვევით წარმოვადგინეთ განვითარების ხელშეწყობის სახელმწიფო ღონისძიებათა როგორც დადებითი მხარეები, ისე ნაკლოვანებები. სახელმწიფოს როლს ხშირ შემთხვევაში უარყოფით შედეგებად ეც მიყავდით“. ხშირად ისმის კითხვა, პატარა სახელმწიფოები შეძლებენ თუ არა მსოფლიო ეკონომიკასთან ადაპტირებას გლობალიზაციის პროცესში. აღსანიშნავია, რომ სახელმწიფოს პოზიციები მკვეთრად იცვლება, რამდენადაც სახელმწიფო აღარ გვევლინება ძირითად მოთამაშედ ბაზარზე, მაგრამ პატარა სახელმწიფოები მაინც რჩებიან მსოფლიო ეკონომიკის ფორმირების ძირითად წყაროდ.

სახელმწიფოს მნიშვნელოვანი მახასიათებელია ტერიტორიული საფუძველი. სახელმწიფოს სუვერენიტეტი საკუთარ ტერიტორიაზე დაფიქსირებულია საერთაშორისო სამართლით. სახელმწიფომ დააკანონა საკუთარი ძალაუფლება ყველაფერზე, რაც მის ტერიტორიაზე ხდება. თუ როგორ გამოიყენება ეს ძალაუფლება, დამოკიდებულია ყოველი კონკრეტული სახელმწიფოს პოლიტიკური სისტემების თავისებურებაზე. საერთაშორისო სამართლის მიხედვით, სახელმწიფო შიდა საქმეების ორგანიზებაში დამოუკიდებელია მანამ, სანამ მას არ ექნება თავისი გავლენის სხვა სახელმწიფოებზე გავრცელების მცდელობა.

თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკაში რთული სოციალურ-ეკონომიკური ორგანიზაციული და სხვა პრობლემები ნაკლებად ექ-

ვემდებარებიან საბაზრო რეგულირებას. ის გამოდის როგორც როგორც ეკონომიკური სუბიექტების ქცევის კოორდინაციის ერთერთი მექანიზმი: მსოფლიო პრაქტიკაში არ არსებობს ქვეყანა, სადაც მეურნეობა მხოლოდ საბაზრო მექანიზმებით იმართებოდეს და არ იყოს „მიბმული“ სახელმწიფო რეგულირებაზე. XVII საუკუნის შუა პერიოდიდან XIX საუკუნის შუა პერიოდამდე სახელმწიფოს როლი შემოიფარგლებოდა ისეთი ფუნქციებით, როგორიცაა: წესრიგისა და მოქალაქეთა უსაფრთხოების უზრუნველყოფა, მათი საკუთრების დაცვა, მოთხოვნის სამართლიანი გადანყვეტა, ფულის ბრუნვისა და საზოგადოებრივი სამუშაოების ორგანიზაცია, რაც გამოხატავს მის ისტორიულ მისიას კაპიტალისტური ურთიერთობების სისტემის ფორმირებაში, მაგრამ ამავე დროს სახელმწიფო ახერხებდა არაპირდაპირი გზით ჩარევას ეკონომიკური სისტემის რეგულირებაში.

XIX საუკუნის ბოლოს განვითარებულ ქვეყნებში ყალიბდება სამოქალაქო საზოგადოება, რომელსაც ახასიათებს წარმომადგენლობითი დემოკრატიის ფორმირება, ხელისუფლების მუდმივი საერთონაციონალური პარლამენტის ტიპის ინსტიტუტების (პოლიტიკური პარტიების) წარმოქმნა, პროფესიონალური და სხვა ინტერესების განვითარება. ამასთან დაკავშირებით გაჩნდა ისეთი სახელმწიფოს შემნის აუცილებლობის იდეა, რომელიც არა მხოლოდ წესრიგს დაიცავდა, არამედ გაატარებდა მთელი საზოგადოების ინტერესების მომცველ პოლიტიკას (სამუშაო დღის ხანგრძლივობის საკანონმდებლო რეგულირება, მინიმალური ხელფასი, არასრულწლოვანთა შრომის პირობების განსაზღვრა, შრომისუუნაროთა, პენციონერთა და უმუშევართა სოციალური უზრუნველყოფა და ა.შ.).

გლობალიზაცია არ ნიშნავს ერვნული ჩარჩოების ბოლომდე მოშლას. ეროვნული მეურნეობები წარმოგვიდგებიან ერთიანი მსოფლიო მეურნეობრიობის სისტემის შემადგენელ ნაწილად. მათ შორის საერთაშორისო სამართლის საფუძველზე მყარდება სხვადასხვა სახის ურთიერთობები, რომელთა მნიშვნელობაც მკვეთრად იზრდება ეროვნულ კანონებთან და ნორმებთან შედარებით. ხდება ეკონომიკური საშუალებებისა და მეთოდების ფორმირება, რომელიც ფუნქციონირებს საერთო წესების, პრინციპების, სტანდარტების, ფასეულობების ბაზაზე. ამავე დროს ხდება ეროვნული ტენ-

დენციების შენარჩუნება ცხოვრების დონისა და სხვა მაჩვენებლების გათვალისწინებით. ამიტომ, გლობალიზაციის პირობებში სახელმწიფომ უნდა ითამაშოს იმ ეროვნული ინტერესების დამცველის როლი, რომელზეც გლობალიზაცია ნეგატიურ გავლენას ახდენს.

საბაზრო სისტემის სპეციფიკის შესაბამისად, ბაზარი სუსტ მოთამაშეებს პერიფერიულ პოზიციებში აყენებს. საბაზრო ძალები თავისით ვერ ცვლიან მსოფლიო მეურნეობას. მსოფლიომეურნეობრივი კავშირების, მიმართულებებისა და სტრუქტურის ფორმირება სახელმწიფო რეგულირების გარეშე შუქდება. სახელმწიფომ აქტიური როლი უნდა შეასრულოს ქვეყნის მსოფლიო ეკონომიკური თანამშრომლობის პროცესებში ჩასართავად. მან უნდა უზრუნველყოს რეგულირების საშუალებების, ფორმების, მეთოდების, მიმართულებების გათვალისწინებით ეროვნული მეურნეობის მსოფლიო მეურნეობასთან ინტეგრაციის პროცესი. თუ სახელმწიფოს აქვს დამოუკიდებლად განვითარებაზე პრეტენზია, მაშინ ეროვნული ბაზრების გახსნა, უცხოური კაპიტალის მოზიდვა, საერთაშორისო კოოპერაციის განვითარება უნდა მოხდეს არა სტიქიურად და სწრაფად, გლობალური კონკურენციის გავლენით, არამედ ეროვნული კონტროლით, რათა ტრანსნაციონალური კაპიტალის მოზიდვა არ ეწინააღმდეგებოდეს ეროვნულ ინტერესებს და ხელი შეუწყოს მის ზრდას.

მეცნიერთა შეხედულებები გლობალიზაციის არსის, წარმოშობის და შედეგების შესახებ განსხვავებულია. აღიარებენ რა, რომ ზოგიერთ სფეროში ღრმავდება გლობალური ურთიერთდამოკიდებულება, თვლიან რომ ეს ხდება მხოლოდ შედარებით ძლიერი სახელმწიფოების თანხმობით ან გავლენით. ლიბერალიზმის მომხრეები, პირიქით, თვლიან, რომ გლობალიზაციის ის დონე უკვე მიღწეულია, რომელსაც სახელმწიფო რეგულირების შესუსტებამდე მივყავართ, და განიხილავენ გლობალური ურთიერთდამოკიდებულების დადებით მხარეებს. ამავე დროს, საზოგადოების ერთი ნაწილის აზრით, ხშირ შემთხვევაში გლობალიზაციურ პროცესებში ჩართვს ინიციატივა სახელმწიფოს ინტერესებიდან მოდის. ლიბერალები უფრო მეტ მნიშვნელობას ანიჭებენ ისეთ ფაქტორებს, როგორცია ტექნოლოგიური ცვლილებები ტელეკომუნიკაციებისა და ტრან-

სპორტის სფეროში, რომლებიც სახელმწიფოს კონტროლის ქვეშაა. საზოგადოების მეორე ნაწილის აზრით გლობალიზაციას უარყოფითი გავლენა აქვს განვითარებად სახელმწიფოებზე, რაც თავის მხრივ, ხელს უწყობს ტრანსნაციონალური ბლოკის განვითარებას. ამ ბლოკის გადამწყვეტი ელემენტია ტრანსნაციონალური კაპიტალის მოცულობა და მობილობა.

გლობალიზაციამ შეამცირა განვითარებული ქვეყნების შესაძლებლობები ისეთი სოციალური კეთილდღეობით საკუთარი მოსახლეობის უზრუნველყოფაში, როგორც ისინი სარგებლობდნენ 50-70-იან წლებში. ორთოდოქსალური ლიბერალიზმის ჩამოყალიბებამ ასეთი სოციალური გადასახადები მეტნაკლებად კანონიერი გახადა. გლობალიზაციამ შეზღუდა ეროვნული ეკონომიკის რეგულირების შესაძლებლობები. მაგალითად: ქვეყანათა შორის კაპიტალის ნაკადების მზარდმა ტემპებმა ვალუტის კურსის დესტაბილიზაცია გამოიწვია.

გლობალიზაციის ფონზე მიმდინარეობს სახელმწიფოს ეკონომიკური ფუნქციების შესუსტება სოციალურ და საგარეო ეკონომიკის სფეროებში. მიუხედავად იმისა, რომ სახელმწიფო კვლავ მთავარ როლს თამაშობს ელემენტარული კეთილდღეობის შექმნაში (განათლება, ჯანდაცვა, ინფრასტრუქტურა), სასურველია, რომ სახელმწიფო იყოს ამ მომსახურებების ერთადერთი მიმწოდებლები ან მიმწოდებელთაგან უმსხვილესი. ბაზარი, სამოქალაქო საზოგადოება და სახელმწიფო ორგანოები ამ საქმეში პროპორციულ როლს უნდა თამაშობდნენ. თანამედროვე ეკონომიკის პირობებში სახელმწიფოს მარეგულირებელი როლი ბევრად უფრო რთულია. იზრდება სახელმწიფოს როლი სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის სტიმულირებაში, ინფრასტრუქტურის შექმნაში, ინფორმაციის შეკრებასა და დამუშავებაში, ადგილობრივი მწარმოებლებისათვის ხელსაყრელი პირობების შექმნაში, გარე სამუშაო ძალის შემოღინების რეგულირებაში, რაშიც დიდ როლს თამაშობს სტატისტიკური, ეკოლოგიური, სანიტარული და სხვა ნორმების უნიფიკაცია. ასეთი გზით, დასავლეთის განვითარებულ ქვეყნებში მიმდინარეობს სახელმწიფოს ეკონომიკური როლისა და სამეურნეო ფუნქციების ცვლილება.

Ia Meskhidze

**A State's regulatory role in a country's economic development
in the process of globalization**

Annotation

A classical understanding of globalization and its modern tendencies are discussed in this article as well as the peculiarities of involvement of independent states in this process and a state's regulatory role in a country's economic development in the globalization process.

Attention is given to such matters as the weakening of economic functions of a state in social and foreign economic spheres in the globalization process. In spite of the fact that a state still plays a major role in the well-being of a country, it is desirable that a state was the major supplier. The proportional role of the market, civil society and a state in this process is defined.

Ия Месхидзе

**Регулирующая роль государства в процессе экономического
развития в условиях глобализации**

Резюме

В статье рассмотрено классическое понимание процесса глобализации, современные тенденции и особенности подключения независимых государств в данный процесс, регулирующая роль государства в экономическом развитии в условиях глобализации.

Также, обращено внимание на ослабление экономических функций в социальных и внешних экономических сферах, проходящих на фоне глобализации. Несмотря на то, что государство по-прежнему играет важную роль в данных процессах, необходимо чтобы оно продолжало оставаться одним из главных акторов в них. Определена пропорциональная роль рынка, гражданского общества и государства в данной сфере.

შრომების კრებული
Сборник трудов
PROCEEDINGS

სოციალურ მეცნიერებათა საკითხები

Вопросы социальных наук
Problems of Social Sciences

V

რედაქტორი:

ირაკლი მანველიძე

გამომცემლობის რედაქტორი:

იზა ხარებავა

ტირაჟი 200



გამომცემლობა „უნივერსალი“

თბილისი, 0179, ი. ჭავჭავაძის გამზ. 19, ☎: 22 36 09, 8(99) 17 22 30
E-mail: universal@internet.ge